

Tarih: 20 Ekim 2015  
Daha fazla bilgi için  
Selin Bakan  
Tel: 0212 349 48 56  
E-mail:selin.bakan@dorinsight.com

## - BASIN BÜLTENİ -

**Hitay Yatırım Holding** firmalarından Türkiye'nin en büyük izinli veri tabanına sahip online araştırma şirketi **Dorinsight** tarafından "**AVM Tutum Araştırması**" gerçekleştirildi. 7 Ekim-9 Ekim tarihleri arasında online olarak gerçekleştirilen mini ankete; 18 yaş üstü Türkiye temsili, ABC1C2DE sosyo-ekonomik segmente mensup **300 erkek ve kadın** katıldı.

Araştırma kapsamında, katılımcıların AVM'lerle ilgili tutumları öğrenilmeye çalışılmıştır.

### **Yapılan bu çalışmada şu bulgular elde edilmiştir:**

Araştırma kapsamında katılımcıların ortalama haftada bir kez alışveriş merkezlerini ziyaret ettiği sonucuna ulaşılmıştır.

Katılımcılar, alışveriş merkezlerinde harcadıkları zamanı ise ortalama 2 saat olarak belirtmiştir.

Katılımcıların alışveriş merkezi tercih ederken dikkat ettikleri unsurların başında mağaza çeşitliliği (%74) gelmektedir. AVM'nin eve yakınlığı (%46), AVM'nin yerinin güzel olması (%29), AVM'nin etkinliklerinin olması (%18) ise bu kategoride dikkat edilen diğer unsurlar olmuştur.

Alışveriş merkezlerine ne için gittikleri sorulduğunda her 10 katılımcıdan 9'u alışveriş için gittiğini belirtmiştir (%91). Bunu, yemek ve sinema için (sırasıyla %50 ve %50) ve alışveriş merkezindeki etkinlikler için (%22) cevapları takip etmektedir.

Alışveriş merkezlerinde hangi etkinlikler olmalı sorusuna ise katılımcıların çoğu özel günlerin etkinliklerinin yapılması (Sevgililer günü, Yılbaşı, Anneler günü, Babalar günü, Kadınlar günü gibi) (%62) cevabını vermiştir. İmza günleri (%51) ve konserler (%44) katılımcıların görmek istediği diğer etkinlikler olmuştur.