



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE



Исследование рынка выездного туризма Турции: возможности для Кыргызстана

Презентация подготовлена командой цепочки добавленной стоимости Проекта Инициатива USAID по развитию бизнеса

18 февраля 2016г.



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

Программа

- Цели
- Методология
- Основные результаты исследования
- Стратегия развития



Почему именно Турция?

- Диверсифицировать рынки выездного туризма
 - Сократить уровень зависимости от рынков стран СНГ
- Задействовать крепкие исторические, культурные, экономические и транспортные связи
 - Общее происхождение
 - Общий язык





USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

Цели исследования

- Изучить показатели, демографическую статистику, а так же экономический статус туристов из Турции, выезжающих за границу (выездных туристов)
- Определить основные направления потраченных средств, а так же интересы, предпочтения и запросы туристов из Турции
- Определить виды туризма, к которым проявляется больший интерес
- Разработать стратегию и план мероприятий для привлечения большего количества посетителей из Турции в Кыргызстан, и увеличить их уровень затрат



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

Исследование частично проводилось



“Эгемендик” – это ассоциация граждан Кыргызстана, которые являются выпускниками различных ВУЗов Турции.

Основана: 2009г.

Участники: 520

Основные направления деятельности:

- Налаживание связей
- Бизнес и инвестиционные проекты между Кыргызстаном и Турцией
- Консультации и тренинги по управлению персоналом
- Социальные проекты



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

Методика исследования

1. Кабинетное исследование
2. Интернет-опрос(2,280 респондентов)
3. Интервью с туроператорами Кыргызстана (10 компаний)





USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

Методика исследования (2)

4. Обсуждения в фокус-группах(3 фокус-группы)
5. Ознакомительная поездка в Турцию (10 организаций/ компаний)
6. Опрос в г. Анкара и г. Стамбул – (2,000 респондентов)





USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

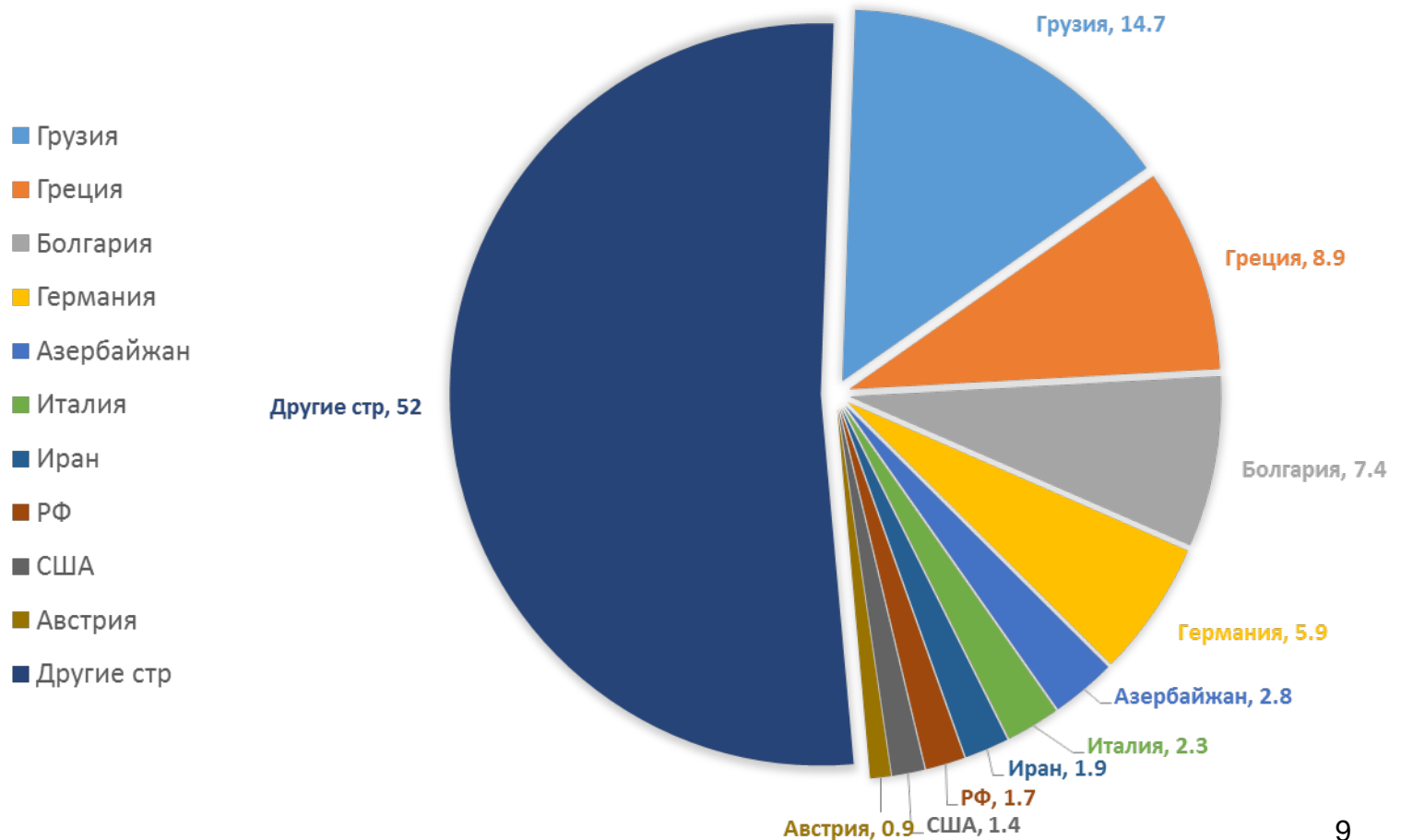
8 миллионов граждан Турции выезжают за границу



(Источник: TurkStat)



