



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2021, 5(1): 722-736.

DOI: [10.26677/TR1010.2021.689](https://doi.org/10.26677/TR1010.2021.689)

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Yiyecek İşletmeleri Web Sitelerindeki Görsel İçeriklerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma

Doç. Dr. Hilmi Rafet YÜNCÜ, Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Eskişehir, e-posta: hryuncu@anadolu.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2876-004X>

Prof. Dr. Rıdvan EKMEKÇİ, Pamukkale Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Denizli, e-posta: rekmekci@pau.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5085-5988>

Öğr. Gör. Erhan BABAÇ, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Emirdağ MYO, Afyonkarahisar, e-posta: ebabac@aku.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9232-9177>

Öz

Dijital dönüşüm ile birlikte pazarlama stratejilerinde çok yönlü uygulamalar ön plana çıkmaktadır. Günümüzde yiyecek işletmelerinin kullanım sıklığının artması, çok yönlü uygulamaların başarısından kaynaklanmaktadır. Yiyecek işletmelerinin web siteleri pazarlama açısından oldukça önemlidir. İlgili literatüre göre bu web sitelerinin görsel içerik maddelerini dört temel başlık altında toplamak mümkündür; renkler, tipografi, yapı ve görsel objeler. Bu araştırmanın çıkış noktasını oluşturan bu durum ile dünyanın en çok tercih edilen dört yiyecek işletmesinin web sitesi içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Bu web sitelerindeki ortalama kalış süreleri, web sayfalarının ortalama görüntülenme sayısı, web sitelerindeki toplam kelime sayıları ve hiper-metin özellikleri tespit edilmiş; görsel içerikler ise literatürden çıkarılan dört ana madde ve alt maddeleri olan 36 madde ile araştırmanın temaları olarak kabul edilmiş ve bu temalara göre bir kontrol listesi oluşturularak kodlamaları yapılmıştır. Araştırmadan elde edilen bulgulara göre dört websitesinin; beyaz alan kullanımı, kırmızı-siyah, mavi-yeşil renk bileşimlerinin kullanımı, farklı puntoların kullanımı ve sayfalarında ana mesaj kullanımı gibi görsel içerik maddelerini uyguladıkları tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yiyecek İşletmeleri, Website, Görsel İçerik, İçerik Analizi.

Makale Gönderme Tarihi: 30.12.2020

Makale Kabul Tarihi: 09.03.2021

Önerilen Atıf:

Yüncü, H. R., Ekmekçi, R. ve Babaç, E. (2021). Yiyecek İşletmeleri Web Sitelerindeki Görsel İçeriklerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1): 722-736.
© 2021 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



Journal of Turkish Tourism Research

2021, 5(1): 722-736.

DOI: [10.26677/TR1010.2021.689](https://doi.org/10.26677/TR1010.2021.689)

ISSN: 2587-0890 Journal Homepage: <https://www.tutad.org>



RESEARCH PAPER

A Research on The Determination of Visual Content on Food Business Websites

Associate Prof. Dr. Hilmi Rafet YÜNCÜ, Anadolu University, Faculty of Tourism, Eskişehir, e-mail: hryuncu@anadolu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2876-004X>

Prof. Dr. Ridvan EKMEKÇİ, Pamukkale University, Sports Science Faculty, Denizli, e-mail: rekmekci@pau.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5085-5988>

Lecturer Erhan BABAÇ, Afyon Kocatepe University, Emirdağ Vocational School, Afyonkarahisar, e-mail: ebabac@aku.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9232-9177>

Abstract

Versatile applications in digital conversion along with marketing strategies come to the fore. The increasing frequency of use of food establishments today is due to the success of versatile applications. Websites of food businesses are very important for marketing. According to the related literature, it is possible to gather the visual content of these websites under four main headings; colors, typography, structure and visual objects. With this situation, which constitutes the starting point of this research, the website of the four most preferred food companies in the world was analyzed by content analysis method. The average length of stay on these websites, the average number of views of the web pages, the total number of words on the websites and hyper-text features were determined; visual content was accepted as the themes of the research with 4 main items and 36 items with sub-items extracted from the literature, and a checklist was created and coded according to these themes. According to the findings of four websites obtained from the research; it was determined that they applied visual content items such as the use of white space, the use of red-black, blue-green color combinations, the use of different fonts and the use of main messages on their pages.

Keywords: Food Businesses, Website, Visual Content, Content Analysis.

Received: 30.12.2020

Accepted: 09.03.2021

Suggested Citation:

Yüncü, H. R., Ekmekçi, R. and Babaç, E. (2021). A Research on The Determination of Visual Content on Food Business Websites, *Journal of Turkish Tourism Research*, 5(1): 722-736.

© 2021 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.