



Rusya'da ekonomik ve sosyal durumun

Türkiye ve pazara olası yansımaları



RUSYA'DA EKONOMİK VE SOSYAL DURUMUN TÜRKİYE VE PAZARA OLASI YANSIMALARI

AKTOB ARAŞTIRMA BİRİMİ YAYINLARI - 2015/ 80

İmtiyaz Sahibi:

AKTOB Adına
Yusuf Hacısüleyman

Yayın Kurulu

Erkan Yağcı, Kaan K. Kavaloğlu, Erol Karabulut

Editör /Araştırma/ Tasarım

Erol Karabulut
AKTOB Ar-ge

**AKTOB
YÖNETİM KURULU**

Yusuf Hacısüleyman
Erkan Yağcı
Fikret Demirtürk
Tolga Cömertoğlu
Kaan Kaşif Kavaloğlu
Ece Tonbul Kilit
Aslı Ulukapı
Yeliz Gül Ege
Nihat Vural
Adnan Soyaslan
Mehmet Tümbül
Zafer Alkaya
Emir Demirci
Selçuk Akıltopu
Ahmet Çevik

İLETİŞİM

Adres:Gebizli Mah.Termessos Bulvarı.
Güngör Ahmet Yitmen İş Merkezi
No: 73/ A 07300 Muratpaşa ANTALYA

Tel: 90 242 321 39 94 / 95
Fax: 90 242 321 59 26 / 27

www.aktob.org.tr
arge@aktob.org.tr
info@aktob.org.tr



RUSYA'DA EKONOMİK VE SOSYAL DURUMUN TÜRKİYE VE PAZARA OLASI YANSIMALARI

İÇİNDEKİLER SAYFA

1. RUSYA'DA TURİZMİN GELİŞİMİ- ÖZET BULGULAR.....4-12

Yurtdışına seyahat eğilimleri
Türkiye ve rakip ülkelerin pozisyonu
Ekonomik ve sosyal durum
Rus tatilcilerin gelir kaynakları
Demografik durum ve değişimler
Nüfusun seyahate çıkma eğilimleri ve penatürasyonu

3

2. RUBLE'DEKİ DEĞER KAYBI VE SEYAHAT TALEBİ.....12-13

3. EKONOMİK- SİYASİ KRİZ VE 2015-2016 YANSIMALARI14

4. GÖSTERGELER VE ANALİZLER.....15-17

Rus tatilcilerin Türkiye'deki gecelemleri
Paket tur pazarı ve Türkiye eğilimleri
Türkiye'ye yönelik tatil davranışları
Nüfuz ve seyahat eden kitle
Türkiye'de destinasyon tercihleri
Rusya'da azalan nüfus projeksiyonları

Rusya'da ekonomik ve sosyal durumun
Türkiye ve pazara olası yansımaları
- Kısa özgeçmiş -



4

1-1990'larda, ekonomik ve siyasi nedenlerle dağılma yaşayan SSCB'den, Rusya Federasyonu adı altında bir yapıya geçildi.

2- 1990-2000 döneminde Türkiye ve Batı ülkeleri açısından, bir çok ülke ve pazar oluştu.

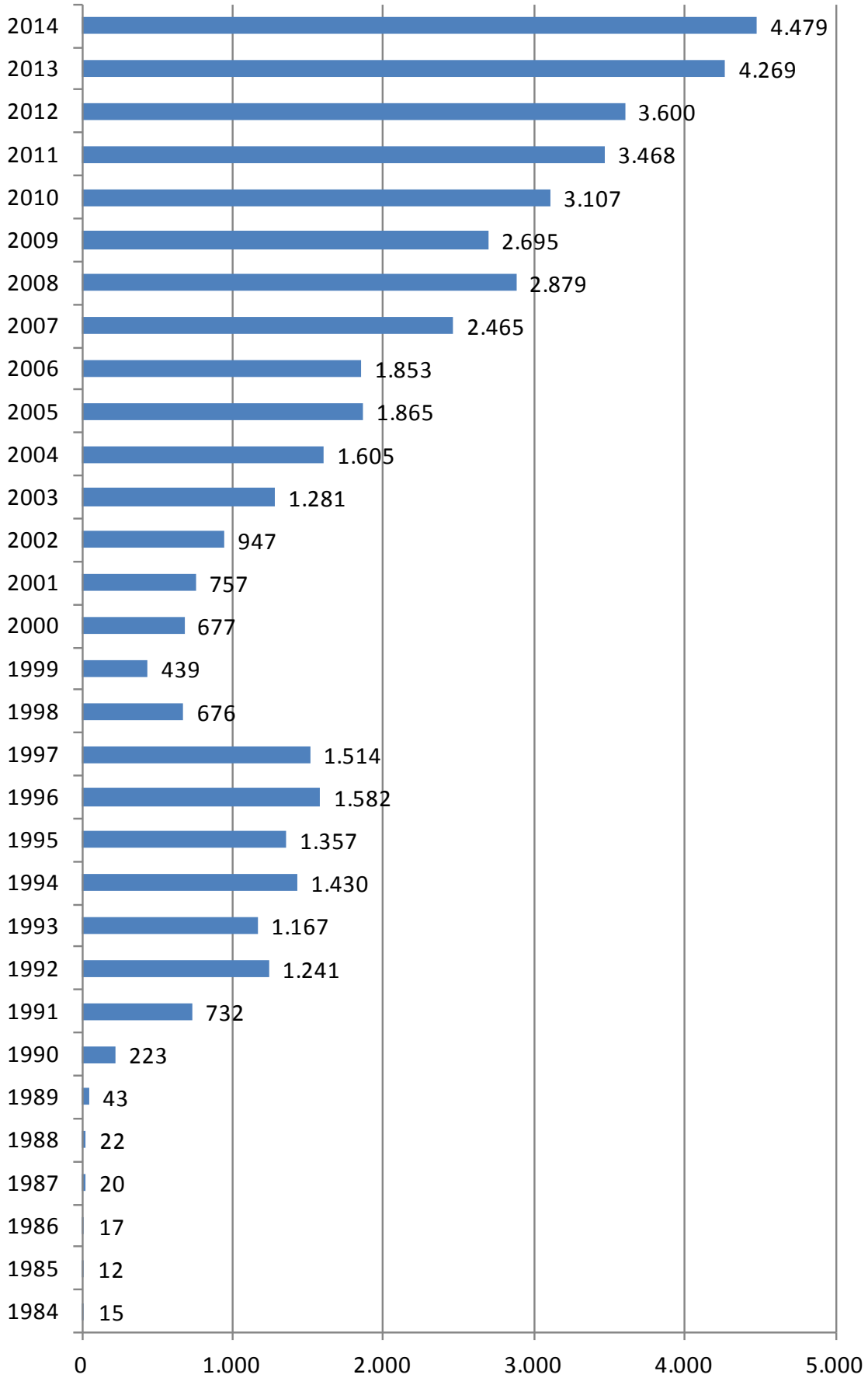
3- Pazarlardan biri de turizm oldu.

