



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2020, 4(1): 50-66.

DOI: [10.26677/TR1010.2020.299](https://doi.org/10.26677/TR1010.2020.299)

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



ARAşTIRMA MAKALESİ

Kırklareli Dibek Kahvehanesinin Tercih Edilme Sebeplerinin Belirlenmesi

Dr. Öğr. Üyesi Bilal DEVECİ, Kırklareli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Kırklareli, e-posta:

bilaldeveci@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3125-6917>

Öz

Araştırmada Kırklareli dibek kahvehanesinin tercih edilme sebeplerinin belirlenmesi ve en sık kimler tarafından ziyaret edildiğinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda Kırklareli dibek kahvehanesine gelen bireyler üzerine bir araştırma yapılmıştır. Araştırmada kolayda örnekleme yöntemi kullanılmış ve veriler anket tekniği ile elde edilmiştir. 444 bireyden elde edilen verilerin yorumlanabilmesi için her bir ifadenin frekans ve yüzde dağılımları alınarak değerlendirilmiştir. Ayrıca çapraz tablo ve ki-kare bağımsızlık testi kullanılarak değişkenler arasında farklılık olup olmadığı belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre; Kırklareli dibek kahvehanesinin tercih edilmesinin ilk sebebi; (\bar{x} 4,70) dibek kahvesinin lezzetli olmasıdır. İkinci sebep; (\bar{x} 4,65) kahvehanede çalışanların güler yüzlü ve saygılı olmalarıdır. Üçüncü sebep ise; (\bar{x} 4,54) bireylerin kahvehanede dibek kahvesi içmekten keyif almalarıdır. Kahvehanenin 18-25 yaş aralığında olanlar, bekarlar, lisans eğitimi alanlar ve erkekler tarafından tercih edildiği ortaya çıkarılmıştır. Ancak kahvehaneye sık gitme eğiliminde olanların 18-25 yaş aralığındaki kadınlar olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca cinsiyet, medeni durum, yaş, gelir durumu, öğrenim durumu, tanıtım değişkenlerine göre, kahvehaneye gitme sıklığı farklılık göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Kahve, Dibek Kahvesi, Kahvehane, Kırklareli.

Makale Gönderme Tarihi: 15.10.2019

Makale Kabul Tarihi: 12.01.2020

Önerilen Atf:

Deveci, B. (2020). Kırklareli Dibek Kahvehanesinin Tercih Edilme Sebeplerinin Belirlenmesi, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1): 50-66.

© 2020 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



Journal of Turkish Tourism Research

2020, 4(1): 50-66.

DOI: [10.26677/TR1010.2020.299](https://doi.org/10.26677/TR1010.2020.299)

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



RESEARCH PAPER

Determination of the Reasons for Preference of Kırklareli Dibek Coffeehouse

Assistant Prof. Dr. Bilal DEVECİ, Kırklareli University, Faculty of Tourism, Kırklareli, e-mail: bilaldeveci@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3125-6917>

Abstract

The aim of this study is to determine the reasons why Kırklareli dibek coffeehouse is preferred and to find out which by individuals are visited most frequently. For this purpose, a study has been conducted on the individuals who come to Kırklareli dibek coffeehouse. In the study, easily sampling method has been used and data have been obtained by survey technique. In order to interpret the data obtained from 444 individuals, frequency and percentage distributions of each expression have been evaluated. In addition, it has been tried to determine whether there has any difference between the variables by using cross table and chi-square independence test. According to the results of the research; The first reason why Kırklareli dibek coffeehouse is preferred ($\bar{x}4,70$) that dibek coffee is delicious. The second reason ($\bar{x}4,65$) is that the people working in the coffeehouse are friendly and respectful. The third reason ($\bar{x}4,54$) is that individuals enjoy drinking dibek coffee in the coffeehouse. It has been found out that the coffeehouse is preferred by singles, undergraduate students, aged 18-25 years and men. However, it has been found that those who tend to frequently go to the coffeehouse are women between the ages of 18-25. In addition, according to the variables of gender, marital status, age, income level, education level and publicity the frequency of going to coffeehouse differ from.

Keywords: Coffee, Dibek Coffee, Coffeehouse, Kırklareli.

Received: 15.10.2019

Accepted: 12.01.2020

Suggested Citation:

Deveci, B. (2020). Determination of the Reasons for Preference of Kırklareli Dibek Coffeehouse, *Journal of Turkish Tourism Research*, 4(1): 50-66.

© 2020 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.

GİRİŞ

Kahve ve kahvehanenin Türk toplumunun kültürel ve sosyal yaşamında önemli ve özel bir yeri bulunmaktadır. Öncelikle kahvenin tüketim amacı uzun saatler boyunca zihin ve beden olarak zindelik gerektiren işlerde başarı sağlamaktır. Türk kültüründe kahve simgesel bir değer taşımakta ve törensel bir tarafı da bulunmaktadır (Avcıkurt ve Sarıoğlan, 2019: 10). Ayrıca kahve pek çok kültür için farklı anlamlar ifade eden, insanlar arasındaki bağı ve dostluğu güçlendiren kültürel bir sembol olarak nitelendirilmektedir. Bu nedenle günümüzün başlıca tüketim unsurlarından biri olarak değerlendirilmektedir (Akşit, 2017: 311; Yılmaz, Acar-Tek ve Sözlü, 2017: 213).

Kahve ağacı koyu yeşil sert yapraklıdır ve yıl boyunca yeşil kalmakta ve yapraklarını dökmemektedir. Kahve meyvesinin ham hali yeşil kiraza, olgun hali ise kırmızı kızılçık tanesine benzemektedir. Kahve meyvesi iki çekirdeğe sahiptir. Sıcaklığın 18-24 °C olduğu, don olaylarının görülmediği ılıman iklim özelliklerine sahip bölgelerde yetiştirilmektedir. Kahve yaklaşık olarak 120 türü bulunan bir bitkidir. Ancak ticari olarak üretimi yapılan ve tüketimin yaklaşık %95'ini karşılayan sadece 2 tür bulunmaktadır. Bunlar; Arabica (%70) ve Robusta (%25) kahve çekirdekleri olarak ifade edilmektedir (Karaman, Kılıç ve Avcıkurt, 2019: 614).

