



**TÜRK KAHVESİ ÇEŞİTLERİNİN DUYUSAL ANALİZ
DEĞERLENDİRMESİNE YÖNELİK PİLOT ÇALIŞMA:
SAFRANBOLU**

**2022
YÜKSEK LİSANS TEZİ
GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI**

Tuğba SÜTER

**Danışman
Dr. Öğr. Üyesi Özlem ÖZER ALTUNDAĞ**

**TÜRK KAHVESİ ÇEŞİTLERİNİN DUYUSAL ANALİZ
DEĞERLENDİRMESİNE YÖNELİK PİLOT ÇALIŞMA: SAFRANBOLU**

Tuğba SÜTER

Dr. Öğr. Üyesi Özlem ÖZER ALTUNDAĞ

**T.C.
Karabük Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı
Yüksek Lisans Tezi
Olarak Hazırlanmıştır**

**KARABÜK
Kasım 2022**

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER	1
TEZ ONAY SAYSASI.....	3
DOĞRULUK BEYANI	4
ÖNSÖZ	5
ÖZ.....	6
ABSTRACT.....	8
ARŞİV KAYIT BİLGİLERİ.....	10
ARCHIVE RECORD INFORMATION	11
KISALTMALAR	12
ARAŞTIRMANIN KONUSU	13
ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ.....	13
ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ.....	14
EVREN VE ÖRNEKLEM	15
ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI.....	16
GİRİŞ.....	17
1. TÜRK KAHVE KÜLTÜRÜ	19
1.1. Kahvenin Tanımı	19
1.2. Kahvenin Tarihsel Gelişimi	20
1.3. Kahve Akımları.....	20
1.3.1. Birinci Dalga Kahve Akımı.....	21
1.3.2. İkinci Dalga Kahve Akımı.....	23
1.3.3. Üçüncü Dalga Kahve Akımı.....	24
1.4. Kahve ve Türk Kahve Kültürü.....	25
1.5. Dünyada ve Türkiye’de Kahve Tüketimi	27
2. TÜRK KAHVESİ ÇEŞİTLERİ.....	33
2.1. Türk Kahvesinin Çeşitleri.....	33
2.1.1. Mirra Kahvesi	33
2.1.2. Menengiç Kahvesi	34

2.1.3. Dibek Kahvesi	35
2.1.4. Sütli Kahve	35
2.1.5. Süvari Kahvesi	35
2.1.6. Hilve Kahvesi.....	36
2.1.7. Yandırma Kahvesi	36
2.1.8. Cilveli Türk Kahvesi.....	36
2.1.9. Mihrimah Sultan Kahvesi	37
2.1.10. Nohut Kahvesi	37
2.2. Türk Kahvesinin Özellikleri ve Hazırlanışı.....	38
3. DUYUSAL ANALİZLERİN İNCELENMESİ	40
3.1. Bulgular	40
3.1.1. Araştırmaya Katılan Panelistlerle İlgili Bulgular.....	40
3.1.2. Kahve ve Araştırmaya Katılan Kişi Sayısına İlişkin Bulgular	41
3.1.3. Kahvelerin Duyusal Özelliklerine İlişkin Bulgular	41
3.1.3.1. Kahvelerin Görünüş Özelliklerine İlişkin Bulgular	42
3.1.3.2. Kahvelerin Koku ve Aroma Özelliklerine İlişkin Bulgular	43
3.1.3.3. Kahvelerin Dokusal Özelliklerine İlişkin Bulgular	46
3.1.3.4. Türk Kahvelerinin Lezzet Özelliklerine İlişkin Bulgular	49
3.1.3.5. Türk Kahvelerine İlişkin Tat Sonrası İzlenim	58
3.1.4. Panelistlerin Kahve Beğenilerine İlişkin Bulgular	60
SONUÇ	67
KAYNAKÇA.....	73
TABLolar LİSTESİ	82
EKLER	83
ÖZGEÇMİŞ	90

TEZ ONAY SAYSASI

Tuğba SÜTER tarafından hazırlanan “TÜRK KAHVESİ ÇEŞİTLERİNİN DUYUSAL ANALİZ DEĞERLENDİRMESİNE YÖNELİK PİLOT ÇALIŞMA: SAFRANBOLU” başlıklı bu tezin Yüksek Lisans Tezi olarak uygun olduğunu onaylarım.

Dr. Öğr. Üyesi Özlem ÖZER ALTUNDAĞ

Tez Danışmanı: Safranbolu Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları
Anabilim Dalı

Bu çalışma, jürimiz tarafından Oy Birliği Seçiniz ile Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalında Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir. 25/11/2022

Ünvanı, Adı SOYADI (Kurumu) İmzası

Başkan : Dr. Öğr. Üyesi Özlem ÖZER ALTUNDAĞ (KBÜ)

Üye : Dr. Öğr. Üyesi İrfan YURT (KBÜ)

Üye : Dr. Öğr. Üyesi Emel ÖKTEM GÜNGÖR (YIU)

KBÜ Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Yönetim Kurulu, bu tez ile, Yüksek Lisans derecesini onamıştır.

Doç. Dr. Müslüm KUZU

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürü

DOĞRULUK BEYANI

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum, bu çalışmayı, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yol ve yardıma başvurmaksızın yazdığımı, yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu ve bu eserleri her kullarışımda alıntı yaparak yararlandığımı belirtir; bunu onurumla doğrularım.

Enstitü tarafından belli bir zamana bağlı olmaksızın, tezimle ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçlara katlanacağımı bildiririm.

Adı Soyadı : Tuğba SÜTER

İmza :

ÖNSÖZ

Bu çalışmada Safranbolu Kahve Müzesindeki Türk kahvesi çeşitlerinin panelistler tarafından duyuşal analizleri yapılmıştır.

Bu çalışmayı hazırlarken hep yanımda, destek olan eşim Ömer SÜTER'e, kızım Birce SÜTER'e ve annem Ummahan DURALI'ye manevi desteğinden ve çalışmamın şekillenmesindeki katkılarından dolayı sonsuz teşekkür ederim.

Tez yazma süreci boyunca desteğini esirgemeyen, ihtiyacım olan her an yardımlarını sunan, yoğun iş temposu arasında değerli vakitlerini ayıran tez danışmanım hocam Dr. Öğr Üyesi Özlem ÖZER ALTUNDAĞ'a sonsuz şükranlarımı sunarım. Ayrıca bu sürece destek olan katılımcılara, araştırma jürisinde görev alan hocalarıma teşekkür ederim.

Tuğba SÜTER

ÖZ

Bu çalışmanın amacı; Türk Kahvesi çeşitlerinin duyu analizi açısından incelenmesidir. Araştırmada hazırlanışları, ikram edilme şekilleri, sosyalleşme aracı olarak görülmeleri, Türk kültüründe sahip oldukları yer bakımından daha önde olduğu düşünülen kahveler değerlendirilmiştir. Çalışma Safranbolu Kahve Müze'sinden gelen orijinal kahveler ile gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda Eylül 2022'de Gastronomi bölümünde uzman ve yiyecek-içecek işletmelerinde çalışan 15 kişi araştırmaya dahil edilmiştir. Elde edilen veriler SPSS paket programı aracılığıyla analiz edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda görünüş açısından en çok beğenilen kahve çeşidi; Mihrimah Sultan ($\bar{X}=4,06$) ve Hilve ($\bar{X}=4,06$) kahvelerinin olduğu belirlenmiştir. Kahvelerden Narlı Dibek Türk Kahvesinin aroma kokusu en beğenilmiştir ($\bar{X}=4,00$). İstenmeyen koku en az Dağ Çilekli Türk Kahvesinde olduğu tespit edilmiştir ($\bar{X}=1,40$). Dokusal özellikleri en çok beğenilen kahvenin Hilve Kahvesi ($\bar{X}=4,06$) olduğu belirlenmiştir. Narlı Dibek Türk Kahvesi ($\bar{X}=1,26$) ile Safranlı Dibek Kahvesi ($\bar{X}=1,26$) en az acımsı tadı olan kahveler oldukları ortaya çıkmıştır. En az istenmeyen tada sahip olan kahveler; Dağ Çilekli Türk Kahvesi ($\bar{X}=1,60$) ile Hilve Kahvesi'dir ($\bar{X}=1,60$). Ağza ilk alındığında ağızda bıraktığı his ile yutulduktan sonra ağızda ve boğazda bıraktığı hissi en iyi olan kahveler; Safranlı Dibek Türk Kahvesi ($\bar{X}=3,73$) ile Hilve Kahvesi ($\bar{X}=4,06$) olmuştur. Bununla birlikte tadım sonrasında en çok beğenilen kahvenin de Hilve Kahvesi olduğu tespit edilmiştir ($\bar{X}=4,40$).

Çalışmada 13 kahvenin beğenilip beğenilmediği analiz edilmiştir. Buna göre Çilekli Dibek Türk Kahvesinin görünüşünün ($\bar{X}=5,06$), aromasının ($\bar{X}=4,66$), dokusunun ($\bar{X}=4,66$) ve lezzetinin ($\bar{X}=4,80$) az beğenildiği, kokusunun ($\bar{X}=5,46$) orta düzeyde beğenildiği söylenebilir. Nohut Kahvesinin görünüşü ($\bar{X}=5,26$) ve dokusu ($\bar{X}=5,26$) panelistler tarafından az beğenilmiştir. Yemen Çekirdeğinden Türk Kahvesinin sadece dokusu panelistler tarafından az beğenilmiştir ($\bar{X}=5,06$). Narlı Dibek Türk Kahvesinin görünüşü ($\bar{X}=6,13$), kokusu ($\bar{X}=5,40$), aroması ($\bar{X}=5,33$) ve dokusu ($\bar{X}=5,80$) orta düzeyde beğenilmiştir. Dövme Dibek Türk Kahvesinin görünüşünün ($\bar{X}=4,53$), kokusunun ($\bar{X}=4,46$) ve dokusunun ($\bar{X}=4,80$) panelistler tarafından az beğenildiği ortaya çıkmıştır. Panelistler Dağ Çilekli Türk Kahvesinin

görünüşünü ($\bar{X}=5,40$), kokusunu ($\bar{X}=5,80$) ve dokusunu ($\bar{X}=5,86$) orta düzeyde beğenmiştir. Panelistler Safranlı Dibek Türk Kahvesinin görünüşünü ($\bar{X}=5,85$), dokusunu ($\bar{X}=5,64$) ve tat sonrası izlemine ($\bar{X}=5,35$) orta düzeyde beğenmiştir. Kolombiya Çekirdeğinden Türk Kahvesinin görünüşünün ($\bar{X}=5,33$) ve dokusunun ($\bar{X}=5,60$) panelistler tarafından orta düzeyde beğenildiği tespit edilmiştir. Portakallı Dibek Türk Kahvesinin görünüşü ($\bar{X}=5,20$), kokusu ($\bar{X}=5,06$) ve aroması ($\bar{X}=4,66$) az beğenilmiştir. Damla Sakızlı Türk Kahvesinin görünüşü ($\bar{X}=5,20$) ve dokusu ($\bar{X}=4,86$) az beğenilmiştir. Mihrimah Sultan Türk Kahvesinin görünüşünün ($\bar{X}=5,40$) ve dokusunun ($\bar{X}=5,60$) orta düzeyde beğenildiği görülmektedir. Geleneksel Türk Kahvesinin sadece görünüşü ($\bar{X}=5,33$) panelistler tarafından orta düzeyde beğenilmiştir. Hilve Türk Kahvesinin sadece dokusu ($\bar{X}=5,86$) panelistler tarafından orta düzeyde beğenilmiştir. Kahvenin diğer özellikleri olan görünüşü ($\bar{X}=6,60$), kokusu ($\bar{X}=6,26$), aroması ($\bar{X}=6,20$), lezzeti ($\bar{X}=6,53$) ve tat sonrası izlenimi ($\bar{X}=6,53$) ise çok beğenilmiştir.

Anahtar Kelime: Kahve; Türk Kahvesi; Türk Kahvesi Çeşitleri; Safranbolu

ABSTRACT

The aim of this study; It is the examination of Turkish coffee varieties in terms of sensory analysis. In the research, coffees, which are thought to be ahead in terms of their preparation, the way they are served, their being seen as a socialization tool, and their place in Turkish culture, were evaluated. The study was carried out with original coffees from Safranbolu Coffee Museum. In this context, 15 people working in food and beverage businesses and experts in the Gastronomy department were included in the study in September 2022. The obtained data were analyzed with the SPSS package program. As a result of the analyzes made, the most admired coffee variety in terms of appearance; It was determined that there are Mihrimah Sultan ($\bar{X}=4.06$) and Hilve ($\bar{X}=4.06$) coffees. Of the coffees, the aroma scent of the Pomegranate Dibek Turkish Coffee was most appreciated ($\bar{X}=4.00$). Undesirable odor was determined to be the least in Turkish Coffee with Mountain Strawberry ($\bar{X}=1.40$). It was determined that Hilve Coffee ($\bar{X}=4.06$) was the most admired coffee for its textural properties. It was revealed that Dibek Turkish Coffee with Pomegranate ($\bar{X}=1.26$) and Dibek Coffee with Saffron ($\bar{X}=1.26$) were the coffees with the least bitter taste. Coffees with the least undesirable taste; Turkish Coffee with Mountain Strawberry ($\bar{X}=1.60$) and Hilve Coffee ($\bar{X}=1.60$). Coffees with the best feeling in the mouth and throat after swallowing; Saffron Dibek Turkish Coffee ($\bar{X}=3.73$) and Hilve Coffee ($\bar{X}=4.06$). However, it was determined that the most liked coffee after tasting was Hilve Coffee ($\bar{X}=4.40$).

In the study, it was analyzed whether 13 coffees were liked or not. Accordingly, the appearance ($\bar{X}=5.06$), aroma ($\bar{X}=4.66$), texture ($\bar{X}=4.66$) and flavor ($\bar{X}=4.80$) of Strawberry Dibek Turkish Coffee are not appreciated, and the scent ($\bar{X}=5, 46$) can be said to be moderately liked. The appearance ($\bar{X}=5.26$) and texture ($\bar{X}=5.26$) of Chickpea Coffee was not appreciated by the panelists. Only the texture of Turkish Coffee from Yemen Bean was less appreciated by the panelists ($\bar{X}=5.06$). The appearance ($\bar{X}=6.13$), scent ($\bar{X}=5.40$), aroma ($\bar{X}=5.33$) and texture ($\bar{X}=5.80$) of Pomegranate Dibek Turkish Coffee was moderately appreciated. It was revealed that the appearance ($\bar{X}=4.53$), scent ($\bar{X}=4.46$) and texture ($\bar{X}=4.80$) of Forged Dibek

Turkish Coffee were not appreciated by the panelists. Panelists moderately liked the look ($\bar{X}=5.40$), scent ($\bar{X}=5.80$) and texture ($\bar{X}=5.86$) of Turkish Coffee with Mountain Strawberry. Panelists moderately liked the appearance ($\bar{X}=5.85$), texture ($\bar{X}=5.64$) and aftertaste ($\bar{X}=5.35$) of Saffron Dibek Turkish Coffee. It was determined that the appearance ($\bar{X}=5.33$) and texture ($\bar{X}=5.60$) of Turkish Coffee from Colombian Bean was moderately appreciated by the panelists. The appearance ($\bar{X}=5.20$), smell ($\bar{X}=5.06$) and aroma ($\bar{X}=4.66$) of Dibek Orange Turkish Coffee was less appreciated. The appearance ($\bar{X}=5.20$) and texture ($\bar{X}=4.86$) of Turkish Coffee with Mastic Gum was less appreciated. It is seen that the appearance ($\bar{X}=5.40$) and texture ($\bar{X}=5.60$) of Mihrimah Sultan Turkish Coffee is moderately appreciated. Only the appearance of Traditional Turkish Coffee ($\bar{X}=5.33$) was moderately appreciated by the panelists. Only the texture of Hilve Turkish Coffee ($\bar{X}=5.86$) was moderately appreciated by the panelists. Other features of coffee are its appearance ($\bar{X}=6.60$), smell ($\bar{X}=6.26$), aroma ($\bar{X}=6.20$), flavor ($\bar{X}=6.53$) and aftertaste ($\bar{X}=6.53$). it has been greatly appreciated.

Keywords: Coffee; Turkish Coffee; Turkish Coffee Varieties; Safranbolu

ARŞİV KAYIT BİLGİLERİ

Tezin Adı	Türk Kahvesi Çeşitlerinin Duyusal Analiz Değerlendirmesine Yönelik Pilot Çalışma: Safranbolu
Tezin Yazarı	Tuğba SÜTER
Tezin Danışmanı	Dr. Öğr. Üyesi Özlem ÖZER ALTUNDAĞ
Tezin Derecesi	Yüksek Lisans Tezi
Tezin Tarihi	25/11/2022
Tezin Alanı	Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı
Tezin Yeri	KBÜ-LEE
Tezin Sayfa Sayısı	90
Anahtar Kelimeler	Kahve; Türk Kahvesi; Türk Kahvesi Çeşitleri; Safranbolu

ARCHIVE RECORD INFORMATION

Name of the Thesis	Pilot Study on Sensory Analysis Evaluation of Turkish Coffee Varieties: Safranbolu
Author of the Thesis	Tuğba SÜTER
Advisor of the Thesis	Assist Prof. Özlem ÖZER ALTUNDAĞ
Status of the Thesis	Master Thesis
Date of the Thesis	25/11/2022
Field of the Thesis	Department of Gastronomy And Culinary Arts
Place of the Thesis	KBÜ-LEE
Total Page Number	90
Keywords	Coffee; Turkish Coffee; Turkish Coffee Varieties; Safranbolu

KISALTMALAR

ICO	: International Coffee Organization
KTB	: Kültür ve Turizm Bakanlığı
MEGEP	: Mesleki Eğitim ve Öğretim Sistemini Gçlendirme Projesi
SCA	: Special Coffe Association-Özel Kahve Derneği
TDK	: Türk Dil Kurumu
TKKAD	: Türk Kahvesi Kültürü ve Araştırmaları Derneği
TÜROB	: Türkiye Otelciler Birliği
UNESCO	: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
vb.	: Ve Benzeri
vd.	: Ve Diğerleri

ARAŞTIRMANIN KONUSU

Toplumların yařayıő biçimleri ve başka kùltürler ile etkileőim kurmaları sonucunda oluőturmuő oldukları kùltürler, mutfaklarına da yansımıőtır. Bu yönüyle bakıldığında mutfağı, yiyecek içeceklerin üretilip tüketildiği yerlerin yanı sıra kùltürlerin yansıtıldığı bir laboratuvar olarak değerlendirmek mümkündür. Bu nedenle Türk mutfağının en önemli unsurlarından biri olan Türk kahvesi, toplumun gelenek göreneklerine, özel gün ve gecelerine, farklı özelliklerin katılmasıyla oluőturulan, pişirilen, sunulan ve tüketilen kùltürel bir zenginlik olarak karşımıza çıkmaktadır. Geçmiőten günümüze incelediğimizde Türk kahvesi farklı pişirme uygulamaları ve farklı malzeme eklemeleriyle çok çeşitli formlarda sunulup tüketilmektedir. Bu çalışmada odak noktası olarak Safranbolu Kahve Müzesinde ziyaretçilere sunulan 13 farklı Türk Kahvesi çeőidini kapsamaktadır.

ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Türk kahvesi asırlardır Türkler ve birçok farklı topluluklar tarafından tercih edilip tüketilmektedir. Bu alıőma Safranbolu Kahve Müzesi'nde tüketicilere sunulan ve yukarıda belirtilen farklı 13 Türk Kahvesi eőidinin duysal analiz açısından incelenmesini kapsamaktadır. Bilindiği üzere Türk mutfağı gemiőıyla ve sahip olduğu zengin içerik ve çeőitlilikleriyle yeme içme kùltürüne çok özel anlamlar yükleyen mutfaklardan birisidir. Bu mutfağın içeriklerinden biri olan kahve, 500 yıllık gemiőıyla zaman içerisinde kùltürel etkileőimlerle őekillenmiő ve Türk mutfağının vazgeçilmez bir unsuru durumuna gelmiştir. Türk kahvesinin birçok çeşidi vardır. Bunlardan bazıları; Süvari Kahvesi, Kül Kahvesi, Menengiç Kahvesi, Dibek Kahvesi, Devebatmaz Kahvesi, Mırra, Yandan arklı Hilve, Yandırma, Cilveli Türk Kahvesi, Mihrimah Sultan Kahvesi ve Nohut Kahvesidir. Ancak bu çalışmada Safranbolu Kahve Müzesinde ziyaretçilere sunulan ilekli Dibek, Nohut, Yemen ekirdeđinden Türk Kahvesi, Narlı Dibek ve Dövme Dibek Türk Kahvesi, Dağ ilekli, Safranlı Dibek Kahvesi, Kolombiya ekirdeđinden Türk Kahvesi, Portakallı Dibek Türk Kahvesi, Damla Sakızlı Türk Kahvesi, Mihrimah Sultan Kahvesi, Geleneksel Türk Kahvesi ile Hilve Türk Kahvesi incelenmiştir. Türk kahvesi eőitleri hazırlanışları, ikram edilme şekilleri, sosyalleşme aracı olarak görülmeleri, Türk kùltüründe önemli bir yer edinmiő olmaları nedeniyle kùltürel ve gastronomik yönleri ağır basmaktadır. Bu nedenle bu Türk kahvesi çeşitlerinin gelecek nesillere aktarılması önemli bir

zorunluluk ve sorumluluğu gerektirmektedir. Daha önce Safranbolu’da Türk kahvesi çeşitlerinin deneyimlenerek incelemesi yapılmamıştır. Dolayısıyla çalışmanın, söz konusu kahve çeşitlerinin yok olmaması ve Safranbolu’da üretilen ve sunulan kahve çeşitlerinin genel özelliklerinin bilinmesi önemli bir kültür destinasyonu olan Safranbolu turizmine katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu gereklilik çalışmanın önemini de ortaya koymaktadır.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Nicel çalışmalarda, araştırmacılardan kendi değerlerinden sıyrılarak nesnel ve bağımsız bir biçimde gerçeği ortaya koymaları beklenmektedir. Bu yüzden nicel araştırmayı kabul etmiş olan araştırmacıların, kendilerini araştırmadan soyutlamalarını sağlayan standart ölçme araçlarını kullanarak veri toplama yoluna gittikleri bilinmektedir (Borg ve Gall, 1989, s. 23). Bu araçlardan biri olan anketin, günümüzdeki profesyonel ve akademik araştırmalarda en çok tercih edilen veri toplama araçlarından biri olduğu söylenebilir. Anket; araştırmaya katılan kişilerin ne düşündüklerini, ne hissettiklerini, ne beklediklerini, tutumlarını, algılarını, görüşlerini vb. bilgileri toplamak için oluşturulmuş formlardır (Altunışık, 2008, s. 3).

Uzman panelist grubu üzerinde gerçekleştirilen bu çalışmada verilerin toplanması için yüz yüze anket tekniği tercih edilmiştir. Anket 2 bölüm şeklinde tasarlanmıştır. Birinci bölümde ürün değerlendirme formu, ikinci bölümde; tüketici beğeni formu kullanılmıştır. Anketlerle tadım yapan panelistlerin Türk kahveleri ile ilgili tutum ve düşünceleri incelenmektedir. Bu araştırma Kahve Müzesi’nde bulunan 13 Türk kahvesi hakkında bize panelistlerin görüşlerini sunmaktadır. Anketler, Karabük Üniversitesinin Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümü mutfağında her bir paneliste ayrı ayrı kahve deneyimlendikten sonra uygulanmıştır. Araştırmada kullanılan anket Sezci (2018) çalışmasından alınmıştır. Tüketici beğeni ölçeği 7’li (1=Hiç Beğenmedim; 7=Çok Beğendim) Likert şeklinde hazırlanmıştır. Araştırmada kullanılan anket formu EK1’de verilmiştir.

Nicel araştırmaların özelliklerinden biri istatistiksel testler yoluyla değerlendirmenin yapılabilmesi olmasıdır (Ulus vd., 2010, s. 44). Bu nedenle katılımcılardan toplanan veriler SPSS-20 istatistik paket programı aracılığıyla analiz edilmiştir. İstatistiksel analizlerde veriler elde edildikten sonra verilerin geçerlilik ve güvenilirlik analizleri çalışmanın temel gerekliliklerindedir (Christensen vd., 2015:

154). Ancak duyuşsal analizlerde belli bir yapı test edilmediği için verilere geçerlilik ve güvenirlilik analizlerin yapılması önerilmemektedir. Bu kapsamda çalışmada analizlerin ilk adımlardan biri olan betimleyici analizler yapılmıştır. Betimleyici testler verilerin türlerini, düzeylerini, özelliklerini belirlemek için yapılan ilk testlerdendir (Erdoğan, 2012, s. 280). Betimsel analizlerin birçok türü mevcuttur. Ancak bu çalışmada kişi sayıları ve ürünle ilgili özelliklere vermiş oldukları cevapların düzeyini belirlemek için sadece frekans ve aritmetik ortalamalardan yararlanılmıştır. Tüketicilerin beğeni düzeylerine karar vermek için “1.00-1.90 = hiç beğenmedim, 1.91-2.75 = çok beğenmedim, 2.76-3.60 = biraz beğenmedim, 3.61-4.45 = ne beğendim ne de beğenmedim, 4.46-5,30 = az beğendim, 5.31-6.15 = orta derecede beğendim, 6.16-7.00 = çok beğendim” dikkate alınarak yorumlanmıştır (zdamar, 2001, s. 145).

