

MÜZİK YAYINLARI ARAŞTIRMASI OTEL MÜŞTERİLERİ RAPORU

Tarih: MART 2023

Ref No: B2022P038KN

BAREM



T.C. KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın desteği ile hazırlanan bu projenin içeriği hiçbir surette Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın görüşlerini yansıtmamakta olup, içerik ile ilgili tek sorumluluk MESAM (Türkiye Musiki Eseri Sahipleri Meslek Birliği) ve MSG (Musiki Eseri Sahipleri Grubu Meslek Birliği) ile BAREM Pazar Araştırma ve Danışmanlık şirketine aittir.

BAREM



Ulusal Kalite Başarı Ödülü alan ilk araştırma şirketi. Yüksek kaliteli araştırma hizmetleri sunma konusundaki iddiamızı belgelerimizle destekliyoruz.

Müşterilerimiz için benimsediğimiz ve kullanmakta olan sistemlerimiz düzenli bir şekilde yerel ve uluslararası gözlemci ve denetimciler tarafından gözden geçirilmekte ve onaylanmaktadır.

TC Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından Proje Verimlilik Ödüllerinde 2019 yılında Başarı Ödülü ve 2021 yılında Birincilik Ödülüne layık görülmüştür.





- **Araştırma Hakkında**
 - Amaçlar ve Kapsam
 - Araştırma Aşamaları
 - Hedef Kitle ve Metodoloji
- **Yönetici Özeti**
- **Araştırma Bulguları**
 - Otelde Konaklayan Katılımcıların Profili
 - Otel Odası & Otel Ortak Alanlarında Geçirilen Zaman

Amaçlar ve Kapsam

Bu araştırma MESAM ile MSG'nin birlikte yürüttüğü lisanslama faaliyetleri doğrultusunda otel müşterilerinin TV/ Radyo takiplerini ölçmek, otel ortak alanlarında buldukları süreyi öğrenmek ana amacı ile gerçekleştirilmiştir.

Bu ana amaca dönük olarak aşağıdaki konular ele alınmıştır:

- Konaklanan otelde TV/ Radyo kullanımı
- Günlük ortalama TV/ Radyo kullanımı
- TV'de izlenen içerik
- Otel ortak alanlarında günlük geçirilen ortalama süre
- Demografik profil

Araştırma Aşamaları

BAREM



Hedef Kitle ve Metodoloji

- **Kantitatif** olarak yürütülen araştırmanın hedef kitlesi;
 - Son 5 yıl içerisinde tatil veya iş amaçlı otelde konaklayan,
 - 18 yaş ve üzeri,
 - Kadınlar ve erkeklerdir.
- **CAWI** (Bilgisayar Destekli Online Anket) yöntemi ile tamamlanan anketler, 28 Temmuz – 10 Ağustos 2022 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Anket süresi ortalama 5 dakikadır.
- **Anketler**, Türkiye NUTS1 bölgeleri temsili, online panel üzerinden araştırma kriterlerine uyan kişiler tarafından tamamlanmış, toplam 1002 anket gerçekleştirilmiştir.

Örneklem Büyüklüğü



1002 görüşme

Görüşme Yöntemi



CAWI (Bilgisayar Destekli
Online Anket)

Görüşme Süresi



5 dakika

Görüşme Takvimi



28 Temmuz-10 Ağustos 2022

Sorular	İrdelenen sorular, ilgili slaytların en altında yer almaktadır.
Baz	Bir soruya yanıt veren kişi sayısıdır.
Anlamlılık Testi	<p>Her bir hedef gruba mensup katılımcılardan alınan yanıtlar arasında, istatistiki olarak anlamli bir fark olup olmadığını belirleyen analizdir. Araştırma kapsamında uygulanan anlamlılık testleri, %95 güven aralığında artı/eksi % 5 hata payı ile uygulanmaktadır.</p> <p>İlgili gruplar içinde diğerlerinden istatistik açıdan anlamlı olarak daha yüksek olan gruplar yeşil renkle boyanarak gösterilmiş, slaytların altında dipnot ile belirtilmiştir.</p>

Yönetici Özeti

BAREM



- Yönetici Özeti

Yönetici Özeti

Sunuş

Otel müşterileri ile online olarak yürütülen **Müzik Yayınları Araştırmasına**, Türkiye temsili toplam 1002 otelde konaklayan kişi katılmıştır. Araştırmadan elde edilen bulgular rapor içerisinde ayrıntılı olarak verilmiş, bu bölümde ise yönetici özeti olarak sunulmuştur.