Kahve çekirdekleri 200°C'de ortalama 10 dakika kavrulmaktadır. Bu işlem esnasında her bir kahve çekirdeği ağırlığının 1/5'ini kaybetmektedir. Ancak hacimsel oranda %12'lik bir artış meydana gelmektedir. Kahve çekirdeklerinin kavrulmasının temel sebebi; çekirdekte saklı bulunan aromanın ortaya çıkarılmasıdır. Kavrulmuş kahve çekirdekleri kullanılacağı zaman öğütülmekte ve pişirilmekte veya demlenmektedir (Taştan, 2009: 54). Kahve çekirdeklerinin kavrulması, bekletilmesi, öğütülmesi ve aynı zaman diliminde pişirilmesi, kahvenin kokusu, aroması ve tadı bakımından oldukça önemlidir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Kahvenin tarihçesiyle ilgili olarak ilk kim tarafından keşfedildiği, ne amaçla kullanıldığı, içeceğe nasıl dönüştürüldüğu hakkında kesin bir bilgi ve kaynak bulunmamaktadır. Kahvenin, günümüzde Doğu Afrika ülkelerinden biri olan Etiyopya'da keşfedildiği bilinmektedir (Aksoy, Türk ve Gökmen, 2014: 28; Gürsoy, 2005: 20; Heise, 2001: 18; Karaman vd., 2019: 614; Kaya ve Toker, 2019: 147; Yılmaz, Acar-Tek ve Sözlü, 2017: 213). 14. yüzyılın ortalarında Etiyopya'da keşfedilen kahve çekirdekleri kısa süre sonra 15. yüzyılda gezginler tarafından önce Yemen'e daha sonra da Mekke ve Medine'ye taşınmıştır (Bulduk ve Süren, 2007: 305; Işın, 2001: 13; Şar, 2012: 35). Kahve çekirdeği, 16. yüzyılda İstanbul'a getirilmiş ve Osmanlı İmparatorluğu'nun kahve kültürünün gelişmesine katkı sağlamıştır (Akşit, 2017: 310; Evren, 1997: 27; Wild, 2007: 24). İlk kahvehanenin İstanbul'da 16. yüzyılın ortalarında açıldığı ifade edilmektedir. Ayrıca Osmanlı İmparatoru Kanuni Sultan Süleyman tarafından Topkapı Sarayı Has Oda hizmetlerinde "kahvecibaşılık" görevi başlatılarak kahvenin hanedan üyeleri tarafından benimsenmesi ve sahiplenilmesi sağlanmıştır (Gürsoy, 2011: 11). Kanuni Sultan Süleyman'ın kahve içen ve seven bir hükümdar olduğu bilinmektedir (Karaman vd., 2019: 615). Tarihteki halkın gidebildiği ilk kahvehanenin 1511 yılında Mekke kentinde, İstanbul'da ise ilk kahvehanenin 1554 yılında kurulmuş olduğu belirtilmektedir (Çağlayan, 2012: 101; Heise, 2001: 21; Taştan, 2009: 63).

Kahve, Osmanlı İmparatorluğu saraylarında gündelik yaşamın bir parçası haline kolay bir şekilde gelirken, halkın gündelik hayatına girmesi oldukça zor olmuştur. Kahve önce saray mutfağına, saray mutfağından konakların mutfaklarına, konak mutfaklarından da evlerin mutfaklarına ulaşmıştır. Kahve, kahvehanelerin açılmasına bu sayede de kısa sürede İstanbul'da yaşayan halkın sosyalleşmesine yeni bir boyut kazandırmıştır (Aksoy vd., 2014: 29). Kahve

misafirperverlik simgesi olarak kabul edilmektedir. Kahvenin kendine özgü kültürünü oluşturması uzun yıllar almıştır. Ayrıca bu uzun yıllar içerisinde bazı mimari özelliklere sahip edebi sosyal ortamların oluşmasına ve kahvehane kültürünün meydan gelmesine katkı sağlamıştır. Günlük yaşamın vazgeçilmez bir parçası, sosyal statü göstergesi, sohbet ve misafirlik gibi aktivitelerin başlıca içeceği haline gelmiştir (Açıkgöz, 1999: 170; Aksoy vd., 2014: 29; Ulusoy, 2011: 160-161). Eve gelen misafire kahve ikramının yapılması, kahve ikramı yapan ailenin ekonomik durumunu ve misafirlere olan saygı ve hürmetinin bir göstergesi olarak açıklanmaktadır (Yıldız, 2002: 1190). Ayrıca kahve, hazmettirici özelliğinden dolayı kahvaltı ve akşam yemeğinden sonra tüketilmektedir (Batu ve Batu, 2018: 77).

Osmanlı İmparatorluğu, 16. yüzyıldan itibaren kahve ve kahvehane etrafında kendiliğinden meydana gelen geniş bir kültürel birikim elde edilmiştir. Kahvehaneler en bilinen ve en etki sahibi içecek mekânları olarak nitelendirilmektedir. Ayrıca toplumsal olayların paylaşıldığı, tartışıldığı, günlük haberlerin duyurulduğu ve kültür alışverişi yapılan mekânların, Osmanlı İmparatorluğu'nun gündelik yaşamında önemli bir yere sahip olduğu bilinmektedir. Kahvehanelerin kültür mekânı olmanın yanı sıra farklı görüşlerde olan insanların düşüncelerine saygılı olma veya toleranslı davranma alışkanlığının kazandırıldığı merkezler haline dönüştüğü söylenmektedir. Bir içecek olarak bilinen kahve, bazı yerlerde kahvehane yerine mekân ismi olarak da kullanılmaktadır (Yıldız, 2002: 1189). Sosyal yapının şekillenmesine katkı sağlayan kahve, kahvehane olgusunun temel maddesidir. Ayrıca kahvehanelerin ortaya çıkmasında kahve, baş aktör olarak nitelendirilmektedir (Çağlayan, 2012: 96-97).

Osmanlı İmparatorluğu'nda kahvehaneler zamanın mimari özelliklerine göre dekore edilen ve çok sayıda lamba ile süslenen sosyal alanlar olarak işlev görmektedir. Kahvehanelerde, kahve sunumu yapılmasının yanında geleneksel bir gölge oyunu "Hacivat ve Karagöz" sergilenmektedir. Bu nedenle kahvehaneler toplumun her kesiminden insanların bir araya geldiği sanata ve sözlü geleneğe katkıda bulunduğu mekanlar olarak tanımlanmaktadır. İstanbul'da 19. yüzyıla kadar tiyatro oyunlarının kahvehanelerde sergilendiği ifade edilmektedir (Yaşar, 2017)

Kahve, uzun yıllar boyunca kültürel ve sosyal bir içecek olarak tanımlanırken (Heise, 2001: 31), daha sonra sadece bir tüketim maddesi olarak değil insan ilişkilerini doğrudan etkileyen sosyolojik bir unsur olarak açıklanmaktadır (Karaman vd., 2019: 616). Kahve; kız isteme merasimlerinde, fal baktırıp gelecekte haberdar olma aktivitelerinde, eş ve dost sohbetlerinde, ev ziyaretlerinde ve kahvehanede sosyalleşmek gibi Türklerin gündelik hayatına etki eden kültürel niteliği yüksek bir içecek olduğu bilinmektedir (Avcıkurt ve Sarıoğlu, 2019: 10). Kahvehane ise, müşterilerin sosyalleşme fırsatı yakaladığı ve masa etrafına tabure veya sandalye vasıtasıyla oturabildiği, kapalı veya açık mekâna sahip olan, kahve yapmak için mutfak gereçleri ve kahve ocağı olan kahve dükkanları olarak tanımlanmaktadır (Hattox, 1998: 70).

Türkiye'deki iklim koşullarına bağlı olarak kahve yetiştiriciliği olmamasına karşın, kahve Türklerin sosyal hayatının ve kültürünün önemli unsurlarından birisi olarak nitelendirilmektedir. Kahve, Osmanlı İmparatorluğu'nun ihtişamlı günlerinden, günümüze kalan önemli içeceklerindedir. Türk kahvesi bir kahve türü olmamakla birlikte, sadece kavrulmuş ve değirmen veya öğütücülerde çok ince çekilmiş arabica kahve çekirdeklerinin cezve, su, şeker ve ısıyla bir araya getirilmesi sonucu meydana gelen ve kendine has pişirme yöntemiyle öne çıkan bir içecek olarak tanımlanmaktadır. Günümüzde kahve tüketimi her geçen gün artış göstermektedir. Türkiye'de en fazla tüketilen kahvenin, Türk kahvesi olduğu ifade edilmektedir (Akgün ve Arıcı, 2019: 548).