4- Tatil alışkanlığının yeni oluşmaya başladığı 1990'ların ortalarına doğru Türkiye tek başına öne çıkan ülke idi.

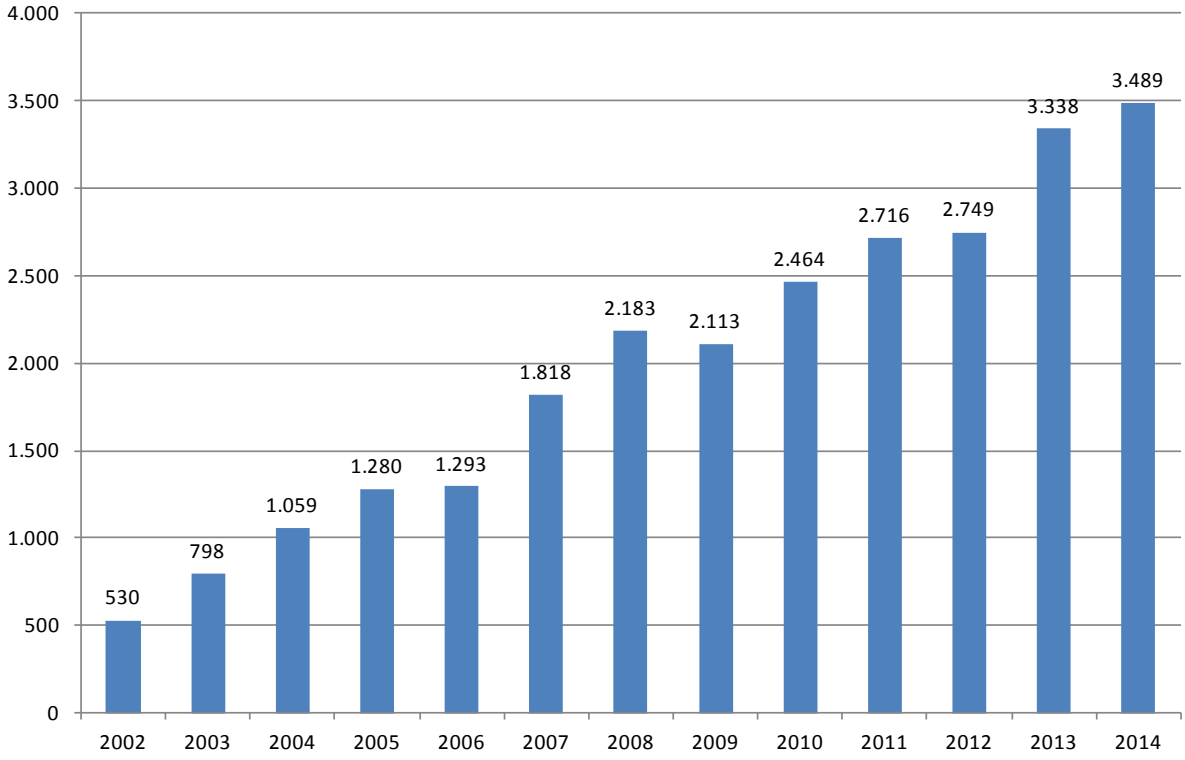
Bu dönemde hedefi yalnızca tatile çıkma olan kitlenin SEÇİM KRİTERİ birkaç unsurla sınırlı idi.(Güneş ve ekonomik fiyat gibi)

Tatil alışkanlığının kazandırılmaya başlandığı bu dönemde, Türkiye gibi pazara ilk girenler, aynı zamanda OLUŞAN MALİYETLERİ DE sineye çekmek durumunda kaldı. (Karşılığında yüksek ciro ve kar elde edilmiş olsa da)