Otelde Konaklayan Katılımcıların Profili

- Araştırmaya katılanların yarısı kadın, yarısı erkektir.
- Katılımcıların %48'i 25-44 yaş aralığındadır. Tüm katılımcılar arasında yaş ortalaması 39'dur.
- AB (%57) ve C1 (%26) olmak üzere; üst ve orta üst sosyo-ekonomik sınıfta yer alanların oranı %83'dür.
- Araştırmaya katılanların büyük bir çoğunluğu (%65) yüksekokul ve üzeri bir eğitim düzeyine sahiptir.
- Araştırmaya katılanların %64'ü sadece tatil amaçlı, %23'ü hem tatil hem iş amaçlı, %13'ü sadece iş amaçlı olmak üzere genellikle son 2 yıl içerisinde otelde konaklamışlardır (Son iki yılda tatil amaçlı konaklayanlar: %83, iş amaçlı konaklayanlar: %88).

Yönetici Özeti

Otel Odası & Otel Ortak Alanlarında Geçirilen Zaman

- Otelde konaklayanların %92'si otel odasında bulunan TV/ Radyoyu kullandığını belirtmiştir.
- TV/ Radyo günlük kullanım süresi 1-2 saat olanların oranı %71'dir. Tüm katılımcılar arasında ortalama kullanım süresi 2 saat 11 dakikadır.
- Otel odasında TV/ Radyo kullananlar arasında SES gruplarının ortalama süreleri incelendiğinde, AB (2:04), DE (1:59) SES gruplarının birbirlerine yakın ve C1 (2:22), C2 (2:25) SES gruplarının birbirlerine yakın süre ortalamalarında TV/ Radyo kullandığı saptanmaktadır.
- Otel odasında TV kullananlar arasında en çok haberler/ ekonomi haberleri takip edilmektedir (%74). TV'den müzik dinleyenler %63'dür (Araştırmaya katılanlar arasında %57).
- Otel odasında TV kullananlar arasında izlenen kanal içeriklerinde; erkekler (%78) kadınlara (%70) göre haberler/ ekonomi haberlerini anlamlı olarak daha yüksek oranda takip etmekte; kadınlar ise erkeklere göre anlamlı olarak daha yüksek oranlarda müzik dinlemekte (Kadın:%70, Erkek: %56) ve dizi izlemektedir (Kadın:%62, Erkek: %48).
- Tüm katılımcılar arasında, günlük olarak, otel ortak alanlarında 3-4 saat arası zaman geçirdiğini belirtenler %28, 5-6 saat zaman geçirdiğini belirtenler %24'dür. Otel ortak alanlarında geçirilen günlük ortalama süre 4 saat 26 dakikadır.
- Ortalama süreler incelendiğinde; 45 yaş ve üzeri yaş grubunun otel ortak alanlarında daha fazla zaman geçirdiği gözlemlenmektedir (4 saat 40 dk.)
- SES grupları arasında otel ortak alanlarında en çok zaman geçiren 4 saat 48 dakika ortalama süre ile C1 SES grubudur.

Araştırma Bulguları

BAREM



- Otelde Konaklayan Katılımcıların Profili
- Otel Odası & Otel Ortak Alanlarında Geçirilen Zaman