Dibek kahvesi, kavrulmuş kahve çekirdeklerinin taş dibeklerde iri taneli hale gelene kadar dövülmesiyle elde edilen bir kahve olarak tanımlanmaktadır (Çavuşoğlu ve Çavuşoğlu, 2018:

354). Dibek ise, kavrulmuş kahve çekirdeklerinin öğütülmesi için kullanılan önceleri yüzeyi az çukurlu iki taşın birbirine sürtülmesi ve çekirdeklerin ezilmesini sağlayan alet olarak ifade edilmektedir. Ancak dibekler zamanla daha derin ve daha ergonomik bir yapıya kavuşmuştur. Tahta veya demir tokmakla ezme işlemi kavrulmuş kahve çekirdekleri istenilen boyuta ulaşana kadar devam etmektedir. Kullanılan bu yöntem kahvenin aromatik yağlarının ortaya çıkmasına ve pişirildiğinde köpük forumunu korumasına katkı sağlamaktadır.

Kırklareli Dibek Kahvehanesi

1877 yılında kurulan "Dibek Kahvesi", yaklaşık 142 yıldır Kırklareli ve Balkan halklarına hizmet vermektedir ve işletme yaşamına halen devam etmektedir. Odun ateşi kullanılan kara fırında kavrulmuş kahve çekirdeklerinin taş dibekler içerisinde önceleri tahta tokmak daha sonraları demir tokmakla dövülerek iri taneli bir hale (çok ince olmayan) dönüştürüldüğü, pişirildiği ve servis edildiği eski zaman kahvehanesidir. Saka ailesi tarafından kurularak dört nesil boyunca geleneklerine bağlı bir hizmet anlayışı uygulanmış ve geleneksel yöntemler kullanılarak dibek kahvesi servis edilmiştir. Dibek kahvehanesi zamanın ünlü isimlerinin uğrak mekânı olarak da bilinmektedir. Kırklareli ve Rumeli türkülerinin Aşık Ali TAMBURACI tarafından çalınıp söylendiği gözde mekânlardan biri olarak göze çarpmaktadır (www.trakyagundemi.com; www.trakyagezi.com; www.kisikates.com.tr).

Dibek kahvesi 2007 yılında Ahmet Akansu tarafından Saka ailesinin son temsilcisinden isim hakkıyla birlikte devir alınmıştır. Kahvenin dibekte öğütülmesi ve pişirilmesi gibi geleneksel yöntemler değiştirilmemiştir. Kahvenin servis edildiği kulpsuz mavi çinili fincanlar halen kullanılmaktadır. Bu fincanlar eskiden Paşabahçe tarafından üretilmekteymiş ancak üretimi durdurulunca kulpsuz fincanların kırılması veya eksilmesi durumunda günümüzde özel olarak Eskişehir Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi atölyelerinde yapılmaktadır. Kırklareli dibek kahvesi 1992 ve 2012 yılları arasında İkizler Pasajı'nda hizmet vermiştir. 2012 yılından sonra Yayla Mahallesi yokuşuna, Tarihi Hızırbey Külliyesi'nin karşısına taşınmıştır. Halen burada hizmet vermektedir. Türk Patent Enstitüsü tarafından verilen "Kırklareli Dibek Kahvesi" markası ile Marka tescil belgesine 2013 yılından bu yana on yıl süreyle sahiptir (www.kirklareli.net; www.earsiv.sehir.edu.tr; www.bikahvebikeyif.com).

Çifte kavrulmuş arabica kahve çekirdekleri, mavi çinili kulpsuz fincan ve yanında su ile servis edilmektedir. Tarihi dibek kahvehanesi dışarıda küçük masaları ve tabureleri olan, içeride çay ocağı ve oturma alanları olan küçük salaş bir mekan olarak tasvir edilebilir. Ancak Kırklareli'ni ziyarete gelen misafirlerin yemek yedikten sonra dibek kahvesi içmek için geldikleri nitelikli bir eski zaman kahvehanesidir. Yenilikçi kahve ürünleri bulunmamaktadır. Günümüzde eski ve otantik yapısını korumaktadır.

Günümüzün ekonomik, politik, kültürel unsurlarından bir olan kahve dükkanları oldukça rağbet görmektedir. Kahve dükkanlarının sayılarındaki bu artış azımsanmayacak derecelere ulaşmaktadır. Pazarlama politikalarıyla geliştirilen çok çeşitli kahve ürünleri sağlayan, kendine özgü sunum çeşitleri geliştiren (bardak, fincan vb.), yenilikleri sürekli takip eden (demleme, pişirme yöntemleri ve teknolojik araç gereçler) kahve dükkanları birbirleriyle olan rekabeti artırmaktadır. Fiyatları yüksek ürünler satan kahve dükkanları karşısında, geleneksel yöntemlerle çok az çeşit ürün ve makul fiyat politikalarıyla halen işletme hayatına devam edebilen kahvehanelerin incelenmesi ve tercih edilme sebeplerinin ortaya çıkarılmasının önemli olduğu düşünülmektedir.

Araştırmaya konu olan kahvehanenin işletme hayatını sonlandırması sadece bir mekanın kapanması olarak değerlendirilmemelidir. Bir tarihsel birikimin, anların, toplum hafızasının,

yöre insanlarına ne ifade ettiğinin ve dibek kahvehanesi kültürünün yok olması anlamına gelmektedir. Yukarıda sıralanan sebeplerden dolayı bu araştırmanın önemli olduğu düşünülmektedir.

YÖNTEM

Araştırmanın temel amacı; Kırklareli'nin en eski mekanlarında biri olan ve müdavimleri bulunan Kırklareli dibek kahvehanesinin tercih edilme sebeplerinin ortaya çıkarılmasıdır. Günümüzde çok sayıda yeni nesil kahve dükkanı olmasına rağmen halen bu tarihi mekanın neden tercih edildiğinin belirlenmesi kentin tarihi ve mekanın müşteri profilinin belirlenmesi için oldukça önemli olduğu düşünülmektedir. Bu amaç ve öngörü doğrultusunda yürütülen araştırma, Kırklareli dibek kahvehanesine gelen misafirlere (müşterilere) yöneliktir. Araştırmanın evrenini Kırklareli'nde yaşayan bireyler ve şehre gelen turistlerin tamamı oluşturmaktadır. Kırklareli ilinin nüfusu TÜİK verilerine göre 2019 yılında 80 bin olarak belirtilmektedir. 2019 TUROFED turizm raporu sayılarına göre yaklaşık 2 milyon turist ziyareti gerçekleşmiştir.

Araştırmanın evren büyüklüğü (n>100000)'den fazla olduğu için kabul edilebilir örneklem büyüklüğünün 384 olması gerekmektedir (Altunışık vd., 2012: 137). Bunun için Kırklareli dibek kahvehanesine gelen bireyler tarafından doldurulmak üzere ve daha fazla veri elde etmek için 500 adet anket bastırılarak kahvehaneye bırakılmıştır. Eksik, hatalı ve doldurulmayan anket formları elenerek 444 adet anket istatistikî analizlere tabi tutulmuştur. Elde edilen anket sayısının evreni temsil ettiği düşünülmektedir.

Araştırmanın verilerinin toplanmasında nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği kullanılmıştır. Ayrıca kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak anket uygulaması 2019 yılının Ocak-Nisan aylarında gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın soru formunun oluşturulması için 2014 yılında Aksoy vd., tarafından oluşturulan ve kullanılan soru formundan yararlanılmıştır. Orijinal soru formu üzerinde uyarlamalar yapılmış ve araştırmada kullanılmıştır. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde bireylerin demografik özelliklerinin belirlenmeye çalışıldığı 9 soru, ikinci bölümde ise Tarihi Dibek Kahvehanesinin tercih edilme sebeplerinin belirlenmesine yönelik 20 adet ifade bulunmaktadır ve likert ölçeğinin beşli derecelendirilmesi (5= "kesinlikle katılıyorum" ile 1 "kesinlikle katılmıyorum") ile uygulanmaktadır. Araştırmada istatistikî analizler için SPSS 21.0 paket programı kullanılmıştır.