Rusya'dan Türkiye'ye gelen ziyaretçi sayısı Bin Kişi



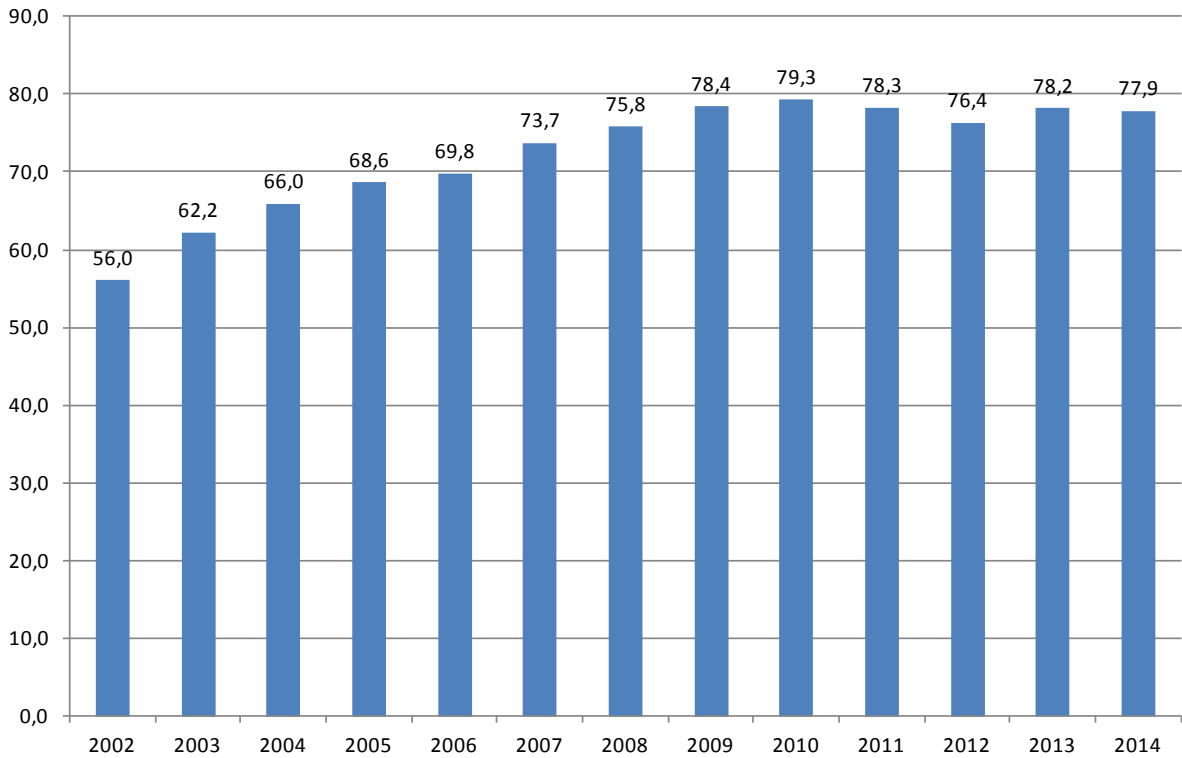
Rusya'dan Antalya'ya gelen ziyaretçi sayısı (Bin kişi)



6



Antalya'nın toplam Rus ziyaretçiden aldığı pay, %



Rusya ve Almanya'dan Türkiye'ye gelen ziyaretçiler, Bin Kişi

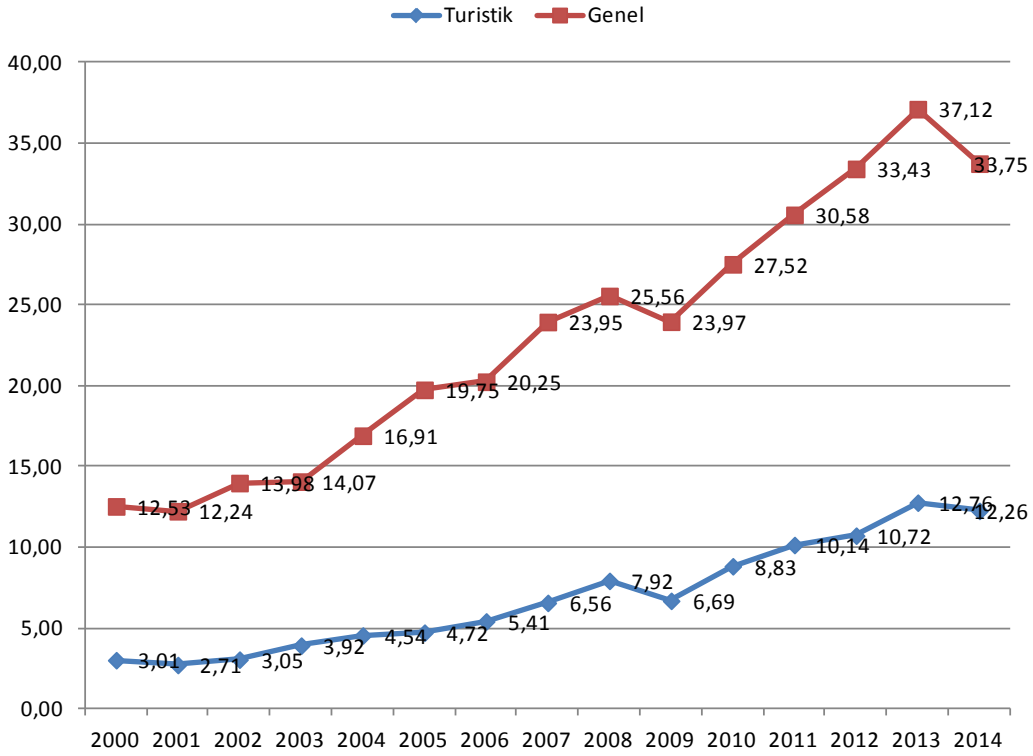
	Rusya F.	Almanya
1984	15	242
1985	12	300
1986	17	388
1987	20	524
1988	22	768
1989	43	897
1990	223	974
1991	732	780
1992	1.241	1.165
1993	1.167	1.119
1994	1.430	994
1995	1.357	1.656
1996	1.582	2.142
1997	1.514	2.339
1998	676	2.234
1999	439	1.389
2000	677	2.278
2001	757	2.884
2002	947	3.482
2003	1.281	3.332
2004	1.605	3.984
2005	1.865	4.244
2006	1.853	3.762
2007	2.465	4.150
2008	2.879	4.416
2009	2.695	4.488
2010	3.107	4.385
2011	3.468	4.826
2012	3.600	5.029
2013	4.269	5.041
2014	4.479	5.250

1998 yılına kadar Rusya, SSCB olarak gösterildi.