Otelde Konaklayan Katılımcıların Profili

BAREM

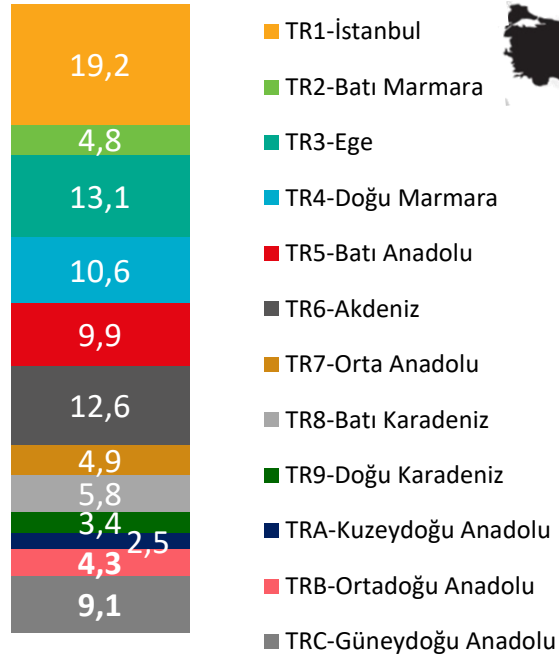


- Demografi
- Otelde Konaklama Amacı & En Son Konaklanan Yıl

Otelde Konaklayan Katılımcıların Profili

Demografi

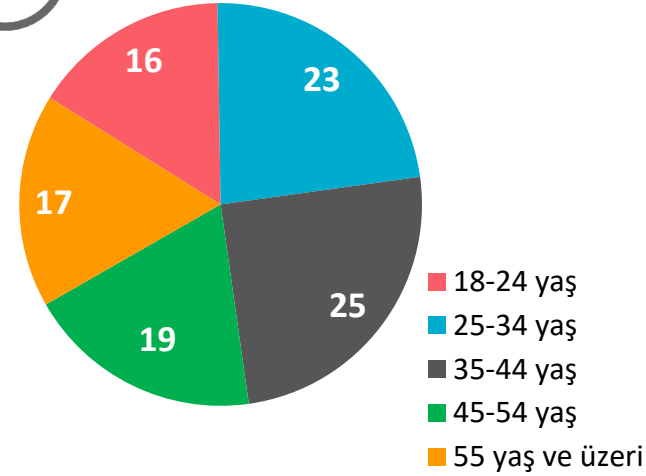
NUTS1* (%)



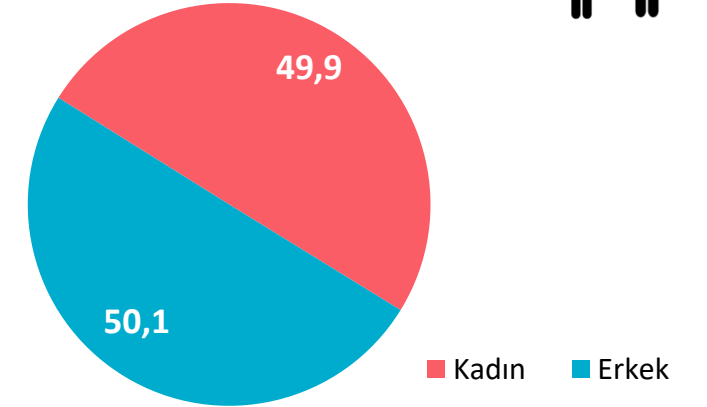
Yaş (%)

Ortalama Yaş

39



Cinsiyet (%)



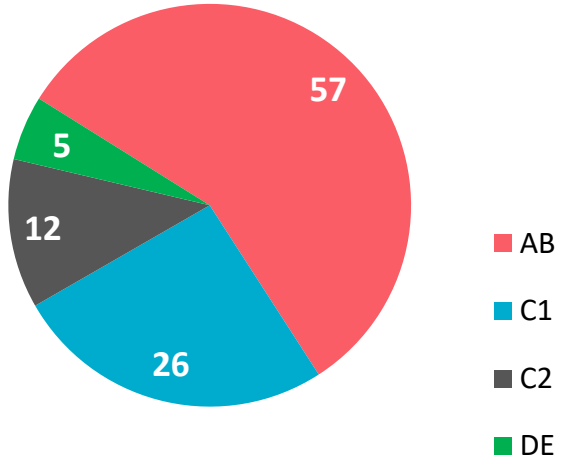
* Nomenclature of Territorial Units for Statistics (İstatistik Bölge Birimleri Sınıflandırması)

* Örneklem, yaş dağılımında ufak orantısal farklılıklarla, Türkiye temsili olarak (NUTS1, yaş ve cinsiyet) gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya NUTS1 bölgelerinde toplam 70 ilden katılım gerçekleştirilmiştir.

Otelde Konaklayan Katılımcıların Profili

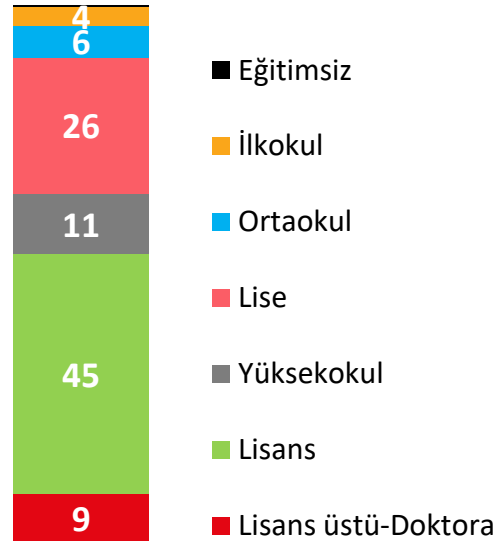
Demografi

SES* (%)