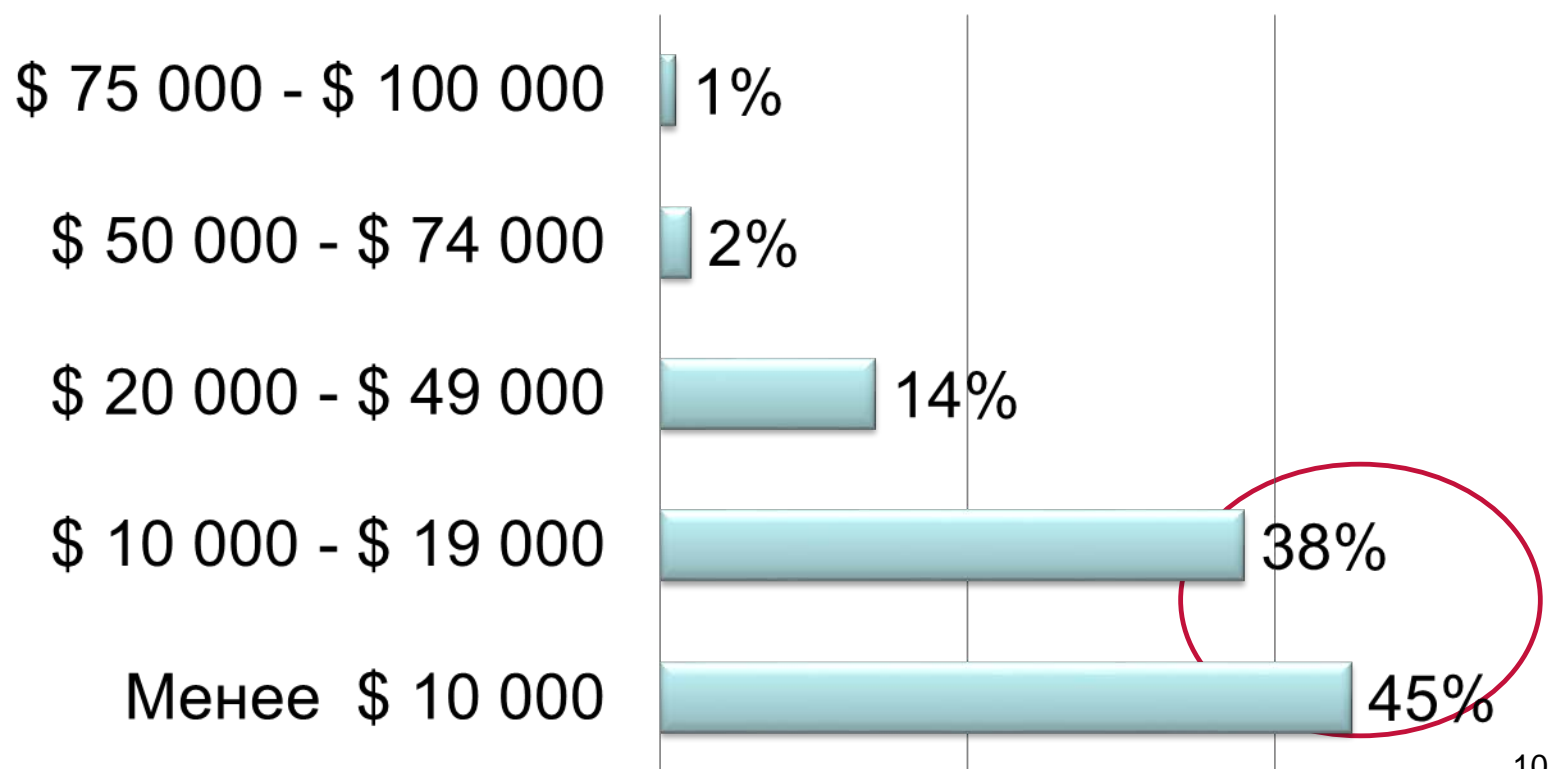
Топ 10 стран конечной поездки (%)



(Источник: TurkStat)



Доходы 83% туристов из Турции составляют до \$20,000/год

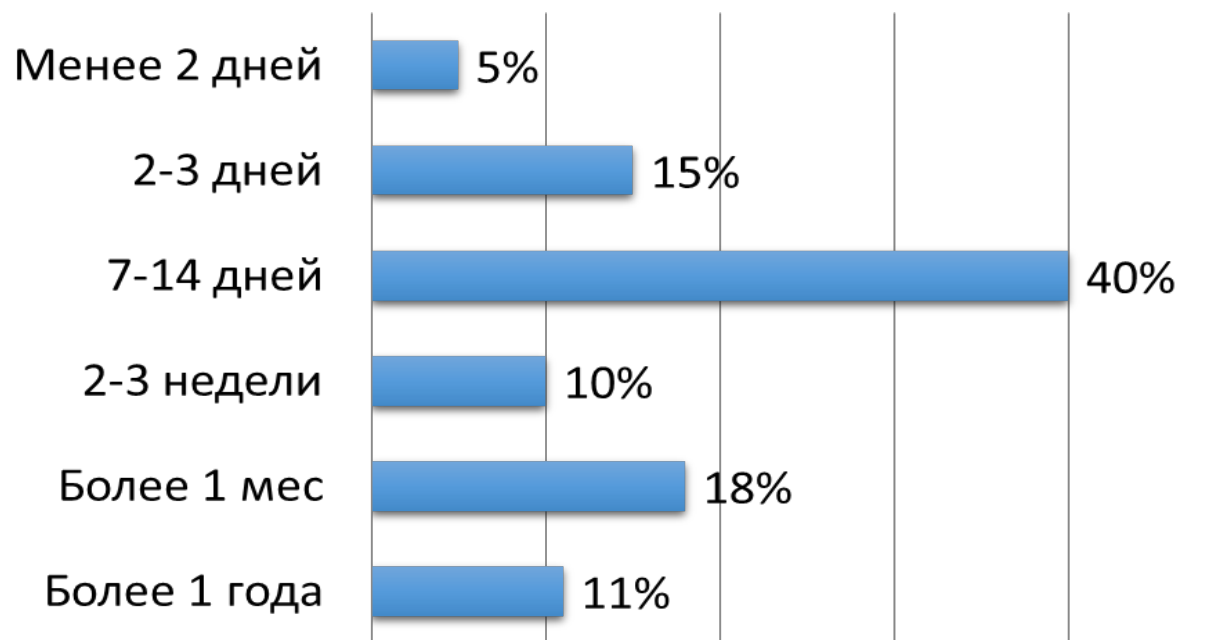


(Источник: интернет опрос 2015)



~2 недели пребывания

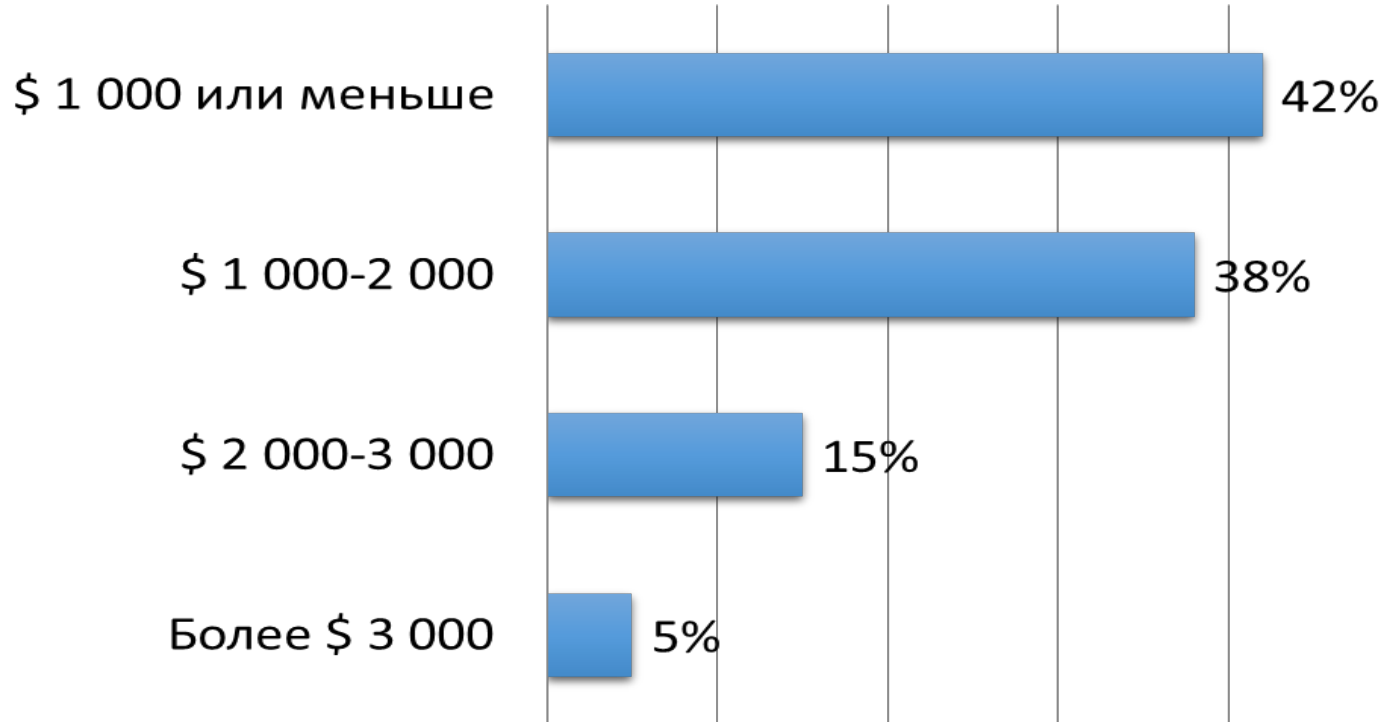
Средняя продолжительность пребывания



(источник: интернет опрос 2015)



