

## ÖZET

### MARKA BİLİNİRLİĞİNİN TÜKETİCİ SATIN ALMA KARARINA ETKİSİ; EFES'İ ZİYARET ETMEK İÇİN GELEN YABANCI TURİSTLERE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Deniz TOKATLI

Yüksek Lisans Tezi, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı  
Tez Danışmanı: Yrd. Doç. Dr. V. Uğur TANDOĞAN  
2015, 177 sayfa

Marka bilinirliği markalaşma yolunda atılan en önemli adımlardan bir tanesidir. Bilinme süreci tamamlandı ürün ve hizmetin bilinirliği arttıktan sonra o ürün veya hizmet marka haline gelmektedir. Dolayısıyla, bir markanın bilinirliğinin rakiplerinden fazla olması satışların da orantılı olarak artması anlamına gelmektedir. Günümüzde rekabetin fazlasıyla hakim olduğu bir ortamda sadece kurum ya da kuruluşlar değil, destinasyonlar da birbiri ile yarış içerisinde. Bu destinasyonları yurt içinde ve yurt dışında pazarlayarak bir cazibe merkezi haline getirebilmek için bilinirliği artırma yolunda marka gücünün önemli bir rolü bulunmaktadır. Bir ülkedeki destinasyonların turistik ürün kimlikleri ön plana çıkarılarak o yerlerin tanınmasını ve bilinmesini sağlamak daha fazla ziyaretçiye ev sahipliği yapmada gerekli olan temel koşullardan bir tanesidir. Bu çalışmada, Türkiye'deki önemli turistik destinasyonlardan biri olan Efes Ören Yeri'nin yabancı ziyaretçiler tarafından bilinirliği öğrenilmeye çalışılmıştır. Efes'i ziyaret etmek için gelen yabancı ziyaretçilerin antik kent hakkında sahip oldukları bilgilerin cinsiyet, yaş, eğitim durumu, aylık gelir ve milliyet gibi demografik özelliklere göre anlamlı farklılık gösterip göstermediği araştırılmıştır ve bu araştırmanın sonucunda eğitim durumu ile ait olunan milliyete göre sahip olunan bilginin farklılık gösterdiği saptanmıştır.

**ANAHTAR SÖZCÜKLER:** Marka bilinirliği, Marka, Destinasyon, Efes Ören Yeri