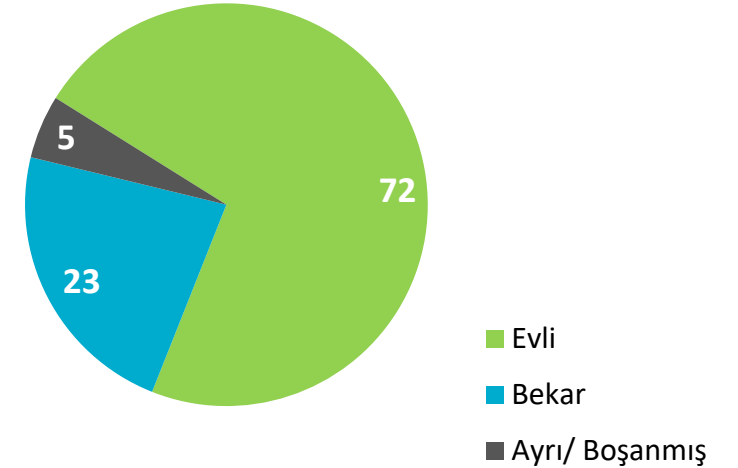


* Sosyo ekonomik statü

Eğitim (%)



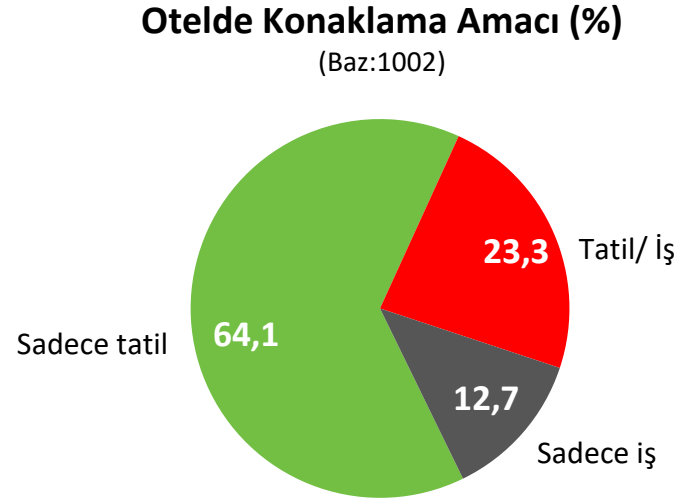
Medeni Durum (%)



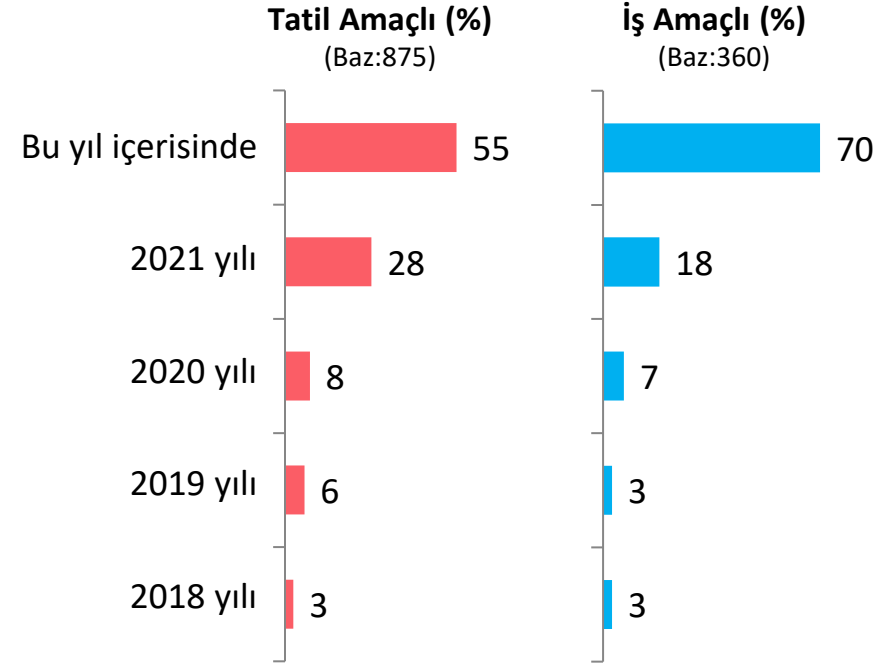
Otelde Konaklayan Katılımcıların Profili

Otelde Konaklama Amacı & En Son Konaklanan Yıl

- Araştırmaya katılanların %64'ü sadece tatil amaçlı otelde konaklamıştır.
- Tatil amaçlı otelde konaklayanların %83'ü, iş amaçlı konaklayanların %88'i son 2 yılda otelde kaldıklarını belirtmiştir.