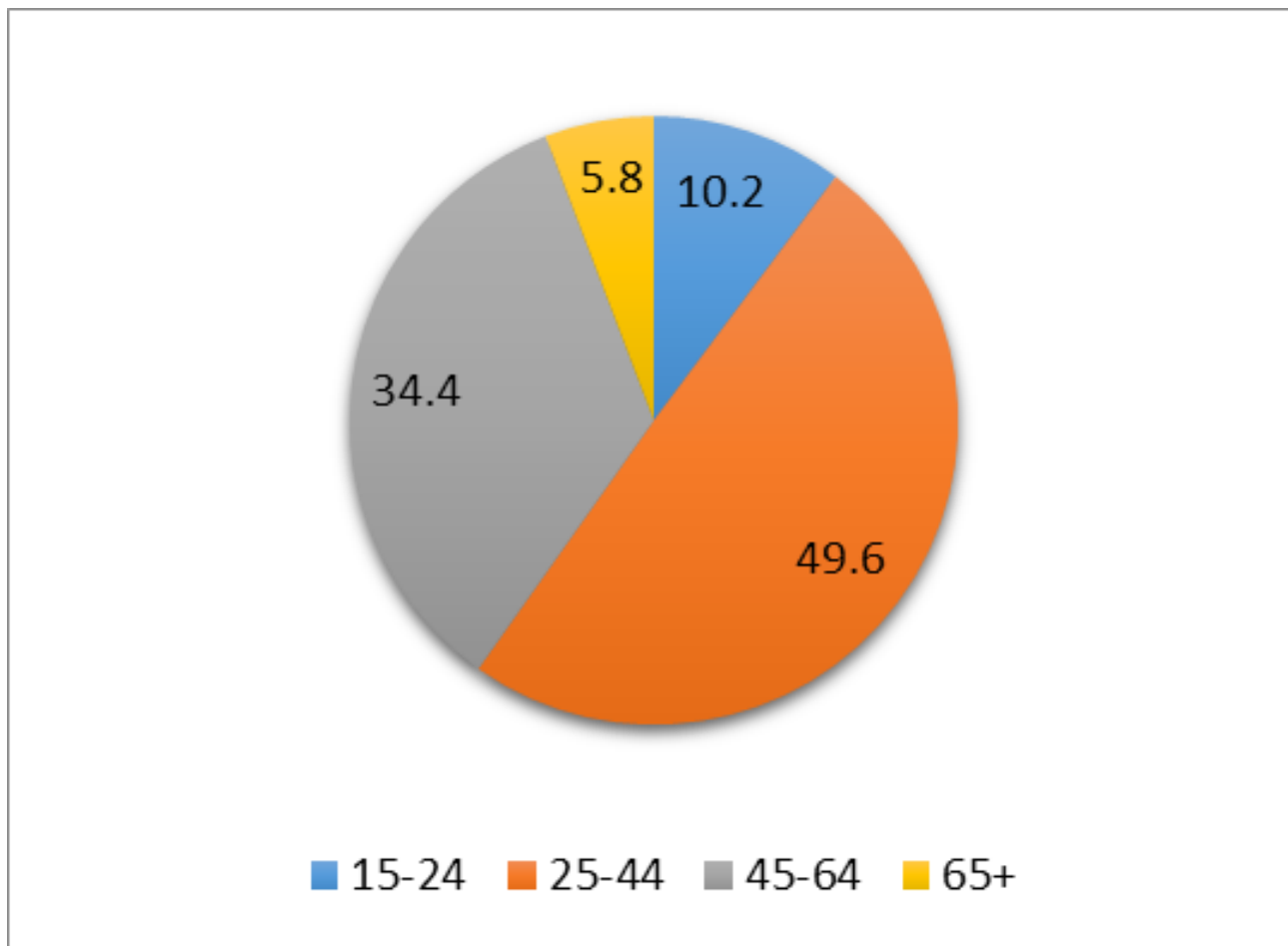
Большинство туристов тратят менее \$2,000 на одного человека



(источник: интернет опрос 2015)



60% туристов из Турции – кому под 45



(источник: TurkStat)



Преимущественно поездки в личных целях

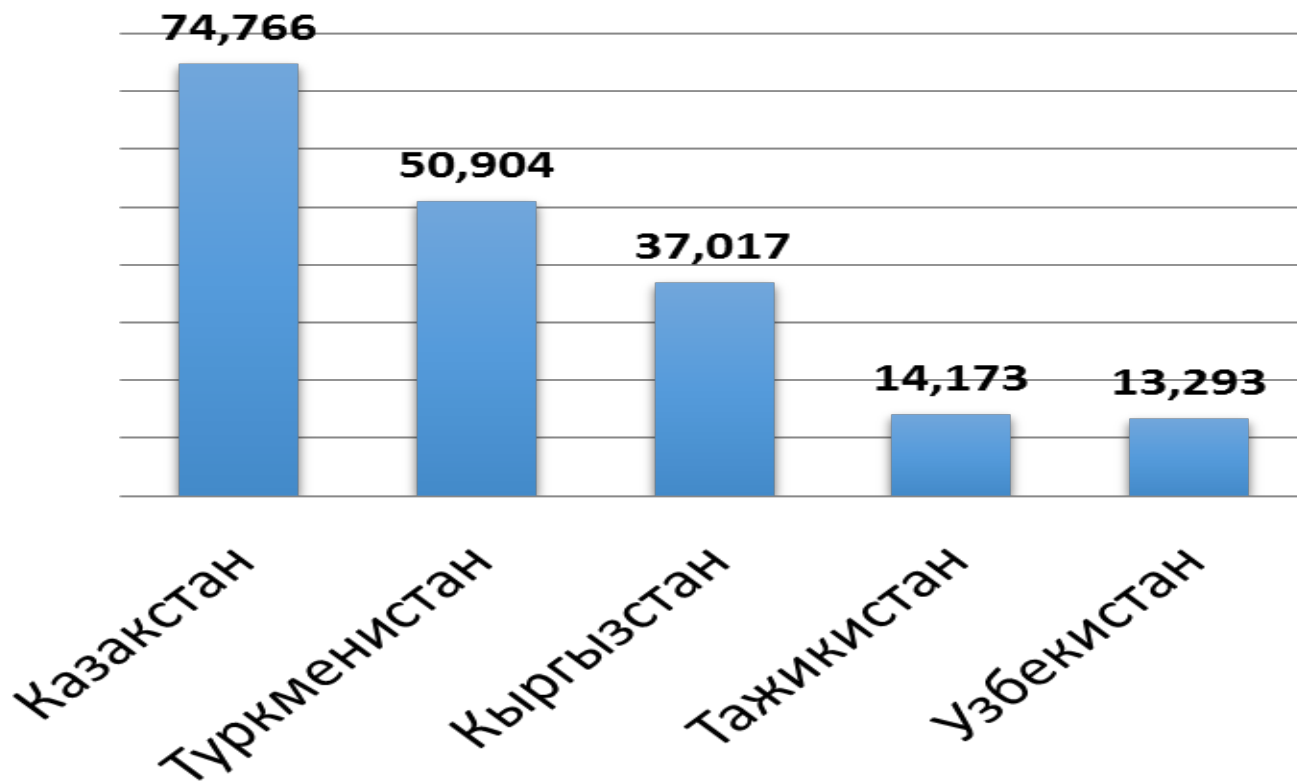
- Путешествие, развлечение, спорт.и культ.мероприятия
- Работа (конференция, встреча)
- Посещения родственников
- Другое
- Сопровождение
- Образование