5- 2000'li yılların eğişinde talep ciddi biçimde uyarılmaya başladı. TATİL ALIŞLANLIĞI, TATİL KÜLTÜRÜ halini almaya başladı.

143 milyon nüfuslu ülkede seyahate katılım oranı da yükseldi. Pazara yeni aktörler de dahil olunca, SEÇİM KRİTERLERİ'nin sayısı da çoğaldı. Ulaşılabilir DESTİNAYON sayısı da arttı

Rusya'da seyahate katılım oranı, %* (Yurtdışı seyahatler/ ülke nüfusu)



* Oranların artışında, bazı yıllarda azalan nüfusun da matematiksel etkisi bulunmaktadır.

**Turistik amaçlı çıkış oranı, ana pazarımız olan Almanya'da % 77 dolayındadır.

6- 2000'lerle birlikte, yeni bir TATİL KÜLTÜRÜ oluşunca, seyahat eden sınıf ve kitlelerde AYRIŞMA yaşanmaya başladı. Bu arada kitle pazarı her yıl çift haneli büyümeye devam etti.

Bu büyüme, yapılan planların ötesinde ve ANİ denilebilecek şekilde yaşandı.

Yatırım ve pazarlama kararları, bu anormal büyüme planları üzerinden gerçekleşti, gerçekleşmekte.

Rusya'dan tatil amaçlı çıkışlardan ülkelerin aldıkları paylar, %*

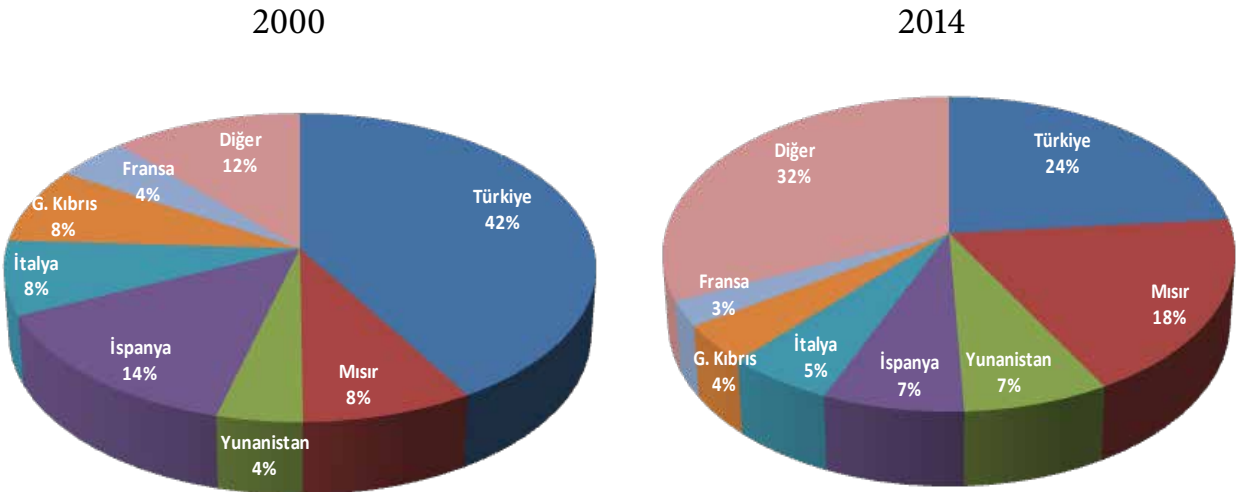
	2000	2006	2014
Türkiye	41,51	34,54	23,54
Mısır	8,35	21,13	18,42
Yunanistan	4,17	4,65	7,30
İspanya	14,06	5,76	7,05
İtalya	7,76	5,75	5,37
G. Kıbrıs	7,98	2,65	3,94
Fransa	4,47	3,25	2,60
Diğer	11,71	22,26	31,79

*tahmini paket tur üzerinden dağılım.

9



Rusya'dan tatil amaçlı çıkışlardan ülkelerin aldıkları paylar, %*





7- Rusya'yı ciddi biçimde sarsan 2008-2009 küresel krizi, izleyen "Arap Baharı" süreci ve beraberinde son bir yılda yaşanan ekonomik krizle birlikte pazarda yeniden dengelerin değiştiği gözlenmeye başladı.

8- Yaşanan ve yaşanmakta olan darboğazlar, krizler, Rusya pazarında oluşan köpüğün sönmesine yol açıyor. Bu sönme süreci 2 açıdan gerçekleşiyor:

a) 2008'den bu yana gelen ekonomik sorunlarla, önceleri balonlaşan gelirlerin (özellikle de finansal) ciddi biçimde erimesi.

b) Turizm pazarındaki dengesiz ve ani büyümenin, çalkalanmanın getirdiği köpükleşmenin ekonomik, sosyal ve siyasi (Rusya'nın dünya gücü imajı ve yapabilirliği) nedenlerle durulması.

Rusya'da kişilerin gelir kaynaklarındaki dağılım değişti? (Gelir kaynaklarının toplam içindeki payı,%)*

	2000	2005	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Ücret	62,8	63,6	68,4	67,3	65,2	65,6	65,1	65,3	67,1
Sosyal transfer	13,8	12,7	13,2	14,8	17,7	18,3	18,4	18,6	18
Girişimcilikten	15,4	11,4	10,2	9,5	8,9	8,9	9,4	8,6	7,8
Mülkiyet geliri	6,8	10,3	6,2	6,4	6,2	5,2	5,1	5,5	5,1
Diğer	1,2	2	2	2	2	2	2	2	2
Toplam	100	100	100	100	100	100	100	100	100

*Gelirin kaynakları açısından; girişimci-finansal gelirler ile mülkiyete dayalı gelir paylarının azaldığı, ücret ve sosyal transferlerin-yardımların arttığı gözlenmektedir.