EVREN VE ÖRNEKLEM

Bu araştırmanın evreni; Eylül 2022’de Safranbolu Kahve Müzesinden gelen kahveleri tadan yiyecek-içecek işletmelerinde çalışan uzman kişileri (Gastronomi ve Mutfak Sanatları ğretmeni, Aşçı, Diyetisyen) kapsamaktadır. Evren; araştırılması düşünülen olgunun bütün elemanlarını kapsayan bir yapı olarak kabul edilmektedir (zen ve Gl, 2007, s. 395). Evrenin; genel ve erişilebilir olmak üzere iki türünün olduğu ifade edilmektedir. Dolayısıyla genel evrenin soyut bir kavram olduğu ve tanımlanmasının kolay olmakla birlikte ulaşılmasının çok zor olduğu belirtilmektedir. Erişimi kolay ve somut olan evren ise erişilebilir evrendir (Karasar, 2011, s. 110). Araştırma kapsamında değerlendirilecek bir evrene yönelik olarak bilgilerin derlenebilmesi için tercih edilecek ilk ve en basit yöntemin, o evrenin içerisinde bulunan tüm birimlerin araştırmaya dahil edilmesidir. Başka bir deyişle tam sayıma ulaşmaktadır. Ancak uygulama aşamasında çoğunlukla evrende bulunan bütün birimlere ulaşmak ve onlardan bilgi toplamaya kalkışmak pek çok nedenden dolayı çok zordur (zmen, 1999, s. 25). Dolayısıyla tüm birimlere ulaşabilmenin çok zor olduğu Şartlarda evren içerisinden bir örneklem alınmasının doğru olacağı kabul edilmektedir. Örneklem seçiminde genel kabul gören farklı teknikler geliştirilmiştir (Padem vd., 2012, s. 63). Bu araştırmada tesadüfi olmayan örnekleme teknikleri içerisinde yer alan kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Kolayda örneklemede, birimleri seçmek ya da çalışmaya dahil etmek çoğunlukla araştırmacının elindedir (Şimşek, 2012, s. 122).

Örneklemin doğru seçilmesi, örnekleme alınacak doğru birimlerin özellikleriyle yakından bağlantılıdır. Bu çerçevede kahvelerin duysal açıdan daha iyi incelenmesi için seçilen kişilerin mutfak sanatları ve yiyecek-içecek sektörü ile ilişkili olmalarına dikkat edilmiştir. En çok dikkat edilen özelliği seçilen panelistlerin sektörle ilişkili olmalarıdır. Panelistler bu bölümde görev yapmakta ya da eğitim vermektedirler. Örneklem büyüklüğü ise sayısal olarak yeterliliği ifade etmektedir. İyi bir örneklemin, hem evreni temsil etmesi hem de yeterli olması büyük önem taşımaktadır. Örneklemin yeterli olması, araştırma sonuçlarının güvenilir olduğunun göstergesidir (Gönç-Şavran, 2009, s. 146). Bu çerçevede Eylül 2022’de Kahve Müzesinin kahvelerini tadan 15 kişi araştırmaya katılmıştır. Literatürde; duysal analiz çalışmalarında araştırmaya dahil edilecek panelist sayısının en 5 kişiden oluşabileceği ifade edilirken, genellikle 10 kişinin önerildiği görülmektedir (MEGEP, 2012, s. 37). Sonuçların daha gerçekçi olması düşüncesiyle araştırmaya dahil edilen 15 paneliste öncelikle Türk Kahvesi çeşitlerinden Çilekli Dibek, Nohut, Yemen Çekirdeğinden Türk Kahvesi, Narlı Dibek ve Dövme Dibek Türk Kahvesi, Dağ Çilekli, Safranlı Dibek Kahvesi, Kolombiya Çekirdeğinden Türk Kahvesi, Portakallı Dibek Türk Kahvesi, Damla Sakızlı Türk Kahvesi, Mihrimah Sultan Kahvesi, Geleneksel Türk Kahvesi ile Hilve Türk Kahvelerinin tadımı yapılmış ve daha sonra duysal analiz formları aracılığıyla veriler toplanmıştır.

ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI

Tük kültüründe pek çok kahve çeşidi bulunmaktadır. Bunlardan bazıları; Süvari Kahvesi, Kül Kahvesi, Menengiç Kahvesi, Dibek Kahvesi, Devebatmaz Kahvesi, Mirra, Yandan Çarklı Hilve, Yandırma, Cilveli Türk Kahvesi, Mihrimah Sultan Kahvesi ve Nohut Kahvesidir. Ancak bu çalışmada Safranbolu Kahve Müzesinde sunumu yapılan Çilekli Dibek, Nohut, Yemen Çekirdeğinden Türk Kahvesi, Narlı Dibek ve Dövme Dibek Türk Kahvesi, Dağ Çilekli, Safranlı Dibek Kahvesi, Kolombiya Çekirdeğinden Türk Kahvesi, Portakallı Dibek Türk Kahvesi, Damla Sakızlı Türk Kahvesi, Mihrimah Sultan Kahvesi, Geleneksel Türk Kahvesi ile Hilve Türk Kahvelerinin değerlendirilmiştir. Araştırmanın ikinci sınırlılığı; deneysel olduğu için daha fazla kişinin araştırmaya katılmamasıdır. Üçüncü sınırlılığı ise pandemi sürecinden dolayı yaşanan kısıtlamalar, bütçe ve zamanın konusunda yaşanan sorunlardır.

GİRİŞ

Kahve'nin ilk ortaya çıkışı ile kesin bir bilgi olmamakla birlikte Etiyopya'nın Kaffa bölgesindeki "Arabica" ismindeki kahve ağaçlarında yetiştiği bilinmektedir. Sözcük olarak Kahve isminin, Arapçadaki "qahwa" kelimesinden geldiği ifade edilmektedir. Kahvenin ilk üretime başlandığı yer ise Yemen'dir. Kahve içme kültürü 11. yüzyıla kadar uzanmaktadır (Kafadar, 2020, s. 51-53). Özellikle Etiyopya ve Kenya'nın bulunduğu o dönemki Afrika'da, kahve ağaçlarının olduğu belirtilmektedir. Hatta günümüzde bile bölgede yabancı kahve çalılarında rastlamak mümkündür (Gürsoy, 2005, s. 20). Ancak gelişme gösterdiği dönem 15. yüzyıldaki Medine, Mekke ve Mısır olduğu bilinmektedir. 16. Yüzyıldan itibaren Asya, Avrupa ve Suriye'de yayılmıştır (Kafadar, 2020, s. 51-53).

Türkiye'nin kahve ile tanışması 1517 yılında olmuştur. Dönemin Yemen Valisi Özdemir Paşa tarafından İstanbul'a getirilmiştir. Kahve, Türklerin bulmuş olduğu yeni hazırlama yöntemlerinden olan güğüm ve cezvelerde pişirme tekniğinden nedeniyle "Türk Kahvesi" ismini almıştır. Kahve ilk olarak Saray mutfağında tüketilmiştir. Daha sonraki yıllarda halk tarafından da kullanılmaya başlanmıştır. Türk kahvesi genellikle çığ olan çekirdeklerin kavrulması ve dibeklerde dövüldükten sonra öğütülerek cezvelerde pişirilmektedir. Türk kahvesi lezzet ve tadından dolayı İstanbul'u ziyaret eden tüccarlar, seyyahlar ve dönemin Osmanlı elçileri aracılığıyla Avrupa'da tanıtılmıştır. Avrupa'dan sonra dünyanın pek çok yerinde tanınmaya başlanmıştır. Özellikle Avrupa'nın uzun yıllar boyunca kahveyi, Türk kahvesi olarak hazırlayıp tükettiği bilinmektedir (Gürsoy, 2005).

Türk kahvesi, eski zamanlardan bu yana Türklerin hayatında çok önemli bir yer tutmuştur. Türkiye, iklimsel açıdan kahve yetiştirmeye uygun olmamakla birlikte Türk kültürünün önemli bir unsuru olarak işlenmiştir. Günümüzde Türk kahvesinin toplumumuzdaki tüm geleneklerde ve günlük kelimelerinde izini bulmak mümkündür. Örneğin "kahvaltı" kelimesinin kökü kahveden gelmektedir ve kahve içmeden önce yenen öğünü ifade etmektedir. Türk kahvesinin, hazırlanış ve sunuş aşamalarında kullanılan araç ve gereçleri ile birlikte içilmesi ve fallara konu olması gibi özellikler yönünden kendine has özellikleri vardır. Bununla birlikte dostluğun, kız isteme, nişan ve evlenme ritüellerinin baş içeceği özelliği taşımaktadır (Güral, 1999; Dalan, 2007).

Günümüzde kahve, petrolden sonra ticaret payına sahip olan ikinci ürün olarak kayıtlarda geçmekte ve dünyadaki tüketici kitlesinin önemli boyutlarda olduğu belirtilmektedir. Dünyada olduğu gibi ülkemizde de geçmişi çok eskilere giden tüketim maddeleri arasında sayılmaktadır. Turizm çeşitlerinin ortaya çıkması ve küreselleşmenin de etkisiyle günlük hayatın içeceklerinden biri olan kahvede yeni trendler ortaya çıkmıştır. Başka bir deyişle hem içecek türü açısından hem de çeşitleri nedeniyle farklı tüketim alışkanlıklarının önemli bir içeceği olmaya başlamıştır (Erbaş, 2009, s. 149-150).

Türk kültürünün önemli bir içeceği olan kahvenin aradan uzun bir süre geçmesine rağmen Türk sosyal hayatı içerisinde üstlenmiş olduğu rol hali ilk günkü gibi tazedir (Tonay-Yüksel ve Bayram, 2018). Ancak her ne kadar Türk geleneğine, kültürüne ve edebiyatına konu olsa da Türk kahvesiyle ilgili yapılan bilimsel çalışmalar henüz çok yenidir. Bu çalışmalar daha çok kahvenin kimyasal yapısını ve tüketici tercihleri bağlamında ele alınmıştır (Gudaoğlu, 2019). Ancak kahvenin görünüşü, tadı, aroması, lezzeti vb. özelliklerini ortaya koyan duyu analizi konusundaki çalışmalar yok denecek kadar azdır. Bu nedenle çalışmada Türk Kahve'sinin en bilinen on üç çeşidi duyu yönden analiz edilmiştir.

Bu kapsamda çalışma üç bölüme ayrılmıştır. Birinci bölümde kahvenin tanımı, tarihsel gelişimi, Türk kahve kültürü ve tüketim durumu ele alınmıştır. İkinci bölümde kahve çeşitleri ve Türk kahvesinin genel özellikleri üzerinde durulmuştur. Üçüncü bölümde Çilekli Dibek, Nohut, Yemen Çekirdeğinden Türk Kahvesi, Narlı Dibek ve Dövme Dibek Türk Kahvesi, Dağ Çilekli, Safranlı Dibek Kahvesi, Kolombiya Çekirdeğinden Türk Kahvesi, Portakallı Dibek Türk Kahvesi, Damla Sakızlı Türk Kahvesi, Mihrimah Sultan Kahvesi, Geleneksel Türk Kahvesi ile Hilve Türk Kahveleri duyu yönden incelenmiş ve yorumlanmıştır.

1. TÜRK KAHVE KÜLTÜRÜ

1.1. Kahvenin Tanımı

Rubiaceae familyasına ve Coffea cinsine ait olan kahve, adını Etiyopya'da bir şehir olan Kaffa'dan almıştır. Dünyadaki en eski alkolsüz içeceklerden biridir. 1000 yıla yakın bir geçmişe sahip olan kahve, dünyada en çok tüketilen içeceklerden biridir. En verimli kahve yetiştirme yerleri tropikal bölgelerdir ve nemli ve serin bölgelerde maksimum kahve çekirdeği hasadı elde edilir. Çok narin ve kırılğan bir bitki türüdür (Yıldırım vd., 2020, s. 384).

Kahve köken itibariyle Arapça kökenlidir. Sıcak iklim bitkisi olup kök boyasıgillerden gelmektedir. Bu ağacın meyvesinin çekirdeğinin yanı sıra çekirdeklerin kavrulup çekilmesi sonucunda elde edilmiş olan toz ve bu toz ile hazırlanmış olan bir içecek olarak tanımlanmaktadır. Arapçada, kahve bitkisinin meyvesine ve çekirdeğine “bün” adı verilir. Latince adı coffea arabica olan kahve sözcüğünün eski Arapçada ne zamandan beri kullanıldığı bilinmemektedir. Ancak ilk önceleri şarap anlamında kullanıldığı ve iştahı kestiği (kahy) için bu mânâyı aldığı ifade edilmektedir. Bugün kahve olarak isimlendirilmiş olan bu içeceğin adının ehl-i keyf kimseler tarafından verildiği bilinmektedir (Yalap, 2017, s. 1908). Fransızlarda “café”, İngilizlerde “coffee”, Almanlarda “kaffe”, Macarlarda “kave” olan “kahve” kelimesi birçok ülkede benzer yazım ve telaffuza sahiptir (Şehitoğlu, 2020, s. 95).

Kahve ağacı defneyaprağına benzemektedir. Kenarları dalgalıdır. Kışın yaprakları dökülmemektedir. Yaprakları koyu, parlak ve sivri uçlu oval şeklindedir. Ağacın boyu 10-12 metreye kadar uzanabilmektedir. Yeşilimsi ve sarımsı renkte olan meyvesi ise olgunlaştığı zaman kiraza benzemektedir. Meyvelerin kolay toplanabilmesi için ağacın sürekli budanması gerekmektedir. 4-5 metre uzunluğuna sahip bir çalı boyutunda tutulmaktadır. Dalların üzerinde ve yaprakların dibinde, salkımlar şeklinde meyve gelişmektedir. Bu meyvenin içerisinde bir zarla kaplı çekirdeği bulunmaktadır. Zarın dışı ise sert bir kabuktan oluşmaktadır. Tohum olarak kullanılması düşünülen çekirdeğin kabuktan ayrılması gerekmektedir. Kahve meyveleri sık sık ve düzenli olarak kontrol edilmeyi gerektirmektedir. Çünkü olgunlaştıkları andan itibaren on dört gün içerisinde çürümeye başlamaktadırlar (Taştan, 2009, s. 54).

1.2. Kahvenin Tarihsel Gelişimi

Kahvenin kökeni konusundaki bilgilerin oldukça muğlak olduğu söylenebilir. İlk defa kim tarafından yetiştirildiği, çekirdeklerini kimin kavurduğu ve kimin içtiği bilinmemektedir. Bu sebeple kahvenin kökeni ve tarihinden bahsederken, anlatılanların olmasından ziyade, kurgusunun (fantezi) önem arz ettiği görülmektedir (Taştan, 2009, s. 56). Mevcut kaynaklara göre kahvenin ilk anavatanı Habeşistan'dır. Kahve, VIII. yüzyılın sonlarında Yemen'de, meyveden yapılmış bir içki olarak kullanılmıştır. X. yüzyılın başlarında Mısır'a girmiştir. Mısır'dan sonra Suriye, İran ve Türkiye'ye (Osmanlı Devleti) geçtiği bilinmektedir (Yaman, 2004, s. 3). XVII. yüzyıl ortalarına gelindiğinde Avrupa'da dönemin önemli kentlerinde kahve içiminin başladığı ifade edilmektedir. Kahve piyasası, XVIII. yüzyıl ortalarından itibaren Latin Amerika ve Uzak Doğu'dan gelen kahveyle tanışmayla başladığı bilinmektedir. Koloni kahveleri diğer kahvelerden daha ucuz olmasından dolayı hızla yayılma alanı bulmuştur (Yalap, 2017, s. 1908).

Kahve 1550 yılında İstanbul'a gelmeden önce 1510 yılında Kahire'de ve 1511 senesinde ise Mekke'de görüldüğü belirtilmektedir. Arap şehir hayatının kültürel bir unsuru olan ve kişiye ayrıcalık tanıyan kahve ve kahvehane geleneği 17. yüzyılın sonlarına doğru Osmanlı Devleti'nin sınırlarını aşmış ve Avrupa ülkeleriyle tanışmıştır. Fransız kaynaklarına göre; ilk kahve ve kahve takımı Fransa'ya, Osmanlı ile yoğun ticari ilişkileri sırasında gelmiştir. Kahveyi 1644 yılında Fransa ile tanıştıran ilk kişinin de ünlü bir zengin olan De La Roque olduğu ifade edilmektedir. Aynı kaynaklar, kahvenin Venedik'e 1615 yılında, Paris'e 1643 yılında ve Londra'ya 1651 yılında götürüldüğünü belirtmektedirler. Ancak ilk kahvehanenin 1670 yılında Paris'te açıldığını ifade etmektedirler (Timur-Ağildere, 2017, s. 15). Günümüzde ise dünyanın genelinde kahve kültürü gelişmiş bulunmaktadır.

1.3. Kahve Akımları

Kahvenin yaygınlaşmasıyla birlikte halklar arasında yeni bir sosyal çevrenin oluşmasına zemin hazırlanmıştır. İnsanlar sırf kahve içmek için toplu olarak bir araya gelmiştir. Bu toplantılarda daha önce birbirini tanımayan kişilerin zaman içerisinde birbirlerine aşına oldukları ve dönemin toplumsal, siyasi vb. konularını konuşma olanağı buldukları bilinmektedir. Zamanla kahvenin, bir içecek türünden ve biyolojik bir ihtiyacı karşılama özelliğinden sıyrıldığı ve çeşitli grupların yanı sıra toplumun

geneli için önemli bir unsur haline geldiği görülmüştür (Yalap, 2017, s. 1912). Günümüzde kahve ile ilgili kullanılan ve “akım” olarak değerlendirilen “dalga” sözcüğü, 2002 yılının Aralık ayında ilk kez Thirtsh Rothgeb’in “The Flamekeeper” gazetede yazmış olduğu yazısında geçmiştir. Kahvenin günümüze kadar olan tarihsel sürecinde uğradığı değişimi ve gelişimi belirtmek için “dalga” sözcüğü Rothgeb tarafından kullanılmıştır. Kahve 19. yüzyılın sonlarından itibaren günümüze kadarki süreçte üç dalga veya üç akım geçirmiştir ve gelişimini devam ettirmektedir. Bu akımlar sırasıyla birinci dalga, ikinci dalga ve üçüncü dalga kahve akımları olarak tanımlanmaktadır (Telli-Danışmaz, 2021, s. 443). Bu akımlar aşağıda detaylı bir biçimde ele alınmıştır.

1.3.1. Birinci Dalga Kahve Akımı

Kahvenin uyarıcı özelliği nedeniyle ilk başlarda tekkelerde, sabahlara kadar devam eden dini ayinlerin yerine getirildiği zamanlarda zihni canlı tutmak amacıyla kullanıldığı, daha sonraki yıllarda ise benzer özelliği taşıması nedeniyle ilmi ve edebî faaliyetleri içerisinde olan çevreler arasında yaygın hale geldiği belirtilmektedir (Timur-Ağıldere, 2017, s. 17). 1700’lü yılların ilk döneminde kahvenin etrafında yaşanan dönüşüm, tiryakiler açısından yeni bir dönemin habercisi olmuştur. Daha önceleri başta Osmanlı Devleti olmak üzere diğer bazı ülkelerde soğuk karşılanan ve yasaklanan kahve içimi bu dönemden sonra daha serbest hale gelmiştir. Kahve zengin ve fakir ayırt edilmeksizin herkesin evinde bulunan ve tüketilen bir içecek türü olmuştur. Bununla birlikte kahve içimi hizmeti için her bölgede veya kentte kahvehaneler açılarak, bu mekanların farklı zümre ve mesleklere sahip kişilerin uğrak alanları olmuştur. Örneğin Osmanlı devletinde esnaf kahvesi, hâcegân kahvesi, âşıklar kahvesi, çalgılı kahve, neyzenler kahvesi, Meddah-Karagöz kahvesi, muallimler kahvesi, semaî kahvesi, pehlivan kahvesi, esrarkeşler kahvesi, tulumbacılar kahvesi, yeniçeri kahvesi ve sabahçı kahvesi gibi mekanlar kurulanlar arasındadır. Söz konusu mekanların müdavimlerinin meslekleri ve sosyal konumları açısından şekillendiği bilinmektedir. Bunun yanı sıra çeşitli meslek ve zümrelerden kişilerin sınıf farkı gözetilmeksizin bir araya geldikleri mekanların da kurulduğu söylenebilir. Söz konusu kişilerin bir araya gelmiş olduğu kahvelere örnek olarak “eyyühe’n-nâs kahvesi” veya “avur zavur kahvesi” olarak gösterilebilir. Ayrıca kahve içmek isteyen kişilere

sokaklarda bile kahve hizmeti yapan seyyar kahvecilerin de türediği bilinmektedir (Taştan, 2009, s. 68-69).

Ortadoğu ve Anadolu’da evlerin dışında kahvehanelerle pratikleşen kahve içimi, 17. yüzyıl gibi geç bir dönemde Batı’da da benimsenmiştir. Bu dönemde kahve ve kafe kültürünün sosyalleşme pratiği sohbetin ötesine taşınmıştır. Özellikle Aydınlanma sonrasında ve modernleşme süreci içerisinde kamusal alanlar biçiminde toplumsal mekânlara dönüşmüştür (Akarçay, 2012, s. 185). Yine bu dönemde ilk kahve markasının yeni kıtada ortaya çıktığı ve bu markaya bağlılığın yaratılması için de büyük çabaların harcandığı bilinmektedir. Bu çabalar sonucunda ve özellikle taşımacılığın, fırınlamanın, öğütmenin ve demlendirmenin yapılması için geliştirilen teknolojiler sayesinde ıslah edilmiş ve standartlaştırılmış kahve talebi artmaya başlamıştır. Ancak taze çekirdeklerin uygun şartlarda tazeliğinin korunması için alınan önlemlere rağmen, yelkenli gemilerle gerçekleştirilen uzun seyahatler nedeniyle kahve çekirdeklerinin nemli hava ve sudan çok zarar gördüğü ifade edilmektedir. Tüccarlar, zarar görmüş olan kahve çekirdeklerini çivit, pas, sığır kanı ve yumurta kullanarak kurtarmaya çalışmış olsalar da eski lezzetlerine kavuşmalarını sağlayamamıştır. Bununla birlikte bozulmuş olan çekirdekleri karanfille, tarçınla, soğanla ve kakaoyla harmanlayıp fırınlamaları da pratikte bir sonuç vermemiştir. İyi kahve hazırlama konusunda yaşanan bu sorunlar 19. yüzyılda nispeten hafiflemiştir. Demiryollarının gelişmesi ve buharlı gemilerin kullanılmaya başlanmasıyla kahve taneciklerinin bir zarara uğramadan yerlerine götürülmesi daha kolay hale gelmiştir. Bu gelişmelerin yanı sıra Avusturyalı Max Bode tarafından 1851 yılında fırınlamanın ve sıcaklığın kontrolünü sağlayan bir düzenek icat edilmiştir. 1864 yılında New Yorklu Jabez Burns tarafından fırınlama tavası geliştirilmiştir. Damıtma cezveleri, tek kullanımlık filtrenin icat edilmesiyle 1907’de daha da geliştirilmiştir. Mürekkep kâğıdından kesilmiş olan bu ilk örnek, önceki at kılı filtrelerinin yerine kullanılmıştır. Yine bu dönemde lokantaların, müşterileri çekmek amacıyla düşük fiyattan ve sınırsız içecekler sundukları, mağazaların da promosyon olarak kahve dağıttıkları ifade edilmektedir (Taştan, 2009, s. 81).

Birinci dalga kahve akımı; 1900’lü yıllarda başlamıştır. Akım suda çözünen ve bazı kimyasal işlemlerden geçirilmiş olan toz kahve ile başlamıştır. Bu dönemde kahvenin satılıp tüketildiği bilinmektedir. Akıma damgasını vuran olayın ise kahvenin vakumlu paketlere koyulması olduğu belirtilmektedir (Girginol, 2017, s. 15). Bu fikir

sayesinde kahvenin daha uzun sürelerde saklanabilmesinin yolu açılmıştır. Bu sayede kahve tüketimi dünya genelinde hızla artmıştır. Kahvenin müşteriler tarafından daha fazla talep edilmesiyle birlikte üreticiler de kahvenin en hızlı ve kısa yoldan nasıl hazırlanabileceği konusunda çeşitli teknikler araştırmaya başlamıştır. Kahvenin suda çözünebilmesi için bazı kimyasal işlemlerden geçirilmesi ve kahveye çeşitli katkı maddelerinin eklenmesi bu tekniklerden bazıları olmuştur (Rosenberg vd., 2018, s. 203). Ancak bu teknikler bir işe yaramamış ve kahve tadının ve kokusunun kaybedilmesine neden olmuştur. Meydana gelen yeni kahve türüne her ne kadar kahve denilse de saf kahveden oldukça farklı bir hale geldiği bilinmektedir. Ancak büyük işletmelerin pek çok kimyasal işleme maruz bıraktığı ve vakumlu paketlerde satmış olduğu, sıcak su dökülerek içilmiş olan bu içeceğe kahve demenin zor olacağı, bu yeni içeceğe kahvenin yerine kahve aromalı kimyasal içecek denilmesinin daha doğru olacağı yönünde eleştiriler vardır (Latif ve Örs, 2018, s. 151). Her ne kadar eleştiri konusu olsa da kahvelerin sadece sıcak su katılarak kolayca hazırlanabiliyor olmaları zamandan tasarruf sağlamaktadır. Kimyasal karışimli ve vakumlu kahvelerin hazırlanması sırasında kahveyi demlemenin, ekipmanları hazırlamanın ve kahveden artan posayı temizlemenin gerek olmadığı bilinmektedir. Ayrıca bu kahvelerin vakumlu paketler içerisinde satılmalarından dolayı dayanıklılık sürelerinin de oldukça uzun olduğu söylenebilir. Birinci dalga kahvelerin en olumsuz yanı içerisinde kimyasal maddelerin olması ve sağlığa zararlı olmalarıdır. Bilindiği üzere kimyasal tepkimeye maruz kalan kahve çekirdeğinde kafein ve kahve oranı azalmaktadır. Bu nedenle aromasını kaybeden kahveden istenilen verimin ve lezzetin alınması zordur (Morris, 2013, s. 883).