BULGULAR

Araştırmanın bu kısmında, Kırklareli dibek kahvehanesinin tercih edilme sebeplerinin belirlenmesini amaçlayan çalışmanın analiz, bulgu ve yorumlarına yer verilmiştir. Kırklareli dibek kahvehanesini ziyaret eden ve araştırmaya gönüllü olarak katılan bireylerin sosyo-demografik özelliklerine ilişkin yapılan frekans analiz sonuçları aşağıdaki Tablo 1'de verilmiştir.

Araştırmaya katılanların %51,1'i erkeklerden ve %48,9'u kadınlardan oluşmaktadır. Kırklareli dibek kahvehanesine gelen müşterilerin %59,5'i 18-25 yaş, %15,8'i 26-33 yaş, %10,8'i 34-41 yaş, %6,5'i 42-49 yaş aralığında ve %7,4'ünde 50 yaş ve üstünde olduğu ortaya çıkarılmıştır. Kahvehaneye gelenlerin %36,5'i 0-1000 TL, %17,8'i 1001-2000 TL, %20'si 2001-3000 TL, %9,5'i 3001-4000 TL, %6,3'ü 4001-5000 TL aralığında ve %9,9'unun 5000 TL ve üzerinde gelire sahip oldukları belirlenmiştir.

Araştırmaya katılanların medeni durumlarına bakıldığında %22,3'ü evli ve %77,7'si bekar olduklarını ifade etmişlerdir. Kırklareli dibek kahvehanesi otantik midir? sorusuna %77,7'si evet,

%22,3'ü hayır cevabını vermiştir. Kırklareli dibek kahvehanesine gelenlerin öğrenim durumları incelendiğinde %6,1'i ilkökul, 4,7'si ortaokul, %24,3'ü lise, %12,6'sı önlisans, %45,5'i lisans ve %6,8'inin lisansüstü eğitim seviyesine sahip oldukları belirlenmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özelliklerine İlişkin Frekans Değerleri

Sosyo-Demografik Özellikler	n	%	Sosyo-Demografik Özellikler	n	%
Cinsiyet			Öğrenim Durumu		
Erkek	227	51,1	İlkokul	27	6,1
Kadın	217	48,9	Ortaokul	21	4,7
Toplam	444	100	Lise	108	24,3
Yaş			Önlisans		
18-25	264	59,5	Lisans	202	45,5
26-33	70	15,8	Lisansüstü	30	6,8
34-41	48	10,8	Toplam	444	100
42-49	29	6,5	Gitme Sıklığı		
50 ve üzeri	33	7,4	Günde bir kez	75	16,9
Toplam	444	100	Günde iki kez	64	14,4
Gelir Durumu			Haftada bir kez		
0-1000 TL	162	36,5	Haftada iki kez	39	8,8
1001-2000 TL	79	17,8	Ayda iki-üç kez	66	14,9
2001-3000 TL	89	20,0	Daha seyrek	111	25,0
3001-4000 TL	42	9,5	Toplam	444	100
4001-5000 TL	28	6,3	Keşfetme Kanalı		
5000 TL ve üzeri	44	9,9	Kişi tavsiyesi	242	54,5
Toplam	444	100	Gezerken	134	30,2
Medeni Durum			Sosyal medya		
Evli	99	22,3	Yazılı ve görsel basın	6	1,4
Bekar	345	77,7	Tesadüfen	57	12,8
Toplam	444	100	Toplam	444	100
Otantik mi?			Tanıtm Yeterli mi?		
Evet	345	77,7	Evet	153	34,5
Hayır	99	22,3	Hayır	291	65,5
Toplam	444	100	Toplam	444	100

Müşterilerin Kırklareli dibek kahvehanesine gitme sıklıkları incelendiğinde, %16,9'u günde bir kez, %14,4'ü günde iki kez, %20'si haftada bir kez, %8,8'i haftada iki kez, %14,9'u ayda iki-üç kez, %25'i daha seyrek gitmekte oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmaya katılanların Kırklareli dibek kahvehanesini keşfetme kanallarına bakıldığında, %54,5'i kişi tavsiyesi, %30,2'si gezerken, %1,1'i sosyal medya, %1,4'ü yazılı ve görsel basından, %12,8'i tesadüfen keşfettiklerini ifade etmişlerdir. Araştırmaya katılanlara Kırklareli dibek kahvehanesinin tanıtımının yeterli olup olmadığıyla ilgili olarak yöneltilen soruya %34,5'i evet, %65,5'i hayır cevabını vermiştir.

Kırklareli dibek kahvehanesinin tercih edilme sebeplerini ortaya çıkarmak amacıyla katılımcılara 20 adet ifadeden oluşan anket formu sunulmuştur. Kendilerine uygun olan 1= kesinlikle

katılmıyorum, 2=katılmıyorum, 3=biraz katılıyorum, 4=katılıyorum ve 5= kesinlikle katılıyorum derecelendirilmelerinden birini işaretlemeleri istenmiştir. Araştırmada elde edilen sonuçlar Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2. Katılımcıların Kırklareli Dibek Kahvehanesini Tercih Etme Sebeplerine İlişkin Frekans Değerleri

İfadeler	1		2		3		4		5		\bar{x}	SS (σ)	(α)
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%			
Dibek Kahvesi lezzetlidir.	3	,7	2	,5	16	3,6	81	18,2	342	77	4,70	,623	,873
Kahvehane hijyeniktir.	7	1,6	10	2,3	53	11,9	130	29,3	244	55	4,33	,888	,874
Kahve sunumu harikadır.	2	,5	17	3,8	52	11,7	103	23,2	270	60,8	4,40	,871	,871
Kahve kokusu etkileyicidir.	3	,7	10	2,3	29	6,5	110	24,8	292	65,8	4,52	,772	,872
Ortam şahanedir.	8	1,8	15	3,4	79	17,8	110	24,8	232	52,3	4,22	,974	,872
Kahvenin kulpsuz fincan sunumunu beğenirim.	12	2,7	10	2,3	36	8,1	74	16,7	312	70,3	4,49	,934	,876
Kahve içmekten keyif alırım.	3	,7	10	2,3	34	7,7	93	20,9	304	68,5	4,54	,786	,873
Çalışanlar güler yüzlü ve saygılıdır.	7	1,6	4	,9	23	5,2	67	15,1	343	77,3	4,65	,757	,878
Ortam samimidir ve kendimi iyi hissederim.	5	1,1	14	3,2	37	8,3	103	23,2	285	64,2	4,46	,860	,872
Sosyalleşmek için tercih ederim.	23	5,2	48	10,8	93	20,9	109	24,5	171	38,5	3,80	1,207	,873
Kaliteli zaman geçiririm.	5	1,1	16	3,6	77	17,3	118	26,6	288	51,4	4,23	,937	,872
Yaratıcı düşündüğümü hissederim.	23	5,2	42	9,5	94	21,2	140	31,5	145	32,7	3,77	1,154	,876
Ürün çeşitliliği kısıtlıdır.	65	14,6	55	12,4	11	2,5	114	25,7	98	22,1	3,28	1,331	,890
Sohbet ortamı mekana ilgimi arttırmıştır.	38	8,6	45	10,4	82	18,5	106	23,9	172	38,7	3,73	1,300	,878
Kahvenin yanında lokum olmaması eksiklidir.	48	10,8	68	15,3	74	16,7	115	25,9	139	31,3	3,51	1,354	,892