Otelde En Son Konaklanan Yıl



Otel Odası & Otel Ortak Alanlarında Geçirilen Zaman

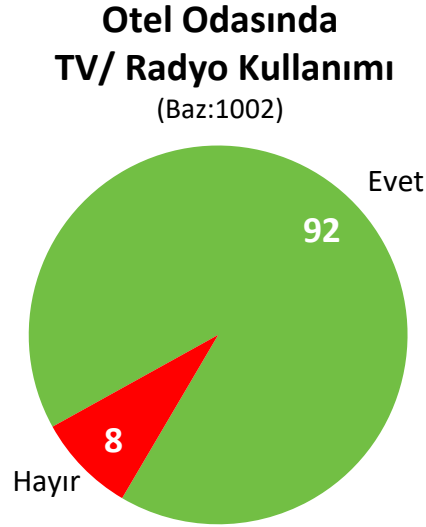
BAREM



- Otel Odasında TV/ Radyo Kullanımı & Ortalama Kullanım Süresi
- Otel Odasında TV'de İzlenen Kanalların İçeriği
- Otel Ortak Alanlarında Geçirilen Günlük Ortalama Süre

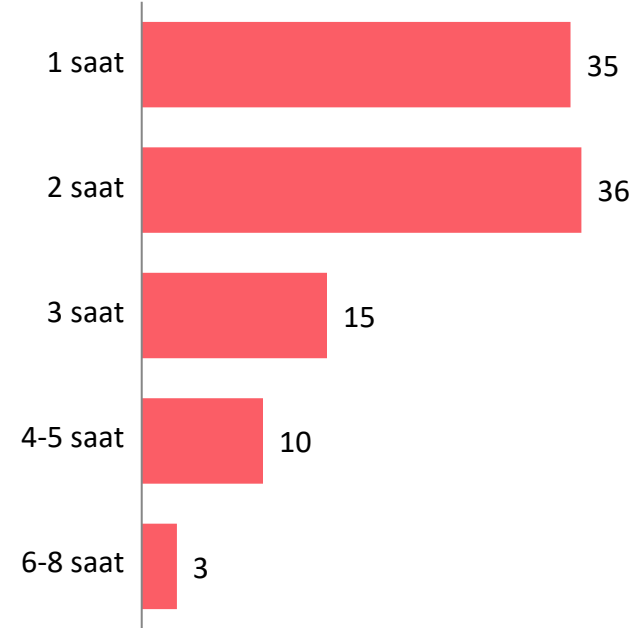
Otel Odasında TV/ Radyo Kullanımı & Ortalama Kullanım Süresi

- Otelde konaklayanların %92'si otel odasında bulunan TV/ Radyoyu kullandığını belirtmiştir.
- TV/ Radyo günlük kullanım süresi 1-2 saat olanların oranı %71'dir.
- Tüm katılımcılar arasında ortalama kullanım süresi 2 saat 11 dakika olarak tespit edilmiştir.



Otel Odasında Günlük TV/ Radyo Kullanım Süresi (%)

(Baz:917)



Ortalama Süre

2 saat 11 dakika

S1. Konakladığınız otel odalarında bulunan televizyon veya radyoyu kullanır mısınız?

S2. Son seyahatinizi de düşünerek, genel olarak otel odasında bulunan TV/ Radyoyu tahminen günlük ortalama kaç saat izlediğinizi öğrenebilir miyiz? Lütfen saat olarak belirtir misiniz?

Otel Odasında TV/ Radyo Kullanımı & Ortalama Kullanım Süresi

Demografi & Konaklama Amacına Göre (%)

- 18-24 yaş grubundaki gençler otel odasında diğer yaş gruplarına nazaran daha az TV/ Radyo kullandığını belirtmiştir (%84).
- Otel odasında TV/ Radyo kullananlar arasında SES gruplarının ortalama süreleri incelendiğinde, AB (2:04), DE (1:59) SES gruplarının birbirlerine yakın ve C1 (2:22), C2 (2:25) SES gruplarının birbirlerine yakın süre ortalamalarında TV/ Radyo kullandığı saptanmaktadır.