1.3.2. İkinci Dalga Kahve Akımı

Birinci dalga kahve akımını niteliğinin önüne tüketim odaklı anlayışın geçmesi nedeniyle 1960'ların sonlarında ikinci dalga kahve akımı ortaya çıkmıştır (Telli-Danışmaz, 2021, s. 443). İkinci dalga kahve akımını ilk başlatan kişinin A. Peet isimli kişi olduğu ifade edilmektedir. Peet ve arkadaşlarının 1971'de Starbucks'ı kurmasıyla birlikte ikinci akımın başladığı belirtilmektedir. İkinci nesil kahveciliğin ortaya çıkmasının temelinde insanların, kentleşmenin ve yoğun iş stresi gibi nedenlerden dolayı ev ve işyeri dışında sosyalleşmeye ihtiyaç duymalarından olmuştur. Günümüzde de insanların bu mekanlara kahve içmenin yanı sıra arkadaşlarıyla birlikte hoş vakit

geçirmek için gittikleri görülebilmektedir (Kement, 2019, s. 1253). İkinci dalga kahve akımıyla beraber insanlar americano, cafe latte, cappuccino vb. espresso bazlı içecekler ile tanışmıştır. İnsanlar daha fazla sosyal hayata aktif olmaya başlamıştır. Bu nedenle ikinci dalga kahve akımının insanlara daha nitelikli bir kahve içiminin yanı sıra sosyal bir deneyimi yaşattığı söylenebilir. Bununla birlikte Gloria Jeans Coffee, Starbucks Coffee Company vb. kahve zincirleri ortaya çıkmıştır. Kahve pazarlamasında eskiye göre önemli pazarlar gelişmiştir. Franchising sisteminin kullanılmasıyla beraber kahve yapımında da standardizasyona gidildiği görülmüştür. Örneğin; hangi ülkede bulunan Starbucks Coffee Company kahve zincirine gidilirse gidilsin istenilen içeceğin hazırlanma ve sunulma şeklinin aynı olduğunu görmek mümkündür. Bu kahve zincirlerinin temel amacı, çeşitli kahvelerin sunumunu yapmakla birlikte müşterinin markaya olan bağlılığını artırmak, müşteriye rahat bir kafe ortamını sağlamak ve en kaliteli kahveleri hazırlamaktır. Ayrıca Türkiye'deki ikinci dalga kahve evlerine "Kahve Dünyası" örnek olarak verilebilir. Dünya genelindeki en başarılı ikinci dalga franchising kahve zincirinin ise Starbucks Coffee Company olduğu söylenebilir (Telli-Danışmaz, 2021, s. 443).

1.3.3. Üçüncü Dalga Kahve Akımı

Üçüncü dalga kahve akımı son yıllarda özellikle gençler tarafından sıkça dillendirilen yeni bir kültür olarak değerlendirilmektedir. Yeni nesil kahveciliğin ortaya çıkmasıyla birlikte yeni iş alanlarının da doğduğu görülmektedir. Baristalık mesleği bu gelişmenin bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır (Morris, 2013, s. 882). Baristalar, kahvenin ne kadar demlenmesi gerektiğini, çekirdek boyutuna göre yoğunluğunun ne düzeyde olması gerektiği, hangi ekipmanların kullanılabileceği ve çeşitli aromaların kullanılmasıyla kahvenin nasıl zenginleştirilebileceği gibi konularda uzmandırlar (Latif ve Örs, 2018, s. 151). Üçüncü dalga kahve akımının odak noktası, kahveyi hazırlamakla görevli baristaların belirli bilgi ve becerilere sahip olmalarının yanı sıra kahvenin bu kişiler elinde nasıl bir sanata dönüştürüldüğüdür (Telli-Danışmaz, 2021, s. 444). Kahvenin adeta bir sanat eserine dönüştürülmesine "latte art" örnek olarak verilebilmektedir. Üçüncü dalga kahve akımını diğer akımlarından ayıran en önemli özelliği ise kahvenin kökeninden hasadına, işlenmesinden kavrulup demlenmesine kadarki süreçte kalitenin ön planda olmasıdır. Başka bir deyişle üçüncü

akımın kahve anlayışının özel bir nitelik oluşturmak olduğu söylenebilir (Fischer vd., 2017, s. 3).

Üçüncü dalga kahve akımının gelişmesi sayesinde insanların hayatına birçok demleme ekipmanının da dahil olduğu görülmektedir. V60 dripperlar, french press, sifon demleme ekipmanları, moka pot, soğuk demleme ekipmanları, aeropress, taşınabilir kahve ekipmanları ve chemex bunlardan bazılarıdır (Telli-Danışmaz, 2021, s. 444). Üçüncü dalga akımında yer alan kahve çeşitleri olarak Etiyopya, Brezilya, El Salvador, Kenya ve Kolombiya kahveleri daha fazla dikkat çekmektedir (Tolga, 2017, s. 47). Ayrıca dünya genelinde ve Türkiye’de de düzenlenmekte olan kahve festivallerinin, üçüncü dalga kahve akımının ve butik kavurucuların bilinirliğinin sağlanması açısından olumlu birer gelişme olarak değerlendirilmektedir. Bu bağlamda kahve ile ilgili festivallerde Special Coffe Association (SCA-Özel Kahve Derneği) tarafından çeşitli kategorilerde yarışmaların da düzenlendiği bilinmektedir (Telli-Danışmaz, 2021, s. 444).

1.4. Kahve ve Türk Kahve Kültürü

Her milletin, kendini var eden ve ayakta tutan unsurların neler olduğunu bilmesi ve koruması kısacası kendi değerlerinin farkında olması arzu edilen bir durumdur. Pek çok unsur arasından özellikle kültürel faktörleri oluşturan gelenek, görenek ve âdetlerin önemli yeri vardır (Ulusoy, 2011, s. 159). Tarihsel süreç içerisinde gelenekler, giyim kuşam, halk mimarisi, el sanatları ve Türk mutfağı gibi unsurlar Türk kültürünün oluşmasına zemin hazırlamıştır. Bu unsurların tümü toplumun ortak malı olarak algılanmıştır (Karamısır, 1995, s. 41). Günümüzde bu soyut ve yıllar içerisinde bir gelenek halini almış olan söz konusu kültürel varlıkların gelecek nesillere aktarılmasının önemi üzerinde durulmaktadır (Ulusoy, 2011, s. 160). Bilindiği üzere; dünyadaki bütün toplumların, kendi kültürlerine ait yemekleri ve içecekleri vardır. Günümüzde özellikle gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin çoğu, kendi kültürlerine ait gastronomik ürünleri korumaya almış ve standartlaştırmaya gitmişlerdir. Dünyada olduğu gibi ülkemizde de pek çok gastronomik ürünle birlikte Türk Kahvesi’nin de üzerinde yoğun araştırma yapılmakta ve tanıtılmaktadır (Durmaz, 2015).

Kahvenin, ilk bulunduğu tarihten günümüze doğru pek çok kültürde veya toplumda içilme oranının yaygın olduğu bilinmektedir. Osmanlı topraklarına ilk olarak

16. yüzyılda Mısır'dan geldiği ifade edilen kahve içimi varlığını korumuştur. Önceleri sarayda içilen bu içeceğin halk arasında yaygınlaşmaya başlaması kısa bir süre içerisinde gerçekleşmiştir. Bu süreç beraberinde kahve kültürünün oluşmasını getirmiştir. Osmanlı döneminde içimi ve sunumu konusunda çeşitlilik gösteren kahve sonraki dönemlerde evlerin dışında kurulan kahvehanelerde de içilmeye başlanmıştır (Ayalp, 2008).

Kahvenin insanlar tarafından tüketilme nedenlerinin başında; hoş giden lezzeti ve uyarıcı etkisi gelmiştir. Dünyada kahve içeceği farklı biçimlerde tüketilmekte ve yapılaş şekline göre de farklı isimlendirilmektedir. Söz konusu kahvelerin lezzeti, kullanılan çekirdek, kavurma ve hazırlama şekline göre değişiklik göstermektedir. Kahve çekirdeklerinin lezzeti kavurma ve pişirmeyle birlikte önemli değişikliklere uğramaktadır. Kavurma işlemiyle birçok tepkime kahve lezzetini oluşturan bileşenlerin ortaya çıkmasını sağlar (Buffo and Cardelli-Freire, 2004). Yapılan araştırmalara göre kahve lezzeti konusunda bugüne kadar 800'den fazla farklı lezzet bileşimi saptanmıştır. Kahvenin bu çeşitli lezzet bileşimi kahvenin botanik türü, işleme, öğütme ve ambalajlama gibi pek çok faktörden etkilenmekle birlikte kahve lezzetini belirleyen en önemli aşamaların kavurma ve pişirme aşamaları olduğu bilinmektedir (Kıvançlı, 2011, s. 22).

Kahvenin nerede ortaya çıktığı hakkında bütün kitaplarda ve ansiklopedilerde, Habeşistan (Etiyopya) toprakları olduğu yazılmaktadır. Kahvenin ne zaman bulunduğu hakkında kesin bir bilgi olmayıp, bazı tahminler ve varsayımlar bulunmaktadır. Kahve Türk kültürüne Yemen kahvesi olarak yerleşmiş olduğu için, söylentiler ve hatta şarkı/türküler bile kahvenin Yemen'den geldiği üzerine kurulmuştur (Kahraman, 2015, s. 43). 16. yüzyıla kadar uzanmakta olup Türk kahvesi kültürü ve geleneği, kahvenin İstanbul'da kahvehanelerde ikram edilmeye başlandığını, tadını eşsiz yapan ve sosyalleşmeye katkısı bulunan yönleri bulunmaktadır. Türk kahvesi pek çok şeyi içinde barındıran, kültürel boşlukları dolduran, toplumsal değerleri ve inançları bir araya getiren toplumsal bir içecektir. Türk kahvesinin içilmesi ya da servis edilmesi çoğu zaman bireylerin sosyal etkileşimi biçiminde gerçekleşmektedir. Bu gelenekselleşmiş durum, bir yandan bireylerin yaratıcı olması için verimli bir zemin yaratırken, diğer taraftan Türk kahvesinin yapım aşamasında kullanılmakta olan özel araç gereçlerin üretildiği sanatçılık geleneğinin de oluşmasını sağlamaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022).

Türk kahvesi ülkemizi ziyaret eden turistler tarafından Türk hayat tarzının bir sembolü olarak görülmektedir. Başka bir deyişle Türk kahvesi, kahve geleneğini yaşatanların ve kahveyi içenlerin yanı sıra Türk hayat tarzının önemli sembollerinden biri olarak algılanır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022). Örneğin Türkiye'ye yaptıkları ziyaretlerde Polonyalı ziyaretçilerin gezileri programlarına Türk kahvesi içmeyi de dahil ettikleri bilinmektedir. Türkiye'de kahve içimi ve sunumunun popüler olmasına Polonyalılar, kahve içen insanlara ve kahvenin içilmiş olduğu mekânlara yoğun ilgi göstermişlerdir. Polonyalıların kahve ile tanışmasının Türkler sayesinde olduğu ifade edilmektedir (Filipowska, 2011: 209-224). Yine Tadeusz Krusinski "Türk Kahvesinin Kullanılması Üzerine" isimli bir eser yazmıştır. Eserinde Türk Kahvesi'nin hem pişirilme ve içilme tariflerini hem de insan vücuduna olan yararlarından bahsetmiştir. Günümüzde Leh dilinde telveli kahveye "Türk Tarzı Kahve" denildiğini ifade etmektedir (Mokrysz, 2016, s. 103).

Sonuç olarak gelenekler, görenekler ve adetler gibi kültürel varlıkların bilinmesi ve korunması tüm milletlerin üzerinde durması gereken temel kaynaklar olarak karşımıza çıkmaktadır (Ulusoy, 2011, s. 159). Türkiye topraklarında kahve yetişen bir ürün olmamakla birlikte, Türk kahvesi Türk kültürünün önemli bir unsuru halini almıştır. Türk kahvesi, Türklerin keşfettiği kahve hazırlamanın ve pişirme metodunun genel ismidir. Bu kahve ince öğütülen ve kavrulmuş kahve çekirdeklerinin bir cezve içerisinde, isteğe göre şekerin de ilave edilmesi ve kaynatılması yoluyla hazırlanmaktadır (Kıvançlı ve Elmacı, 2014). Bu kahve türü edebiyattan günlük yaşantıya kadar tüm alanlara konu olmuş geleneklere ve iz bırakmıştır (Gross vd.,1997; Gündüz ve El, 2003). Ancak sosyal değişimler bütün dünyada olduğu gibi ülkemizde de içecek alışkanlıklarını değiştirmiştir. Bu nedenle Türk toplumunun önemli bir kültürel değeri olan ve sosyal hayatın vazgeçilmez içeceği olan Türk Kahvesi'nin gelecek nesillere aktarılması ve dünya genelinde tanınmasının sağlanması büyük önem taşımaktadır (Yılmaz vd., 2016, s. 463).

1.5. Dünyada ve Türkiye'de Kahve Tüketimi

Türk kahvesinin, Türk işletmelerin menülerinde yerini alması son yıllarda olmuştur. Dolayısıyla pek çok ülkede kahve menülerde yer alırken Türk işletmelerde yerini alması geç olmuş, öte taraftan Türk pazarına yabancı kahvelerin de girişi ile dört yüz yıllık geleneğimiz olan Türk kahvesinin rekabet ortamında geri kalmıştır (Gürsoy-

Naskali, 2014). Kahve; tadı, kokusu, köpüğü ve maddi kültür nesnelere ile beş duyu ile algılanabilir bir gerçeklik sunmaktadır. Fiziksel ve toplumsal olan diyalektik bir ilişki ile var olmaktadır. Türk kahvesini hazırlama ve içmeyle ilgili adabın oluşması, gelişmesi ve değişime uğraması, kahveyi de şekillendirmektedir. Bu şekilde nesnel olan da, toplumsal olanın inşa edilmesine katkıda bulunmaktadır (Latour, 2000, s. 113). Türk kahvesi, Türk Dil Kurumu genel Türkçe sözlüğünde; “Cezve ile kısık ateşte, şekerli, orta veya sade olarak pişirilen kahve” şeklinde tanımlanmaktadır (TDK, 2018).

Gastronomi imajını ölçen bir çalışma, Türkiye denilince akla gelen ilk iki yiyecek/içecek ürünün; kebab (236 ifade) ve rakı (86 ifade) olduğunu, Türk kahvesinin (12 ifade) ise son sıralarda yer aldığını ortaya koymaktadır. Literatürde, Türk kahvesine yönelik algı ve davranışlar, değişik ülke insanlarına göre farklılıklar göstermektedir (Eren, 2016: 74-76).

Yiyecekler ve içecekler, sosyokültürel anlamı olan öğelerdir ve kahve kültürel mirasımızın önemli değerlerinden biridir (Tezcan, 2000, s. 1; Yılmaz, 2014, s. 589). Türk Kahvesi Kültürü ve Geleneği, 5 Aralık 2013 tarihinde, Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü tarafından “İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası Listesi”ne alınmıştır (UNESCO, 2013). Türk kahvesi kültürü ve geleneği, Türk kahvesinin özel hazırlanış teknikleri ve sunumunun yanı sıra sosyal hayattaki önemi, konukseverlik ve dostluğu sembolleştirmesi gibi unsurları kabul edilerek listeye eklenmiştir.

Türk kahvesi, dünya genelinde yaygın kahve demleme yöntemleri arasındadır. Türkiye’de Türk kahvesi sade, orta ve şekerli gibi farklı şekillerde hazırlanıp tüketilebilmektedir (Küçükkömürler ve Özgen, 2009, Santini vd., 2011). Kolay ve hızlı hazırlanması nedeniyle, instant kahve tüketimi de yaygınlaşmaktadır (Silveira vd., 2007). Başka bir deyişle Türk Kahvesi toz veya granül şeklinde olup sıcak su içinde çabuk şekilde hazırlanan ve kavrulup kurutulmuş suda çözünmeyi ifade eden instant kahve şeklinde de tüketimi yaygınlaşmaktadır (Sağlık, 2021, s. 14).

Küresel kahve tüketiminin, Ekim 2017-Eylül 2018 arasında %1,8 arttığı tahmin edilmektedir (International Coffee Organization, 2018, s. 5). Literatürde, kahve sektörünün sürdürülebilirliği bağlamında çalışmalar (Persson, 2008) olup dünyada yıllık kahve üretiminin yaklaşık sekiz milyon ton olduğu belirtilmektedir. Dünya

genelinde en fazla kahve üretimi pazar paylarına göre sırasıyla; Brezilya %35, Vietnam %14 ve Endonezya %7 şeklindedir (Girginol, 2017). Kahve üreticiliği açısından Türkiye'nin iklim şartlarının yeterli olmadığı ve ithalatının gerekli olduğu belirtilmektedir (Kıvançlı, 2011; Serim, 2015, s. 24).

Dünyadaki en popüler içeceklerden biri olan kahve ticari ve sosyal olarak da önem taşımaktadır (Özdehan, 2014, s. 167). Türkiye'de, E-ticaret platformunda müşterilerin kahve eğilimleri analiz edilmiş olup Eylül 2018'de kahve kategorisine ilginin, geçtiğimiz yıla göre %324 (üç yüz yirmi dört) arttığı (Marketing Türkiye, 2018) görülmektedir. Buna rağmen, Türkiye'nin kahve piyasasında söz sahibi olmadığı, Türk kahvesi yapımında en kalitesiz kahvelerin kullanıldığı üzerinde durularak ürünün geliştirilmesi ve pazarlamasının önemi belirtilmektedir (İnce, 2014). Ayrıca kavurma işlemlerinde, Türkiye'de hijyen ve sanitasyon kurallarına uygun olarak üretim yapılmadığı ifade edilmektedir (Metin, 2006, s. 37).

İngilizler çayı çok sevmelerine rağmen, kahve ile ilgilenen ilk Avrupa milletlerinden biri olmuştur. Oxford'da, 1650 yılında Jacob isimli bir Yahudi tarafından, İngiltere'nin ilk kahvehanesi açılarak İngilizler kahveyle tanışmışlardır (Gürsoy-Naskali, 2014, s. 148). Bu kronolojik veriler farklı kaynaklarda değişiklik göstermektedir. İngilizce basılmış kitapta, Türk kahvesinin Hindistan kahvesi olarak da isimlendirildiği ve Türk stili kahvenin (Turkish-style coffee) bir ticaret terimi olarak kullanıldığından söz edilmektedir. Ayrıca, Türk kahvesinin farklı şekillerde isimlendirildiği şiiirler aktarılmıştır. İlk olarak Mısır, İran ve Türkiye'de ibrikte yapılan kahvenin 1350 yılında servis edildiği söylenmektedir. Bunun yanı sıra, farklı ülkelerde kahve tüketimine ilişkin bilgilere yer verilmektedir (William, 1935, s. 66-733).

Türkiye'ye, Almanya'nın ardından en çok turist gelen ikinci ülke Rusya'dır (TÜROB, 2019). Rus turistlerin tüketici davranışlarını inceleyen çalışmada Türk kahvesini ve elma çayını büyük ilgiyle tercih ettikleri görülmektedir (Asanbekova, 2007: 84). Corina Georgeta Abraham'ın anlambilim yaklaşımı ile yaptığı çalışmasında, Türk kahvesi teriminin farklı ülkelerin dillerinde nasıl ifade edildiği araştırılmış ve buna yönelik olarak aşağıda sunulan verilere yer verilmiştir. Söz konusu çalışmada Türk kahvesi denilince, ifade edilmek istenenin sadece bir içecek olmayıp, kendine ait hikâyesi olan bileşik bir kültürel kavram olduğu belirtilmiştir (Abraham, 2013: 1).

Türk kültürünün bir parçası olarak tüm Türkiye’de bilinen “Türk Kahvesi” (Ulusoy, 2011, s. 161) Türkiye’deki tüketicilerin neredeyse hepsi tarafından tüketilmektedir (Yılmaz vd., 2016, s. 463). Yaygın olarak tüketimi söz konusu olan Türk kahvesinin, belirli farklılıklar dışında tek tip ürün olarak pazarlandığı değerlendirilmektedir. Tüketim olgusu sosyolojik açıdan basit, düşünmeden yapılan bir sürecin aksine, imgeler, simgeler ve kültürel değerlerle ele alınmaktadır (Öztürk, 2013, s. 152). Başarılı bir pazarlama için tüketici davranışlarının karmaşık yapısının daha iyi anlaşılması gerektiği ve bu karmaşık yapının sosyal, kişisel ve psikolojik faktörlerin etkisinde meydana geldiği belirtilmektedir (Okumuş, 2013, s. 5-8).

Dünyada petrolden sonra 2. sırada yer alarak önemli bir ticari ürün olan kahvenin en büyük üreticisi Brezilya’dır. Türkiye’nin iklim şartları kahve tarımına uygun olmadığından, ülkemiz kahve ihtiyacı ithalat yoluyla karşılanmaktadır. Türkiye kahve tüketiminde Avrupa’ya göre oldukça gerilerde kalmaktadır. Avrupa’da kişi başına yıllık kahve tüketimi 5-6 kg olup tüketim İskandinav ülkelerinde 11-12 kg’a kadar yükselmektedir (Kıvançlı, 2011, s. 21). Uluslararası Kahve Organizasyonu (ICO, International Coffee Organization) verilerine göre dünyada en çok kahve tüketen Finlandiya’nın kişi başı düşen yıllık olarak kahve tüketiminin 9,6 kg, kişi başına günlük olarak kahve tüketiminin 2,64 bardak olduğu belirtilmiştir (ICO, 2018). Finlandiya’nın ardından Norveç 2. sırada, Hollanda 3. sırada, Slovenya 4. sırada, Avusturya 5. sırada yer almaktadır. Bunları Sırbistan ile Danimarka ardından Almanya ve Belçika ile Brezilya izlemektedir. Türkiye’de ise 2012/2013 döneminden 2016/2017 dönemine kadar ortalama % 15,6’lık artışla kişi başına kahve tüketiminin 0,92 kg’ye ulaşmıştır (ICO, 2018). Türkiye’de ise tüketim kişi başına yılda 250 gramdır (Kıvançlı, 2011, s. 21). Günümüzde global kahve tüketimi incelendiğinde, Amerika Birleşik Devletleri’nde ortalama tüketim günde 3.2 fincan iken, bu oran Kanada’da 2.6 fincandır. Dünyanın en büyük kahve üreticisi ve ihracatçısı olan Brezilya’da ise kahve tüketimi son yıllarda hızla artmaktadır (Toci ve Farah, 2008).

2013-2017 yılları arasında dünyadaki kahve tüketimi ile ilgili veriler Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1: Dünya Kahve Tüketimi

Dünya Kahve Tüketimi	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	Değişim
Dünya Geneli	148 945	151 912	156 189	156 133	%1,6
Afrika	10 485	10 710	10 928	9 723	-%2,5
Asya & Okyanusya	30 695	32 641	33 628	33 915	%3,4
Orta Amerika & Meksika	5 122	5 230	5 295	5 152	%0,2
Avrupa	50 254	51 008	52 147	51 678	%0,9
Kuzey Amerika	27 706	27 363	28 934	29 559	%2,2
Güney Amerika	24 682	24 960	25 256	26 107	%1,9

Kaynak: (International Coffee Organization, 2018)

2013-2017 yılları arasında kahve tüketiminin 148 945 kg'den 156 133 kg'ye çıktığı görülmektedir. Kahve tüketiminde sırasıyla Avrupa, Okyanusya, Kuzey ve Güney Amerika ülkelerinde ilk sıralarda yer aldıkları söylenebilir.

Son yıllarda Türkiye'deki kahve piyasasının potansiyelinin fark edilmesiyle çok sayıda uluslararası kahve zincir firması Türkiye'de yatırım yaparak şubeler açmaya başlamıştır. Bu gelişmelere bağlı olarak Türk kahvesi dışındaki çeşitli kahve içeceklerine olan ilgi ve talep artmaktadır. Ülkemizde kültürel ve toplumsal alanda önemli bir yere sahip olan ve bugüne kadar dünyada özgün bir kahve çeşidi olarak yerini alan Türk kahvesinin ulusal ve uluslararası pazarda korunması ve geliştirilmesi açısından Türk kahvesinin karakteristik lezzetinin tanımlanması önem taşımaktadır (Kıvançlı, 2011, s. 22).

Ülkemizde yalnızca Mersin ve Anamur'da kahve deneme dikimleri iyi sonuç vermiş olup, 16 hektar alanda kahve tarımı yapılmaktadır (Food-Info, 2011). Türkiye'nin iklim şartları kahve tarımına uygun olmadığından, ülkemizde kahve ihtiyacı ithalat yoluyla karşılanmaktadır. Türkiye'ye en fazla kafeini alınmamış, kavrulmamış kahve ithal edilmekte olup ithalatın yaklaşık %90'ı Brezilya'dan yapılmaktadır. 2010 yılında yurt dışından toplam 37.522 ton kahve ithalatı yapılmış olup bu rakam son 10 yılın en yüksek kahve ithalat rakamıdır (ICO, 2011).

Osmanlıdan günümüze birçok yiyecek içecek reçetesi bozulmadan gelmiş ve hali hazırda uygulanarak, Dünyanın beğenisine sunulmuştur. Türk kahvesi de bu bozulmadan günümüze kadar gelen ürünler arasında belki de en önemli yere sahip olanıdır. Ancak, yüzyıllardır sevilerek tüketilen bu içecek, yapılan çalışmaların yetersizliği yüzünden hak ettiği şekilde tanıtılamamıştır. Diğer yandan, Türk kahvesi

tadının sektördeki firmalar tarafından belirlenmesi, ortalama lezzet algısına dayalı ve maliyet odaklı olarak hazırlanmasına neden olmuştur. Şimdiye kadar yapılan çalışmalar, Türk kahvesinin tanıtımı için yetersiz kalmaktadır (Durmaz, 2015).

Coğrafya olarak mesafeler olsa da ulaşım ve iletişim açısından birbirine yaklaşan bir dünyada yaşanmaktadır (Alataş ve Kılıç, 2018). Ekonomide ve teknolojiye hızlı değişim organizasyonları da etkilemektedir (Önal ve Kılıç, 2016). Günümüzde pazarlamacılar ürün stratejilerini oluşturmadan önce müşterinin beklentilerini anlamaya çalışmaktadırlar ve buna göre pozisyon almaktadırlar (Tan ve Hocaoğlu, 2017). Günümüzdeki toplumsal değişim ve kentleşmenin etkisiyle birlikte içecek alışkanlıklarımızın da değiştiği görülmektedir (Yılmaz vd., 2016). Küreselleşen kahve, günümüz koşullarında farklı markaların altında çağımızın insanı için gündelik yaşamda önemli içeceklerinden biri olmuştur (Özgen ve Yıldırım, 2014).

Dünya üzerinde kahve pişirme ve tüketme teknikleri açısından bir zenginlik bulunmaktadır. Kahvenin tüketicinin damak zevkine uygun olarak ortaya çıkarılabilmesi için farklı değişkenlerinin uyumu oldukça önemlidir. (Bayraktaroğlu, 2004), Marka bağımlılığında demografik faktörlerin etkili olduğunu belirtmiştir. (Aşık, 2017), tüketicilerin marka kahve tüketiminin yaygın olduğunu belirtmiştir. (Tan, 2017), pazarlamacıların öncelikle tüketicileri anlamaya çalıştıklarını belirtmiştir.

