



Kahvecilik Nesillerinin Özellikleri Üzerine Bir Araştırma** (A Study on the Characteristics of the Coffee Generations)

* Zeynep KAHYA^a , Ebru ZENCİR ÇİFTÇİ^b 

^a Anadolu University, Faculty of Tourism, Eskişehir/Turkey

^b Anadolu University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Eskişehir/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 20.05.2022

Kabul Tarihi: 18.06.2022

Anahtar Kelimeler

Kahve işletmeleri

Kahvecilik nesilleri

Birinci nesil kahvecilik

İkinci nesil kahvecilik

Üçüncü nesil kahvecilik

Öz

Kahve tarih boyunca her zaman önemli bir içecek olmuştur. Sadece ürün olarak değil, aynı zamanda temsil ettiği değerler ve sosyalleşme aracı olması bakımından içecekler arasında farklı bir yere sahiptir. Kahve içilen mekânlar, küreselleşme ile beraber ortaya çıkan üretim ve tüketim koşullarına ayak uydurmak amacıyla zaman içerisinde değişimlere uğramıştır. Yaşanan bu değişimler zaman içerisinde kahveciliğin farklı nesiller olarak adlandırılmasına neden olmuştur. Ancak bahsi geçen bu nesillerin tam olarak hangi boyutlarla temsil edildiğini inceleyen kapsamlı bir çalışma bulmak güçtür. Bu noktadan hareketle bu çalışmanın temel amacı kahvecilik nesillerini belirli boyutlar çerçevesinde inceleyerek özelliklerini belirlemek ve tanımını yapmaktır. Böylece gerek günlük hayatta bahsi geçen gerekse literatürde araştırılan kahve işletmelerinin belirli boyutlar çerçevesinde tanımlanması ve sınıflandırılması mümkün olacaktır. Çalışmada kahve hakkında uzman 14 kişi ile görüşme gerçekleştirilmiştir.

Keywords

Coffee establishments

Coffee generations

First generation coffeemaker

Second generation coffeemaker

Third generation coffeemaker

Abstract

Coffee has always been an important drink throughout history. It has a different place among beverages not only as a product but also in terms of the values it represents and being a means of socialization. It has undergone changes over time in order to keep up with the production and consumption conditions that have emerged with globalization in coffee-drinking places. These changes, which are occurred, have led coffeemaker to be called different generations over time. However, it is not understood from the literature how exactly these generations are represented, and there are no studies on the subject. Based on this point, the main purpose of this study is to examine the coffeemaker generations within the framework of certain dimensions and to identify and define their characteristics. Thus, it will be possible to define and classify the coffee establishments mentioned in the daily life or researched in the literature within the framework of certain dimensions. In the study 14 people who were experts on coffee, were interviewed.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: kahya-zeynep@hotmail.com (Z. Kahya)

DOI: 10.21325/jotags.2022.1040

**Bu makale Zeynep KAHYA'nın Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde hazırlanan "Kahvecilik Nesillerinin Özellikleri Üzerine Bir Araştırma" başlıklı yüksek lisans tezinden derlenmiştir.