(Источник: TurkStat)



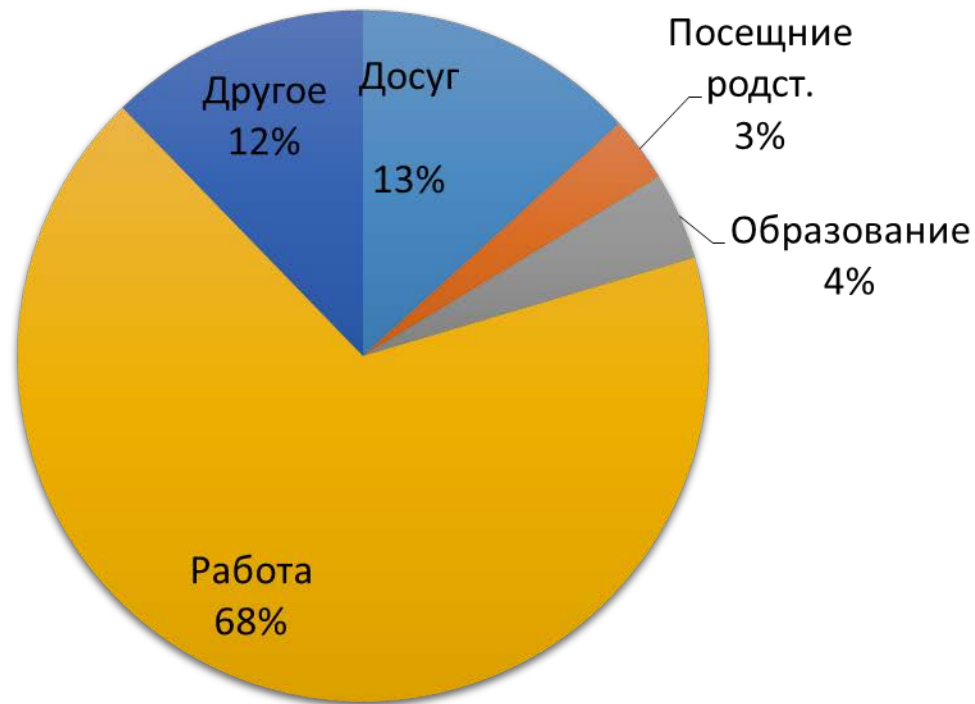
Небольшое количество (2%) Турков посещали Центральную Азию



(Источник: TurkStat)



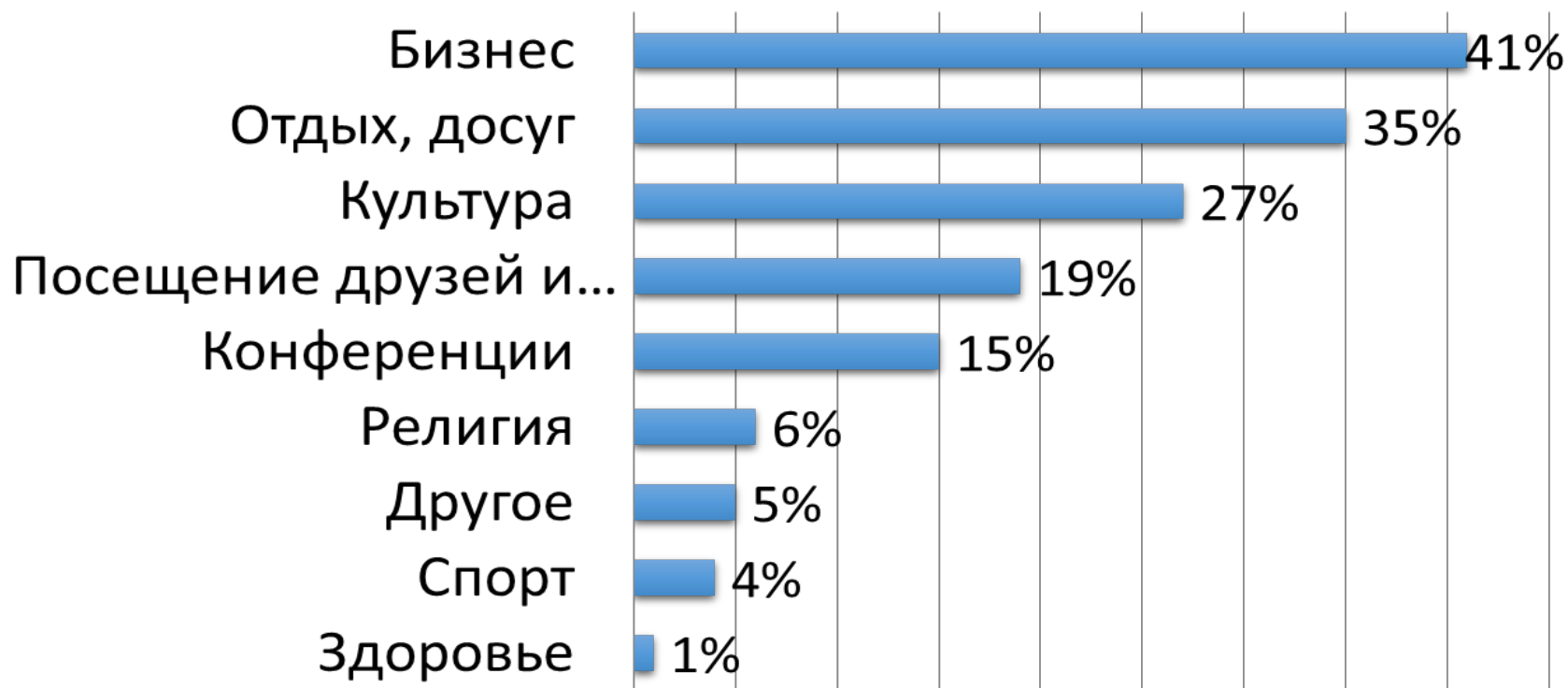
Большинство приезжали в Кыргызстан в бизнес целях



(Источник: Turkstat)



Хотя, Туристы из Турции в Кыргызстане совмещают бизнес с досугом

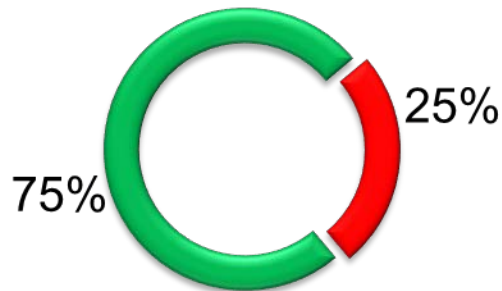


(источник: интернет опрос 2015)



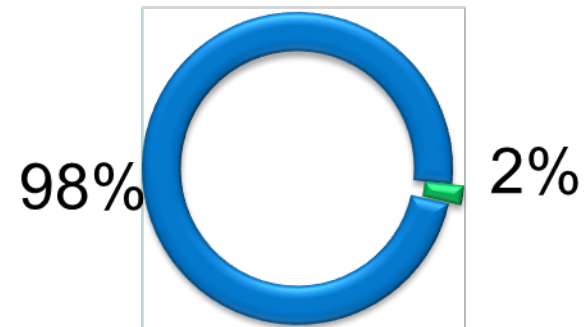
USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

3/4 туристов из Турции, выезжающих за границу – мужчины и женщины, которые путешествуют группами.