2. TÜRK KAHVESİ ÇEŞİTLERİ

2.1. Türk Kahvesinin Çeşitleri

Türk Kahvesi'nin farklı çeşitlerinin ortaya çıkmasının sonucunda farklı kahve türlerinin de tüketildiği ve tüketilmeye devam ettiği bilinmektedir. Günümüzde tüketim toplumunda söz konusu kahve çeşitlerinin tüketicilerin zevklerini, alışkanlıklarını ve eğilimlerini ortak bir paydada buluşturduğu görülebilmektedir. Bu noktada ürünün sunulduğu ve tüketildiği mekânların iç ve dış tasarımı kadar sunulan kahve çeşitlerinin özellikleri de önemli bir unsur olarak öne çıkmaktadır (Acar vd., 2019, s. 136). Günümüzde Türk kahvesinin birçok çeşidi vardır. Bunlardan en yaygın olanları aşağıda detaylıca tanımlanmıştır.

2.1.1. Mırra Kahvesi

Anadolu'da insanların günlük hayatta sık kullandığı “acı bir kahvenin kırk yıl hatırı vardır” atasözündeki acı kahve, Şanlıurfa yöresinde “mırra” olarak adlandırılır (Yarullina-Yıldırım, 2015). Mırra ismi, Arapça acı anlamına gelen mur'dan gelmektedir. Birkaç defa demlenerek yapılan kahvenin tadı acı, rengi de koyudur ve kahve küçük bardaklarla içilmektedir. Yörede kültürel açıdan anlamlı olan bu kahvenin sunumu özel uğraş gerektirmektedir (Anonim, 2017a). Mırranın en dikkat çeken özelliği ise kahvenin herkese aynı fincanla ikram edilmesi ve kahveyi içen kişinin fincanı yere koymadan onu aldığı kişiye geri vermesidir. Fincanın masa ya da yere konulması kahveyi dağıtana hakaret anlamı taşımaktadır (Yarullina-Yıldırım, 2015).

Mırranın elde edilmesinde özel bir kahve çeşidi kullanılmamaktadır. Kahve çekirdekleri kavrulur ve havan benzeri dibek adı verilen kapta taneleri çok inceltilmeden dövülür. Günümüzde dövme işlemi için modern değirmenler ve kahve makineleri kullanılmaktadır. Mırra'nın hazırlanmasında en önemli aşama kaynatma işlemidir. Kaynama süresi, bilinen yöntemlere göre oldukça uzun olduğundan belirli aşamalarda kahvenin telvesi ayrılır ve karışıma su eklendikten sonra kaynatmaya devam edilir. Çekilmiş kahve üzerine su eklenerek kaynatılır ve belli bir kıvama geldikten sonra tortusundan ayırmak amacıyla “mutbak” adı verilen özel kaba süzülür. Elde edilen karışıma tekrar kahve ve su eklenir. Bir veya iki defa daha süzme ile kahve ve su ekleme işlemi gören kahve, tortusundan ayrıldıktan sonra kahve katılmadan

sadece su eklenerek bir-iki kere daha mutbaktan geçirilir. Mırra şekerli içildiği için hazırlanırken tatlandırılmamakta ve tat vermesi için karışıma kakule eklenebilmektedir. Kahve fincanının kenarını boyayacak kadar pekmezimsi bir kıvama gelen mırra, servisi için bakır işlemeli bir imbiğe ya da cezveye aktarılır. Geleneksel olarak küçük kulpsuz tek bir fincanda sunulan mırranın servisi sırasında yaş olarak büyükten küçüğe doğru giden bir sıra takip edilir (Anonim, 2021a).

2.1.2. Menengiç Kahvesi

Menengiç fosforlu, koyu pembemsi ya da mor renginde küçük meyveler veren makimsi bir ağaçtır. Koyu renkte ve macun kıvamı özelliğinde olan Menengiç Kahvesi, bu ağacın meyvelerinden elde edilir. Bileşiminde kimyasal katkı maddesi içermediği ve kafeinsiz olduğu için tercih edilmektedir (Çağran, 2007). Kavrulmuş ve çekilmiş Antep fıstığının tohumlarından yapılan Menengiç Kahvesi, sütle ya da suyla pişirilmekte ve uzun bir süre kaynatılmaktadır. Günümüzde Gaziantep halkı tarafından tohum yerine konserve halinde hazır olarak satılan sıvı kahve tercih edilmektedir. Bu sıvıya su ya da süt eklenip kaynatılarak Menengiç Kahvesi elde edilmektedir (Yılmaz, 2012). Sağlık açısından şifalı olduğu düşünüldüğünden, Gaziantep halkı tarafından özellikle kış aylarında bu içecek evlerden eksik edilmemekte özellikle boğaz ağrısı, öksürük ve soğuk algınlığının tedavisi amacıyla kullanılmaktadır. Türk kahvesi fincanına göre daha büyük bir fincanda içilen bu kahve Türk kahvesi gibi ağır ateşte pişirildiği gibi hazır kahve tarzında da hazırlanmaktadır (Çağran, 2007).

İyi bir protein ve yağ deposu olan Menengiç ağacının meyvesi, besin lifleri, vitamin ve mineral bakımından da oldukça zengindir (Anonim, 2021). Çeşitli kaynaklarda Menengiç Kahvesinin sağlık açısından özellikle öksürük, balgam ve nefes darlığı gibi solunum yolları rahatsızlıklarına iyi geldiği ve antiseptik özelliği bulunduğu belirtilmektedir. Halk arasında yaraları tedavi etme, böbrek kumlarının dökülmesine yardımcı olma ve mide ağrılarını dindirme gibi olumlu etkilerinin olduğu bilinir (Çağran, 2007). Astım, egzama, sarılık, ishal, kolesterol ve sindirim sistemi hastalıklarının tedavisinde kullanılmakta, kalp hastalıkları, diyabet ve kansere karşı etki göstermektedir. Cilt ve saçların güzelleşmesi, ağız kokusu gidermesi, anne sütünü arttırmasında da oldukça yararlı olduğu bilinmektedir (Anonim, 2021b).

2.1.3. Dibek Kahvesi

Kavrulan kahve taneleri yuvarlak ve içi çukur şeklindeki taş veya tahtadan yapılan havana benzer büyük kaplarda, tokmakla ince bir kıvama dönüşüncüye kadar dövülmektedir. Dibek kahvesi, kahve pişirme yöntemi değil kahve öğütme yöntemlerinden biridir. Bu yöntemle öğütülen kahve koyu kıvamlıdır. Dövülerek elde edilen dibek kahvesi yağ ile özdeşleştirilerek pişirmeye hazır hale getirilir (Anonim, 2021c). Dibekte öğütülen kahve pişirilmeden önce bir iki gün dinlendirilmelidir. Dibek kahvesinin geçmişine bakıldığında; 1800’lü yılların ortalarına kadar kendine has yöntemle öğütme geleneği devam etmiş fakat tüfekçi ustalarından Selim’in 1827 yılında kahve değirmenini icat etmesi ve dibek kahvesi yapımının zor ve zahmetli olmasıyla birlikte dibekle kahve üretimi son bulmuştur (Soylu, 2015).

Dibek kahvesi normal kahveden farklı olarak Osmanlı usulü cezve yerine direk ateşin üzerinde pişirilmektedir. Kahve, su ve şekeri eklenen fincan direk köz halindeki ateşin üzerine konular ve ağır ağır piştikten sonra servise sunulur. Dibek kahvesinin kolesterolü dengede tutmaya yardımcı olduğu, kanser ve mide rahatsızlıklarını önlediği ve tokluk hissi vererek zayıflamaya yardımcı olduğu bilinir. Safra taşlarını yok etme, ağrı kesici ve cildi koruma etkisi de bulunmaktadır. Dibek kahvesi günde üç fincandan fazla içildiğinde çarpıntı yapabildiğinden, aşırı miktarda içildiği zaman bol miktarda su içilerek vücuttan atılmalıdır. Ağrı kesici etkisi ile vücudun ve kasların rahatlamasını sağlar. Bu yüzden fazla ve sık aralıklarla tüketildiğinde uyku getirebilmekte ve vücutta bitkin bir hal ortaya çıkabilmektedir (Anonim, 2021c).

2.1.4. Sütlü Kahve

Türk kahvesinin tadının acı olmasından dolayı kahve hazırlanırken süt eklenmesi kahvenin tadının daha yumuşak bir hale gelmesini sağlar. Sütlü kahve yapımında; su yerine tamamen sıcak süt kullanılır ve isteğe göre şeker ilave edilir. Hazırlık aşamasında süt eklendiğinden ‘Sütlü Türk Kahvesi’ adını almıştır (Güral, 1999). Kahve aromasıyla sütün birleşmesi sonucu hoş giden bir tat ortaya çıkmaktadır (Anonim, 2021d).

2.1.5. Süvari Kahvesi

Değişen mekanlar ve tarzlar da küçük bardakların yetersiz gelmesi sonucu süvari adı verilen çay bardağı büyüklüğünde kahvelerin servisi de yapılmaya

başlanmıştır. Kahve, cezveye yapılacak kahve kadar su eklenerek her fincan suya bir-bir buçuk çay kaşığı kahve koyularak kısık ateşte yapılmaktadır. Pişmeye başlayan kahvenin köpüğü biriktirilerek fincanlara paylaştırıldıktan sonra kalan kısım da üzerine ilave edilir (Balcı, 2009, s. 325). Süvari kahvesi, Tarsus bölgesine özel bir içecek türü olarak da bilinmektedir. Hazırlanma ve pişirme aşaması Türk kahvesiyle hemen hemen aynıdır. Ayrıca bu eşsiz kahve; Ege’de süvari, Akdeniz’de ise Tarsuzi olarak bilinmektedir. Diğer kahve türlerinden farklı bir sunuma sahip olan bu kahve ayrıca daha yumuşak bir içime sahiptir (<https://mithra.coffee/blog>, 2022).

2.1.6. Hilve Kahvesi

Hilve kahvesi Batman’ın Hasankeyf ilçesine özgü bir kahve çeşididir (Acıcı, 2021, s. 63). Hilve kahvesi, kahveyi çok sevip ama tadının biraz sert olmasından dolayı içmekte zorlananların geliştirdiği bir Türk Kahvesi çeşididir (Güral, 1999). Hilve kahvesinin en önemli özelliği su yerine süt, şeker yerine bal ve ceviz parçacıklarının ilave edilmesidir (<https://visnekiraz.com>, 2022).

2.1.7. Yandırma Kahvesi

Yandırma kahvesi orta kavrulmuş bir Türk kahvesi ve Maraş dondurmasıyla hazırlanmaktadır. Bu kahvenin en önemli özelliği; dondurmanın içindeki sahlebin sıcak Türk Kahvesi ile ısıt tepkimeye girerek dondurmadaki sütün oluşturduğu sinerjik tadın ortaya çıkmasıdır (<https://www.gastrofests.com>, 2022).

2.1.8. Cilveli Türk Kahvesi

Bol telveli ve içimi yoğun kahveye okkalı kahve, normalden çok kaynatılan köpüksüz kahveye kaynak kahve, birden çok demlenen tadı acımsı kahveye mırza, lezzetlendirilmek için keçiyoynuzu eklenen kahveye kervansaray kahvesi denilmektedir. Kahve çekirdeği gibi işlenen menengiç kahvesi, normal Türk kahvesinin üzerine kavrulmuş kırık bademlerin ilave edilmesiyle tamamlanan cilveli kahve, kaymak eklenmesiyle oluşan kahveye Tatar kahvesi adı verilmektedir (Kavlak ve Akova, 2022, s. 7).

Cilveli kahve Manisa yöresine aittir. Eski dönemlerde şehzadeler için özel olarak hazırlandığı ifade edilmektedir. Sonraki yıllarda ise gelinlik kızlar tarafından sunumu yapılmış ve ün kazanmıştır. Rivayete göre gelinlik kızlar, eve gelen görüncülere kahveyi hazırlayarak ikram ederek ortamda bulunan kişilere kahvenin hazırlanış şekli

yoluyla üstü örtülü bir mesaj vermeye çalışıldığı belirtilmektedir. Cilveli kahvenin iri şeklide dövüldükten ve çifte kavrulduktan sonra bademle süslenerek ikram edildiği bilinmektedir. Bir Yeniçeri geleneği olan bu sunum şekli günümüzde Manisa'nın Şehzadeler ilçesinde yaşatılmaya çalışılmaktadır (<https://www.kahvekafe.net>, 2022).

2.1.9. Mihrimah Sultan Kahvesi

Bu kahve türü ismini Kanuni Sultan Süleyman'ın kızımdan almaktadır. Mihrimah Sultan 1522'de Topkapı Sarayı'nda doğmuştur. Annesi Hürrem Sultan'dır. Mihrimah Sultan'ın tam bir kahve hastası olduğu ifade edilmektedir. Aynı zamanda da iyi bir keyifçi olduğu belirtilmektedir (<https://www.kisikates.com.tr>, 2022). Mihrimah Sultan'ın, içmiş olduğu kahveyi yumuşatmak için içerisine süt eklediği bilinmektedir. O zamandan bu zamana Osmanlının dünyaya hediye ettiği kahveyi sütlü kahve olarak ortaya çıkarmıştır (<https://perapalace.com>, 2022). Türk kültürüne has bir yere sahip olan sütlü Türk kahvesinin diğer adı Mihrimah Sultan Kahvesi olarak yer etmiş ve ünlenmiştir (<https://www.kisikates.com.tr>, 2022).

2.1.10. Nohut Kahvesi

Yetiştirilen nohutlar ateşte ilk önce uzun bir kavurma işlemine alınır. Bu işlem aşamasında sürekli karıştırılır. Hepsinin kavurulmuş olması gerekmektedir. Daha sonra öğütme işlemine tabi tutulur. Tüketilecek kadar nohut öğütülür fazlası öğütülmesi tercih edilmez. Çünkü tazeliğini koruması için. Öğütülen nohut unu serin ve kuru yerde saklanır. Türk kahvesiyle nohut kahvesi pişirilme yöntemi aynıdır. İşlem basamakları kavurma, öğütme, pişirme ve servis olarak belirtilmektedir. Sadece şeker ve su ile pişirilir çok az miktarda karbonat eklenir. Karbonat ince bir köpük oluşmasını sağlar (Kızıllar-Hançer vd., 2019, s. 240-241).

Nohut kahvesi, Birinci Dünya Savaşı sırasında yoksulluk çeken halkın yaratıcılığı sonucunda ortaya çıkmıştır. O dönemlerde Çanakkale'nin Biga ilçesi civarında yaygın olarak yapıldığı bilinmektedir. Birinci ve İkinci Dünya savaşları arasında kısa bir süre içilmeyen Nohut Kahvesi, İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra yurt dışından ithal edilen kahve çekirdeğinin sınırlı hale gelmesiyle birlikte yeniden içilmeye başlanmıştır (<https://yemek.com>, 2022).

Nohut Kahvesi yapımı için nohutlar haşlanmakta ve kahve çekirdekleri gibi kavrulmaktadır. Haşlanmış olan nohutlar özel makinede kavrulmaktadır. Daha sonra

değirmende çekilerek toz haline getirilmektedir. Pişirme şekline gelince tıpkı Türk kahvesi gibi pişirilmekte ve isteğe göre köpüklü olması için karbonat eklenebilmektedir. Nohut kahvesinin çıktığı dönemlerde şeker az bulunduğu için şekersiz tüketilmiştir. İsteğe göre şeker yerine kuru üzüm tercih edildiği de bilinmektedir. Nohut kahvesinin en temel özelliği kafein içermemesidir (<https://www.bikahvebikeyif.com>, 2022).

2.2. Türk Kahvesinin Özellikleri ve Hazırlanışı

16 yüzyılın ortalarından günümüze kadar kahvenin Türkler arasında tutkulu bir içecek olduğu ve ikisi arasında tutkulu bir ilişkinin meydana geldiği pek çok çalışmada vurgulanmıştır (TKKAD, 2022). Örneğin; Yıldız (2002), Türk toplumunun dünyasına giren kahvenin Türk kültürünün zenginleşmesini sağladığını ifade etmiştir. Durukan (2013), bir içecek olmanın ötesinde sosyal ilişkilerin gelişmesine neden olan bir içecek olduğunu vurgulamıştır. Bulduk ve arkadaşları (2008), kahvenin Türk mutfak kültüründeki içeceklerle yarışır düzeye geldiğini belirtmişlerdir. Demir (2014) ise, kahvenin mistik lezzetinden dolayı Türk kültürünün küresel düzeyde tanınmasını sağladığını ifade etmiştir.

Türk Kahvesi telvesi ile birlikte ikram edilen ender kahve türlerindedir. Kahvenin yapımında, şeker ve kahve cezveye konulduktan sonra üzerine su eklenmektedir. Ocağın, kısık ateşte olmasına dikkat edilmektedir. Yalnızca ocağa ilk koyulduğunda karıştırılmaktadır. Bir daha pişirilmesine gerek yoktur. Ortalama bir dakikada kahvenin yüzeyinde bir köpük tabakası oluşmaya başlamaktadır. Köpük dokusu kalınlaştıktan ve rengi de daha koyulaştıktan sonra yüzeyde biriken köpük fincan sayısına göre eşit biçimde dağıtılmaktadır. Kahvenin fokurdamaya başlamasından sonra fincanlara dökülmesi gerekmektedir. Kahve ile birlikte su ve lokum, çikolata, kurabiye vb. ürünlerin servis edilmesi sunuma ayrı bir güzellik katmaktadır (The İstanbul Insider, 2022).

Türk kahvesinin birçok özelliği bulunmaktadır. Ancak genel olarak Türk Kahvesinin istenilen kıvamda olabilmesi ve tüketilmesi için çeşitli faktörlerin bir arada olması gerektiği ifade edilmektedir. Bu faktörlerin başında kahve, telve ve köpük gelmektedir (TKKAD, 2022). Türk kahvesinin diğer özellikleri Tablo 4'te gösterilmiştir.

Tablo 2: Türk Kahvesinin Özellikleri

	Özellikler
1	Kendine has tadı
2	Köpüğü
3	Kokusu
4	Piştiriliş tekniği
5	İkramı
6	Kendine has kimliği
7	Telveli ile ikram edilişi
8	Geleneği

Türk kahvesi tanınmasında ve çok tercih edilmesinde kendine özgü eşsiz tadının ve sosyal ilişkilerin sohbet aracı olmasının büyük payı bulunmaktadır. Günümüzde hemen hemen her evde cezve ve fincan bulmak mümkündür. Kahvenin hazırlanış aşamasında kullanılmakta olan havan, cezve ve fincanlar sanatsal değeri olan çeşitli araçların üretimine neden olmuştur. Bu özelliklerinden dolayı Türk kahvesinin sadece bir içecek olmanın ötesine geçtiği bilinmektedir. Eskiden olduğu gibi günümüzde de değerleri ve gelenekleri bir arada barındıran bir sosyalleşme aracı olarak değerlendirilmektedir. Pek çok özelliği ve çeşidi olan Türk Kahvesi günümüzde yabancı turistlerin de ilgi çekici bulduğu bir içecek türüdür. Ülkemizin farklı bölgelerinde Türk Kahvesinin farklı sebeplerle ve zamanlarda tüketildiği bilinen bir gerçektir. Bazı yerlerde kahve tüketimine kahvaltıdan sonra başlanmakta ve sohbetin koyulaşmış olduğu gecenin geç saatlerine kadar devam ettiği görülebilmektedir. Örneğin Hatay’ın Antakya, İskenderun ve Arsuz gibi ilçelerinde insanların kahvaltı öncesinde kahve tüketerek güne başladıkları bilinmektedir. Yine pek çok yerde dilek tutularak kahve falının bakılması amacıyla kahvenin tüketildiği bilinmektedir. Bununla birlikte Türk kültürünün önemli geleneklerinden olan düğünlerde, nişanlarda, kız isteme merasimlerinde, dini tören ve diğer sosyal durumlarda kahve tüketilmektedir. Yukarıda ifade edilen özelliklerinden dolayı Türk Edebiyatının yanı sıra Türk geleneksel el sanatları, minyatür, resim ve diğer sanatsal faaliyetler Türk kahve kültüründen etkilenmiştir. Ayrıca Türk kahvesi, 2013 yılından itibaren UNESCO’nun “İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası Temsili Listesi”ne kaydedilmiştir (Kültür Turizm Bakanlığı, 2022).

3. DUYUSAL ANALİZLERİN İNCELENMESİ

3.1. Bulgular

Alan çalışmasında 15 panelist 13 kahve türünü değerlendirmiş ve elde edilen toplam 195 değerlendirme sonuçları analiz edilerek çeşitli yorumlar geliştirilmiştir.

3.1.1. Araştırmaya Katılan Panelistlerle İlgili Bulgular

Safranbolu Kahve Müzesi kahvelerini tadan araştırmaya katılan panelistlerin cinsiyet, yaş, eğitim durumu, okudukları bölümler, mesleki deneyim ve görevleri gibi özellikleri betimsel analiz yoluyla elde edilmiş olup sonuçlar Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3: Panelistlerin Tanımlayıcı Bilgilerine İlişkin Bulgular

Cinsiyet	n	%
Kadın	9	60,0
Erkek	6	40,0
Yaş	n	%
21,00	1	6,7
22,00	3	20,0
23,00	4	26,7
27,00	1	6,7
30,00	1	6,7
34,00	1	6,7
37,00	1	6,7
39,00	1	6,7
43,00	1	6,7
44,00	1	6,7
Eğitim Durumu	n	%
Lisans	9	60,0
Lisansüstü	6	40,0
Mezun Olunan Bölüm	n	%
Gastronomi ve Mutfak Sanatları	9	60,0
Diğer	6	40,0
Görev	n	%
Mutfak Komisi	3	20,0
Aşçı	3	20,0
Barista	3	20,0
Akademisyen	6	40,0
Genel Toplam	15	100

Araştırmaya 15 panelist katılmıştır. Panelistlerin %60'ı (n=9) kadın ve %40'ı (n=5) erkektir. Araştırmaya yaş oranlarına bakıldığında; 22 (%20) ve 23 (%26,7)

yaşlarında olan kişilerin daha yoğunlukta olduğu görülmektedir. Panelistlerin önemli bir kısmı yani %60'ı lisans mezunudur (n=9). Geriye kalan %40'ı yüksek lisans ve doktora eğitime sahiptir (n=6). Panelistlerin %60'ı (n=9) Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümü mezunudur, diğer olarak belirtilen %40'ı (n=6) ise Gastronomi ve Mutfak Sanatları alanında eğitim veren akademisyenlerden oluşmaktadır. Akademisyen dışındaki 9 kişiden 3'ü (%20) mutfak komisi, 3'ü (%20) aşçı ve diğer 3'ü (%20) Barista olarak çalışmaktadır.

3.1.2. Kahve ve Araştırmaya Katılan Kişi Sayısına İlişkin Bulgular

Araştırmanın bu kısmında çalışma kapsamında kullanılan kahve çeşitleri ve söz konusu kahveleri inceleyen kişi sayıları analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular Tablo 4'te gösterilmiştir.

Tablo 4: Kahveleri Değerlendiren Kişi Sayılarına İlişkin Bulgular

Kahve Türü	n	%
1-Çilekli Dibek Türk Kahvesi	15	7,7
2-Nohut Kahvesi	15	7,7
3-Yemen Çekirdeğinden Türk Kahvesi	15	7,7
4-Narlı Dibek Türk Kahvesi	15	7,7
5-Dövme Dibek Türk Kahvesi	15	7,7
6-Dağ Çilekli Türk Kahvesi	15	7,7
7-Safranlı Dibek Türk Kahvesi	15	7,7
8-Kolombiya Çekirdeğinden Türk Kahvesi	15	7,7
9-Portakallı Dibek Türk Kahvesi	15	7,7
10-Damla Sakızlı Türk Kahvesi	15	7,7
11-Mihrimah Sultan Kahvesi	15	7,7
12-Geleneksel Türk Kahvesi	15	7,7
13-Hilve Türk Kahvesi	15	7,7
Genel Toplam	195	100

Tablo 4'te görüldüğü üzere; çalışmada 13 kahve çeşidi incelenmiştir ve her bir kahveyi 15 panelist tatmıştır. Bu çerçevede toplam 195 değerlendirme elde edilmiştir.

3.1.3. Kahvelerin Duyusal Özelliklerine İlişkin Bulgular

Araştırmanın bu kısmında kahvelerin görünüş, koku ve aroma, doku, lezzet ve tat sonrası izlenimlerine ilişkin panelistlerin verdiği cevaplar incelenmiştir.

3.1.3.1. Kahvelerin Görünüş Özelliklerine İlişkin Bulgular

Araştırmada değerlendirilen 13 Türk Kahvesinin görünüş özellikleri ile ilgili olarak 15 panelistin vermiş olduğu yanıtlar incelenmiştir. Panelistlerin görünüş özellikleri ile ilgili olarak vermiş olduğu cevaplar Tablo 5’te gösterilmiştir.