9- Bu manzara ve gerçekler altında, 2015 ve ötesi için Rusya pazarında yaşanacak olası durumlar şöyle özetlenebilir:

a) Ekonomik ve siyasi köpürmenin durulması ile birlikte, Rusya'da iktisadi ve sosyal sınıf davranışlarının, özellikle de tatilci davranışlarının; oluşmaya devam eden, TATİL KÜLTÜRÜNÜ farklı bir boyuta götürmesi, tercihleri turizm şirketleri açısından daha taşınabilir, sürdürülebilir hale getirmesi,

b) Güç ve kapasiteleri farklı olsa da; Türkiye, İspanya, Yunanistan, Mısır gibi pazarda rekabet eden ülkelerin köpüğün sönüm noktasına göre kendini yeniden regüle etmesi,

c) Özellikle Mısır'ın bir kısmı dönemsel, genelini de sürekli hale getirdiği, teşvik ve desteklerin yaygın uygulama halini alması pek beklenmese de bazılarının KURAL olarak benimsenmesi,

d) İran'a olan ambargoların kaldırılması anlaşması, Suriye'ye yönelik bakış açılarının değişmesi süreçlerinde görüldüğüm gibi; görüntü olarak turizm dışında izlenimi veren ancak sonuçları itibariyle doğrudan etkide bulunan siyasi uzlaşmaların artması ve Türkiye'nin rol alma çalışmalarının artması,

e) Büyük oranda Rusya'daki gelişmeye bakılarak yapılan yatırım ve planların, orta ve uzun vadede, geri dönüş açısından sıkıntı içine girmesi gibi nedenlerle, ekonomik ederinin altında pazarlanması (ki bu süreç yıllardır tartışma konularının başında gelmektedir.)

f) Turistler açısından uzun yıllar bölgede Türkiye'nin en güvenli limanların başında gelmesi, hizmet içeriğinin zenginliği ve ekonomi gibi nedenlerle oluşan avantajların devam etmesi beklenebilir. Ancak, son yıllarda Rusya'da 1 milyona yaklaşan ve aşan volumlere gelen pazar sayısının çoğalması ve onların da benzer çalışmalara niyetlenmesi, müşteri tip ve tercihlerinin AYRIŞMASINA yol açması.

10- Tüm bu vb açılardan, bu yıl Rusya'da yaşanan düşüşün yalnızca Türkiye ile sınırlı olmadığına da dikkate alınıp, 20 yılın son 10 yılında oluşan köpük ve şirket iflaslarının durumu da hesap edildiğinde, kriz diye tabir edilen durumun aslında yeni ve istikrarlı bir dengeye giden sürecin başlangıcı olarak kabul edilmesi iktisadi ve siyasi olarak, daha tutarlı görünmektedir. (Elbette pazarın doğuş yıllarında katlanılan MALİYETLER, bu yeni dönemde de öncelikle Türkiye'nin üstleneceği gibi bir izlenim de vermektedir.)



Rusya'da ekonomik krizler, Ruble'nin değer kaybı ve Turizme etkileri (2000-2015)

Rusya'da yurtdışına olan seyahat talebi, Dolar /Ruble paritesindeki değişimlerden net biçimde etkileniyor.

İzleyen 3 grafikte, bu eğilimler gösterilmektedir.

Son 20 yılda Ruble'nin Dolar karşısında aşırı değer yitirdiği 3 önemli dönem yaşandı, yaşanmakta. 1. grafikte de görüldüğü gibi,; 1990'ların ortalarında yaşanan ekonomik kriz, 2008-2009 küresel krizinde görülen dalgalanma ve son olarak 2014 sonlarında başlayan ve kısmen Ocak 2015 sonuna kadar gözlenen aşırı değer düşüşü şeklinde özetlenebilir.

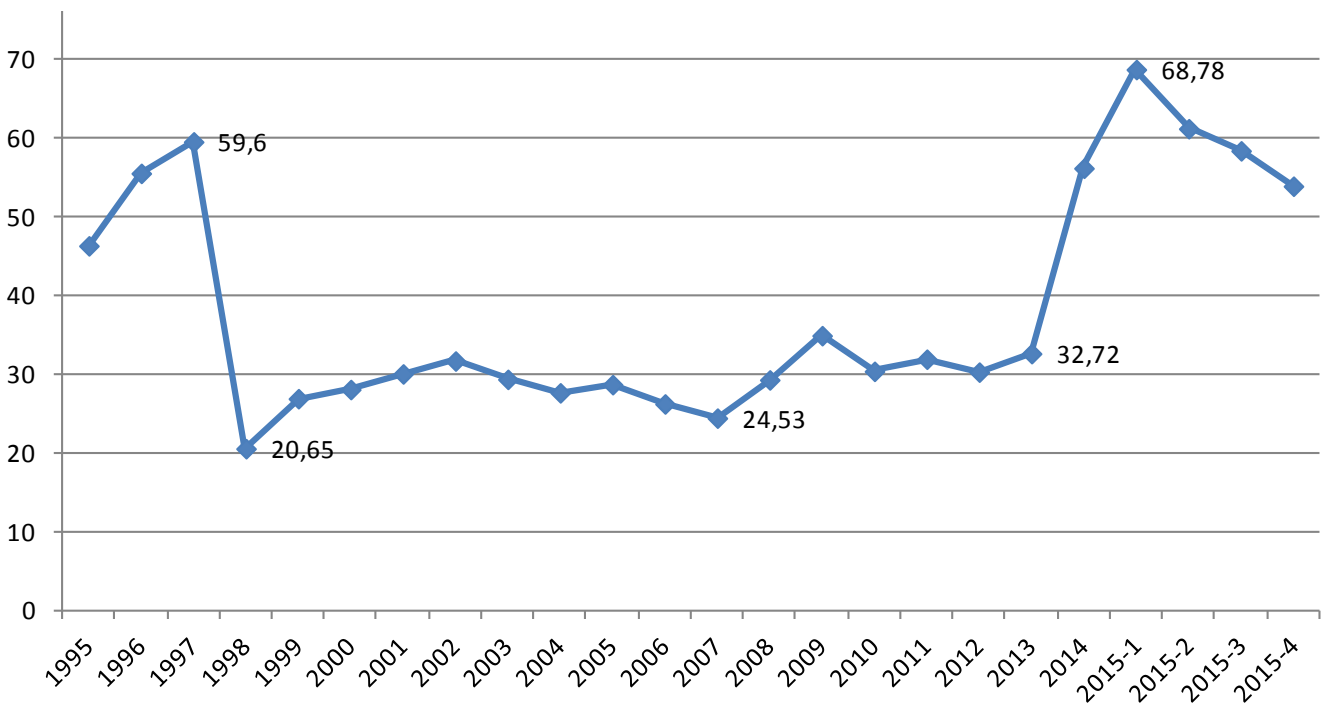
Kurdaki bu oynamalar ve kayıpların Rusya'dan yurtdışına ve Türkiye'ye olan çıkışları ciddi oranda etkilediği, 2. ve 3. grafiklerde ortaya konmaktadır.