■ Муж. ■ Жен.

Однако, женщины составляют только 2% из числа путешествующих



■ Муж. ■ Жен.

(источник: TurkStat)



Количество туристов, проявляющих интерес к культуре/истории Центральной Азии



(источник: онлайн опрос)



Широко используют Интернет для поиска информации



(источник: интернет опрос 2015)



Дополнительные сведения, полученные от 10 туроператоров Кыргызстана (категория клиентов, приезжающие по личным целям):

- Турки приезжают по большей части ради культурного, исторического и традиционного туризма, а так же ради ночного развлечения
- Средний турпакет включает **4 ночи (\$400-600)**
- Популярные места посещения: Ош (Сулайман Тоо), Иссык-Куль, Сон-Кол, Башня Бурана, г. Бишкек, Арсланбап, Тескей Ала-Тоо, Хан-Тенгри, Пик Ленина, Пик Победы, горнолыжные курорты, Таш-Рабат, Сары-Челек, Джети-Огуз, Ата Бейит.
- Возраст 60% посетителей, приезжающих через туроператоров составляет **41-55 лет. 35% - 50 и выше. 5% - 26-40 лет.**
- 72% туристов из Турции, приезжающих по личным целям – мужчины, **28% - женщины.**



Отзыв Турецкий туроператоров

- 300,000 сезонных Турецких туристов в Центральную Азию/Кыргызстан
- Знания о Кыргызстане варьируются
 - Базовые знания: история, политика, религия
 - Другие: история, культура, природа
- Больше продвигать Кыргызстан
 - Мероприятия - ярмарки
 - Ознакомительные поездки –туроператоры, медиа
 - Редизайн маршрутов – подчеркнуть аутентичность, Мультистрановые туры, с фокусом на историю, культура и природу



Выводы, сделанные в ходе обсуждений в фокус-группах

- У турецкого рынка выездного туризма есть хороший потенциал
- Цифры, предоставленные Статистическим Органом Турции могут быть занижены
 - Больше число бизнес туристов Турции находятся в стране
- Сектору туризма необходимо повысить имидж страны путем разработки и запуска более улучшенных онлайн и офлайн рекламных материалов, а так же через Турецкие ТВ программы
- Уделять особое внимание на такие сегменты как культура, история, природа и приключенческий туризм
- Предлагать большее количество много-странновых маршрутов
- Гостиничные услуги должны быть улучшены для удовлетворения запросов более требовательных клиентов
 - Организовать один **сплоченный орган**



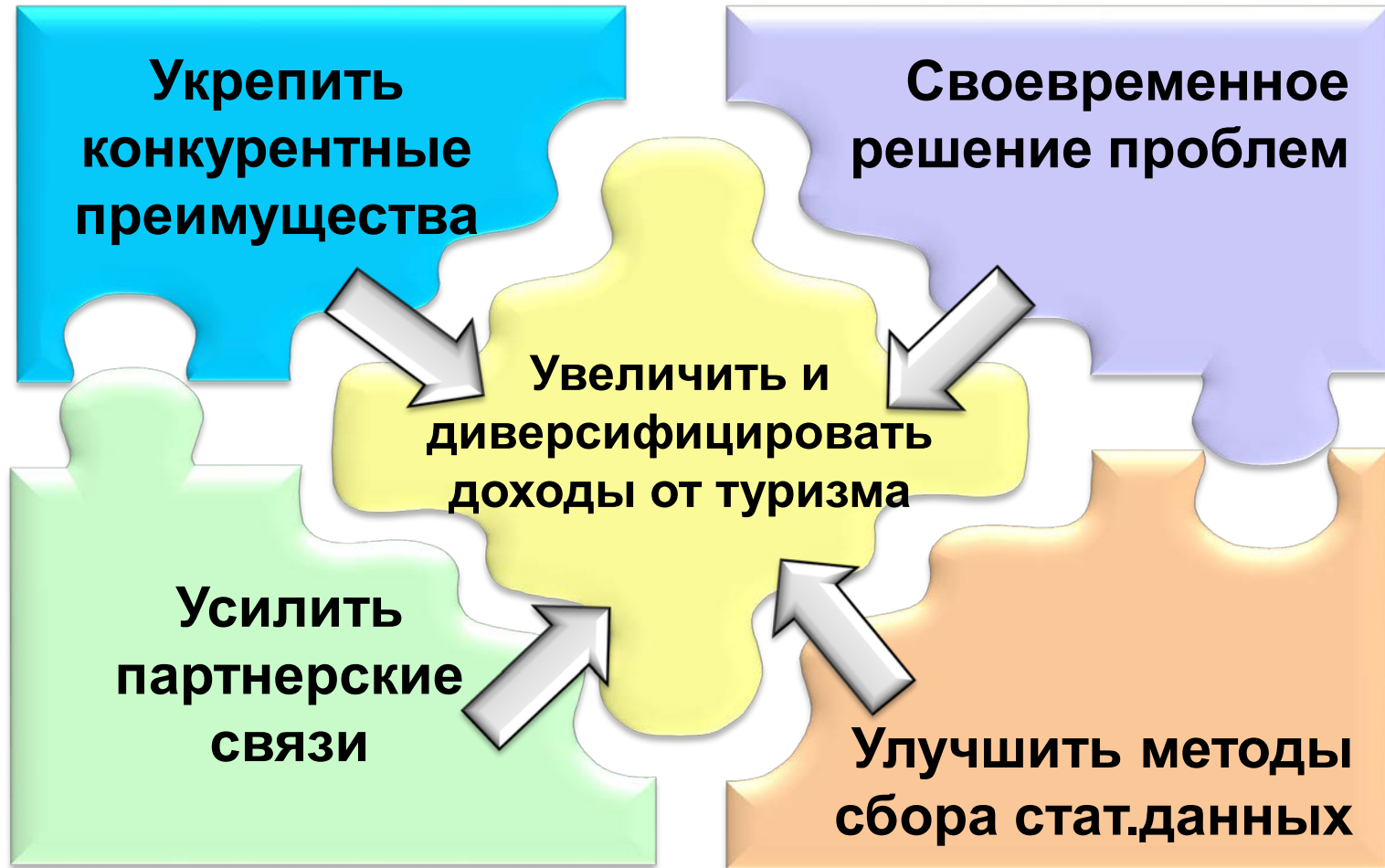
Обобщенные результаты исследования

- Турция представляет собой развивающийся рынок выездного туризма
 - Кыргызстан – главным образом является деловым пунктом поездки
 - Женщины часто путешествуют группами и являются недостаточно представленными среди других категорий приезжающих туристов в Кыргызстан
- Большинство туристов в возрасте около 45 лет
 - В основном мужчины, которые не путешествуют группами
 - Затраты <\$2000/чел
 - Поездки до 2 недель
 - Сезонные туристы до 300.000 чел.
- Широко используют Интернет-инструменты /социальные сети для поиска информации
 - Прибегают к услугам тур. агентов, туроператоров для бронирования путевок