Tablo 5: Türk Kahvelerinin Görünüş Özellikleri

Kahveler (Görünüş)	Yok		Yetersiz		Kabul Edilebilir		İyi		Var	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Çilekli Dibek Türk Kahvesi	-	-	1	6,7	5	33,3	6	40	3	20
Nohut Kahvesi	-	-	3	20	5	33,3	5	33,3	2	13,3
Yemen Çekirdeğinden Türk Kahvesi	1	6,7	3	20	3	20	8	53,3	-	-
Narlı Dibek Türk Kahvesi	-	-	-	-	3	20	11	73,3	1	6,7
Dövme Dibek Türk Kahvesi	1	6,7	2	13,3	5	33,3	5	33,3	2	13,3
Dağ Çilekli Türk Kahvesi	-	-	1	6,7	6	40	6	40	2	13,3
Safranlı Dibek Türk Kahvesi	-	-	-	-	4	26,7	7	46,7	4	26,7
Kolombiya Çekirdeğinden Türk Kahvesi	-	-	5	33,3	4	26,6	4	26,7	2	13,3
Portakallı Dibek Türk Kahvesi	-	-	2	13,3	4	26,7	2	13,3	7	46,7
Damla Sakızlı Türk Kahvesi	1	6,7	1	6,7	4	26,7	5	33,3	4	26,7
Mihrimah Sultan Kahvesi	1	6,7	1	6,7	2	13,3	3	20	8	53,3
Geleneksel Türk Kahvesi	1	6,7	1	6,7	5	33,3	5	33,3	3	20
Hilve Türk Kahvesi	-	-	-	-	5	33,3	4	26,7	6	40

Araştırmaya katılan 15 panelistin %40’ı (n=6) Çilekli Dibek Kahvesinin görünüş yönünden iyi ve %33,3’ü (n=5) kabul edilebilir olduğunu belirtmiştir. Panelistlerin %20’si (n=3) Nohut Kahvesinin görünüşünü yetersiz bulmuştur. Ancak panelistlerin %33,3’ü (n=5) görünüşü kabul edilebilir ve %33,3’ü (n=5) iyi bulmuştur. Panelistlerin %6,7’si (n=1) Yemen Çekirdeğinden Türk Kahvesinin görünüşünün olmadığını ve %20’si (n=3) yetersiz olduğunu düşünmektedir. Ancak panelistlerin %20’si (n=3) Yemen Çekirdeğinden Türk Kahvesinin görünüşünün kabul edilebilir ve %53,3’ünün (n=8) iyi olduğunu belirttiği tespit edilmiştir. Panelistlerin %20’si (n=3) Narlı Dibek Türk Kahvesinin görünüşünü kabul edilebilir ve %73,3’ü (n=11) iyi olduğunu ifade etmiştir. Panelistlerin %6,7’si (n=1) Dövme Dibek Türk Kahvesinin görünüşünün olmadığını ve %13,3’ü (n=2) yetersiz olduğunu söylemiştir. Katılımcıların %33,3’ü (n=5) Dövme Dibek Kahvesinin görünüşünü kabul edilebilir, %33,3’ü (n=5) iyi ve %13,3’ü (n=2) var olduğunu ifade etmiştir. Panelistlerin %6,7’si (n=1) Dağ Çilekli Türk Kahvesinin görünüşünün yetersiz olduğunu söylemiştir. Katılımcıların %40’ı (n=6) Dağ Çilekli Kahvenin görünüşünü kabul edilebilir, %40’ı

(n=6) iyi ve %13,3'ü (n=2) var olduğunu ifade etmiştir. Panelistlerin %26,7'si (n=4) Safranlı Dibek Kahvesinin görünüşünü kabul edilebilir, %46,7'si (n=7) iyi ve %26,7'si (n=4) var olduğunu ifade etmiştir. Kolombiya Çekirdeğinden Türk Kahvesini değerlendiren panelistlerin %33,3'ü (n=5) kahvenin görünüşünü yetersiz bulmuştur. Buna karşın panelistlerin %26,7'si (n=4) kahvenin görünüşün kabul edilebilir, %26,7'si (n=4) iyi ve %13,3'ü (n=2) var olduğunu ifade etmiştir. Portakallı Dibek Türk Kahvesini değerlendiren panelistlerin %13,3'ü (n=2) kahvenin görünüşünü yetersiz bulmuştur. Buna karşın panelistlerin %26,7'si (n=4) kahvenin görünüşün kabul edilebilir, %13,3'ü (n=2) iyi ve %46,7'si (n=7) var olduğunu ifade etmiştir. Damla Sakızlı Türk Kahvesini değerlendiren panelistlerin %6,7'si (n=1) kahvede görünüş olmadığını düşünürken, %6,7'si (n=1) de yetersiz olduğunu ifade etmiştir. Buna karşın panelistlerin %26,7'si (n=4) kahvenin görünüşün kabul edilebilir, %33,3'ü (n=5) iyi ve %26,7'si (n=4) var olduğunu belirtmiştir. Mihrimah Sultan Türk Kahvesini değerlendiren panelistlerden görünüşün var olduğunu düşünenler %53,3 (n=8), kahve görünüşünün kabul edilebilir olduğunu düşünenler, %20 (n=3) ve iyi olduğunu düşünenler %13,3'tür. Geleneksel Türk Kahvesini değerlendiren panelistlerden görünüşün var olduğunu düşünenler %20 (n=3), kahve görünüşünün kabul edilebilir olduğunu düşünenler, %33,3 (n=5) ve iyi olduğunu düşünenler %33,3'tür. Hilve Türk Kahvesini değerlendiren panelistlerden görünüşün var olduğunu düşünenler %40 (n=6), kahve görünüşünün kabul edilebilir olduğunu düşünenler %33,3 (n=5) ve iyi olduğunu düşünenler %26,7'dir.

3.1.3.2. Kahvelerin Koku ve Aroma Özelliklerine İlişkin Bulgular

Araştırmada değerlendirilen 13 Türk Kahvesinin koku ve aroma özellikleri ile ilgili olarak 15 panelistin vermiş olduğu yanıtlar incelenmiştir. Panelistlerin koku ve aroma özellikleri ile ilgili olarak vermiş olduğu cevaplar Tablo 6'da gösterilmiştir.

Tablo 6: Kahvelerin Koku ve Aroma Özelliklerine İlişkin Bulgular

Kahveler (Aroma Kokusu)	Yok		Çok Az Var		Var		Biraz Fazla Var		Çok Fazla Var	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Çilekli Dibek Türk Kahvesi	-	-	-	-	10	66,7	2	13,3	3	20
Nohut Kahvesi	1	6,7	-	-	7	46,7	2	13,3	5	33,3
Yemen Çekirdeğinden Türk Kahvesi	2	13,3	2	13,3	5	33,3	2	13,3	4	26,7
Narlı Dibek Türk Kahvesi	1	6,7	-	-	3	20	5	33,3	6	40
Dövme Dibek Türk Kahvesi	3	20	2	13,3	7	46,7	1	6,7	2	13,3
Dağ Çilekli Türk Kahvesi	2	13,3	1	6,7	7	46,7	1	6,7	4	26,7
Safranlı Dibek Türk Kahvesi	1	6,7	2	13,3	9	60	1	6,7	2	13,3
Kolombiya Çekirdeğinden Türk Kahvesi	2	13,3	-	-	7	46,7	2	13,3	4	26,7
Portakallı Dibek Türk Kahvesi	-	-	1	6,7	7	46,7	3	20	4	26,7
Damla Sakızlı Türk Kahvesi	3	20	3	20	5	33,3	1	6,7	3	20
Mihrimah Sultan Kahvesi	-	-	6	40	4	26,7	2	13,3	3	20
Geleneksel Türk Kahvesi	2	13,3	6	40	5	33,3	1	6,7	1	6,7
Hilve Türk Kahvesi	3	20	3	20	4	26,7	1	6,7	4	26,7

Araştırmaya katılan panelistlerin büyük bir çoğunluğu (%66,7; n=10) Çilekli Dibek Kahvesinde aroma kokusu olduğunu ifade etmiştir. Panelistlerin %46,7'si (n=7) Nohut Kahvesinde aroma kokusunun var olduğunu düşünürken; %33,3'ünün (n=5) ise çok fazla aroma kokusunu aldıkları belirlenmiştir. Panelistlerin %13,3'ü (n=2) Yemen Çekirdeğinden Türk Kahvesinde aroma kokusunun olmadığını, %13,3'ü (n=2) çok az olduğunu, %33,3'ü (n=5) var olduğunu, %13,3'ü (n=2) biraz fazla ve %26,7'si (n=4) çok fazla olduğunu düşünmektedir. Panelistlerin %20'si (n=3) Narlı Dibek Kahvesinde aroma kokusunun var olduğunu, %33,3'ü (n=5) biraz fazla ve %40'ı (n=6) çok fazla olduğunu düşünmektedir. Panelistlerin %20'si (n=3) Dövme Dibek Kahvesinde aroma kokusunun olmadığını belirtmiştir. %13,3'ü (n=2) çok az olduğunu, %46,7'si (n=7) var olduğunu, %6,7'si (n=1) biraz fazla ve %13,3'ü (n=2) çok fazla olduğunu düşünmektedir. Panelistlerin %13,3'ü (n=2) Dağ Çilekli Türk Kahvesinde aroma kokusunun olmadığını belirtmiştir. %6,7'si (n=1) çok az olduğunu, %46,7'si (n=7) var olduğunu, %6,7'si (n=1) biraz fazla ve %26,7'si (n=4) çok fazla olduğunu düşünmektedir. Panelistlerin %6,7'si (n=1) Safranlı Dibek Türk Kahvesinde aroma kokusunun olmadığını belirtmiştir. %13,3'ü (n=2) çok az olduğunu, %60'ı (n=9) var olduğunu, %6,7'si (n=1) biraz fazla ve %13,3'ü (n=2) çok fazla olduğunu düşünmektedir. Panelistlerin %13,3'ü (n=2) Kolombiya Çekirdeğinden Türk Kahvesinde aroma kokusunun olmadığını ifade etmiştir. Panelistlerin %46,7'si (n=7)

aroma kokusunun var olduğunu, %13,3'ü (n=2) biraz fazla ve %26,7'si (n=4) çok fazla olduğunu düşünmektedir. Panelistlerin %6,7'si (n=1) Portakallı Dibek Türk Kahvesinde aroma kokusunun çok az olduğunu, %46,7'si (n=7) aroma kokusunun var olduğunu, %20'si (n=3) biraz fazla ve %26,7'si (n=4) çok fazla olduğunu düşünmektedir. Panelistlerin %20'si (n=3) Damla Sakızlı Türk Kahvesinde aroma kokusunun olmadığını belirtmiştir. Buna karşın %20'si (n=3) çok az olduğunu, %33,3'ü (n=5) aroma kokusunun var olduğunu, %6,7'si (n=1) biraz fazla ve %20'si (n=3) çok fazla olduğunu düşünmektedir. Panelistlerin %40'ı (n=6) Mihrimah Sultan Türk Kahvesinde çok az, %26,7'si (n=4) var, %13,3'ü (n=2) biraz fazla ve %20'si (n=3) çok fazla aroma kokusu olduğunu düşünmektedir. Geleneksel Türk Kahvesinde çok az aroma kokusu var (%40) ve var (%33,3) diyenlerin oranının daha çoğunlukta olduğu tespit edilmiştir. Aroma kokusunun Hilve Türk Kahvesinde olmadığını düşünenlerin oranı %20'dir. Çok az aroma kokusu var diyenlerin oranı %20, aroma kokusu var diyenlerin oranı %26,7 ve çok fazla aroma kokusu var diyenlerin oranı %26,7 olarak tespit edilmiştir.

Tablo 6: Kahvelerin Koku ve Aroma Özelliklerine İlişkin Bulgular (Devamı)

Kahveler (İstenmeyen Koku)	Yok		Çok Az Var		Var		Biraz Fazla Var		Çok Fazla Var	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Çilekli Dibek Türk Kahvesi	9	60	-	-	2	13,3	2	13,3	2	13,3
Nohut Kahvesi	7	46,7	1	6,7	3	20	3	20	1	6,7
Yemen Çekirdeğinden Türk Kahvesi	7	46,7	1	6,7	1	6,7	4	26,7	2	13,3
Narlı Dibek Türk Kahvesi	11	73,3	1	6,7	2	13,3	1	6,7	-	-
Dövme Dibek Türk Kahvesi	10	66,7	-	-	4	26,7	-	-	1	6,7
Dağ Çilekli Türk Kahvesi	11	73,3	3	20	-	-	1	6,7	-	-
Safranlı Dibek Türk Kahvesi	12	80	1	6,7	1	6,7	1	6,7	-	-
Kolombiya Çekirdeğinden Türk Kahvesi	9	60	2	13,3	1	6,7	1	6,7	2	13,3
Portakallı Dibek Türk Kahvesi	11	73,3	2	13,3	1	6,7	-	-	1	6,7
Damla Sakızlı Türk Kahvesi	9	60	2	13,3	-	-	1	6,7	3	20
Mihrimah Sultan Kahvesi	7	46,7	3	20	2	13,3	1	6,7	2	13,3
Geleneksel Türk Kahvesi	11	73,3	3	20	-	-	-	-	1	6,7
Hilve Türk Kahvesi	10	66,7	2	13,3	1	6,7	-	-	2	13,3

Araştırmaya katılan panelistlerin %60'ı (n=9) söz konusu kahvede istenmeyen bir koku olmadığını belirtmiştir. Panelistlerin %46,7'si (n=7) Nohut Kahvesinde istenmeyen bir koku olmadığını belirtmiştir. Ancak %20'si (n=3) istenmeyen koku olduğunu ve %20'si (n=3) de biraz fazla istenmeyen koku aldığını ifade etmiştir.

Panelistlerin %46,7'si (n=7) Yemen Çekirdeğinden Türk Kahvesinde istenmeyen bir koku olmadığını düşünürken; %26,7'si (n=4) biraz fazla ve %13,3'ü (n=2) çok fazla istenmeyen koku olduğunu belirtmiştir. Panelistlerin %73,3'ü (n=11) Narlı Dibek Kahvesinde istenmeyen bir koku olmadığını düşünürken; %13,3'ü (n=2) istenmeyen kokunun var olduğunu ifade etmiştir. Panelistlerin %66,7'si (n=10) Dövme Dibek Kahvesinde istenmeyen bir koku olmadığını düşünürken; %26,7'si (n=4) istenmeyen kokunun var olduğunu ifade etmiştir. Panelistlerin %73,3'ü (n=11) Dağ Çilekli Türk Kahvesinde istenmeyen bir koku olmadığını düşünürken; %20'si (n=3) çok az istenmeyen kokunun var olduğunu ifade etmiştir. Panelistlerin %80'i (n=12) Safranlı Dibek Türk Kahvesinde istenmeyen bir koku olmadığını düşünmektedir. Panelistlerin %60'ı (n=9) Kolombiya Çekirdeğinden Türk Kahvesinde istenmeyen bir koku olmadığını düşünmektedir. Buna karşın %13,3'ü (n=2) çok az istenmeyen koku olduğunu ve %13,3'ü (n=3) çok fazla istenmeyen koku olduğunu belirtmiştir. Panelistlerin %73,3'ü (n=11) Portakallı Dibek Türk Kahvesinde istenmeyen bir koku olmadığını düşünürken, çok az var diyenlerin oranı %13,3'tür. Panelistlerin %60'ı (n=9) Damla Sakızlı Türk Kahvesinde istenmeyen bir koku olmadığını düşünürken, çok az var diyenlerin oranı %13,3 (n=2), biraz fazla var diyenlerin oranı %6,7 (n=1) ve çok fazla var diyenlerin oranı %20'dir. Panelistlerin %46,7'si (n=7) Mihrimah Sultan Türk Kahvesinde istenmeyen bir koku olmadığını düşünürken, çok az var diyenlerin oranı %20 (n=3), var diyenlerin oranı %13,3 (n=2), biraz fazla var diyenlerin oranı %6,7 (n=1) ve çok fazla var diyenlerin oranı %13,3'tür. Geleneksel Türk Kahvesi ile ilgili olarak istenmeyen koku olmadığını düşünenlerin oranı %73,3 (n=11), çok az istenmeyen koku var diyenlerin oranı %20 (n=3) ve çok fazla istenmeyen koku var diyenlerin oranı %6,7'dir. Ayrıca Hilve Türk Kahvesinde istenmeyen koku olmadığını düşünenlerin oranı %66,7 (n=10), çok az istenmeyen koku var diyenlerin oranı %13,3 (n=2) ve çok fazla istenmeyen koku var diyenlerin oranı %13,3 (n=2) olarak belirlenmiştir.

3.1.3.3. Kahvelerin Dokusal Özelliklerine İlişkin Bulgular

Araştırmada değerlendirilen 13 Türk Kahvesinin doku ve kıvam özellikleri olan dokusal özellikleri değerlendirilmiş olup 15 panelistin vermiş olduğu yanıtlar Tablo 7'de verilmiştir.

Tablo 7: Kahvelerin Doku Özelliklerine İlişkin Bulgular

Kahveler (Pürüzlü-Pürüzsüz)	Yok		Yetersiz		Kabul Edilebilir		İyi		Var	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Çilekli Dibek Türk Kahvesi	3	20	1	6,7	4	26,7	6	40	1	6,7
Nohut Kahvesi	3	20	2	13,3	5	33,3	5	33,3	-	-
Yemen Çekirdeğinden Türk Kahvesi	3	20	1	6,7	5	33,3	6	40	-	-
Narlı Dibek Türk Kahvesi	2	13,3	-	-	5	33,3	7	46,7	1	6,7
Dövme Dibek Türk Kahvesi	1	6,7	1	6,7	8	53,3	5	33,3	-	-
Dağ Çilekli Türk Kahvesi	3	20	3	20	4	26,7	5	33,3	-	-
Safranlı Dibek Türk Kahvesi	4	26,7	-	-	5	33,3	5	33,3	1	6,7
Kolombiya Çekirdeğinden Türk Kahvesi	2	13,3	2	13,3	4	26,7	5	33,3	2	13,3
Portakallı Dibek Türk Kahvesi	3	20	1	6,7	3	20	6	40	2	13,3
Damla Sakızlı Türk Kahvesi	1	6,7	1	6,7	7	46,7	5	33,3	1	6,7
Mihrimah Sultan Kahvesi	4	26,7	2	13,3	3	20	4	26,7	2	13,3
Geleneksel Türk Kahvesi	3	20	1	6,7	6	40	3	20	2	13,3
Hilve Türk Kahvesi	-	-	1	6,7	3	20	5	33,3	6	40

Araştırmaya katılan panelistlerin %26'sı (n=4) Çilekli Dibek Kahvesinin pürüz yönünden kabul edilebilir ve %40'ının (n=6) iyi olduğunu ifade ettiği görülmektedir. Panelistlerin %20'si (n=3) Nohut Kahvesinin pürüzlü olmadığını düşünmektedir. %33,3'ü (n=5) kahvenin kabul edilebilir, %33,3'ü de kahvenin pürüz yönünden iyi olduğunu ifade ettiği görülmektedir. Panelistlerin %20'si (n=3) Yemen Çekirdeğinden Türk Kahvesinin pürüzlü olmadığını düşünmektedir. %33,3'ü (n=5) kahvenin kabul edilebilir, %40'ı da kahvenin pürüz yönünden iyi olduğunu belirtmiştir. Panelistlerin %13,3'ü (n=2) Narlı Dibek Türk Kahvesinin pürüzlü olmadığını düşünmektedir. %33,3'ü (n=5) kahvenin kabul edilebilir, %46,7'si de kahvenin pürüz yönünden iyi olduğunu belirtmiştir. Panelistlerin %53,3'ü (n=8) Dövme Dibek Türk Kahvesinin pürüzlü özelliğinin kabul edilebilir ve %33,3'ü (n=5) kahvenin pürüz yönünden iyi olduğunu belirtmiştir. Panelistlerin %20'si (n=3) Dağ Çilekli Türk Kahvesinin pürüzlü olmadığını, %20'si (n=3) yetersiz, %26,7'si (n=4) kabul edilebilir ve %33,3'ü (n=5) kahvenin pürüz yönünden iyi olduğunu belirtmiştir. Panelistlerin %26,7'si (n=4) Safranlı Dibek Türk Kahvesinin pürüzlü olmadığını, %33,3'ü (n=5) kabul edilebilir ve %33,3'ü (n=5) kahvenin pürüz yönünden iyi olduğunu belirtmiştir. Ancak %6,7'si (n=1) kahvede pürüz olduğunu ifade etmiştir. Kolombiya Çekirdeğinden Türk Kahvesini değerlendiren panelistlerin %13,3'ü (n=2) kahvenin pürüzlü olmadığını, %13,3'ü (n=2) kahvenin dokusunun yetersiz olduğunu, %26,7'si (n=4) kahvenin pürüz

yönünden kabul edilebilir ve %33,3'ü (n=5) iyi olduğunu belirtmiştir. Ancak %13,3'ü (n=2) kahvenin pürüzlü olduğunu ifade etmiştir. Portakallı Dibek Türk Kahvesini değerlendiren panelistlerin %20'si (n=3) kahvenin pürüzlü olmadığını, %6,7'si (n=1) kahvenin dokusunun yetersiz olduğunu, %20'si (n=3) kahvenin pürüz yönünden kabul edilebilir, %40'ı (n=6) iyi olduğunu belirtmiştir. Ancak %13,3'ü (n=2) kahvenin pürüzlü olduğunu ifade etmiştir. Damla Sakızlı Türk Kahvesinin pürüz yönünden kabul edilebilir (%46,7) ve iyi (%33,3) olduğunu düşünenlerin daha yoğunlukta olduğu tespit edilmiştir. Mihrimah Sultan Türk Kahvesinin pürüzlü olmadığını düşünenlerin oranı %26,7'dir. Bununla birlikte kabul edilebilir (%20) ve iyi (%26,7) olduğunu düşünenlerin daha yoğunlukta olduğu tespit edilmiştir. Geleneksel Türk Kahvesinin pürüzlü olmadığını düşünenlerin oranı %20'dir. Buna karşın kahve dokusunun kabul edilebilir (%40), iyi (%20) ve kahvede pürüz olduğunu (%13,3) düşünenlerin oranının daha yoğunlukta olduğu görülmektedir. Hilve Türk Kahvesinin doku yönünden kabul edilebilir (%20), iyi (%33,3) ve var (%40) diyenlerin oranının daha yoğunlukta olduğu görülmektedir.

Tablo 7: Kahvelerin Doku Özelliklerine İlişkin Bulgular (Devamı)

Kahveler (Kıvam)	Yok		Yetersiz		Kabul Edilebilir		İyi		Var	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Çilekli Dibek Türk Kahvesi	-	-	4	26,7	2	13,3	7	46,7	2	13,3
Nohut Kahvesi	-	-	3	20	3	20	8	53,3	1	6,7
Yemen Çekirdeğinden Türk Kahvesi	1	6,7	1	6,7	4	26,7	8	53,3	1	6,7
Narlı Dibek Türk Kahvesi	-	-	-	-	4	26,7	10	66,7	1	6,7
Dövme Dibek Türk Kahvesi	-	-	1	6,7	9	60	5	33,3	-	-
Dağ Çilekli Türk Kahvesi	2	13,3	1	6,7	3	20	9	60	-	-
Safranlı Dibek Türk Kahvesi	1	6,7	-	-	3	20	8	53,3	3	20
Kolombiya Çekirdeğinden Türk Kahvesi	-	-	2	13,3	4	26,7	5	33,3	4	26,7
Portakallı Dibek Türk Kahvesi	2	13,3	1	6,7	2	13,3	7	46,7	3	20
Damla Sakızlı Türk Kahvesi	1	6,7	-	-	7	46,7	5	33,3	2	13,3
Mihrimah Sultan Kahvesi	3	20	2	13,3	2	13,3	6	40	2	13,3
Geleneksel Türk Kahvesi	3	20	-	-	6	40	4	26,7	2	13,3
Hilve Türk Kahvesi	-	-	1	6,7	2	13,3	8	53,3	4	26,7

Araştırmaya katılan panelistlerin Çilekli Dibek Kahvesini kıvam yönünden %26,7'si (n=4) yetersiz bulurken; %46,7'si (n=7) kıvamı iyi bulmuştur. Nohut Kahvesi kıvam yönünden %20'si (n=3) yetersiz bulurken; %20'si kabul edilebilir ve %53,3'ü (n=8) kıvamı iyi bulmuştur. Kıvam yönünden bakıldığında Yemen

Çekirdeğinden Türk Kahvesini; katılımcıların %26,7'si (n=4) kahvenin kıvamını kabul edilebilir ve %53,3'ü (n=8) kıvamı iyi bulmuştur. Katılımcıların %26,7'sinin (n=4) Narlı Dibek Türk Kahvesinin kıvamını kabul edilebilir ve %66,7'sinin (n=10) kıvamı iyi olduğunu düşündüğü tespit edilmiştir. Katılımcıların %60'ı (n=9) Dövme Dibek Türk Kahvesinin kıvamını kabul edilebilir ve %33,3'ü (n=5) iyi olduğunu ifade etmiştir. Katılımcıların %20'si (n=3) Dağ Çilekli Türk Kahvesinin kıvamını kabul edilebilir ve %60'ı (n=9) iyi olduğunu ifade etmiştir. Katılımcıların %20'si (n=3) Safranlı Dibek Türk Kahvesinin kıvamını kabul edilebilir, %53,3'ü (n=8) iyi ve %20'si (n=3) kahvede kıvamın var olduğunu ifade etmiştir. Kolombiya Çekirdeğinden Türk Kahvesini değerlendiren panelistlerin %13,3'ünün (n=2) kahvenin kıvamını yeterli görmediği tespit edilmiştir. Buna karşın %26,7'si (n=4) kahve kıvamını kabul edilebilir, %33,3'ü (n=5) iyi ve %26,7'si (n=4) kahvede kıvamın var olduğunu ifade etmiştir. Portakallı Dibek Türk Kahvesini değerlendiren panelistlerin %13,3'ünün (n=2) kahvenin kıvamını yeterli görmediği, %6,7'sinin (n=1) de yetersiz gördüğü tespit edilmiştir. Buna karşın %13,3'ü (n=2) kahve kıvamını kabul edilebilir, %46,7'si (n=7) iyi ve %20'si (n=3) kahvede kıvamın var olduğunu ifade etmiştir. Damla Sakızlı Türk Kahvesinin kıvamının kabul edilebilir (%46,7) ve iyi (%33,3) olduğu yönünde de görüş belirttikleri görülmektedir. Mihrimah Sultan Türk Kahvesinde kıvamının olmadığını (%20) ve yetersiz (%13,3) olduğunu düşünenlerin toplamı 5 kişidir. Buna karşın panelistlerin %13,3'ü (n=2) kahve kıvamının kabul edilebilir düzeyde, %40'ı (n=6) iyi düzeyde ve %13,3 (n=2) kıvamın var olduğunu belirtmiştir. Panelistlerin %20'si (n=3) Geleneksel Türk Kahvesinde kıvamının olmadığını düşünmektedir. Ancak panelistlerin %40'ı (n=6) kahve kıvamının kabul edilebilir düzeyde, %26,7'si (n=4) iyi düzeyde ve %13,3'ü (n=2) kıvamın var olduğunu ifade etmiştir. Hilve Türk Kahvesinin kıvamının kabul edilebilir (%13,3), iyi (%53,3) ve kahvede kıvam var olduğunu (%26,7) düşünenlerin oranı da daha fazladır.

3.1.3.4. Türk Kahvelerinin Lezzet Özelliklerine İlişkin Bulgular

Çalışmaya katılan 15 panelist, Türk Kahvelerinin lezzetli olup olmadığını acımsı tat, istenmeyen tat, ağza ilk alındığında ağızda bıraktığı his, yutulduktan sonra ağızda bıraktığı his, ürünün yutulduktan sonra boğazda bıraktığı his özelliklerine bakarak karar vermişlerdir. Panelistlerin kahvelerin lezzeti ile ilgili olarak vermiş olduğu cevaplar Tablo 8'de gösterilmiştir.