Ortam otantikdir.	14	3,2	13	2,9	88	19,8	108	24,3	221	49,8	4,14	1,038	,878
Patent sahibi olması tercih edilmesine katkı sağlar.	5	1,1	22	5,0	41	9,2	80	18,0	296	66,7	4,44	,930	,879
Kahvenin bol köpüklü olması tercih edilmesine katkı sağlar.	7	1,6	15	3,4	35	7,9	78	17,6	309	69,6	4,50	,895	,878
Kahve sunumu tercih edilmesine katkı sağlar.	7	1,6	15	3,4	56	12,6	108	24,3	258	58,1	4,34	,933	,877
Beklentilerimi karşılıyor.	5	1,1	16	3,6	46	10,4	117	26,4	260	58,6	4,37	,891	,871

Araştırmaya katılanların %95,2'si Kırklareli dibek kahvehanesinde yapılan dibek kahvesinin lezzetli olduğunu düşünmektedir. "Dibek kahvesi lezzetlidir." ifadesinin ortalama değeri 4,70 olarak tespit edilmiştir. Müşterilerin %84,3'ü Kırklareli dibek kahvehanesinin hijyenik olduğunu düşünmektedir. "Kahvehane hijyeniktir." ifadesinin ortalama değeri 4,33 olarak belirlenmiştir. Dibek kahvesinin sunumunun harika olduğunu düşünen katılımcılar, araştırmaya katılanların %84'ünü oluşturmaktadır. "Kahve sunumu harikadır." ifadesinin ortalama değeri 4,40 olarak saptanmıştır. Kahvehaneye gelen müşterilerin %90,6'sı kahvehane içerisindeki doğal olarak meydana gelen kahve kokusunu etkileyici bulmaktadır. "Kahve kokusu etkileyicidir." ifadesinin ortalama değeri 4,52 olarak tespit edilmiştir.

Araştırmaya katılanların %77,1'i kahvehane ortamının şahane olduğunu düşünmektedir. "Ortam şahanedir." ifadesinin ortalaması 4,22 olarak belirlenmiştir. Dibek kahvesinin kulpsuz fincanda yapılan sunumu beğenenler katılımcıların %87'sini oluşturmaktadır. "Kahvenin kulpsuz fincan sunumunu beğenirim." ifadesinin ortalamasının 4,49 olduğu tespit edilmiştir. Kırklareli dibek kahvehanesinde dibek kahvesi içmekten keyif alan katılımcılar toplamın %89,4'ünü oluşturmaktadır. "Kahve içmekten keyif alırım." ifadesinin ortalaması 4,54 olarak bulunmuştur.

Araştırmaya katılanların %92,4'ü çalışanların güler yüzlü ve saygılı olduklarını ifade etmişlerdir. "Çalışanlar güler yüzlü ve saygılıdır." ifadesinin ortalaması 4,65 olarak tespit edilmiştir. Kırklareli dibek kahvehanesinde ortamın samimi olduğunu ve kendilerini iyi hissettiklerini düşünenler katılımcıların %87,4'ünü oluşturmaktadır. "Ortam samimidir ve kendimi iyi hissedirim." ifadesinin ortalama değeri 4,46 olarak belirlenmiştir. Katılımcıların %63'ünün dibek kahvehanesini sosyalleşmek amacıyla tercih ettikleri ortaya çıkarılmıştır. "sosyalleşmek için tercih ederim." ifadesinin ortalamasının 3,80 olduğu bulunmuştur.

Araştırmaya katılanların %78'i Kırklareli dibek kahvehanesinde kaliteli vakit geçirdiklerini ifade etmişlerdir. "Kaliteli zaman geçiririm." ifadesinin ortalama değeri 4,23 olarak gerçekleşmiştir. Katılımcıların %64,2'si kahvehanede yaratıcı düşüncüklerini belirtmişlerdir. "Yaratıcı düşüncükümü hissedirim." ifadesinin ortalama değeri 3,77 olarak bulunmuştur. Kahvehanede sunulan ürünlerin çeşitliliğinin az olduğunu düşünenler araştırmaya katılanların %47,8'ini oluştururken, yeterli olduğunu düşünenler 52,2'sini meydana getirmektedir. Katılımcıların %62,6'sı kahvehanede meydana gelen sohbet ortamının Kırklareli dibek kahvehanesine olan ilgilerini arttırdığını ifade etmişlerdir.

Araştırmaya katılanların %57,2'si dibek kahvesinin yanında lokum servis edilmemesinin kahvehane açısından eksiklik olduğunu düşünmektedir. Kahvehane ortamının otantik olduğunu düşünenler katılımcıların %74,1'ini oluşturmaktadır. "Ortam otantiktir." ifadesinin ortalaması 4,14 olarak tespit edilmiştir. Kahvehanenin marka patentine sahip olmasının kahvehanenin tercih edilmesine katkı sağladığını düşünenler araştırmaya katılanların %84,7'sini meydana getirmektedir. "Patent sahibi olması tercih edilmesine katkı sağlar." ifadesinin ortalaması 4,44 olarak bulunmuştur. Dibek kahvesinin bol köpüklü olmasının kahvehanenin tercih edilmesine katkı sağladığını düşünenler araştırmaya katılanların %87,2'sini oluşturmaktadır. "Kahvenin bol köpüklü olması tercih edilmesine katkı sağlar." ifadesinin ortalaması 4,50 olarak saptanmıştır. Kahvehanede dibek kahvesinin güncel sunumunun kahvehanenin tercih edilmesine katkı sağladığını düşünenler araştırmaya katılanların %82,4'ünü meydana getirmektedir. Kırklareli dibek kahvehanesinin beklentilerini karşıladığını düşünenler ise katılımcıların %85'ini oluşturmaktadır. "Beklentilerimi karşılar." ifadesinin ortalama değeri 4,37 olarak belirlenmiştir.

Kırklareli dibek kahvehanesinin tercih edilmesine ilişkin ifadelerin Cronbach's Alpha değerlerine bakılmıştır. Yapılan güvenirlik analizi sonuçlarına göre Cronbach's Alpha değerleri ,871 ile ,892 arasında değişiklik göstermektedir. Elde edilen bu değerler analizden ilgili her ifade çıkarılarak ve tekrar güvenirlik ölçümü yapılarak elde edilmiştir. Ölçeğin genel Cronbach's Alpha değeri ,882 olarak tespit edilmiştir. Ayrıca ölçeğin genel ortalaması 4,22 olarak bulunmuştur.

Tablo 3'te araştırmaya katılanların kahvehaneye gitme sıklıklarının cinsiyet açısından çapraz tablo ve ki-kare bağımsızlık testine ilişkin elde edilen bulgular verilmiştir. Kırklareli dibek kahvehanesine giden 444 kişinin çoğunluğu erkeklerden (%51,1) oluşmaktadır. Ancak günde bir, iki veya daha fazla kahvehaneye gidenlerin kadınlar olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca yapılan ki-kare bağımsızlık testi sonucuna göre $X^2=17,082$; $p=0,004<0,05$ değerleri elde edilmiştir. Kırklareli dibek kahvehanesine gitme sıklığı ile cinsiyet değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Cinsiyete göre kahvehaneye gitme sıklığı farklılık göstermektedir.