2014 sonlarında yaşanan ve halen görece düşük derecede devam eden yüksek oranlı kayıpların, 2015 yılı turist beklentilerini geçmiştekinden daha fazla etkilemesi beklenmelidir.

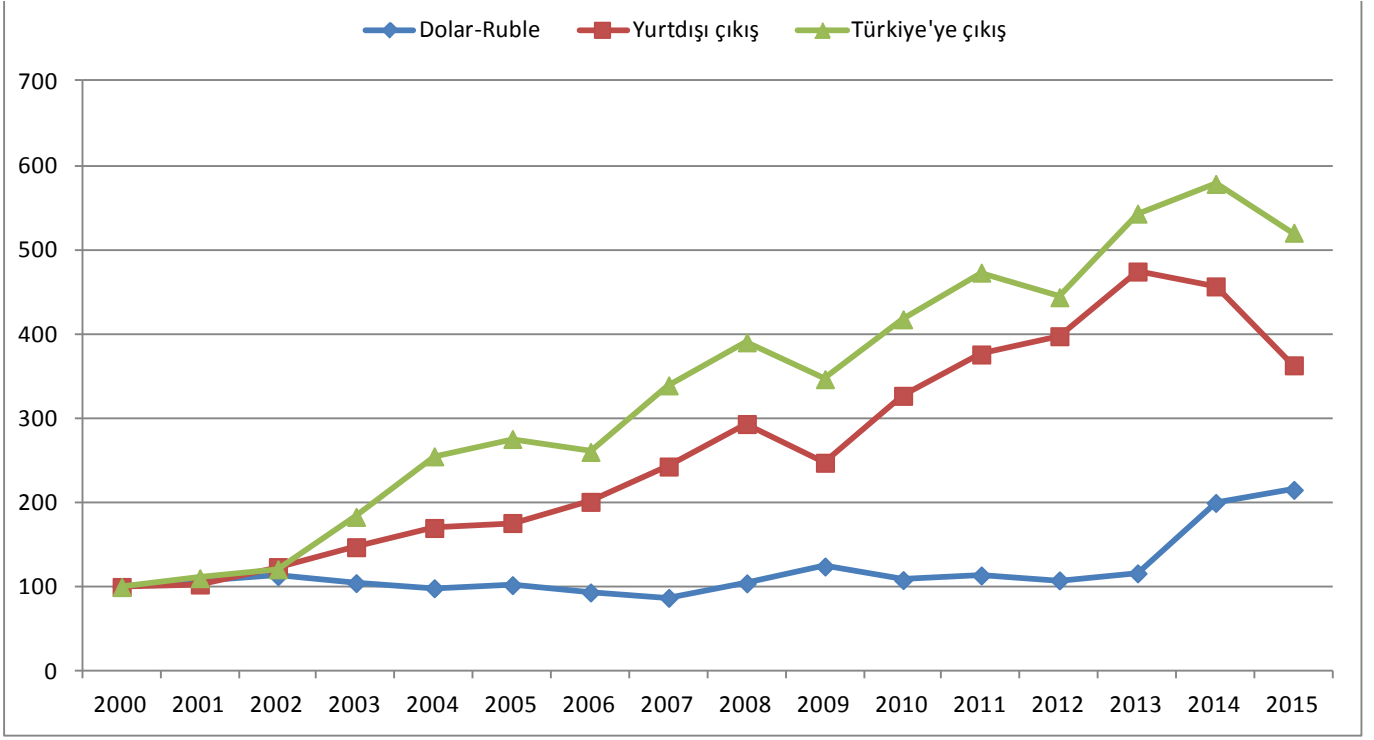
12



ABD Doları / Ruble eğilimleri (1995-2015)