Tablo 8: Kahvelerin Lezzet Özelliklerine İlişkin Bulgular

Kahveler (Acımsı Tat)	Yok		Çok Az Var		Var		Biraz Fazla Var		Çok Fazla Var	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Çilekli Dibek Türk Kahvesi	6	40	5	33,3	2	13,3	1	6,7	1	6,7
Nohut Kahvesi	5	33,3	2	13,3	4	26,7	2	13,3	2	13,3
Yemen Çekirdeğinden Türk Kahvesi	1	6,7	2	13,3	2	13,3	3	20	7	46,7
Narlı Dibek Türk Kahvesi	12	80	2	13,3	1	6,7	-	-	-	-
Dövme Dibek Türk Kahvesi	4	26,7	1	6,7	2	13,3	4	26,7	4	26,7
Dağ Çilekli Türk Kahvesi	5	33,3	2	13,3	3	20	3	20	2	13,3
Safranlı Dibek Türk Kahvesi	13	86,7	1	6,7	-	-	1	6,7	-	-
Kolombiya Çekirdeğinden Türk Kahvesi	3	20	2	13,3	5	33,3	-	-	5	33,3
Portakallı Dibek Türk Kahvesi	11	73,3	2	13,3	1	6,7	1	6,7	-	-
Damla Sakızlı Türk Kahvesi	4	26,7	3	20	3	20	1	6,7	4	26,7
Mihrimah Sultan Kahvesi	6	40	6	40	2	13,3	-	-	1	6,7
Geleneksel Türk Kahvesi	6	40	4	26,7	1	6,7	2	13,3	2	13,3
Hilve Türk Kahvesi	10	66,7	1	6,7	3	20	1	6,7	-	-

Araştırmaya katılan panelistlerin %40'ı (n=6) Çilekli Dibek Kahvesinde hiç acımsı tat olmadığını, %33,3'ü çok az bir acımsı tat olduğunu ifade etmiştir. Panelistlerin %33,3'ü (n=5) Nohut Kahvesinde hiç acımsı tat olmadığını, %13,3'ü (n=2), çok az bir acımsı tat olduğunu, %26,7'si (n=4) acımsı tat var olduğunu, %13,3'ü (n=2) biraz fazla acımsı tat olduğunu ve %13,3'ü (n=2) çok fazla acımsı tat olduğunu belirtmiştir. Panelistlerin %13,3'ü (n=2) Yemen Çekirdeğinden Türk Kahvesinde çok az acımsı tat olduğunu, %13,3'ü (n=2) acımsı tat var olduğunu, %20'si (n=3) biraz fazla ve %46,7'si (n=7) çok fazla acımsı tat olduğunu düşünmektedir. Panelistlerin %80'i (n=12) Narlı Dibek Kahvesinde hiç acımsı tat olmadığını, %13,3'ü ise çok az acımsı tat olduğunu düşünmektedir. Panelistlerin %26,7'si (n=4) Dövme Dibek Kahvesinde hiç acımsı tat olmadığını düşünmektedir. Ancak %13,3'ü (n=4) acımsı tat olduğunu, %26,7'si (n=4) biraz fazla ve %26,7'si (n=4) çok fazla acımsı tat olduğunu belirtmiştir. Panelistlerin %33,3'ü (n=5) Dağ Çilekli Türk Kahvesinde hiç acımsı tat olmadığını düşünmektedir. Ancak %13,3'ü (n=2) acımsı tadın az olduğunu, %20'si (n=3) acımsı tadın var olduğunu, %20'si (n=3) acımsı tadın biraz fazla olduğunu ve %13,3'ü (n=2) çok fazla acımsı tat olduğunu belirtmiştir. Panelistlerin %86,7'si (n=13) Safranlı Dibek Türk Kahvesinde hiç acımsı tat olmadığını düşünmektedir. Kolombiya Çekirdeğinden Türk Kahvesinde acımsı tat olmadığını düşünen panelistlerin oranı %20'dir. Panelistlerin %13,3'ü (n=2) kahvede çok az acımsı tat olduğunu, %33,3'ü

(n=5) acımsı tadın var olduğunu ve %33,3'ü (n=5) kahvede çok fazla acımsı tat olduğunu ifade etmiştir. Portakallı Dibek Türk Kahvesinde acımsı tat olmadığını düşünen panelistlerin oranı %73,3'tür. Panelistlerin %13,3'ü (n=2) kahvede çok az acımsı tat olduğunu, %6,7'si (n=1) acımsı tadın var olduğunu ve %6,7'si (n=1) kahvede biraz fazla acımsı tat olduğunu ifade etmiştir. Damla Sakızlı Türk Kahvesinde acımsı tat olmadığını düşünen panelistlerin oranı %26,7'dir. Panelistlerin %20'si (n=3) kahvede çok az acımsı tat olduğunu, %20'si (n=3) acımsı tadın var olduğunu, %6,7'si (n=1) kahvede biraz fazla acımsı tat olduğunu ve %26,7'si (n=4) kahvede biraz fazla acımsı tat olduğunu ifade etmiştir. Mihrimah Sultan Türk Kahvesinde acımsı tat olmadığını düşünenlerin (%40) ve çok az diyenlerin (%40) oranının daha yoğunlukta olduğu görülmektedir. Geleneksel Türk Kahvesinde acımsı tat olmadığını düşünenlerin oranı %40'tır. Kahvede çok az acımsı tat var diyenlerin oranı %26,7 (n=4), biraz fazla acımsı tat var diyenlerin oranı %13,3 (n=2) ve çok fazla acımsı tat var diyenlerin oranı %13,3'tür. Hilve Türk Kahvesinde acımsı tat olmadığını düşünenlerin oranı %66,7, kahvede acımsı tat var diyenlerin oranı ise %13,3'tür.

Tablo 8: Kahvelerin Lezzet Özelliklerine İlişkin Bulgular (Devamı)

Kahveler (İstenmeyen Tat)	Yok		Çok Az Var		Var		Biraz Fazla Var		Çok Fazla Var	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Çilekli Dibek Türk Kahvesi	12	80	-	-	1	6,7	-	-	2	13,3
Nohut Kahvesi	6	40	3	20	4	26,7	1	6,7	1	6,7
Yemen Çekirdeğinden Türk Kahvesi	4	26,7	3	20	3	20	2	13,3	3	20
Narlı Dibek Türk Kahvesi	9	60	1	6,7	2	13,3	2	13,3	1	6,7
Dövme Dibek Türk Kahvesi	6	40	2	13,3	-	-	3	20	4	26,7
Dağ Çilekli Türk Kahvesi	11	73,3	1	6,7	1	6,7	2	13,3	-	-
Safranlı Dibek Türk Kahvesi	9	60	3	20	-	-	1	6,7	2	13,3
Kolombiya Çekirdeğinden Türk Kahvesi	6	40	2	13,3	2	13,3	2	13,3	3	20
Portakallı Dibek Türk Kahvesi	9	60	2	13,3	1	6,7	3	20	-	-
Damla Sakızlı Türk Kahvesi	6	40	3	20	1	6,7	-	-	5	33,3
Mihrimah Sultan Kahvesi	6	40	5	33,3	2	13,3	1	6,7	1	6,7
Geleneksel Türk Kahvesi	6	40	3	20	3	20	2	13,3	1	6,7
Hilve Türk Kahvesi	11	73,3	1	6,7	1	6,7	2	13,3	-	-

Araştırmaya katılan panelistlerin %80'i kahvede istenmeyen bir tat olmadığını düşünmektedir. Panelistlerin %40'ini (n=6) Nohut Kahvesinde istenmeyen bir tat olmadığını düşünürken; %20'si (n=3) kahvede çok az ve %26,7'si (n=4) istenmeyen tadın var olduğunu düşünmektedir. Panelistlerin %26,7'si (n=4) Yemen Çekirdeğinden

Türk Kahvesinde istenmeyen bir tat olmadığını düşünmektedir. Buna karşın %20'si (n=3) çok az istenmeyen tat olduğunu, %20'si (n=3) istenmeyen tadın var olduğunu, %13,3'ü (n=2) biraz fazla istenmeyen tadın olduğunu ve %20'si (n=3) çok fazla istenmeyen tat olduğunu düşünmektedir. Panelistlerin %60'ı (n=9) Narlı Dibek Kahvesinde istenmeyen bir tat olmadığını düşünmektedir. Buna karşın %13,3'ü (n=2) istenmeyen tadın var olduğunu ve %13,3'ü (n=2) biraz fazla istenmeyen tadın olduğunu belirtmiştir. Panelistlerin %40'ı (n=6) Dövme Dibek Kahvesinde istenmeyen bir tadın hiç olmadığını düşünmektedir. Buna karşın %13,3'ü (n=2) istenmeyen tadın çok az olduğunu, %20'si (n=3) biraz fazla ve %26,7'si (n=4) çok fazla istenmeyen tadın olduğunu belirtmiştir. Panelistlerin %73,3'ü (n=11) Dağ Çilekli Kahvede istenmeyen bir tadın hiç olmadığını düşünmektedir. Buna karşın %13,3'ü (n=2) söz konusu kahvede biraz fazla istenmeyen tadın olduğunu belirtmiştir. Katılımcıların %60'ı (n=9) Safranlı Dibek Türk Kahvesinde istenmeyen bir tadın hiç olmadığını düşünmektedir. Buna karşın %20'si (n=3) kahvede çok az, %6,7'si (n=1) biraz fazla ve %13,3'ü (n=2) çok fazla istenmeyen tadın olduğunu belirtmiştir. Katılımcıların %40'ı (n=9) Kolombiya Çekirdeğinden Türk Kahvesinde istenmeyen bir tadın hiç olmadığını düşünmektedir. Buna karşın %13,3'ü (n=2) kahvede çok az, %13,3'ü (n=2) var olduğunu, %13,3'ü (n=2) biraz fazla ve %20'si (n=3) çok fazla istenmeyen tadın olduğunu düşünmektedir. Katılımcıların %60'ı (n=9) Portakallı Dibek Türk Kahvesinde istenmeyen bir tadın hiç olmadığını düşünmektedir. Buna karşın %13,3'ü (n=2) kahvede çok az, %6,7'si (n=1) var olduğunu, %20'si (n=3) biraz fazla istenmeyen tadın olduğunu düşünmektedir. Katılımcıların %40'ı (n=6) Damla Sakızlı Türk Kahvesinde istenmeyen bir tadın hiç olmadığını düşünürken, %20'si (n=3) kahvede çok az, %6,7'si (n=1) var olduğunu, %33,3'ü (n=5) çok fazla istenmeyen tadın olduğunu düşünmektedir. Mihrimah Sultan Türk Kahvesinde istenmeyen tat olduğunu düşünmeyenlerin (%40) ve çok az olduğunu düşünenlerin oranı (%33,3) daha fazladır. Geleneksel Türk Kahvesinde istenmeyen tat olduğunu düşünmeyenlerin (%40), çok az olduğunu düşünenlerin (%20) ve var diyenlerin sayısı (%20) daha fazladır. Hilve kahvesinde istenmeyen tat olmadığını düşünenlerin daha çok olduğu belirlenmiştir (%73,3).

Tablo 8: Kahvelerin Lezzet Özelliklerine İlişkin Bulgular (Devamı)

Kahveler (Kahvenin Ağza İlk Alındığında Ağızda Bıraktığı His)	Kötü		Biraz Kötü		Normal		İyi		Çok İyi	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Çilekli Dibek Türk Kahvesi	1	6,7	2	13,3	3	20	6	40	3	20
Nohut Kahvesi	2	13,3	5	33,3	2	13,3	5	33,3	1	6,7
Yemen Çekirdeğinden Türk Kahvesi	4	26,7	3	20	5	33,3	3	20	-	-
Narlı Dibek Türk Kahvesi	2	13,3	3	20	-	-	3	20	7	46,7
Dövme Dibek Türk Kahvesi	2	13,3	5	33,3	5	33,3	3	20	-	-
Dağ Çilekli Türk Kahvesi	1	6,7	4	26,7	5	33,3	3	20	2	13,3
Safranlı Dibek Türk Kahvesi	1	6,7	1	6,7	3	20	6	40	4	26,7
Kolombiya Çekirdeğinden Türk Kahvesi	3	20	3	20	3	20	3	20	3	20
Portakallı Dibek Türk Kahvesi	1	6,7	5	33,3	4	26,7	5	33,3	-	-
Damla Sakızlı Türk Kahvesi	5	33,3	1	6,7	7	46,7	1	6,7	1	6,7
Mihrimah Sultan Kahvesi	2	13,3	6	40	2	13,3	3	20	2	13,3
Geleneksel Türk Kahvesi	2	13,3	7	46,7	2	13,3	4	26,7	-	-
Hilve Türk Kahvesi	-	-	1	6,7	2	13,3	7	46,7	5	33,3

Çilekli Dibek Kahvesinin ağza ilk alındığında ağızda bıraktığı hissin normal olduğunu düşünenlerin oranı %20 (n=3), iyi olduğunu düşünenlerin oranı %40 (n=6) ve çok iyi diyenlerin oranı %20 (n=3)'dir. Nohut Kahvesinin ağza ilk alındığında ağızda bıraktığı his konusunda, panelistlerin %13,3'si (n=2) kötü ve %33,3'ü (n=5) çok kötü olduğunu ifade etmiştir. Buna karşın panelistlerin %13,3'ü (n=2) kahvenin ilk ağza alındığında ağızda bıraktığı hissi normal ve %33,3'ü iyi bulmuştur. Yemen Çekirdeğinden Türk Kahvesinin ağza ilk alındığında ağızda bıraktığı his ile ilgili olarak panelistlerin %26,7'si (n=4) kötü ve %20'si (n=3) biraz kötü olduğunu ifade etmiştir. Buna karşın panelistlerin %33,3'ü (n=5) kahvenin ilk ağza alındığında ağızda bıraktığı hissi normal ve %20'si iyi bulmuştur. Narlı Dibek Kahvesinin ağza ilk alındığında ağızda bıraktığı his ile ilgili olarak panelistlerin %13,3'ü (n=2) kötü ve %20'si (n=3) biraz kötü olduğunu ifade etmiştir. Ancak panelistlerin %20'si (n=3) kahvenin ilk ağza alındığında ağızda bıraktığı hissi iyi ve %46,7'si çok iyi bulmuştur. Dövme Dibek Kahvesinin ağza ilk alındığında ağızda bıraktığı his ile ilgili olarak panelistlerin %13,3'ü (n=2) kötü ve %33,3'ü (n=5) biraz kötü olduğunu ifade etmiştir. Ancak panelistlerin %33,3'ü (n=5) kahvenin ilk ağza alındığında ağızda bıraktığı hissi normal ve %20'si iyi bulmuştur. Dağ Çilekli Türk Kahvesinin ağza ilk alındığında ağızda bıraktığı his ile ilgili olarak panelistlerin %6,7'si (n=1) kötü ve %26,7'si (n=4)

biraz kötü olduğunu ifade etmiştir. Ancak panelistlerin %33,3'ü (n=5) kahvenin ilk ağza alındığında ağızda bıraktığı hissi normal, %20'si (n=3) iyi ve %13,3'ü (n=2) çok iyi bulmuştur. Safranlı Dibek Türk Kahvesinin ağza ilk alındığında ağızda bıraktığı his ile ilgili olarak panelistlerin %6,7'si (n=1) kötü ve %6,7'si (n=1) de biraz kötü olduğunu ifade etmiştir. Ancak panelistlerin %20'si (n=3) kahvenin ilk ağza alındığında ağızda bıraktığı hissi normal, %40'ı (n=6) iyi ve %26,7'si (n=4) çok iyi bulmuştur. Kolombiya Çekirdeğinden Türk Kahvesinin ağza ilk alındığında ağızda bıraktığı his ile ilgili olarak panelistlerin %20'si (n=3) kötü ve %20'si (n=3) de biraz kötü olduğunu ifade etmiştir. Ancak panelistlerin %20'si (n=3) kahvenin ilk ağza alındığında ağızda bıraktığı hissi normal, %20'si (n=3) iyi ve %20'si (n=3) çok iyi bulmuştur. Portakallı Dibek Türk Kahvesinin ağza ilk alındığında ağızda bıraktığı his ile ilgili olarak panelistlerin %6,7'si (n=1) kötü ve %33,3'ü (n=5) de biraz kötü olduğunu ifade etmiştir. Ancak panelistlerin %26,7'si (n=4) kahvenin ilk ağza alındığında ağızda bıraktığı hissi normal ve %33,3'ü (n=5) iyi bulmuştur. Damla Sakızlı Türk Kahvesinin ağza ilk alındığında ağızda bıraktığı his ile ilgili olarak panelistlerin %33,3'ü (n=5) kötü ve %6,7'si (n=1) de biraz kötü olduğunu ifade etmiştir. Ancak panelistlerin %46,7'si (n=7) kahvenin ilk ağza alındığında ağızda bıraktığı hissi normal, %6,7'si (n=1) iyi ve %6,7'si (n=1) çok iyi bulmuştur. Mihrimah Sultan Türk Kahvesinin ağza ilk alındığında ağızda bıraktığı his ile ilgili olarak panelistlerin %13,3'ü (n=2) kötü ve %40'ı (n=6) de biraz kötü olduğunu ifade etmiştir. Ancak panelistlerin %13,3'ü (n=2) kahvenin ilk ağza alındığında ağızda bıraktığı hissi normal, %20'si (n=3) iyi ve %13,3'ü (n=2) çok iyi bulmuştur. Geleneksel Türk Kahvesinin ağza ilk alındığında ağızda bıraktığı his ile ilgili olarak panelistlerin %13,3'ü (n=2) kötü ve %46,7'si (n=7) de biraz kötü olduğunu ifade etmiştir. Ancak panelistlerin %13,3'ü (n=2) kahvenin ilk ağza alındığında ağızda bıraktığı hissi normal ve %26,7'si (n=3) iyi bulmuştur. Hilve Türk Kahvesinin ağza ilk alındığında ağızda bıraktığı his ile ilgili olarak panelistlerin %13,3'ü (n=2) kahvenin ilk ağza alındığında ağızda bıraktığı hissi normal, %46,7'si (n=7) iyi ve %33,3'ü (n=5) çok iyi bulmuştur.

Tablo 8: Kahvelerin Lezzet Özelliklerine İlişkin Bulgular (Devamı)

Kahveler (Kahvenin Yutulduktan Sonra Ağızda Bıraktığı His)	Kötü		Biraz Kötü		Normal		İyi		Çok İyi	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Çilekli Dibek Türk Kahvesi	1	6,7	1	6,7	4	26,7	7	46,7	2	13,3
Nohut Kahvesi	1	6,7	3	20	3	20	7	46,7	1	6,7
Yemen Çekirdeğinden Türk Kahvesi	3	13,3	4	26,7	4	26,7	4	26,7	-	-
Narlı Dibek Türk Kahvesi	2	13,3	3	20	-	-	4	26,7	6	40
Dövme Dibek Türk Kahvesi	2	13,3	3	20	4	26,7	6	40	-	-
Dağ Çilekli Türk Kahvesi	2	13,3	1	6,7	7	46,7	4	26,7	1	6,7
Safranlı Dibek Türk Kahvesi	1	6,7	2	13,3	3	20	5	33,3	4	26,7
Kolombiya Çekirdeğinden Türk Kahvesi	1	6,7	7	46,7	2	13,3	2	13,3	3	20
Portakallı Dibek Türk Kahvesi	2	13,3	4	26,7	5	33,3	3	20	1	6,7
Damla Sakızlı Türk Kahvesi	5	33,3	2	13,3	5	33,3	2	13,3	1	6,7
Mihrimah Sultan Kahvesi	2	13,3	5	33,3	3	20	2	13,3	3	20
Geleneksel Türk Kahvesi	2	13,3	7	46,7	3	20	3	20	-	-
Hilve Türk Kahvesi	-	-	1	6,7	2	13,3	7	46,7	5	33,3

Panelistlerin %26,7'si (n=4) Çilekli Dibek Kahvesinin yutulduktan sonra ağızda bıraktığı hissi normal bulurken; %46,7'si (n=7) iyi olduğunu düşünmektedir. Nohut kahvesi yutulduktan sonra ağızda biraz kötü bir tat bıraktığını düşünenlerin oranı %20'dir. Buna karşın katılımcıların %20'si (n=3) kahvenin yutulduktan sonra ağızda bıraktığı hissi normal ve %46,7'si (n=7) iyi bulmuştur. Yemen Çekirdeğinden Türk Kahvesi yutulduktan sonra ağızda kötü bir tat bıraktığını düşünenlerin oranı %20 ve biraz kötü bir tat bıraktığını düşünenlerin oranı ise %26,7'dir. Buna karşın katılımcıların %26,7'si (n=4) kahvenin yutulduktan sonra ağızda bıraktığı hissi normal ve %26,7'si (n=4) iyi bulmuştur. Narlı Dibek Türk Kahvesi yutulduktan sonra ağızda kötü bir tat bıraktığını düşünenlerin oranı %13,3 ve biraz kötü bir tat bıraktığını düşünenlerin oranı ise %20'dir. Buna karşın katılımcıların %26,7'si (n=4) kahvenin yutulduktan sonra ağızda bıraktığı hissi iyi ve %40'ı (n=6) çok iyi bulmuştur. Dövme Dibek Türk Kahvesi yutulduktan sonra ağızda kötü bir tat bıraktığını düşünenlerin oranı %13,3 ve biraz kötü bir tat bıraktığını düşünenlerin oranı ise %20'dir. Buna karşın katılımcıların %26,7'si (n=4) kahvenin yutulduktan sonra ağızda bıraktığı hissi normal ve %40'ı (n=6) iyi bulmuştur. Dağ Çilekli Türk Kahvesi yutulduktan sonra ağızda kötü bir tat bıraktığını düşünenlerin oranı %13,3 ve biraz kötü bir tat bıraktığını düşünenlerin oranı ise %6,7'dir. Buna karşın katılımcıların %46,7'si (n=7) kahvenin

yutulduktan sonra ağızda bıraktığı hissi normal ve %26,7'si (n=4) iyi bulmuştur. Safranlı Dibek Türk Kahvesi yutulduktan sonra ağızda kötü bir tat bıraktığını düşünenlerin oranı %6,7 (n=1), biraz kötü bir tat bıraktığını düşünenlerin oranı ise %13,3'tür. Buna karşın katılımcıların %20'si (n=3) kahvenin yutulduktan sonra ağızda bıraktığı hissi normal, %33,3'ü (n=5) iyi ve %26,7'si (n=4) çok iyi bulmuştur. Kolombiya Çekirdeğinden Türk Kahvesi yutulduktan sonra ağızda kötü bir tat bıraktığını düşünenlerin oranı %6,7 (n=1), biraz kötü bir tat bıraktığını düşünenlerin oranı ise %46,7'dir. Buna karşın katılımcıların %13,3'ü (n=2) kahvenin yutulduktan sonra ağızda bıraktığı hissi normal, %13,3'ü (n=2) iyi ve %20'si (n=3) çok iyi bulmuştur. Portakallı Dibek Türk Kahvesi yutulduktan sonra ağızda kötü bir tat bıraktığını düşünenlerin oranı %13,3 (n=2), biraz kötü bir tat bıraktığını düşünenlerin oranı ise %26,7'dir. Buna karşın katılımcıların %33,3'ü (n=5) kahvenin yutulduktan sonra ağızda bıraktığı hissi normal, %20'si (n=3) iyi ve %6,7'si (n=1) çok iyi bulmuştur. Damla Sakızlı Türk Kahvesi yutulduktan sonra ağızda kötü bir tat bıraktığını düşünenlerin oranı %33,3 (n=5), biraz kötü bir tat bıraktığını düşünenlerin oranı ise %13,3'tür. Buna karşın katılımcıların %33,3'ü (n=5) kahvenin yutulduktan sonra ağızda bıraktığı hissi normal, %13,3'ü (n=2) iyi ve %6,7'si (n=1) çok iyi bulmuştur. Mihrimah Sultan Türk Kahvesi yutulduktan sonra ağızda kötü bir tat bıraktığını düşünenlerin oranı %13,3 (n=2), biraz kötü bir tat bıraktığını düşünenlerin oranı ise %33,3'tür. Buna karşın katılımcıların %20'si (n=3) kahvenin yutulduktan sonra ağızda bıraktığı hissi normal, %13,3'ü (n=2) iyi ve %20'si (n=3) çok iyi bulmuştur. Geleneksel Türk Kahvesi yutulduktan sonra ağızda kötü bir tat bıraktığını düşünenlerin oranı %13,3 (n=2), biraz kötü bir tat bıraktığını düşünenlerin oranı ise %46,7'dir. Buna karşın katılımcıların %20'si (n=3) kahvenin yutulduktan sonra ağızda bıraktığı hissi normal ve %20'si (n=3) iyi bulmuştur. Hilve Kahvesi yutulduktan sonra ağızda normal bir tat bıraktığını düşünenlerin oranı %13,3 (n=2), iyi bir tat bıraktığını düşünenlerin oranı %46,7 (n=7) ve çok iyi bir tat bıraktığını düşünenlerin oranı %33,3 (n=5) olarak belirlenmiştir.