Tablo 3. Cinsiyet Değişkeni Açısından Çapraz Tablo ve Ki Kare Analizi Sonuçları

Kırklareli Dibek Kahvehanesine Gitme Sıklığı		Cinsiyet			X ²	p
		Erkek	Kadın	Toplam		
Günde bir kez	n	33	42	75	17,082	,004
	%	44	56	100		
Günde iki kez veya daha fazla	n	21	43	64		
	%	32,8	67,2	100		
Haftada bir kez	n	53	36	89		
	%	59,6	40,4	100		
Haftada iki kez	n	17	22	39		
	%	43,6	56,4	100		
Ayda iki-üç kez	n	38	28	66		
	%	57,6	42,4	100		
Daha seyrek	n	65	46	111		
	%	58,6	41,4	100		
Toplam	n	227	217	444		
	%	51,1	48,9	100		

Tablo 4'te araştırmaya katılanların kahvehaneye gitme sıklıklarının medeni durumları açısından çapraz tablo ve ki-kare bağımsızlık testine ilişkin elde edilen bulgular verilmiştir. Kırklareli dibek

kahvehanesine giden 444 kişinin çoğunluğu bekar bireylerden (%77,7) oluşmaktadır. Ayrıca yapılan ki-kare bağımsızlık testi sonucuna göre $X^2=30,783$; $p=0,000<0,05$ değerleri elde edilmiştir. Kırklareli dibek kahvehanesine gitme sıklığı ile medeni durum değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Medeni duruma göre kahvehaneye gitme sıklığı farklılık göstermektedir.

Tablo 4. Medeni Durum Değişkeni Açısından Çapraz Tablo ve Ki Kare Analizi Sonuçları

Kırklareli Dibek Kahvehanesine Gitme Sıklığı		Medeni Durum			X ²	p
		Evli	Bekar	Toplam		
Günde bir kez	n	21	54	75	30,783	,000
	%	28	72	100		
Günde iki kez veya daha fazla	n	6	58	65		
	%	9,4	90,6	100		
Haftada bir kez	n	36	53	89		
	%	40,4	59,6	100		
Haftada iki kez	n	9	30	39		
	%	23,1	76,9	100		
Ayda iki-üç kez	n	13	53	66		
	%	19,7	80,3	100		
Daha seyrek	n	14	97	111		
	%	12,6	87,4	100		
Toplam	n	99	345	444		
	%	22,3	77,7	100		

Tablo 5. Yaş Değişkeni Açısından Çapraz Tablo ve Ki Kare Analizi Sonuçları

Kırklareli Dibek Kahvehanesine Gitme Sıklığı		Yaş						X ²	p
		18-25	26-33	34-41	42-49	50 ve üstü	Toplam		
Günde bir kez	n	46	7	3	7	12	75	67,112	,000
	%	61,3	9,3	4,0	9,3	16,0	100		
Günde iki kez veya daha fazla	n	46	8	3	4	3	64		
	%	71,9	12,5	4,7	6,3	4,7	100		
Haftada bir kez	n	38	11	24	5	11	89		
	%	42,7	12,4	27,0	5,6	12,4	100		
Haftada iki kez	n	18	11	3	4	3	39		
	%	46,2	28,2	7,7	10,3	7,7	100		
Ayda iki-üç kez	n	42	14	8	2	0	66		
	%	63,6	21,2	12,1	3,0	0,0	100		
Daha seyrek	n	74	19	7	7	4	111		
	%	66,7	17,1	6,3	6,3	3,6	100		
Toplam	n	264	70	48	29	33	444		
	%	59,5	15,8	10,8	6,5	7,4	100		

Tablo 5'te araştırmaya katılanların kahvehaneye gitme sıklıklarının yaşları açısından çapraz tablo ve ki-kare bağımsızlık testine ilişkin elde edilen bulgular verilmiştir. Kırklareli dibek kahvehanesine giden 444 kişinin çoğunluğu 18-25 yaş aralığından (%59,5) oluşmaktadır. Günde iki veya daha fazla kahvehaneye gidenlerin 18-25 yaş aralığında (%71,9) olan bireyler olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca yapılan ki-kare bağımsızlık testi sonucuna göre $X^2=67,112$; $p=0,000<0,05$ değerleri elde edilmiştir. Kırklareli dibek kahvehanesine gitme sıklığı ile yaş değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Yaşa göre kahvehaneye gitme sıklığı farklılık göstermektedir.

Tablo 6'da araştırmaya katılanların kahvehaneye gitme sıklıklarının gelir durumu açısından çapraz tablo ve ki-kare bağımsızlık testine ilişkin elde edilen bulgular verilmiştir. Kırklareli dibek kahvehanesine giden 444 kişinin çoğunluğu 0-1000 TL gelir aralığından (%36,5) oluşmaktadır. Günde iki veya daha fazla kahvehaneye gidenlerin 0-1000 TL gelir aralığında (%60,9) olan bireyler olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca yapılan ki-kare bağımsızlık testi sonucuna göre $X^2=70,262$; $p=0,000<0,05$ değerleri elde edilmiştir. Kırklareli dibek kahvehanesine gitme sıklığı ile gelir durumu değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Gelir durumuna göre kahvehaneye gitme sıklığı farklılık göstermektedir.

Tablo 6. Gelir Durumu Değişkeni Açısından Çapraz Tablo ve Ki Kare Analizi Sonuçları

Kırklareli Dibek Kahvehanesine Gitme Sıklığı		Gelir Durumu							X ²	p
		0-1000	1001-2000	2001-3000	3001-4000	4001-5000	5001-üzeri	Toplam		
Günde bir kez	n	33	7	17	7	5	6	75	70,262	,000
	%	44,0	9,3	22,7	9,3	6,7	8,0	100		
Günde iki kez veya daha fazla	n	39	10	3	7	1	4	64		
	%	60,9	15,6	4,7	10,9	1,6	6,3	100		
Haftada bir kez	n	23	11	24	14	7	10	89		
	%	25,8	12,4	27,0	15,7	7,9	11,2	100		
Haftada iki kez	n	12	6	15	4	2	0	39		
	%	30,8	15,4	38,5	10,3	5,1	0,0	100		
Ayda iki-üç kez	n	22	12	11	5	3	13	66		
	%	33,3	18,2	16,7	7,6	4,5	19,7	100		
Daha seyrek	n	33	33	19	5	10	11	111		
	%	29,7	29,7	17,1	4,5	9,0	9,9	100		
Toplam	n	162	79	89	42	28	44	444		
	%	36,5	17,8	20,0	9,5	6,3	9,9	100		

Tablo 7'de araştırmaya katılanların kahvehaneye gitme sıklıklarının öğrenim durumu açısından çapraz tablo ve ki-kare bağımsızlık testine ilişkin elde edilen bulgular verilmiştir. Kırklareli dibek kahvehanesine giden 444 kişinin çoğunluğu lisans eğitimi alan bireylerden (%45,5) oluşmaktadır. Ayda iki ve üç defadan daha seyrek kahvehaneye gidenlerin lisans eğitimi (%68,5) alan bireyler olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca yapılan ki-kare bağımsızlık testi sonucuna göre $X^2=103,554$; $p=0,000<0,05$ değerleri elde edilmiştir. Kırklareli dibek kahvehanesine gitme sıklığı ile öğrenim durumu değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Öğrenim durumuna göre kahvehaneye gitme sıklığı farklılık göstermektedir.