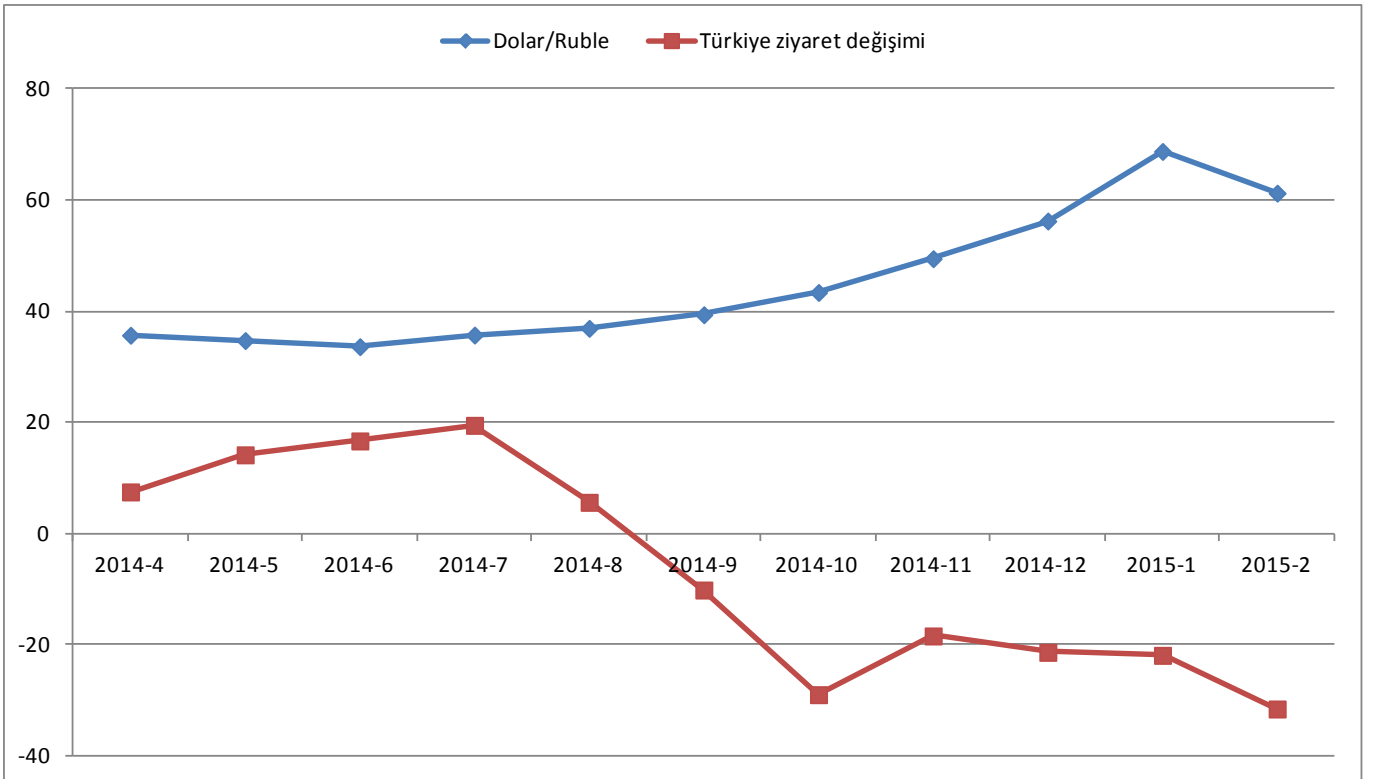


ABD Doları / Ruble eğilimleri, yurtdışı çıkışlar ve Türkiye'ye seyahat eğilimleri (2000=100)



13

2014 sonu ve 2015 başlarında ABD Doları / Ruble paritesi ve Türkiye'ye seyahat artışları



2015 ve 2016 büyüme senaryoları ve turizm için anlamı

Rusya'nın 2014 başından bu yana yaşamakta olduğu; Ukrayna, Kırım siyasi krizleri ve yaptırımlarla, 2014'ün sonlarına doğru başlayan petrol fiyatları gerilemesi ve devalüasyon süreçleri, 2015 ve 2016 için önemli sonuçlar üretecek.

Ekonomik kalkınması, ihracatı ve döviz gelirleri genelde petrol arzına bağlı olan ülkede 2015 ve 2016 için iyi ve kötümser olmak üzere 2 senaryo konuşuluyor.

1-Varolan iktisadi durumun ve göstergelerin değişmemesi durumunda; son 3 yılda 2 trilyon Dolar düzeyine oturan milli gelirin, 2015'te ortalama % 4 daralması bekleniyor. 2016 yılı için beklenti ise % 1 dolayında küçülme.

Böylece Rusya'nın 2015 ve 2016'da kaybedeceği gelirin 100 ila 125 milyar Dolar olması bekleniyor.

2-Petrol fiyatlarının yeniden yükselmesi,

yaptırımların kalkması şeklinde ortaya konan senaryoya göre Rusya milli geliri gelecek 2 yılda 50 ila 60 milyar Dolar'lı bir daralma yaşayacak.

Turizm açısından bu senaryolara bakılırsa şöyle bir durum ortaya çıkabilir:

Rusya'nın 50 milyar Dolar'ı bulan yurtdışı seyahat harcamaları, milli gelirin % 2,5'lük dilimine denk düşüyor.

Yani iyimser senaryoya göre; gelecek 2 yılda kaybedilecek milli gelir düşüşü, yurtdışı seyahat harcamaları kadar bir büyüklüktür.

Kötümser daralmaya göre ise kaybedilecek olan 100 milyar Dolar'lık milli gelir ise yurtdışı harcamaların 2 katı büyüklüğündedir.