Tablo 8: Kahvelerin Lezzet Özelliklerine İlişkin Bulgular (Devamı)

Kahveler (Kahvenin Yutulduktan Sonra Boğazda Bıraktığı His)	Kötü		Biraz Kötü		Normal		İyi		Çok İyi	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Çilekli Dibek Türk Kahvesi	1	6,7	-	-	1	6,7	9	60	4	26,7
Nohut Kahvesi	1	6,7	2	13,3	4	26,7	8	53,3	-	-
Yemen Çekirdeğinden Türk Kahvesi	3	20	1	6,7	7	46,7	3	20	1	6,7
Narlı Dibek Türk Kahvesi	2	13,3	3	20	-	-	4	26,7	6	40
Dövme Dibek Türk Kahvesi	2	13,3	4	26,7	5	33,3	3	20	1	6,7
Dağ Çilekli Türk Kahvesi	3	20	-	-	6	60	5	33,3	1	6,7
Safranlı Dibek Türk Kahvesi	1	6,7	2	13,3	3	20	5	33,3	4	26,7
Kolombiya Çekirdeğinden Türk Kahvesi	2	13,3	2	13,3	5	33,3	3	20	3	20
Portakallı Dibek Türk Kahvesi	1	6,7	4	26,7	5	33,3	4	26,7	1	6,7
Damla Sakızlı Türk Kahvesi	4	26,7	2	13,3	5	33,3	3	20	1	6,7
Mihrimah Sultan Kahvesi	2	13,3	5	33,3	2	13,3	4	26,7	2	13,3
Geleneksel Türk Kahvesi	1	6,7	6	40	5	33,3	3	20	-	-
Hilve Türk Kahvesi	-	-	1	6,7	3	20	7	46,7	4	26,7

Çilekli Dibek Kahvesinin yutulduktan sonra ağızda boğazda bıraktığı his konusunda panelistlerin %60'ının (n=9) iyi yönde ve %26,7'sinin (n=4) çok iyi yönde cevap verdiği görülmektedir. Katılımcıların %13,3'ü Nohut Kahvesinin yutulduktan sonra boğazda bıraktığı hissi biraz kötü bulmuştur. Ancak 26,7'si (n=4) normal ve %53,3 (n=8) boğazda bıraktığı hissi iyi bulmuştur. Katılımcıların %20'si (n=3) Yemen Çekirdeğinden Türk Kahvesinin yutulduktan sonra boğazda bıraktığı hissi kötü bulmuştur. Ancak 46,7'si (n=7) normal ve %20'si (n=3) boğazda bıraktığı hissi iyi bulmuştur. Narlı Dibek Kahvesi ile ilgili olarak katılımcıların 13,3'ü (n=2) kahvenin yutulduktan sonra boğazda bıraktığı hissi kötü ve %20'si (n=3) biraz kötü bulmuştur. Buna karşın %26,7'si (n=4) boğazda iyi bir his ve %40'ı (n=6) çok iyi bir his aldığını ifade etmiştir. Katılımcıların 13,3'ü (n=2) Dövme Dibek Kahvesinin yutulduktan sonra boğazda bıraktığı hissi kötü ve %26,7'si (n=4) biraz kötü bulmuştur. Buna karşın %33,3'ü (n=5) boğazda normal bir his, %20'si (n=3) boğazda iyi bir his aldığını ifade etmiştir. Katılımcıların %20'si (n=3) Dağ Çilekli Türk Kahvesinin yutulduktan sonra boğazda bıraktığı hissi kötü, %40'ı (n=6) normal, %33,3'ü (n=5) iyi bulmuştur. Panelistlerin %6,7'si (n=1) Safranlı Dibek Türk Kahvesinin yutulduktan sonra boğazda bıraktığı hissi kötü, %13,3'ü (n=2) biraz kötü, %20'si (n=3) normal, %33,3'ü (n=5) iyi ve %26,7'si çok iyi bulmuştur. Kolombiya Çekirdeğinden Türk Kahvesi ile ilgili

olarak katılımcıların %13,3'ü (n=2) kahvesinin yutulduktan sonra boğazda bıraktığı hissi kötü, %13,3'ü (n=2) biraz kötü, %33,3'ü (n=5) normal, %20'si (n=3) iyi ve %20'si çok iyi bulmuştur. Katılımcıların %6,7'si (n=1) Portakallı Dibek Türk Kahvesinin yutulduktan sonra boğazda bıraktığı hissi kötü, %26,7'si (n=4) biraz kötü, %33,3'ü (n=5) normal, %26,7'si (n=4) iyi ve %6,7'si de çok iyi bulmuştur. Damla Sakızlı Türk Kahvesi ile ilgili olarak katılımcıların %26,7'si (n=4) kahvenin yutulduktan sonra boğazda bıraktığı hissi kötü, %13,3'ü (n=2) biraz kötü, %33,3'ü (n=5) normal, %20'si (n=3) iyi ve %6,7'si (n=1) de çok iyi bulmuştur. Panelistlerin %13,3'ü (n=2) Mihrimah Sultan Türk Kahvesinin yutulduktan sonra boğazda bıraktığı hissi kötü, %33,3'ü (n=5) biraz kötü, %13,3'ü (n=2) normal, %26,7'si (n=4) iyi ve %13,3'ü (n=2) de çok iyi bulmuştur. Geleneksel Türk Kahvesi konusunda katılımcıların %6,7'si (n=1) kahvenin yutulduktan sonra boğazda bıraktığı hissi kötü, %40'ı (n=6) biraz kötü, %33,3'ü (n=5) normal ve %20'si (n=3) iyi bulmuştur. Bununla birlikte katılımcıların %20'si (n=3) Hilve Türk Kahvesinin yutulduktan sonra boğazda bıraktığı hissi normal, %46,7'si (n=7) iyi ve %26,7'si (n=4) çok iyi bulmuştur.

3.1.3.5. Türk Kahvelerine İlişkin Tat Sonrası İzlenim

Çalışmanın bu kısmında Türk Kahvelerini tattıktan sonraki izlenimleri belirten panelistlerin vermiş oldukları cevaplar Tablo 9'da gösterilmiştir.

Tablo 9: Türk Kahvelerine İlişkin Tat Sonrası İzlenim

Kahveler	Hiç Beğenmedim		Az Beğendim		Kararsızım		Biraz Beğendim		Çok Beğendim	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Çilekli Dibek Türk Kahvesi	1	6,7	3	20	3	20	5	33,3	3	20
Nohut Kahvesi	2	13,3	7	46,7	2	13,3	1	6,7	3	20
Yemen Çekirdeğinden Türk Kahvesi	5	33,3	3	20	-	-	1	6,7	6	40
Narlı Dibek Türk Kahvesi	4	26,7	1	6,7	1	6,7	2	13,3	7	46,7
Dövme Dibek Türk Kahvesi	3	20	4	26,7	1	6,7	5	33,3	2	13,3
Dağ Çilekli Türk Kahvesi	1	6,7	3	20	4	26,7	5	33,3	2	13,3
Safranlı Dibek Türk Kahvesi	2	13,3	3	20	1	6,7	5	33,3	4	26,7
Kolombiya Çekirdeğinden Türk Kahvesi	4	26,7	4	26,7	1	6,7	3	20	3	20
Portakallı Dibek Türk Kahvesi	4	26,7	4	26,7	2	13,3	2	13,3	3	20
Damla Sakızlı Türk Kahvesi	6	40	1	6,7	5	33,3	2	13,3	1	6,7
Mihrimah Sultan Kahvesi	5	33,3	1	6,7	3	20	3	20	3	20
Geleneksel Türk Kahvesi	3	20	9	60	2	13,3	1	6,7	-	-
Hilve Türk Kahvesi	-	-	1	6,7	1	6,7	4	26,7	9	60

Panelistlerin %20'si (n=3) Çilekli Dibek Kahvesini az beğenmiştir, %20'si (n=3) kararsız kalmış, %33,3'ü (n=5) biraz beğenmiş ve %20'si (n=3) çok beğenmiştir. Panelistlerin %13,3'ü (n=2) Nohut Kahvesini hiç beğenmemiş, %46,7'si (n=7) az beğenmiş, %20'si (n=3) çok beğenmiştir. Ancak Nohut Kahvesi konusunda kararsız kalanların oranı ise %13,3'tür. Panelistlerin %33,3'ü (n=5) Yemen Çekirdeğinden Türk Kahvesini hiç beğenmemiştir. %20'si (n=3) az beğenmiş ve %40'ı kahveyi çok beğenmiştir. Panelistlerin %26,7'si (n=4) Narlı Dibek Kahvesini hiç beğenmemiş, %13,3'ü (n=2) biraz beğenmiş ve %46,7'si (n=7) çok beğenmiştir. Panelistlerin %20'si (n=3) Dövme Dibek Kahvesini hiç beğenmemiş, %26,7'si az beğenmiş, %33,3'ü (n=5) biraz beğenmiş ve %13,3'ü (n=2) çok beğenmiştir. Panelistlerin %6,7'si (n=1) Dağ Çilekli Türk Kahvesini hiç beğenmemiş, %20'si az beğenmiş, %26,7'si kararsız kalmış, %33,3'ü (n=5) biraz beğenmiş ve %13,3'ü (n=2) çok beğenmiştir. Panelistlerin %13,3'ü (n=2) Safranlı Dibek Türk Kahvesini hiç beğenmemiş, %20'si (n=3) az beğenmiş, %6,7'si (n=1) kararsız kalmış, %33,3'ü (n=5) biraz beğenmiş ve %26,7'si (n=4) çok beğenmiştir. Panelistlerin %26,7'si (n=4) Kolombiya Çekirdeğinden Türk Kahvesini hiç beğenmemiş, %26,7'si (n=4) az beğenmiş, %6,7'si (n=1) kararsız kalmış, %20'si (n=3) biraz beğenmiş ve %20'si (n=3) çok beğenmiştir. Panelistlerin %26,7'si (n=4) Portakallı Dibek Türk Kahvesini hiç beğenmemiş, %26,7'si (n=4) az beğenmiş, %13,3'ü (n=2) kararsız kalmış, %13,3'ü (n=2) biraz beğenmiş ve %20'si (n=3) çok beğenmiştir. Panelistlerin Damla Sakızlı Türk Kahvesi ile ilgili tat sonrası izlenimlerine bakıldığında; hiç beğenmedim (%40) ve kararsız kalanların (%33,3) oranlarının daha yoğunlukta olduğu görülmektedir. Panelistlerin %33,3'ü (n=5) Mahrimah Sultan Kahvesini hiç beğenmemiş ve %20'si (n=3) kararsız kalmıştır. Buna karşın panelistlerin %20'si (n=3) söz konusu kahveyi biraz beğenirken %20'si de (n=3) çok beğenmiştir. Geleneksel Türk Kahvesi ile ilgili olarak panelistlerin tat sonrası izlenimleri incelendiğinde; %20'sinin (n=3) kahveyi hiç beğenmediği, %60'ının (n=9) az beğendiği ve %13,3'ünün (n=2) ise kararsız kaldığı tespit edilmiştir. Panelistlerin tat sonrası izlenimlerine incelendiğinde; genel olarak %26,7'si (n=4) Hilve Türk Kahvesini biraz beğenmiş ve %60'ı (n=9) kahveyi çok beğendiğini belirtmiştir.

3.1.4. Panelistlerin Kahve Beğenilerine İlişkin Bulgular

Araştırmanın bu kısmında kahvelerin görünüş, koku ve aroma, doku, lezzet ve tat sonrası izlenim ile ilgili panelistlerin genel beğeni durumları incelenmiştir. Bu çerçevede panelistlerin Çilekli Dibek Türk Kahvesinin görünüş, koku ve aroma, doku, lezzet ve tat sonrası izlenim yönünden beğeni durumları Tablo 10’da verilmiştir.

Tablo 10: Çilekli Dibek Türk Kahvesine İlişkin Beğeni Düzeyi

Çilekli Dibek Türk Kahvesi	N	Min.	Max.	\bar{X}	SD
Görünüş	15	2,00	7,00	5,066	1,907
Koku	15	2,00	7,00	5,466	1,807
Aroma	15	1,00	7,00	4,666	2,225
Doku	15	2,00	7,00	4,666	2,058
Lezzet	15	1,00	7,00	4,800	2,242
Tat Sonrası İzlenim	15	1,00	7,00	4,266	2,344

Tablo 10’deki aritmetik ortalama değerlerinden hareketle Çilekli Dibek Türk Kahvesinin görünüşünün ($\bar{X}=5,06$), aromasının ($\bar{X}=4,46$), dokusunun ($\bar{X}=4,46$) ve lezzetinin ($\bar{X}=4,80$) az beğenildiği, kokusunun orta düzeyde beğenildiği ($\bar{X}=5,46$), ancak tat sonrası izlenimi konusunda panelistlerin kararsız kaldıkları söylenebilir ($\bar{X}=4,26$).

Panelistlerin Nohut Kahvesinin görünüş, koku ve aroma, doku, lezzet ve tat sonrası izlenim yönünden beğeni durumları Tablo 11’de gösterilmiştir.

Tablo 11: Nohut Kahvesine İlişkin Beğeni Düzeyi

Nohut Kahvesi	N	Min.	Max.	\bar{X}	SD
Görünüş	15	2,00	7,00	5,266	1,437
Koku	15	1,00	7,00	4,400	1,992
Aroma	15	1,00	7,00	4,400	1,764
Doku	15	3,00	7,00	5,266	1,387
Lezzet	15	1,00	7,00	4,133	2,231
Tat Sonrası İzlenim	15	1,00	6,00	4,066	1,791

Nohut Kahvesinin görünüşü ($\bar{X}=5,26$) ve dokusu ($\bar{X}=5,26$) panelistler tarafından az beğenilmiştir. Ancak kokusu ($\bar{X}=4,40$), aroması ($\bar{X}=4,40$), lezzeti ($\bar{X}=4,13$) ve tat sonrası izlenimi ($\bar{X}=4,06$) konusunda panelistlerin kararsız kaldıkları görülmektedir.

Panelistlerin Yemen Çekirdeğinden Türk Kahvesinin görünüş, koku ve aroma, doku, lezzet ve tat sonrası izlenim yönünden beğeni durumları Tablo 12’de gösterilmiştir.

Tablo 12: Yemen Çekirdeğinden Türk Kahvesine İlişkin Beğeni Düzeyi

Yemen Çekirdeğinden Türk Kahvesi	N	Min.	Max.	\bar{X}	SD
Görünüş	15	1,00	7,00	4,666	1,718
Koku	15	1,00	7,00	4,333	1,877
Aroma	15	1,00	7,00	3,866	1,959
Doku	15	3,00	7,00	5,066	1,387
Lezzet	15	1,00	7,00	4,066	2,491
Tat Sonrası İzlenim	15	1,00	7,00	4,200	2,111

Tabloda görüldüğü üzere Yemen Çekirdeğinden Türk Kahvesinin sadece dokusu ($\bar{X}=5,06$) panelistler tarafından az beğenilmiştir. Diğer özellikler olan görünüş ($\bar{X}=4,66$), koku ($\bar{X}=4,33$), aroma ($\bar{X}=3,86$), lezzet ($\bar{X}=4,06$) ve tat sonrası izlenim ($\bar{X}=4,20$) konularında kararsız kalındığı belirlenmiştir.

Panelistlerin Narlı Dibek Türk Kahvesinin görünüş, koku ve aroma, doku, lezzet ve tat sonrası izlenim yönünden beğeni durumları Tablo 13’te gösterilmiştir.

Tablo 13: Narlı Dibek Türk Kahvesine İlişkin Beğeni Düzeyi

Narlı Dibek Türk Kahvesi	N	Min.	Max.	\bar{X}	SD
Görünüş	15	4,00	7,00	6,133	0,990
Koku	15	1,00	7,00	5,400	2,028
Aroma	15	1,00	7,00	5,333	2,093
Doku	15	1,00	7,00	5,800	1,521
Lezzet	15	1,00	7,00	5,133	2,503
Tat Sonrası İzlenim	15	1,00	7,00	5,066	2,463

Narlı Dibek Türk Kahvesinin görünüşü ($\bar{X}=6,13$), kokusu ($\bar{X}=5,40$), aroması ($\bar{X}=5,33$) ve dokusu ($\bar{X}=5,80$) orta düzeyde beğenilmiştir. Ancak lezzeti ($\bar{X}=5,13$) ve tat sonrası izlenimi ($\bar{X}=5,06$) az düzeyde beğenilmiştir.

Panelistlerin Dövme Dibek Türk Kahvesinin görünüş, koku ve aroma, doku, lezzet ve tat sonrası izlenim yönünden beğeni durumları Tablo 14’te verilmiştir.

Tablo 14: Dövmе Dіbek Türk Kahvesine İlişkin Beğeni Düzeyi

Dövmе Dіbek Türk Kahvesi	N	Min.	Max.	\bar{X}	SD
Görünüş	15	1,00	7,00	4,533	1,922
Koku	15	1,00	7,00	4,466	1,846
Aroma	15	1,00	7,00	4,333	2,093
Doku	15	1,00	7,00	4,800	1,780
Lezzet	15	1,00	7,00	4,266	2,051
Tat Sonrası İzlenim	15	1,00	7,00	4,266	2,344

Dövmе Dіbek Türk Kahvesinin görünüşünün ($\bar{X}=4,53$), kokusunun ($\bar{X}=4,46$) ve dokusunun ($\bar{X}=4,80$) panelistler tarafından az beğenildiği ortaya çıkmıştır. Buna karşın aroması ($\bar{X}=4,33$), lezzeti ($\bar{X}=4,26$) ve tat sonrası izlenimi ($\bar{X}=4,26$) konusunda kararsız kaldıkları söylenebilir.

Panelistlerin Dağ Çilekli Türk Kahvesinin görünüş, koku ve aroma, doku, lezzet ve tat sonrası izlenim yönünden beğeni durumları Tablo 15’te verilmiştir.

Tablo 15: Dağ Çilekli Türk Kahvesine İlişkin Beğeni Düzeyi

Dağ Çilekli Türk Kahvesi	N	Min.	Max.	\bar{X}	SD
Görünüş	15	3,00	7,00	5,400	1,352
Koku	15	2,00	7,00	5,800	1,521
Aroma	15	2,00	7,00	4,866	1,505
Doku	15	4,00	7,00	5,866	0,990
Lezzet	15	1,00	7,00	5,000	1,732
Tat Sonrası İzlenim	14	1,00	7,00	4,642	2,169

Panelistler Dağ Çilekli Türk Kahvesinin görünüşünü ($\bar{X}=5,40$), kokusunu ($\bar{X}=5,80$) ve dokusunu ($\bar{X}=5,86$) orta düzeyde beğenmiştir. Söz konusu kahvenin aromasını ($\bar{X}=4,86$), lezzetini ($\bar{X}=5,00$) ve tat sonrası izlenimini ($\bar{X}=4,64$) az beğendikleri belirlenmiştir.

Panelistlerin Safranlı Dіbek Türk Kahvesinin görünüş, koku ve aroma, doku, lezzet ve tat sonrası izlenim yönünden beğeni durumları Tablo 16’da verilmiştir.

Tablo 16: Safranlı Dibek Türk Kahvesine İlişkin Beğeni Düzeyi

Safranlı Dibek Türk Kahvesi	N	Min.	Max.	\bar{X}	SD
Görünüş	14	2,00	7,00	5,857	1,406
Koku	14	1,00	7,00	5,142	2,032
Aroma	14	1,00	7,00	5,142	2,032
Doku	14	4,00	7,00	5,642	1,150
Lezzet	14	1,00	7,00	5,000	2,075
Tat Sonrası İzlenim	14	1,00	7,00	5,357	1,984

Panelistler Safranlı Dibek Türk Kahvesinin görünüşünü ($\bar{X}=5,85$), dokusunu ($\bar{X}=5,64$) ve tat sonrası izlenimini ($\bar{X}=5,35$) orta düzeyde beğenmiştir. Söz konusu kahvenin kokusunu ($\bar{X}=5,14$), aromasını ($\bar{X}=5,14$) ve lezzetini ($\bar{X}=5,00$) ise az beğenmişlerdir.

Panelistlerin Kolombiya Çekirdeğinden Türk Kahvesinin görünüş, koku ve aroma, doku, lezzet ve tat sonrası izlenim yönünden beğeni durumları Tablo 17’de gösterilmiştir.

Tablo 17: Kolombiya Çekirdeğinden Türk Kahvesine İlişkin Beğeni Düzeyi

Kolombiya Çekirdeğinden Türk Kahvesi	N	Min.	Max.	\bar{X}	SD
Görünüş	15	1,00	7,00	5,333	1,718
Koku	15	1,00	7,00	4,600	2,164
Aroma	15	1,00	7,00	4,533	2,416
Doku	15	1,00	7,00	5,600	1,843
Lezzet	15	1,00	7,00	4,533	2,386
Tat Sonrası İzlenim	15	1,00	7,00	4,333	2,439

Kolombiya Çekirdeğinden Türk Kahvesinin görünüşünün ($\bar{X}=5,33$) ve dokusunun ($\bar{X}=5,60$) panelistler tarafından orta düzeyde beğenildiği tespit edilmiştir. Ancak kahvenin diğer özellikleri olan kokusunun ($\bar{X}=4,60$), aromasının ($\bar{X}=4,53$), lezzetinin ($\bar{X}=4,53$) ve tat sonrası izleniminin ($\bar{X}=4,33$) az beğenildiği belirlenmiştir.

Panelistlerin Portakallı Dibek Türk Kahvesinin görünüş, koku ve aroma, doku, lezzet ve tat sonrası izlenim yönünden beğeni durumları Tablo 18’de gösterilmiştir.

Tablo 18: Portakallı Dibek Türk Kahvesine İlişkin Beğeni Düzeyi

Portakallı Dibek Türk Kahvesi	N	Min.	Max.	\bar{X}	SD
Görünüş	15	1,00	7,00	5,200	1,859
Koku	15	2,00	7,00	5,066	1,667
Aroma	15	1,00	7,00	4,666	2,288
Doku	15	1,00	7,00	5,333	1,951
Lezzet	15	1,00	7,00	3,400	2,414
Tat Sonrası İzlenim	15	1,00	7,00	3,600	2,501

Panelistler Portakallı Dibek Türk Kahvesinin görünüşünü ($\bar{X}=5,20$), kokusunu ($\bar{X}=5,06$) ve aromasını ($\bar{X}=4,66$) az beğenmişlerdir. Dokusunu orta düzeyde beğendikleri ($\bar{X}=5,33$) kahvenin; lezzetini biraz beğenmemişlerdir ($\bar{X}=3,40$). Bununla birlikte tat sonrası izlenim konusunda kararsız kaldıkları görülmektedir ($\bar{X}=3,60$)

Panelistlerin Damla Sakızlı Türk Kahvesinin görünüş, koku ve aroma, doku, lezzet ve tat sonrası izlenim yönünden beğeni durumları Tablo 19’da gösterilmiştir.

Tablo 19: Damla Sakızlı Türk Kahvesine İlişkin Beğeni Düzeyi

Damla Sakızlı Türk Kahvesi	N	Min.	Max.	\bar{X}	SD
Görünüş	15	1,00	7,00	5,200	1,521
Koku	15	1,00	7,00	4,400	2,063
Aroma	15	1,00	7,00	3,666	2,160
Doku	15	1,00	7,00	4,866	1,846
Lezzet	15	1,00	7,00	3,600	2,197
Tat Sonrası İzlenim	15	1,00	7,00	3,400	2,323

Panelistler Damla Sakızlı Türk Kahvesinin görünüşünü ($\bar{X}=5,20$) ve dokusunu ($\bar{X}=4,86$) az beğenmişlerdir. Kahvenin koku ($\bar{X}=4,40$) ve aroması ($\bar{X}=3,66$) konusunda kararsız kalmışlardır. Ancak lezzet ($\bar{X}=3,60$) ve tat sonrası izlenimi ($\bar{X}=3,40$) biraz beğenmedikleri ortaya çıkmıştır.

Panelistlerin Mihrimah Sultan Türk Kahvesinin görünüş, koku ve aroma, doku, lezzet ve tat sonrası izlenim yönünden beğeni durumları Tablo 20’de gösterilmiştir.

Tablo 20: Mihrimah Sultan Türk Kahvesine İlişkin Beğeni Düzeyi

Mihrimah Sultan Türk Kahvesi	N	Min.	Max.	\bar{X}	SD
Görünüş	15	1,00	7,00	5,400	1,919
Koku	15	1,00	7,00	4,866	1,922
Aroma	15	1,00	7,00	4,400	1,956
Doku	15	1,00	7,00	5,600	1,681
Lezzet	15	1,00	7,00	4,533	1,922
Tat Sonrası İzlenim	15	1,00	7,00	4,400	2,131

Mihrimah Sultan Türk Kahvesinin görünüşünün ($\bar{X}=5,40$) ve dokusunu ($\bar{X}=5,60$) orta düzeyde beğenildiği görülmektedir. Kahvenin kokusu ($\bar{X}=4,86$) ve lezzeti ($\bar{X}=4,53$) az beğenilmiştir. Kahvenin aroması ($\bar{X}=4,40$) ve tat sonrası izlenimi ($\bar{X}=4,40$) konusunda ise panelistlerin kararsız kaldıkları belirlenmiştir.

Panelistlerin Geleneksel Türk Kahvesinin görünüş, koku ve aroma, doku, lezzet ve tat sonrası izlenim yönünden beğeni durumları Tablo 21’de gösterilmiştir.

Tablo 21: Geleneksel Türk Kahvesine İlişkin Beğeni Düzeyi

Geleneksel Türk Kahvesi	N	Min.	Max.	\bar{X}	SD
Görünüş	15	1,00	7,00	5,333	1,838
Koku	15	1,00	7,00	5,000	1,647
Aroma	15	1,00	6,00	3,800	1,859
Doku	15	1,00	7,00	4,933	1,869
Lezzet	15	1,00	7,00	3,800	2,111
Tat Sonrası İzlenim	15	1,00	7,00	3,933	2,086

Tabloda görüldüğü üzere Geleneksel Türk Kahvesinin sadece görünüşü ($\bar{X}=5,33$) panelistler tarafından orta düzeyde beğenilmiştir. Kahvenin kokusu ($\bar{X}=5,00$) ve dokusu ($\bar{X}=4,93$) az beğenilmiştir. Kahvenin aroması ($\bar{X}=3,80$), lezzeti ($\bar{X}=3,80$) ve tat sonrası izlenimi ($\bar{X}=3,93$) konusunda ise panelistlerin kararsız kaldıkları tespit edilmiştir.

Panelistlerin Hilve Türk Kahvesinin görünüş, koku ve aroma, doku, lezzet ve tat sonrası izlenim yönünden beğeni durumları Tablo 22’de gösterilmiştir.

Tablo 22: Hilve Türk Kahvesine İlişkin Beğeni Düzeyi

Hilve Türk Kahvesi	N	Min.	Max.	\bar{X}	SD
Görünüş	15	6,00	7,00	6,600	0,507
Koku	15	5,00	7,00	6,266	0,703
Aroma	15	4,00	7,00	6,200	0,941
Doku	15	2,00	7,00	5,866	1,641
Lezzet	15	3,00	7,00	6,533	1,125
Tat Sonrası İzlenim	15	3,00	7,00	6,533	1,125

Hilve Türk Kahvesinin sadece dokusu ($\bar{X}=5,86$) panelistler tarafından orta düzeyde beğenilmiştir. Kahvenin diğer özellikleri olan görünüşü ($\bar{X}=6,60$), kokusu ($\bar{X}=6,26$), aroması ($\bar{X}=6,20$), lezzeti ($\bar{X}=6,53$) ve tat sonrası izlenimi ($\bar{X}=6,53$) ise çok beğenilmiştir.