TV/ Radyo Kullanımı	Tüm Katılımcılar	CİNSİYET		YAŞ GRUPLARI					SOSYO-EKONOMİK STATÜ (SES)				KONAKLAMA AMACI	
		Kadın	Erkek	18-24	25-34	35-44	45-54	55+	AB	C1	C2	DE	Tatil	İş
Baz	1002	500	502	159	231	250	190	172	571	259	120	52	875	360
Evet	92	91	92	84,3	92,6	93,2	93,7	91,9	93,7	86,9	92,5	88,5	91,3	95,3
Hayır	8	9	8	15,7	7,4	6,8	6,3	8,1	6,3	13,1	7,5	11,5	8,7	4,7
TV/ Radyo Ortalama Kullanım Süresi														
Baz	917	455	462	134	214	233	178	158	535	225	111	46	799	343
1 saat	35,4	34,5	36,4	39,6	40,7	36,1	30,3	29,7	38,7	30,7	25,2	45,7	35,9	33,5
2 saat	36,3	33,8	38,7	32,1	35,5	33,5	42,7	38	35,5	37,8	37,8	34,8	36,8	37
3 saat	15,3	17,4	13,2	14,2	12,1	15,9	14,6	20,3	15,1	14,7	20,7	6,5	14,8	17,2
4-5 saat	10	10,8	9,3	10,4	8,4	12,9	7,9	10,1	8,4	12,4	12,6	10,9	9,9	8,7
6-8 saat	2,9	3,5	2,4	3,7	3,3	1,7	4,5	1,9	2,2	4,4	3,6	2,2	2,6	3,5
Ortalama Süre (saat:dk)	2:11	2:15	2:07	2:13	2:05	2:11	2:14	2:14	2:04	2:22	2:25	1:59	2:09	2:13

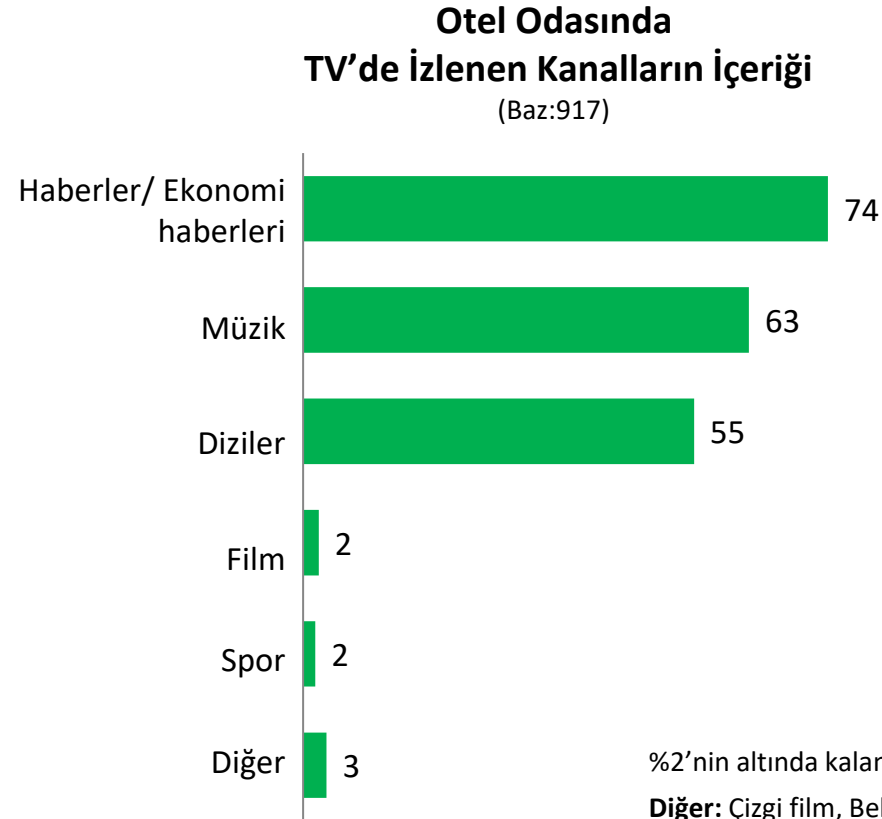
■ İstatistiki açıdan anlamlı olarak daha yüksek

S1. Konakladığınız otel odalarında bulunan televizyon veya radyoyu kullanır mısınız?

S2. Son seyahatinizi de düşünerek, genel olarak otel odasında bulunan TV/ Radyoyu tahminen günlük ortalama kaç saat izlediğinizi öğrenebilir miyiz? Lütfen saat olarak belirtir misiniz?

Otel Odasında TV'de İzlenen Kanalların İçeriği

- Otel odasında TV kullananlar arasında en çok haberler/ ekonomi haberleri takip edilmektedir (%74). TV'den müzik dinleyenler %63'dür.
- TV'den müzik dinleyenler araştırmaya katılan 1002 kişi arasında %57 (574 kişi) olarak hesaplanmaktadır.