Rusya'da milli gelir ve yurtdışı seyahat harcamaları (Milyar Dolar)

	Milli gelir	Yurtdışı seyahat harcaması	Seyahat harcaması / Milli gelir, %
2002	306	11,3	3,7
2003	345	12,9	3,7
2004	430	15,7	3,7
2005	591	17,8	3,0
2006	764	18,2	2,4
2007	990	22,3	2,3
2008	1300	23,8	1,8
2009	1660	20,9	1,3
2010	1223	26,7	2,2
2011	1524	32,9	2,2
2012	1904	42,8	2,2
2013	2017	53,5	2,7
2014	2096	50	2,4



- Ek analizler -

Geceleme davranışları

Ruslar, gecelemelemlerinin % 89'unu konaklama tesislerinde yapmaktadırlar. Bu oran Türkiye'nin ana pazarları içinde en yüksek seviyedir. Son 10 yılda, Rusların özellikle tatil köylerindeki gecelemelemlerinde ciddi bir sıçrama olmuştur. Gecelemelemlerin % 10'unu tatil köyelerine yapar hale gelen Ruslar, aynı zamanda belgeli tatil köyelerinin ana müşterisi konumundadır.

-Türkiye'deki tatil köyelerinde yapılan gecelemelemlerin % 65'i Ruslar tarafından gerçekleştirilmektedir.

-Antalya'daki tatil köyü gecelemelemlerinin % 75'i Ruslar tarafından gerçekleştirilmektedir.

Rus Turist gecelemelemlerinin dağılımı, % Tesislere göre dağılım, %

	2005	2014
Otel	81,1	75,1
Tatil köyü	2,7	10,1
Arkadaş, Akraba evi	7,4	5,8
Kendi evi	1,9	3,4
Motel	3,0	2,8
Kiralık ev	1,7	1,6
Pansiyon	1,5	0,8
Hostel, Gençlik ve Tatil Kampı	0,2	0,2
Ulaşım aracında	0,1	0,2
Kamp/Karavan	0,1	0,1
Diğer	0,3	0,03
Toplam	100,0	100,0

Gecelemelemlerin ülkeler ve tesis bazında sıralaması O tesiste en fazla geceleme yapanların dağılımı, %

	OTEL	MOTEL	TATILKÖYÜ	PANSİYON
1	Almanya	Rusya	Rusya	Rusya
2	Rusya	Ukrayna	İngiltere	Almanya
3	İngiltere	Almanya	Ukrayna	Bulgaristan
4	Hollanda	İran	Fransa	İran
5	İran	İngiltere	Hollanda	Fransa



Paket turlar

Ruslar, paket tur kullanım oranında, ana pazarlar içinde en yüksek seviyeye sahiptir.

Türkiye'ye gelen Ruslar'ın % 80'i paket turları kullanmaktadır. Bu oran Almanya, İskandinav ülkeleri ve Avrupa genelinde % 60 ila % 75 arasındadır.

Pazarlara göre paket tur kullanım oranları, %

Ülkeler	2005-2014
ortalaması	75,1
Rusya Federasyonu	79,7
Belçika	66,0
Ukrayna	63,1
Almanya	61,1
Danimarka	60,5
İsveç	59,2
İspanya	57,4
İngiltere	57,1
Hollanda	56,8
İsrail	55,2
A.B.D.	53,6
Fransa	52,3
Avusturya	51,7
İtalya	50,3
İsviçre	47,3

Tatil davranışı

Ruslar, aynı zamamnda, esas geliş amacı tatil yapmak olan ziyaretçiler içinde en yüksek katılım oranına da sahiptir.

Ülkemize gelen yabancıların, tatil amaçlı ziyaret payı % 62 dolayında iken, bu oran Ruslar'da % 89-90 düzeyindedir.

Rusların geliş amaçları, %

	2005	2014
Tatil, sportif ve kültürel faaliyetler	77,0	89,3
Alışveriş	8,5	3,6
İş amaçlı	7,4	3,4
Yakınları ziyaret	3,7	3,2
Sağlık	0,7	0,2
Dini	0,5	0,1
Diğer	2,2	0,1



Nüfus ve kitle

Ruslar, genç ve çocuk kitlenin, tatile katılımında en yüksek orana sahiptir. Ülkemize gelen Rus tatilecilerin % 33'ünü çocuk ve genç kuşaklar oluşturuyor. Ülkemize gelen yabancıların % 25'i bu kategoride yer alırken, bu oran Alman pazarında % 26 dolayındadır.

Rus tatilecileri yaş gruplarına göre dağılımı, %

	Rusya	Almanya	Ortalama
Çocuk+genç (0-24 yaş)	33,83	26,72	25,09
Yetişkin (25-64 yaş)	64,79	62,01	66,09
Yaşlı (65 ve üzeri)	1,38	11,27	6,14

Destinasyon tercihi

Ruslar, tatil amaçlı ziyaretlerde öncelikle Antalya'yı tercih ediyorlar. Antalya bugün Rusların % 78'ine ev sahipliği yapıyor. Geçen 10 yıl içinde Rusya pazarındaki artışın tamamının Antalya'ya yöneldiği söylenebilir.

17

Rus tatilecilerin illere göre dağılımı, %

	2002	2012	2013	2014
ANTALYA	56,2	76,4	78,2	77,9
İSTANBUL	30,6	14,9	13,4	13,2
EGE	8,6	6,0	6,2	6,7
DiĞER	4,6	2,7	2,2	2,2

Orta sınıfların geleceği

Rusya üzerine yapılan önemli uyarılardan biri de nüfusun giderek düşüyor olması. Doğurganlık oranının gerilediği ülkede nüfusun 2020 yılına kadar 143 milyondan 130 milyona düşmesi bekleniyor.

Yurtdışı çıkışların ekseriyetini yapan 25-54 yaş grubu kitlenin sayısının da bu dönemde 65 milyondan 47 milyona gerilemesi bekleniyor.

Diğer yandan nüfusun % 60'lık kısmını oluşturan orta gelirli grubun, yaşanan krizlerden en fazla etkilenen kesim olacağı da belirtiliyor ki, bu da seyahat talebinde önemli değişimler yaratacaktır.



Rusya'da ekonomik ve sosyal durumun
**Türkiye ve pazara
olası yansımaları**