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

Стратегические цели и задачи





USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

Стратегические цели и задачи





USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

Разработать контент культурных, исторических природных достопримечательностей

Доводить до сведения



Продвигать



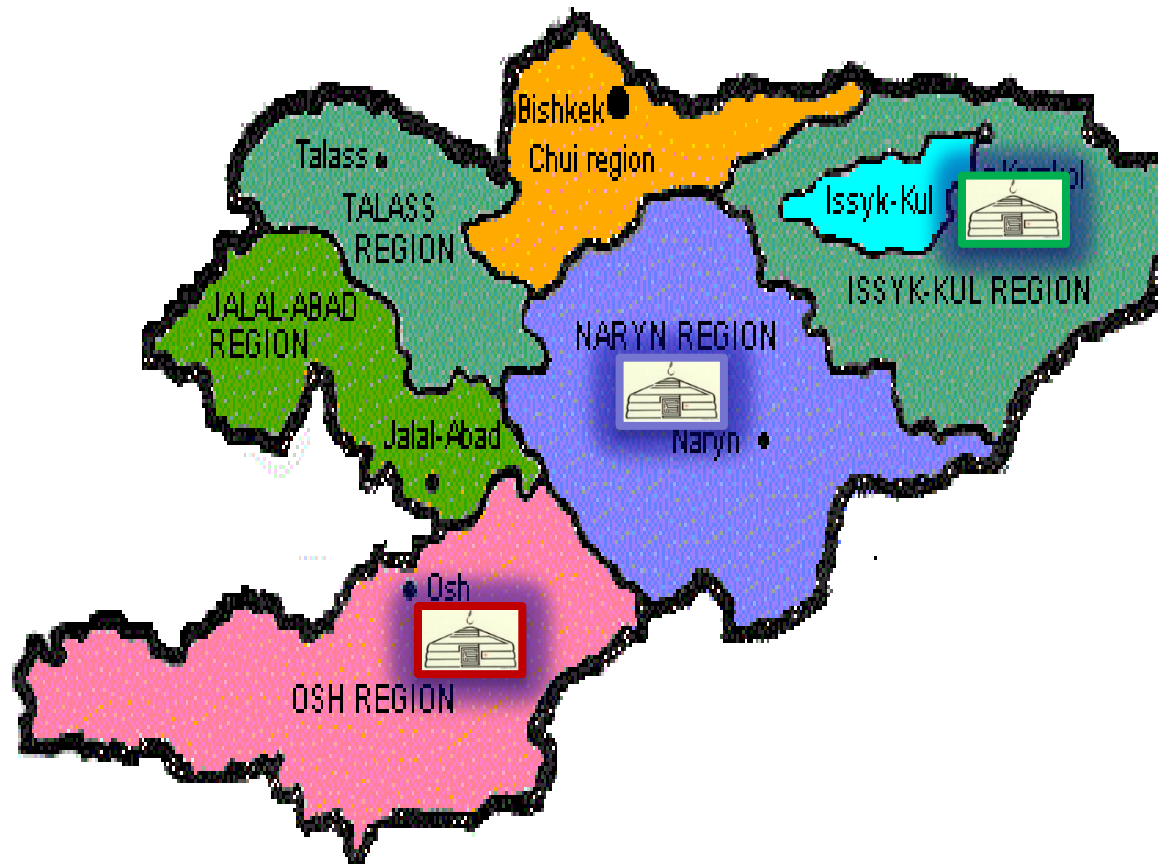


USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

Культурные достопримечательности 2016-2017

Культура

- Верховая прогулка
- Юрточный лагерь
- Нац. кухня
- Искусство & музыка
- Игры кочевников





USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

Культурные достопримечательности 2017-2018

Чингиз Айтматов: что привлекает Турков



- Село Шекер в **Таласе**
 - Музейные экспонаты
 - Мельница деда на реке Кыркыра
 - Озеро и ущелье 'Исамил' из повести «Лицом к лицу»
 - Мельница из произведения «Джамиля»
 - Школа, где он учился, которая так же упоминается в повести «Первый учитель»
- **Бишкек**
 - Площадь Ала-Тоо, памятник в Бишкеке
 - Дом, где он проживал
 - Комплекс Ата-Бейит, место погребения



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

Исторические достопримечательности 2016-2017

Бурана Баласагун



Столица –
Караханидского
Каганата –X век
Каганат
представлял собой
первую Тюркскую
династию, которая
приняла Ислам как
государственную
религию
Башня бурана
последний след
былой столицы

Узген



В XI веке Исламский
деятель школы
Ханаффи
Написал знаменитую
“Китаб аль-Мабсут”
Турция выделила
средства на
реставрацию
погребения имама
Аль-Сарахси

Петроглифы Саймалуу-Таш



Самая большая
коллекция в мире
Святые места
300 до н.э. – по
сегодняшний
день
Кладезь знаний
об истории
древних племен



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

Мероприятия по историческим объектам туристского интереса на 2017-2018гг

- Спроектировать в г. Токмок дом Кутадгу Билиг/Хажиб совместно с партнерами
- Совместно с партнерами подготовить материалы и экспонаты

**Жусуп
Баласын**



- Утвердить фактическое местоположение совместно с партнерами и экспертами
- Разработать материалы, необходимые экспонаты совместно с партнерами

**Битва в
Таласе**





USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

Мероприятия по природным объектам туристского интереса на 2016-2017гг

Природные достопримечательности

- Тянь - Шань
- Парк Ала-Арча
- Чункурчак
- Водопад Абширсай
- Джети-Огуз
- Озеро Ала-Коль
- Урочище Кырчын





USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

Развивать/продвигать через различные каналы

Что: Турецко-Кыргызские корни, истоки и природа

Онлайн: социальные сети, блоги, веб сайты патнеров

Печатные материалы: журналы, статьи, карты, реклама и книги

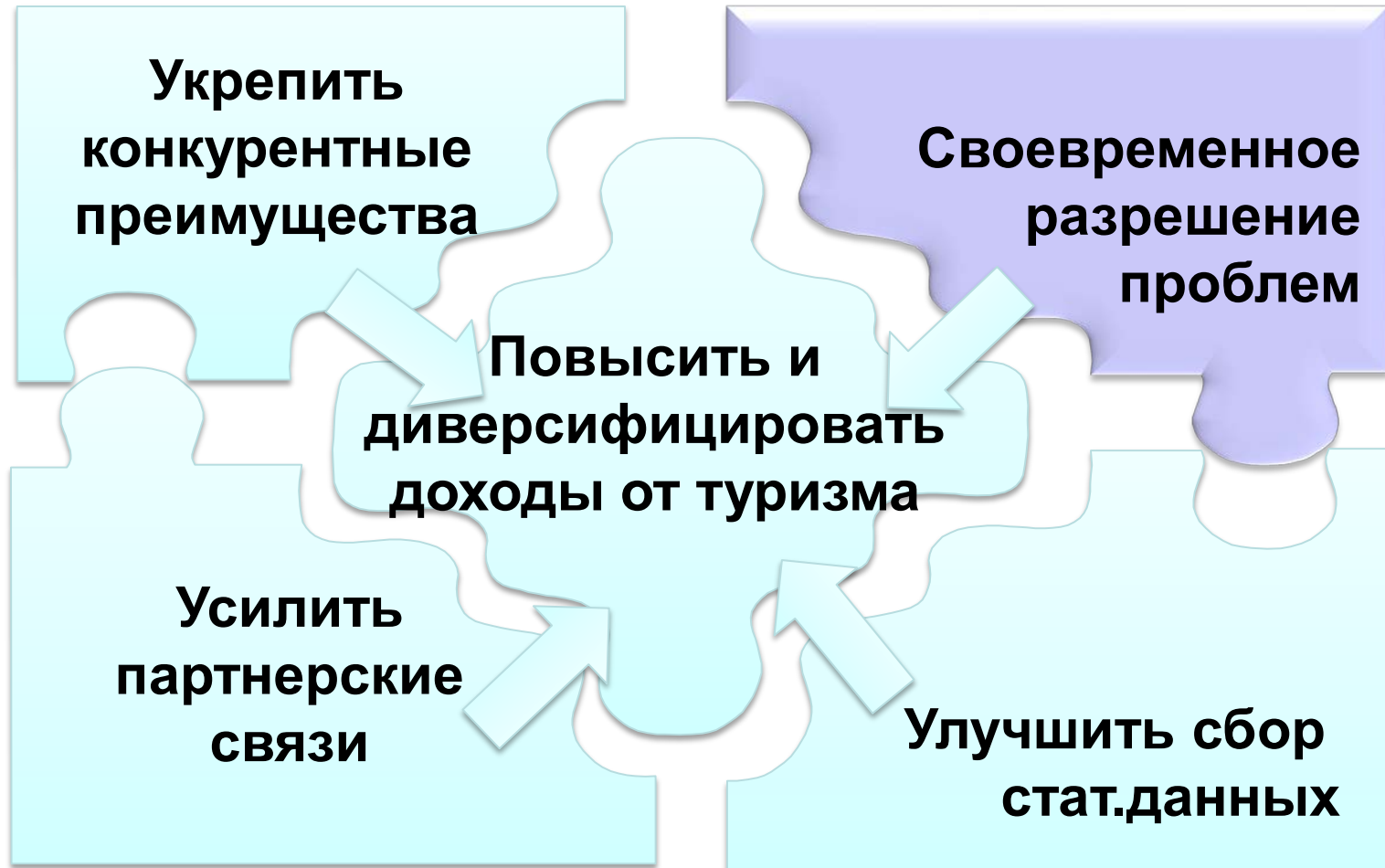
Мероприятия: Ознакомительные туры, ночь в Кыргызстане (Стамбул, апрель 2016г), Игры кочевников, ЕМИТТ

Фильмы/ТВ: Dirilis



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

Стратегические цели и задачи





USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

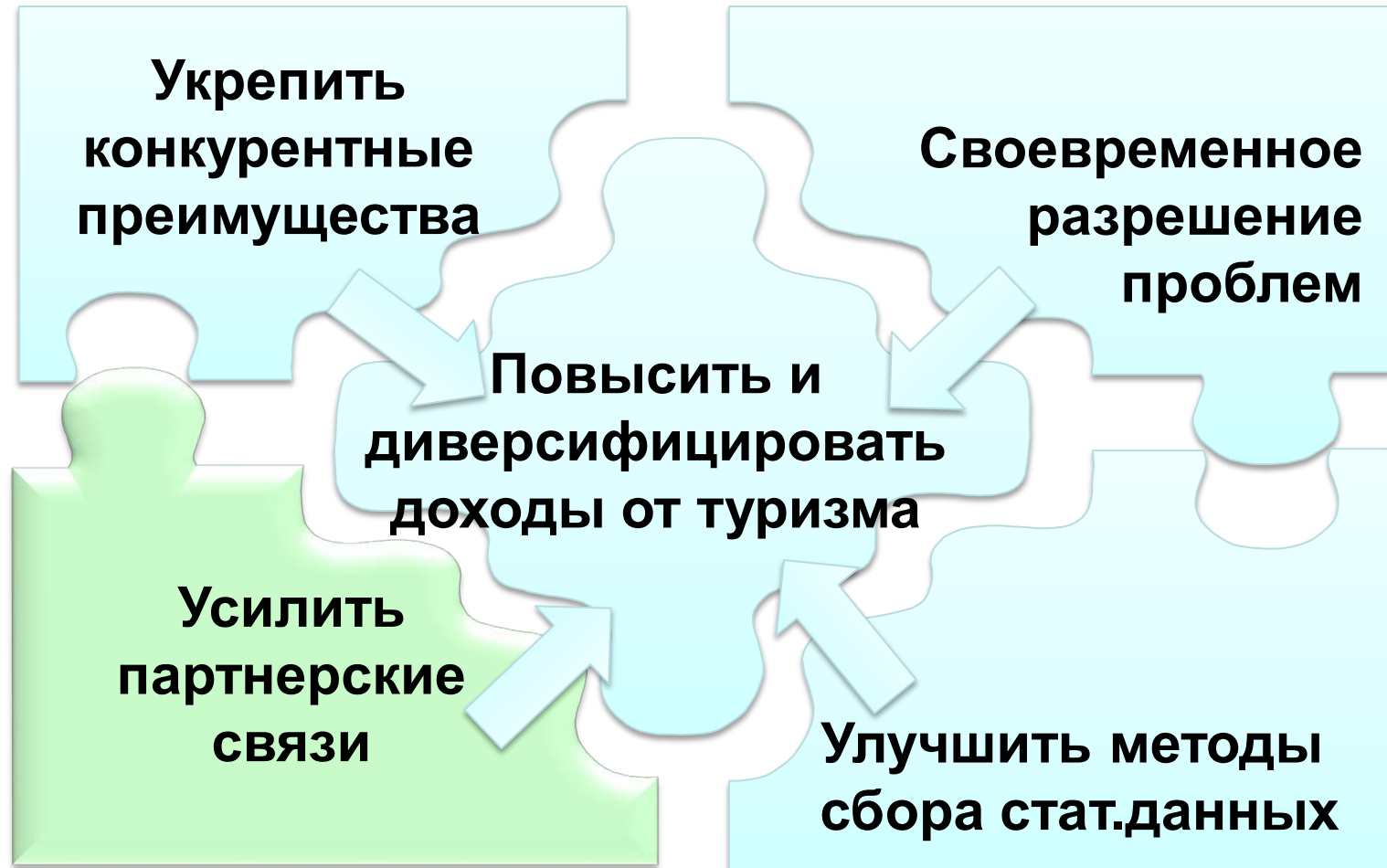
Поставленные задачи

- Увеличить число туристов женского пола из Турции
 - Возможности для туризма в группах
 - достопримечательности, мероприятия
 - Комфорт, чистота
 - Безопасность
 - Продвижение
- Увеличить поступления от бизнес туризма
- Сотрудничать с бизнес гостиницами и организаторами мероприятий
 - Разработать туристические пакеты нацеленные для привлечения бизнес туристов
- Улучшить качество предоставления услуг по размещению, транспортировке, безопасности и качество инфраструктур