%2'nin altında kalan içerikler 'Diğer' olarak gruplanmıştır.

Diğer: Çizgi film, Belgesel, Yarışma, Youtube, Siyasi içerikli programlar, Eğlence, Yemek programları, Magazin

Otel Odasında TV'de İzlenen Kanalların İçeriği

Demografi & Konaklama Amacına Göre (%)

- Otel odasında TV kullananlar arasında izlenen kanal içeriklerinde; erkekler (%78) kadınlara (%70) göre haberler/ ekonomi haberlerini anlamlı olarak daha yüksek oranda takip etmekte; kadınlar ise erkeklere göre anlamlı olarak daha yüksek oranlarda müzik dinlemekte (Kadın:%70, Erkek: %56) ve dizi izlemektedir (Kadın:%62, Erkek: %48).

TV Kanal İçeriği	Tüm Katılımcılar	CİNSİYET		YAŞ GRUPLARI					SOSYO-EKONOMİK STATÜ (SES)				KONAKLAMA AMACI	
		Kadın	Erkek	18-24	25-34	35-44	45-54	55+	AB	C1	C2	DE	Tatil	İş
Baz	917	455	462	134	214	233	178	158	535	225	111	46	799	343
Haberler/ Ekonomi haberleri	73,7	69,7	77,7	55,2	72	72,1	82	84,8	77,6	69,3	66,7	67,4	72,8	81,9
Müzik	62,6	69,5	55,8	60,4	63,6	62,2	66,3	59,5	64,7	57,8	59,5	69,6	62,1	71,4
Diziler	54,9	62,2	47,6	71,6	56,5	46,4	50,6	55,7	52,5	56	60,4	63	53,6	60,3
Film	2,2	0,9	3,5	3	1,9	1,7	3,9	0,6	1,5	4,4	1,8	-	2,5	1,2
Spor	1,7	0,2	3,2	1,5	0,9	2,1	2,8	1,3	2,4	0,9	0,9	-	1,9	1,5
Diğer	3,3	3,5	3	3	5,1	3	2,2	2,5	3,6	3,1	1,8	4,3	3,4	1,7

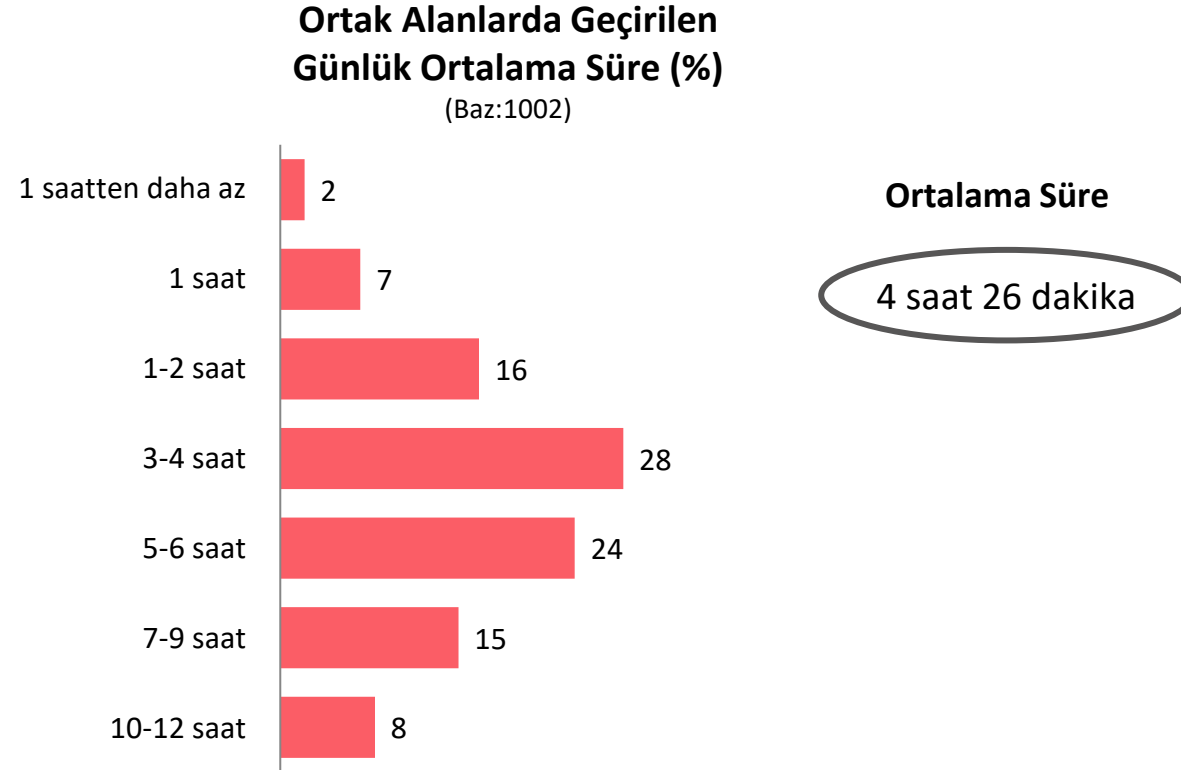
* %2'nin altında kalan içerikler 'Diğer' olarak gruplanmıştır.