Tablo 7. Öğrenim Durumu Değişkeni Açısından Çapraz Tablo ve Ki Kare Analizi Sonuçları

Kırklareli Dibek Kahvehanesine Gitme Sıklığı		Öğrenim Durumu							X ²	p
		İlk- okul	Orta- okul	Lise	Ön- lisans	Lisans	Lisans- üstü	Top- lam		
Günde bir kez	n	10	3	24	7	28	3	75	103,554	,000
	%	13,3	4,0	32,0	9,3	37,3	4,0	100		
Günde iki kez veya daha fazla	n	4	5	25	5	24	1	64		
	%	6,3	7,8	39,1	7,8	37,5	1,6	100		
Haftada bir kez	n	9	6	34	12	22	6	89		
	%	10,1	6,7	38,2	13,5	24,7	6,7	100		
Haftada iki kez	n	0	3	9	7	16	4	39		
	%	0,0	7,7	23,1	17,9	41,0	10,3	100		
Ayda iki-üç kez	n	0	0	13	6	36	11	66		
	%	0,0	0,0	19,7	9,1	54,5	16,7	100		
Daha seyrek	n	4	4	3	19	76	5	111		
	%	3,6	3,6	2,7	17,1	68,5	4,5	100		
Toplam	n	27	21	108	56	202	30	444		
	%	6,1	4,7	24,3	12,6	45,5	6,8	100		

Tablo 8'de araştırmaya katılanların kahvehaneye gitme sıklıklarının tanıtım açısından çapraz tablo ve ki-kare bağımsızlık testine ilişkin elde edilen bulgular verilmiştir. Kırklareli dibek kahvehanesine giden 444 kişinin çoğunluğu tanıtımın eksik yapıldığını düşünenlerden (%65,5) oluşmaktadır. Ayda iki ve üç defadan daha seyrek kahvehaneye gidenlerin tanıtımın eksik olduğunu düşünen (%86,5) bireyler olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca yapılan ki-kare bağımsızlık testi sonucuna göre $X^2=29,919$; $p=0,000<0,05$ değerleri elde edilmiştir. Kırklareli dibek kahvehanesine gitme sıklığı ile tanıtım değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Tanıtım yapılma ve yapılmama durumuna göre kahvehaneye gitme sıklığı farklılık göstermektedir.

Tablo 8. Tanıtım Değişkeni Açısından Çapraz Tablo ve Ki Kare Analizi Sonuçları

Kırklareli Dibek Kahvehanesine Gitme Sıklığı		Tanıtım			X ²	p
		Evet	Hayır	Toplam		
Günde bir kez	n	33	42	75	29,919	,000
	%	44,0	56,0	100		
Günde iki kez veya daha fazla	n	23	41	64		
	%	35,9	64,1	100		
Haftada bir kez	n	38	51	89		
	%	42,7	57,3	100		
Haftada iki kez	n	16	23	39		
	%	41,0	59,0	100		
Ayda iki-üç kez	n	28	38	66		
	%	42,4	57,6	100		
Daha seyrek	n	15	96	111		
	%	13,5	86,5	100		
Toplam	n	153	291	444		
	%	34,5	65,5	100		

TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Kırklareli dibek kahvehanesinin kimler tarafından tercih edildiği ve tercih edilme sebeplerinin belirlenmesine yönelik elde edilen araştırma sonuçları incelendiğinde, çoğunlukla bekar müşteriler, lisans eğitimi alan müşteriler, 18-25 yaş aralığında olan müşteriler ve erkek müşteriler tarafından tercih edildiği ortaya çıkarılmıştır. Elde edilen bu sonuç Kırklareli'nde üniversite eğitimi alan öğrencilerin sayısal açıdan fazla olduğunu göstermektedir. Ayrıca bu tercih sebebinin uygulanan makul fiyat politikasının bir sonucu olduğu düşünülmektedir.

Araştırmaya katılanların çoğunluğu Kırklareli dibek kahvehanesinin tanıtımının eksik olduğunu düşünmektedir. Elde edilen bu sonuç 2014 yılında Aksoy vd., tarafından yapılan araştırmanın sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir. Ayrıca sosyo-demografik özelliklerin belirlendiği anket formunun ilk kısmında kahvehaneyi keşfetme kanalları arasında sosyal medya ve yazılı ve görsel basın öğelerinin oldukça az kullanıldığı göze çarpmaktadır. Elde edilen bu sonuç 2014 yılında Aksoy vd., tarafından yapılan araştırmanın sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir. Araştırmaya katılanlar Kırklareli dibek kahvehanesinde sunulan ürünlerin çeşitliğinin az olduğunu ifade etmişlerdir. Çünkü kahvehanede sadece dibek kahvesi, çay, oralet ve su servis edilmektedir. Herhangi bir yiyecek veya farklı içecek bulunmamaktadır.

Kahvehaneye en sık gitme eğiliminde olanların 18-25 yaş aralığında ki kadınlar olduğu ortaya çıkarılmıştır. Eskiden kalan mevcut özellikleri taşıması sebebiyle Kırklareli dibek kahvehanesi otantik olarak değerlendirilmiştir. Araştırmaya katılanların Kırklareli dibek kahvehanesinin genel olarak dibek kahvesinden, çalışan personelinden, kahvehanenin ortamından, kahvenin bol köpüklü olmasından, dibek kahvesinin kulpsuz fincanda sunulmasından ve temizliğinden oldukça memnun oldukları tespit edilmiştir.

Araştırmada tespit edilmeye çalışılan Kırklareli dibek kahvehanesinin tercih edilme sebeplerinin belirlenmesi için kullanılan ifadelerin genel ortalamasının 4,22 olması sebebiyle, ifade ortalama değeri 4,22 ve 4,22'den büyük olanlar hiyerarşik bir şekilde aşağıda sıralanmaktadır.

İlk sırada tercih edilme sebebi; (\bar{x} 4,70) dibek kahvesinin lezzetli olmasıdır. İkinci sebep; (\bar{x} 4,65) kahvehanede çalışanların güler yüzlü ve saygılı olmalarıdır. Üçüncü sebep; (\bar{x} 4,54) kahvehanede dibek kahvesi içmekten keyif almalarıdır. Dördüncü sebep; (\bar{x} 4,52) kahvehanede olan kahve kokusunun etkileyici olmasıdır. Beşinci sebep; (\bar{x} 4,50) dibek kahvesinin bol köpüklü olmasıdır. Altıncı sebep; (\bar{x} 4,49) dibek kahvesinin kulpsuz fincanda servis edilmesidir. Yedinci sebep; (\bar{x} 4,46) kahvehane ortamının samimi olması ve müşterilerin kendini iyi hissetmesidir. Sekizinci sebep; (\bar{x} 4,44) kahvehanenin marka patentine sahip olmasıdır. Dokuzuncu sebep; (\bar{x} 4,40) dibek kahvesinin sunumunun harika olmasıdır. Onuncu sebep; (\bar{x} 4,37) müşterilerin beklentilerini karşılamaıdır. On birinci sebep; (\bar{x} 4,34) dibek kahvesinin sunum şeklidir. On ikinci sebep; (\bar{x} 4,33) kahvehanenin hijyenik olmasıdır. On üçüncü sebep; (\bar{x} 4,23) kahvehanede kaliteli zaman geçirilmesidir. On dördüncü sebep; (\bar{x} 4,22) kahvehane ortamının şahane olmasıdır.

Acar, Çakırbaş ve Çizmeci (2019) tarafından yapılan araştırmada, kahve içmek için seçilen mekanların tercih edilme sebepleri arasında; mekanda kahve sunumunun güzel olması (\bar{x} 4,17), mekanda verilen hizmetin iyi olması (\bar{x} 4,15), mekanın temiz ve hijyenik olması (\bar{x} 4,25), mekanda çalışan personelin davranış biçiminin iyi olması (\bar{x} 4,15) ifadeleri bulunmaktadır. Araştırmacıların ulaştığı sonuçlar, araştırmamızda elde edilen sonuçlarla benzerlik göstermektedir.

Akşit (2017) kahve dükkanlarının tercih edilme sebeplerini belirleyen en önemli unsurların, kahvenin tadı, kahvenin sunum biçimi temiz ve hijyenik olması ve servis kalitesi olduğunu ifade etmiştir. Bu sonuçlar, araştırmamızda elde etmiş olduğu sonuçlarla benzerlik göstermektedir.

Karaman, Kılıç ve Avcıkurt (2019) yapmış oldukları araştırmada kahve kafelere gitme sıklıklarının ayda birkaç kez olarak tespit etmişlerdir. Elde etmiş oldukları bu sonuç, araştırmamızın sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir.