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

Стратегические цели и задачи





USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

Партнерство по подготовке и предоставлению





USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

Разработать информационные ресурсы и продвигать их через партнеров

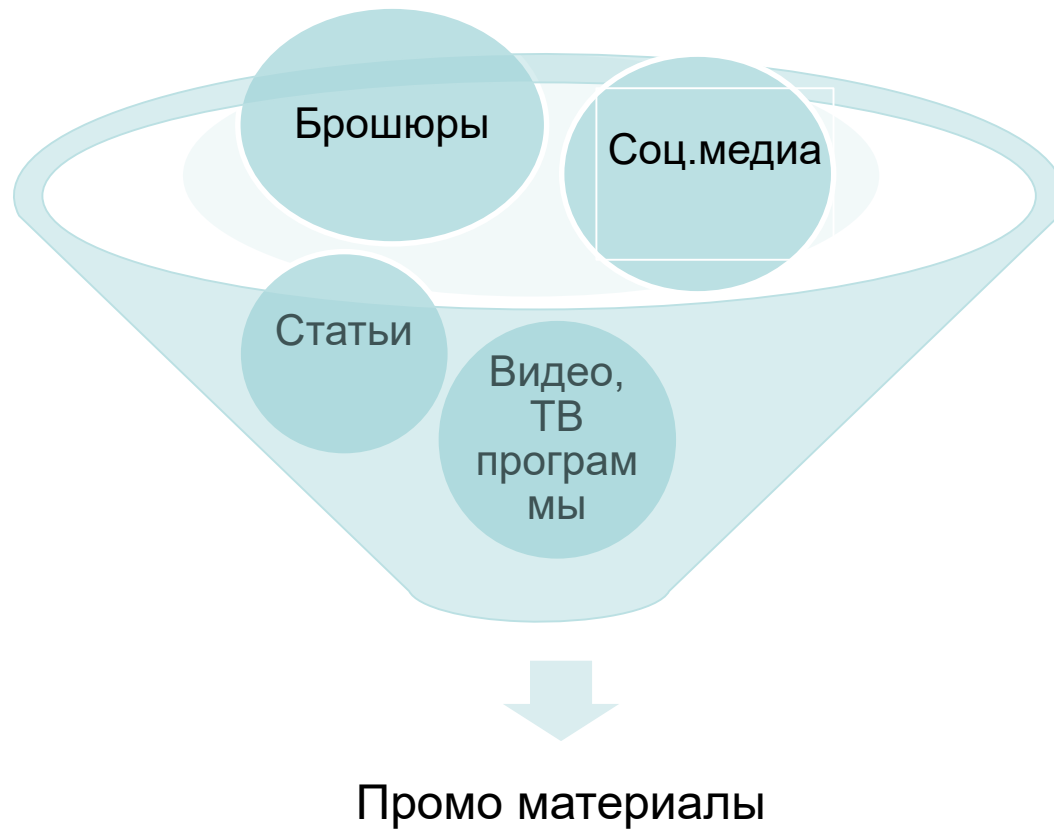
- Подтверждающие факты о местах, людях
- Инвентаризация и описание культурных, исторических и природных достопримечательностей

- Университеты:
 - кафедры: история, география, литература
 - НПО-фонды наследия
 - Партнеры VGI в рамках программы: управление местность:
 - Бурана, Каракол, Жыргалан, Ош
 - Блогеры, журналисты
 - Туроператоры
 - Санжырачы



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

Сотрудничество в подготовке материалов





USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

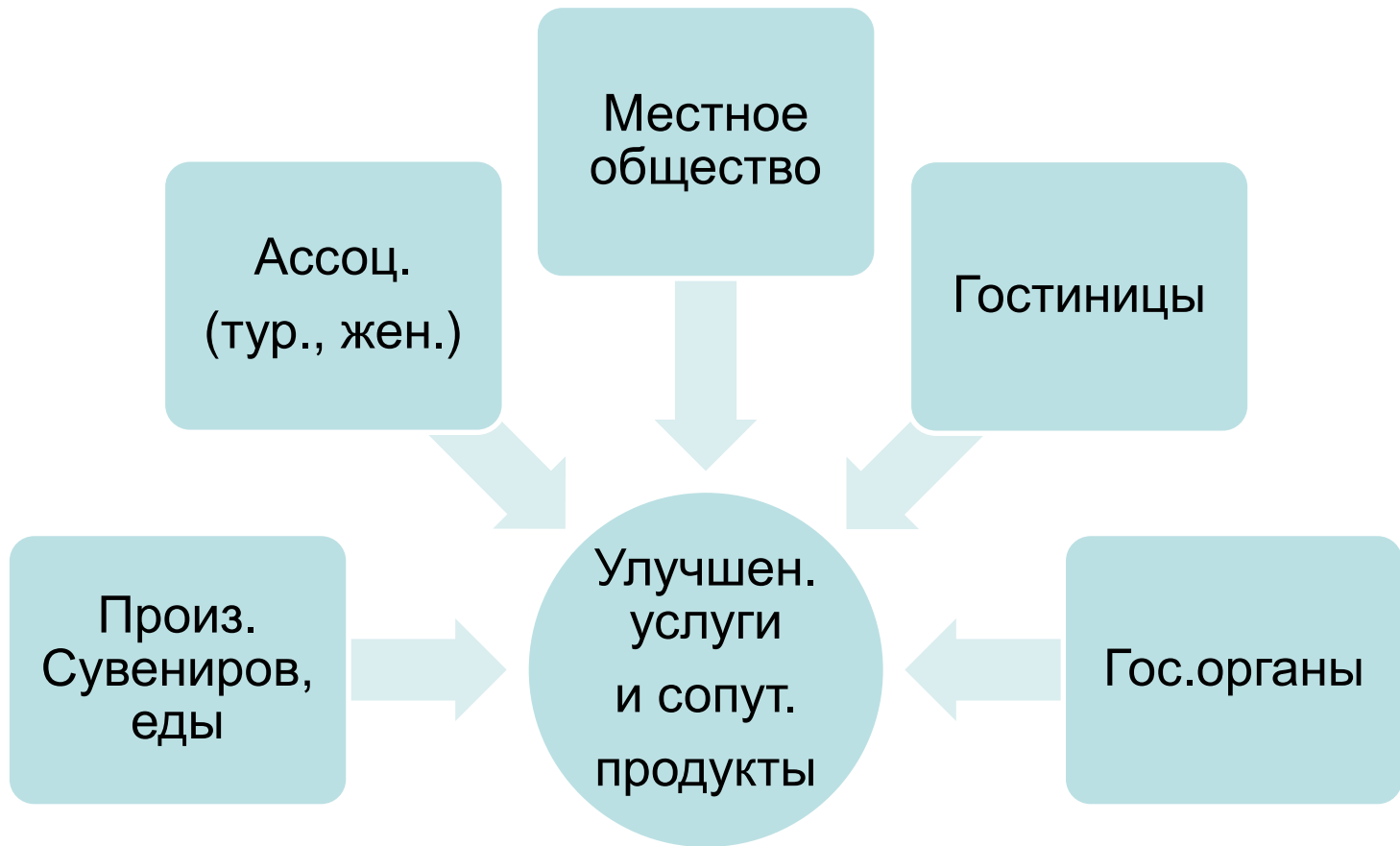
Продвижение через партнеров





USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

Работа с партнерами для улучшения получаемого впечатления





USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

Стратегические цели и задачи





Улучшить методы сбора статистических данных

- Улучшить возможности для сбора надежных и точных статистических данных
 - Определения
 - Межведомственные отношения
 - Статистика, ориентированная на регулирование спроса
 - Руководства, соответствующие процессы и инструменты
 - Документация
- Играть очень важную роль для мониторинга, оценки и стратегического развития сектора туризма



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

Спасибо за внимание!