■ İstatistiki açıdan anlamlı olarak daha yüksek

S3. Otel odasında bulunan TV'yi kullandığınız zaman hangi içerik türüne sahip kanalları açıyorsunuz? Lütfen sizin için uygun olan her seçeneği işaretleyiniz.

Otel Ortak Alanlarında Geçirilen Günlük Ortalama Süre

- Tüm katılımcılar arasında, günlük olarak, otel ortak alanlarında 3-4 saat arası zaman geçirdiğini belirtenler %28, 5-6 saat zaman geçirdiğini belirtenler %24'dür.
- Otel ortak alanlarında geçirilen günlük ortalama süre 4 saat 26 dakikadır.



Otel Ortak Alanlarında Geçirilen Günlük Ortalama Süre

Demografi & Konaklama Amacına Göre (%)

- Ortalama süreler incelendiğinde; 45 yaş ve üzeri yaş grubunun otel ortak alanlarında daha fazla zaman geçirdiği gözlemlenmektedir (4 saat 40 dk.)
- SES grupları arasında otel ortak alanlarında en çok zaman geçiren 4 saat 48 dakika ortalama süre ile C1 SES grubudur.

Ortak Alanlarda Günlük Geçirilen Süre	Tüm Katılımcılar	CİNSİYET		YAŞ GRUPLARI					SOSYO-EKONOMİK STATÜ (SES)				KONAKLAMA AMACI	
		Kadın	Erkek	18-24	25-34	35-44	45-54	55+	AB	C1	C2	DE	Tatil	İş
Baz	1002	500	502	159	231	250	190	172	571	259	120	52	875	360
1 saatten daha az	2	0,4	3,6	1,9	1,7	2,4	2,1	1,7	1,9	1,5	4,2	0	1,3	3,6
1 saat	6,6	6	7,2	10,7	4,8	6,8	7,4	4,1	8,1	3,5	5	9,6	6,4	6,4
1-2 saat	16,4	14	18,7	15,1	19	15,6	15,3	16,3	17,2	16,6	13,3	13,5	15,4	19,4
3-4 saat	28,3	31,2	25,5	27	25,5	31,6	26,8	30,2	28,5	26,6	30	30,8	28,5	30,8
5-6 saat	24,3	26,2	22,3	28,9	26	24,4	18,9	23,3	23,5	25,9	25,8	21,2	24,1	23,6
7-9 saat	14,7	14,8	14,5	12,6	14,3	12,8	19,5	14,5	14,7	15,1	13,3	15,4	15,7	11,9
10-12 saat	7,8	7,4	8,2	3,8	8,7	6,4	10	9,9	6,1	10,8	8,3	9,6	8,7	4,2
Ortalama Süre (saat:dk)	4:26	4:32	4:21	4:03	4:32	4:16	4:41	4:40	4:16	4:48	4:25	4:34	4:36	3:54

■ İstatistiki açıdan anlamlı olarak daha yüksek

S4. Otelin herkese açık ortak alanlarında (Lobi, plaj, bar, restoran vb.) geçirdiğiniz günlük ortalama süre nedir? Lütfen yaklaşık olarak bir süre belirtir misiniz?

Misyonumuz

Müşterilerimizin farklılaşan alanlardaki bilgi ihtiyaçlarına,

güvenilir ve ilham verici çözümler getirmek; pazar ve

tüketici içgörülerini, yenilikçi, özgün yaklaşımlarla

belirleyerek; karlı büyümelerini sağlamak

belirleyerek; karlı büyümelelerini sağlamak

tüketici içgörülerini, yenilikçi, özgün yaklaşımlarla

Levent Mah. Üstzeren Sokak No:8 34330 Beşiktaş - İstanbul

TEL +90 212 320 2200
INTERNET www.barem.com.tr

FAX +90 212 320 2277
e-mail barem@barem.com.tr