

**I. ULUSLARARASI
BİLİMSEL VE MESLEKİ
ÇALIŞMALAR SEMPOZYUMU (BILMES 2017)
ÖZET KİTABI**



**I. INTERNATIONAL
SCIENTIFIC AND VOCATIONAL
STUDIES CONGRESS (BILMES 2017)
ABSTRACT BOOK**

EKİM/OCTOBER 2017

TANITIM FİLMLERİNİN TURİSTLERİN DESTİNASYON TERCİHİNE VE DAVRANIŞSAL NİYETLERİNE ETKİSİ: KAPADOKYA ÖRNEĞİ

Koray ÇAMLICA¹, Eda ÖZGÜL KATLAV², Neşe ÇULLU KAYGISIZ³

¹ Nevşehir HBV Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Nevşehir

koraycamlica35@gmail.com

² Nevşehir HBV Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Nevşehir

edaozgulkatlav@gmail.com

³ Aksaray Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği, Aksaray

neseccullu@aksaray.edu.tr

Özet

Turizm talebi olumlu ve olumsuz şekilde birçok unsurdan etkilenmektedir. Mevcut bir pazar bölümünün herhangi bir olumsuz durumdan etkilenerek talebin düşmesi durumunda farklı pazar bölümlerine hitap ediyor olmak riski azaltıcı bir yöntemdir. Son yıllarda dış turizm talebinin çeşitli sebeplerden dolayı düşmesi, iç turizmin ne kadar önemli olduğunu ortaya koymaktadır. İç turizm talebini artırmak için kullanılabilir güçlü bir tutundurma aracı ise tanıtım filmleridir. Bu çalışmanın amacı, Kapadokya ile ilgili tanıtım filmlerinin turistlerin destinasyon tercihi ve davranışsal niyetlerine etkisini incelemektir. Çalışmada, Kapadokya bölgesini ziyaret eden yerli turistlerin satın alma karar sürecinde tanıtım filmlerinden etkilenme durumları ortaya konulacaktır. Bununla birlikte, destinasyon karar vericilerine öneriler sunulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Tanıtım Filmleri, Davranışsal Niyetler, Destinasyon Tercihi,*

THE EFFECT OF PROMOTIONAL FILMS TO DOMESTIC TOURISTS' DESTINATION CHOICE AND BEHAVIORIAL INTENTIONS: CASE OF CAPPADOCIA

Abstract

Tourism demand is influenced positively and negatively by many factors. It is a risk-reducing method that existing market segment, which is affected by any adverse situation, appeals to different market segments. In recent years, due to various reasons, the decline of foreign tourism demand reveals the importance of domestic tourism. Promotional films are a powerful promotional tool which is to increase domestic tourism demand. The purpose of the study is to investigate the effect of promotional films to destination choice and behavioral intentions of tourists. In this study, it is going to be revealed that the effect of the promotional films to the domestic tourists visiting the Cappadocia region while making their purchasing decision. In addition, recommendations are presented to destination decision makers.

Keywords: *Promotional Films, Behavioral Intentions, Destination Choice*