Kırklareli dibek kahvehanesine gitme sıklığı ve cinsiyet, medeni durum, yaş, gelir durumu, öğrenim durumu, tanıtım değişkenleri arasında yapılan çapraz tablo ve ki-kare bağımsızlık testi sonuçlarına göre; her bir değişken ile arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Cinsiyet, medeni durum, yaş, gelir durumu, öğrenim durumu, tanıtım değişkenlerine göre kahvehaneye gitme sıklığı farklılık göstermektedir sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmada elde edilen sonuçlar doğrultusunda Kırklareli dibek kahvehanesinin sahiplerine, kahvehanenin daha fazla tercih edilebilmesi için bazı öneriler verilmektedir. Bunlar:

- Mekânın tanıtımının yapılması için sosyal medya kanalları etkin bir şekilde kullanılabilir.
- Geçmişte olduğu gibi günümüzün ünlü isimleri kahvehaneye getirilerek nostaljik bir zaman yaşatılabilir.
- Evli ve çocuklu aileler için otantik içecek ve yiyecek ürünleri hazırlanabilir.
- Dibek kahvesinin yanında lokum ikramı yapılabilir.
- Kahvenin dövülmesi için dibek ve tokmak tekrar kullanılmaya başlanabilir.
- Personel için tarihi değere sahip kıyafetler kullanılabilir.
- Mekânda Rumeli türkülerinin çalındığı eski bir radyo tedarik edilebilir.
- Kahve çekirdekleri çiğ alınıp, kavurma işlemi geleneksel yöntemlere göre yapılabilir.
- Osmanlı İmparatorluğu zamanında olduğu gibi ramazan ayında gölge oyunu Hacivat ve Karagöz sergilenebilir.
- Nargile hizmeti verilebilir.
- Kahve pişirmek için bir kum ocağı yaptırılabilir.
- Kahve közde pişirilebilir.

KAYNAKÇA

Avcıkurt, C. ve Sarıoğlan, M. (2019). Gastronomi sosyolojisine genel bakış. C. Avcıkurt ve M. Sarıoğlan (Yay. Haz.). Gastronomi olgusuna sosyolojik bakış içinde (s.1-16). Ankara: Detay Yayıncılık.

Acar, N., Çakırbaş, A. ve Çizmeci, B. (2019). Türk kahvesi tüketilen mekanların seçimini etkileyen faktörlerin belirlenmesi: Nevşehir örneği, *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1), 135-143.

Açıkgöz, N. (1999). *Kahvename*. Ankara: Akçağ Yayınları.

Akgün, B. and Arıcı, M. (2019). Evaluation of Acrylamide and Selected Parameters in Some Turkish Coffee Brands from The Turkish Market, *Food Additives & Contaminants: Part A*, 36(4): 548-560.

Aksoy, M., Türk, E. ve Gökmen, V. (2014). Gaziantep Tarihi Tahmis Kahvehanesinin Müşteriler Tarafından Tercih Edilme Nedenleri Üzerine Bir Araştırma, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(3): 28-34.

Akşit, N. A. (2017). Değişen Kahve Tüketim Alışkanlıkları ve Türk Kahvesi Üzerine Bir Araştırma, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4): 310-325.

Altunışık, R., Çoşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2012). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: Spss Uygulamalı*. (7. Basım). İstanbul: Sakarya Yayıncılık.

- Batu, A. and Batu, H. S. (2018). Historical background of Turkish gastronomy from ancient times until today, *Journal of Ethnic Foods*, 5(1), 76-82.
- Bulduk, S. ve Süren, T. (2007). Türk Mutfak Kültüründe Kahve, 38. ICANAS Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi. Ankara, Kongre Kitabı, 299-309.
- Çağlayan, S. (2012). Anadolu'nun İlk Kamusal Mekânı: Kahvehane, *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 29(1): 95-110.
- Çavuşoğlu, M. ve Çavuşoğlu O. (2018). Gastronomi Turizmi ve Gökçeada Lezzet Rotası. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek.1), 347-359.
- Evren, B. (1997). *Eski İstanbul Kahvehaneleri*. İstanbul: Doğan Yayıncılık.
- Gürsoy N. E. (2011). *Türk Kahvesi Kitabı*. İstanbul: Kitabevi Yayınları.
- Gürsoy, D. (2005). *Sohbetin Bahanesi Kahve*. (1. Basım), İstanbul: Oğlak Yayınları.
- Hattox, R. (1998). *Kahve ve Kahvehaneler*. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Heise, U. (2001). *Kahve ve Kahvehaneler*. Ankara: Dost Yayınevi.
- <http://earsiv.sehir.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/11498/39717/001520830006.pdf?sequence=1> [Erişim Tarihi: 17.08.2019].
- <http://www.trakyagundemi.com/kirklareli/14012016/140-yillik-dibek-kahvesi-tescilli-marka-oldu.html> [Erişim Tarihi: 17.08.2019].
- <https://www.bikahvebikeyif.com/kirklareli-dibek-kahvesi-yollar/> [Erişim Tarihi: 17.08.2019].
- <https://www.kirklareli.net/tarihi-dibek-kahvesi-tarihi-kulliyenin-yanina-tasindi/22437/> [Erişim Tarihi: 17.08.2019].
- <https://www.kisikates.com.tr/lezzet-avciları/dibek-kahvesi-kirklareli-180> [Erişim Tarihi: 17.08.2019].
- <https://www.trakyagezi.com/dibek-kahvesi-kirk-yillik-hatir/> [Erişim Tarihi: 17.08.2019].
- Işın, E. (2001). *Bir İçecekten Daha Fazla: Kahve ve Kahvehanelerin Toplumsal Tarihi. Tanede Saklı Keyif, Kahve*, İstanbul: Yapı Kredi Kültür ve Sanat Yayınları.
- Karaman, N., Kılıç, A. ve Avcıkurt, C. (2019). Tüketicilerin Kahve Kafeleri Ziyaret Eğilimlerinin ve Değişen Kahve Tüketim Alışkanlıklarının Belirlenmesi: Geleneksel Türk Kahvesi Üzerine Bir Araştırma, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3): 612-632.
- Kaya, G. ve Toker, S. (2019). Kahve Tüketim Alışkanlıklarının İncelenmesi: İstanbul Örneği, *International Journal of Economics, Politics, Humanities & Social Science*, 2(3): 146-164.
- Şar, S. (2012). Kahvenin Sağlık ve Sosyal Yaşamımızdaki Yeri, *Lokman Hekim Journal*, 2(2):35-44.
- Taştan, Y. K. (2009). Sufi Şarabından Kapitalist Metaya Kahvenin Öyküsü. *Akademik Bakış Dergisi*, 2(4): 53-86.
- Ulusoy, K. (2011). Türk Toplum Hayatında Yaşatılan Kahve ve Kahvehane Kültürü (Bir Sözlü Kültür ve Sosyal Çevre Eğitimi Çalışması), *Millî Folklor*, 23(89): 159-169.
- Wild, A. (2007). *Kahve: Bir Acı Tarih*. Çev. Ezgi Ulusoy, İstanbul: MB Yayınevi.
- Yaşar, A. (2017). *Osmanlı Kahvehaneleri: Mekan, Sosyalleşme, İktidar*. İstanbul: Kitap Yayınevi.
- Yıldız, C. M. (2002). *Türk Kültür Tarihinde Kahve ve Kahvehane*. Türkler Ansiklopedisi 14. Cilt. Yeni Türkiye Yayınları, 1189-1198.

Yılmaz, B., Acar-Tek, N. and Sözlü, S. (2017). Turkish cultural heritage: a cup of coffee, *Journal of Ethnic Foods*, 4 (1), 213-220.