SONUÇ

Türk kültüründe önemli bir yeri olan kahvenin bütün çeşitleri birer kültürel miras olarak değerlendirilmektedir. Bu mirasın gelecek kuşaklara aktarılması hem bugün hem de gelecek için büyük önem taşımaktadır. Diğer taraftan özel turizm çeşitlerinin ortaya çıkmasıyla gastronomi turizminde önemli bir turistik çekicilik unsuru olan kahve, çeşitli işletmeler ve destinasyonlar tarafından birer rekabet aracı olarak kullanılmaya başlanmıştır. Bu nedenle bu çalışmada Türk kahvesinin farklı türlerinin birer içecek olarak kullanılmasının dışında görünüş, koku, aroma, doku ve lezzet gibi özelliklerinin hangi düzeyde beğenildiği yapılan deneysel çalışmayla belirlenmeye çalışılmıştır. Ayrıca buna benzer Türk kahvesi çeşitleriyle alakalı duyu analizi yapılan çalışmalar bulunmadığı için tartışma yapılamamıştır.

Çalışma kapsamında Çilekli Dibek Türk Kahvesi, Nohut Kahvesi, Yemen Çekirdeğinden Türk Kahvesi, Narlı Dibek Türk Kahvesi, Dövme Dibek Türk Kahvesi, Dağ Çilekli Türk Kahvesi, Safranlı Dibek Türk Kahvesi, Kolombiya Çekirdeğinden Türk Kahvesi, Portakallı Dibek Türk Kahvesi, Damla Sakızlı Türk Kahvesi, Mihrimah Sultan Kahvesi, Geleneksel Türk Kahvesi ve Hilve Türk Kahvesi olmak üzere toplam 13 kahve incelenmiştir. Söz konusu kahveleri değerlendirmek için 15 panelist çalışmaya katılmıştır. Panelistlerin %60'ı kadın ve %40'ı erkektir. Panelistlerin %66,7'si 30 yaş ve altında, diğer %33,3'ü 31 yaş ve üzerindedir. Panelistlerin önemli bir kısmı (%60) lisans mezunudur. Geriye kalan %40'ı ise yüksek lisans ve doktora eğitimine sahiptir. Panelistlerin %60'ı Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümü mezunudur, %40'ı ise Gastronomi ve Mutfak Sanatları alanında eğitim veren akademisyenlerden oluşmaktadır. Akademisyen dışındaki 9 kişiden %20 mutfak komisi, %20 aşçı ve %20 Barista olarak çalışmaktadır.

Kahvelerin duyu özellikleri ile ilgili olarak panelistlerin Çilekli Dibek Kahvesinin görünüş yönünden iyi olduğunu düşündükleri belirlenmiştir. Aroma kokusunun biraz fazla ve kahvede istemeyen koku olmadığını ifade etmişlerdir. Kahvenin pürüzlü özelliği kabul edilebilir ve kıvamı iyi düzeyde bulunmuştur. Çilekli Dibek Kahvesinde acımsı tat ve istenmeyen tat bulunmamıştır. Kahvenin ağza ilk alındığında ağızda bıraktığı his, yutulduktan sonra ağızda ve boğazda bıraktığı his iyi görülmüştür. Ancak kahve ile ilgili tat sonrası izlenimin biraz beğenildiği yönünde olduğu belirlenmiştir.

Nohut Kahvesinin görünüşü kabul edilebilir bulunmuştur. Kahvenin aroma kokusu biraz fazla bulunurken, istenmeyen kokunun çok az olduğu belirlenmiştir. Kahvenin pürüzlü özelliği kabul edilebilir, kıvamı ise iyi bulunmuştur. Nohut kahvesinde acımsı tat olmakla birlikte istenmeyen tat oranının da çok az olduğu belirtilmiştir. Kahvenin ağza ilk alındığında ağızda bıraktığı his ile yutulduktan sonra ağızda ve boğazda bıraktığı his ise normal görülmüştür. Ancak panelistlerin tat sorası izlenimlerinin kararsızlık düzeyinde olduğu tespit edilmiştir.

Yemen Çekirdeğinden Türk Kahvesinin görünüşü kabul edilebilir düzeyde bulunmuştur. Aroma kokusu olan kahvede çok az istenmeyen koku olduğu ifade edilmiştir. kahvenin pürüzlü özelliği kabul edilebilir, kıvamı ise iyi düzeyde bulunmuştur. Kahvedeki acımsı tat biraz fazla olmakla birlikte istenmeyen tat oranının da orta düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Panelistler kahvenin ağza ilk alındığında ağızda bıraktığı hissi ile yutulduktan sonra ağızda ve boğazda bıraktığı hissi normal bulunmuştur. Panelistlerin Yemen Çekirdekli Türk Kahvesini tattıktan sonraki izlenimi kararsızlık düzeyinde olmuştur.

Narlı Dibek Türk Kahvesinin görüşünü iyi, aroma kokusu biraz fazla ve istenmeyen kokusunun çok düşük düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Panelistler kahvenin pürüzlü özelliğini kabul edilebilir ve kıvamını ise iyi bulmuşlardır. Kahvedeki acımsı tat ve istenmeyen tat oranları çok düzeylerde bulunmuştur. Panelistler kahvenin ağza ilk alındığında ağızda bıraktığı hissi ile yutulduktan sonra ağızda ve boğazda bıraktığı hissi iyi bulunmuştur. Narlı Dibek Türk Kahvesinin tadım sonrasında biraz beğenildiği tespit edilmiştir.

Panelistler Dövme Dibek Türk Kahvesinin görünüşünün kabul edilebilir, aroma kokusunun orta ve istenmeyen kokunun olmadığını belirtmiştir. Kahvenin dokusal özellikleri kabul edilebilir düzeydedir. Kahvede acımsı ve istenmeyen tat olduğu tespit edilmiştir. Kahvenin ağza ilk alındığında ağızda bıraktığı hissi ile yutulduktan sonra ağızda ve boğazda bıraktığı hissi normal bulunmuştur. Panelistlerin tat sonrası izlenimi kararsızlık düzeyinde olmuştur.

Görünüşü iyi düzeyde görülen Dağ Çilekli Türk Kahvesinde aroma kokusunun normal, istenmeyen kokunun da hiç olmadığı tespit edilmiştir. Kahvenin pürüzlü özelliği ve kıvamı kabul edilebilir oranda görülmüştür. Kahvede biraz acımsı tat olmakla birlikte istenmeyen tadın hiç olmadığı tespit edilmiştir. Dağ Çilekli Türk

Kahvesinin ağza ilk alındığında ağızda bıraktığı hissi ile yutulduktan sonra ağızda ve boğazda bıraktığı hissi normal bulunmuştur. Ancak panelistlerin tat sonrası izlenimi kararsızlık biçiminde olmuştur.

Görünüş açısından iyi düzeyde görülen Safranlı Dibek Kahvesinde aroma kokusunun normal, istenmeyen kokunun da hiç olmadığı tespit edilmiştir. Kahvenin pürüzlü özelliği kabul edilebilir ve kıvamı iyi görülmüştür. Kahvede acımsı tat olmamakla birlikte istenmeyen tadın çok az olduğu ifade edilmiştir. Safranlı Dibek Kahvesinin ağza ilk alındığında ağızda bıraktığı hissi ile yutulduktan sonra ağızda ve boğazda bıraktığı hissi iyi kabul edilmiştir. Tadım sonrasında kahvenin biraz beğenildiği belirlenmiştir.

Kolombiya Çekirdeğinden Türk Kahvesi görünüş açısından kabul edilebilir, aroma kokusunun biraz fazla ve istenmeyen kokunun çok az olduğu ortaya çıkmıştır. Kahvenin pürüzlü yapısı kabul edilebilir, kıvamı ise iyi bulunmuştur. Kahvede acımsı ve istenmeyen tadın orta düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Kahvenin ağza ilk alındığında ağızda bıraktığı his ile yutulduktan sonra ağızda ve boğazda bıraktığı his normal çıkmıştır. Tadım sonrasında kahve ile ilgili izlenimin kararsızlık düzeyinde olduğu ortaya çıkmıştır.

Görünüş açısından iyi değerlendirilen Portakallı Dibek Türk Kahvesinin aroma kokusunun biraz fazla ve istenmeyen kokunun çok az olduğu tespit edilmiştir. Kahvenin pürüzlü yapısı kabul edilebilir, kıvamı ise iyi bulunmuştur. Kahvede acımsı tat tespit edilmemiş buna bağlı olarak istenmeyen tadın çok az olduğu tespit edilmiştir. Kahvenin ağza ilk alındığında ağızda bıraktığı his ile yutulduktan sonra ağızda ve boğazda bıraktığı his normal çıkmıştır. Tadım sonrasında kahve ile ilgili izlenimin kararsızlık düzeyinde olduğu ortaya çıkmıştır.

Panelistler Damla Sakızlı Türk Kahvesinin görünüşünü iyi bulmuşlardır. Kahve aroma kokusu yönünden orta düzeyde değerlendirilirken, istenmeyen kokunun kahvede olmadığı ifade edilmiştir. Kahvenin pürüzlü yapısı kabul edilebilir, kıvamı ise iyi bulunmuştur. Kahvede acımsı ve istenmeyen tadın orta düzeyde olduğu belirtilmiştir. Kahvenin ağza ilk alındığında ağızda bıraktığı his ile yutulduktan sonra ağızda ve boğazda bıraktığı his normal çıkmıştır. Tadım sonrasında kahve ile ilgili izlenimin kararsızlık düzeyinde olduğu ortaya çıkmıştır.

Mihrimah Sultan Türk Kahvesinin görünüşü iyi görülmüştür. Aroma kokusuna sahip olan kahvede istenmeyen kokunun çok az olduğu tespit edilmiştir. Kahvenin pürüzlü-kıvam gibi dokusal özellikleri kabul edilebilir bulunmuştur. Kahvede çok az istenmeyen ve acımsı tat olduğu belirtilmiştir. Mihrimah Sultan Kahvesinin ağza ilk alındığında ağızda bıraktığı his ile yutulduktan sonra ağızda ve boğazda bıraktığı his normal çıkmıştır. Tadım sonrasında kahve ile ilgili izlenimin ise kararsızlık düzeyinde olduğu ortaya çıkmıştır.

Panelistler Geleneksel Türk Kahvesinin görünüşünü iyi bulmuştur. Aroma kokuşa sahip olan kahvede çok az istenmeyen koku olduğu tespit edilmiştir. Kahvenin dokusal özellikleri kabul edilebilir oranda bulunmuştur. Kahvede çok az istenmeyen ve acımsı tat olduğu belirtilmiştir. Mihrimah Sultan Kahvesinin ağza ilk alındığında ağızda bıraktığı his ile yutulduktan sonra ağızda ve boğazda bıraktığı his normal çıkmıştır. Tadım sonrasında Mihrimah Sultan Kahvesi az beğenilmiştir.

Hilve Türk Kahvesi görünüş açısından iyi bulunmuştur. İstenmeyen kokunun olmadığı kahvenin aroma kokusu kabul edilebilir düzeyde tespit edilmiştir. Panelistler kahvenin dokusal özelliklerini iyi olarak değerlendirmişlerdir. Kahvede çok az istenmeyen ve acımsı tat olduğu ifade edilmiştir. Hilve Kahvesinin ağza ilk alındığında ağızda bıraktığı his ile yutulduktan sonra ağızda ve boğazda bıraktığı his iyi çıkmıştır. Bununla birlikte tadım sonrasında kahvenin çok beğenildiği tespit edilmiştir.

Duyusal analizlerle ilgili genel bir değerlendirme yapılacak olursak görünüşü en çok beğenilen kahve çeşidi; Mihrimah Sultan ve Hilve kahvelerinin olduğu belirlenmiştir. Narlı Dibek Türk Kahvesinin en beğenilen özelliği aroma kokusu olmuştur. İstenmeyen koku en az Dağ Çilekli Türk Kahvesinde olduğu tespit edilmiştir. Dokusal özellikleri en çok beğenilen kahvenin Hilve Kahvesi olduğu belirlenmiştir. Narlı Dibek Türk Kahvesi ile Safranlı Dibek Kahvesi en az acımsı tadı olan kahveler oldukları ortaya çıkmıştır. En az istenmeyen tada sahip olan kahveler; Dağ Çilekli Türk Kahvesi ile Hilve Kahvesi'dir. Ağza ilk alındığında ağızda bıraktığı his ile yutulduktan sonra ağızda ve boğazda bıraktığı hissi en iyi olan kahveler; Safranlı Dibek Türk Kahvesi ile Hilve Kahvesi olmuştur. Bununla birlikte tadım sonrasında en çok beğenilen kahvenin de Hilve Kahvesi olduğu tespit edilmiştir.

Çalışmada 13 kahvenin beğenilip beğenilmediği analiz edilmiştir. Buna göre Çilekli Dibek Türk Kahvesinin görünüşünün, aromasının, dokusunun ve lezzetinin az

beğenildiği, kokusun orta düzeyde beğenildiği, ancak tat sonrası izlenimi konusunda panelistlerin kararsız kaldıkları söylenebilir. Nohut Kahvesinin görünüşü ve dokusu panelistler tarafından az beğenilmiştir. Ancak kokusu, aroması, lezzeti ve tat sonrası izlenimi konusunda panelistlerin kararsız kaldıkları görülmektedir. Yemen Çekirdeğinden Türk Kahvesinin sadece dokusu panelistler tarafından az beğenilmiştir. Diğer özellikler olan görünüş, koku, aroma, lezzet ve tat sonrası izlenim konularında kararsız kalındığı belirlenmiştir. Narlı Dibek Türk Kahvesinin görünüşü, kokusu, aroması ve dokusu orta düzeyde beğenilmiştir. Ancak lezzeti ve tat sonrası izlenimi az düzeyde beğenilmiştir. Dövme Dibek Türk Kahvesinin görünüşünün, kokusunun ve dokusunun panelistler tarafından az beğenildiği ortaya çıkmıştır. Buna karşın aroması, lezzeti ve tat sonrası izlenimi konusunda kararsız kaldıkları söylenebilir. Panelistler Dağ Çilekli Türk Kahvesinin görünüşünü, kokusunu ve dokusunu orta düzeyde beğenmiştir. Söz konusu kahvenin aromasını, lezzetini ve tat sonrası izlenimini az beğendikleri belirlenmiştir. Panelistler Safranlı Dibek Türk Kahvesinin görünüşünü, dokusunu ve tat sonrası izlenimini orta düzeyde beğenmiştir. Söz konusu kahvenin kokusunu, aromasını ve lezzetini ise az beğenmişlerdir. Kolombiya Çekirdeğinden Türk Kahvesinin görünüşünün ve dokusunun panelistler tarafından orta düzeyde beğenildiği tespit edilmiştir. Ancak kahvenin diğer özellikleri olan kokusunun, aromasının, lezzetinin ve tat sonrası izleniminin az beğenildiği belirlenmiştir. Panelistler Portakallı Dibek Türk Kahvesinin görünüşünü, kokusunu ve aromasını az beğenmişlerdir. Dokusunu orta düzeyde beğendikleri kahvenin; lezzetini biraz beğenmemişlerdir. Bununla birlikte tat sonrası izlenim konusunda kararsız kaldıkları görülmektedir. Panelistler Damla Sakızlı Türk Kahvesinin görünüşünü ve dokusunu az beğenmişlerdir. Kahvenin koku ve aroması konusunda kararsız kalmışlardır. Ancak lezzet ve tat sonrası izlenimi biraz beğenmedikleri ortaya çıkmıştır. Mihrimah Sultan Türk Kahvesinin görünüşünün ve dokusunu orta düzeyde beğenildiği görülmektedir. Kahvenin kokusu ve lezzeti az beğenilmiştir. Kahvenin aroması ve tat sonrası izlenimi konusunda ise panelistlerin kararsız kaldıkları belirlenmiştir. Geleneksel Türk Kahvesinin sadece görünüşü panelistler tarafından orta düzeyde beğenilmiştir. Kahvenin kokusu ve dokusu az beğenilmiştir. Kahvenin aroması, lezzeti ve tat sonrası izlenimi konusunda ise panelistlerin kararsız kaldıkları tespit edilmiştir. Hilve Türk Kahvesinin sadece dokusu panelistler tarafından orta düzeyde beğenilmiştir. Kahvenin

diğer özellikleri olan görünüşü, kokusu, aroması, lezzeti ve tat sonrası izlenimi ise çok beğenilmiştir.

Araştırma sonuçlarından yola çıkarak çeşitli öneriler geliştirilmiştir. Türk kahvesi yüzyıllardır insanlar tarafından tüketilen bir içecek türüdür. Toplumlara Türk kahve kültürünü anlatmak ve çeşitlerini tanıtmak gerekmektedir. Teknolojinin gelişmesi ile çeşitli kahve türlerini evimizde ve restoranlarda tadılmaktadır. Özellikle gençler arasında popüler olan kahve türlerinden Cappucino, espresso, latte, americano gibi kahvelerin yanı sıra kendi kahvemizi ön plana çıkarmalıyız. Damak zevkine uygun her insanın tüketebileceği bir Türk kahvesi çeşidi vardır. Bu çalışmada görüldüğü gibi insanlara tanıtmak ve tattırmak gerekmektedir. Kendi değerimiz olan Türk kahvesini gelecek kuşaklara aktarmamız önemlidir. Bunun için açılan işletme, müze gibi yerlere destek sağlanmalıdır. Bu tarz işletmelerin gastronomik gezilere dahil edilmesi sağlanarak kahve çeşitlerinin tanıtımına önem verilmelidir. Gastro festivallere Türk kahvesinin yer alması sağlanmalıdır.

KAYNAKÇA

- Abraham-Barna, C. G. (2013). The term of Turkish coffee – a semasiological approach. *Journal of Agroalimentary Processes and Technologies*, 19 (2), 271-275.
- Acar, N., Çakırbaş, A. ve Çizmeci, B. (2019). Türk kahvesi tüketilen mekânların seçimini etkileyen faktörlerin belirlenmesi: Nevşehir örneği. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (1), 135-143.
- Acııcı, U. (2021). *Yiyecek içecek işletmelerinde Türk kahveli ürünlerin geliştirilmesine yönelik deneysel bir çalışma* (Yüksek Lisans Tezi). Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Akarçay, E. (2012). Kâh kahvehane kâh café: Küreselleşen Eskişehir’de kahve tüketimi üzerine kuramsal bir giriş. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, ss.181-202.
- Aksoy, M. ve Sezgi, G. (2014). Gastronomi turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi gastronomik unsurları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3), 79-89.
- Alataş, A. ve Kılıç, İ., (2018), Özet tablolar ile bobi frs ve tms/tfrs arasındaki farkların karşılaştırılması. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (64), 453-478.
- Altunışık, R. (2008). Anketlerde veri kalitesinin iyileştirilmesi için öntest (pilot test) yöntemleri. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, (2), 1-17.
- Anonim (2021a). Erişim Adresi: <http://www.kahve.gen.tr/news.php?id=117>. [Erişim Tarihi: 21.08.2021].
- Anonim (2021b). Erişim Adresi: <http://www.kahveler.gen.tr/menengic-kahvesi.html>. [Erişim Tarihi: 21.08.2021].
- Anonim (2021c). Erişim Adresi: <http://www.kahveler.gen.tr/dibek-kahvesi.html>. [Erişim Tarihi: 21.08.2021].
- Anonim (2021d). Erişim Adresi: <http://www.kahveler.gen.tr/sutlu-kahve.html>. [Erişim Tarihi: 21.08.2021].
- Asanbekova, G. (2007). *Tüketici davranışı çerçevesinde Türkiye’yi ziyaret eden Rus turistlerin tüketim alışkanlıkları* (Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.

- Aşık, N. A. (2017). Değişen kahve tüketim alışkanlıkları ve Türk kahvesi üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5 (4), 310-325.
- Ayalp, N. (2008). *Geleneksel Türk kahvesi iç mekânlarının çağdaş yorumu* (Sanatta Yeterlilik Tezi). Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Balcı, F. (2019). Cezveden kültüre 40 yıl: Türk kahvesi ve geleneği. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (87), 315-328.
- Bayraktaroğlu, G., (2004), Kolayda mallarda marka bağlılığını etkileyen faktörler: hazır kah- ve üzerine bir çalışma. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 11 (2), 69-84.
- Borg, W. R. ve Gall, M. D. (1989). *Educational research: An introduction*. London: Longman Group.
- Buffo, R. A. ve Cardelli-Freira, C. (2004). Coffee flavour: An overview. *Flavour and Fragrance Journal*, 19 (2), 99-104.
- Bulduk, S. ve Süren, T., (2008), Türk mutfak kültüründe kahve. *Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi Bildiriler Kitabı*, 1. Cilt, Ankara.
- Cague, R. Millard, M. ve Gibson, D. (2009). Beyond the bean: Redefining coffee quality. Environment and Natural Resource Management and Agribusiness Practice Networks. *International Journal of Engineering Research & Technolog*, ss.1-18.
- Christensen, B. L., Johnson, R. B. Turner, L. A. (2015). *Research methods, design and analysis*. Twelfth Edition, England: Pearson Education Limited.
- Çağran, F. (2007). *ICP- OES ile Menengiç ve ürünlerinde metal ve yarı metallerin tayini* (Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Çalışkan, O. (2013). Destinasyon rekabetçiliği ve seyahat motivasyonu bakımından gastronomik kimlik. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1 (2), 39-51.
- Dalan, G. (2007). *Turkish coffee: The sustaining power of interpersonal communication* (Master of Arts). Yeditepe University Graduate Institute of Social Sciences, İstanbul.
- Demir, E. (2011). Kahve-mistik bir lezzetin küresel bir tutkuya dönüşümünün kısa tarihçesi. *Türk Kahvesi Kitabı*, Ed.; E. G. Naskali, İstanbul: Kitabevi Yayınları.
- Duran, M. (2004). *Kahve etüdü kitabı*. Dış Ticaret Araştırma Servisi Yayını.
- Durmaz, A. (2015). *Farklı kahve çekirdekleri ve pişirme ekipmanlarıyla hazırlanan Türk kahvesinin duyu ve kimyasal analizlerle optimizasyonu* (Yüksek Lisans Tezi). Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- Durukan, L. (2013). Çekirdek'ten kültür'e: Türk kültüründe kahve ve kahvehane. *Bilim ve Kültür-Uluslararası Kültür Araştırmaları Dergisi*, (2), 127-138.
- Erbaş, H. (2009). *Küreselleşme, kapitalizm ve toplumsal dönüşümler*. Ankara: Palme Yayıncılık.
- Erdoğan, İ. (2012). *Pozitivist metodoloji ve ötesi: bilimsel araştırma tasarımları, niteliksel ve istatistiksel yöntemler*. Ankara: ERK.
- Eren, R. (2016). Türkiye'nin gastronomi imajı, ziyaretçilerin bilgi kaynakları ve harcamaları (Doktora Tezi). Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Filipowska, S. (2011). 19. yüzyıl Polonyalı gezginlerin hatıralarında Türk Kahvesi. *Türk Kahvesi Kitabı* (ss. 209-225), İstanbul: Türk Kahvesi Kültürü ve Araştırmaları Derneği Yayını.
- Fischer, E. F. (2017). Quality and inequality: Taste, value, and power in the third wave coffee market. *MPIFG Discussion Paper*, 17 (4), 1-27.
- Freytag P. V. ve Clarke A. H. (2001). Business to business market segmentation. *Industrial Marketing Management*, 30, 473-486.
- Girginol, C. (2017). *Topraktan fincana kahve*. İstanbul: A7 Kitabevi.
- Girginol, C.R. (2017). *Kahve-topraktan fincana*. 4. Baskı, Ankara: A7 Kitap.
- Gönç-Şavran, T. (2009). Araştırma evreni, örneklem seçimi ve ölçüm. N. Suğur (Ed.), *Sosyolojide Araştırma Yöntem ve Teknikleri* içinde (ss.138-157), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını No: 1963.
- Gross, G., Jaccaud, E. ve Huggett, A. C. (1997). Analysis of the content of the diterpenes cafestol and kahweol in coffee brews. *Food and Chemical Toxicology* 35 (6), 547-554.
- Gudaoğlu, K. (2019). *Türk kahvesi fincanının formunun kahvenin tat-aroma-lezzet özellikleri ile ilişkisinin incelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, İstanbul.
- Gündüz, N. ve El, S. N. (2003). Assessing Antioxidant Activities of Phenolic Compounds of Common Turkish Food and Drinks on In Vitro Low-Density Lipoprotein Oxidation. *Journal of Food Science*, 68 (8), 2591-2595.
- Güral, S. (1999). *Türk kültüründe kahvenin yeri* (Yüksek Lisans Tezi), Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Gürsoy, D. (2005). *Sohbetin bahanesi kahve*. İstanbul: Oğlak Yayıncılık.

- Gürsoy-Naskali, E. (2014). Sunuş ve türklerde türk kahvesi. Türk kahvesi kitabı içinde (Önsöz; 51-102), Ed.; Gürsoy-Naskali, E, İstanbul: Türk Kahvesi Kültürü ve Araştırmaları Derneği yayını.
- <https://mithra.coffee/blog, /suvari-kahvesi-nedir-suvari-kahvesi-ile-ilgili-her-sey/> [Erişim Tarihi: 21.08.2021].
- <https://perapalace.com/kahvehanelerden-kafelere-17-yydan-gunumuze-turk-kahvesi/> [Erişim Tarihi: 22.06.2022].
- <https://visnekiraz.com/tag/hilve-kahvesi-nasil-yapilir/> [Erişim Tarihi: 22.06.2022].
- <https://www.bikahvebikeyif.com/yoklugun-tam-ortasinda-canakkalede-dogan-kahve-nohut-kahvesi/> [Erişim Tarihi: 22.06.2022].
- <https://www.gastrofests.com/anadolu-kulturunde-kahve/> [Erişim Tarihi: 22.06.2022].
- <https://www.kahvekafe.net/2018/01/cilveli-kahve.html> [Erişim Tarihi: 22.06.2022].
- <https://www.kisikates.com.tr/blog/sutlu-turk-kahvesi-mihrimah-sultan-kahvesi-831> [Erişim Tarihi: 22.06.2022].
- <https://yemek.com/nohut-kahvesi/> [Erişim Tarihi: 22.06.2022].
- International Coffee Organization (ICO, 2011). *Botanical aspectst.* <http://www.ico.org/botanical.asp> [Erişim Tarihi: 21.09.2021].
- International Coffee Organization (ICO, 2018), The international coffee organization. <http://www.ico.org/> [Erişim Tarihi: 21.07.2021].
- International Coffee Organization (ICO, 2018). *Prices fall in November following increased October exports.* Coffee Market Record/November 2018, <http://www.ico.org/documents/cy2018-19/cmr-1118-e.pdf>, [Erişim Tarihi: 01.01.2019].
- İnce, F. (2014). *Türk kahvesi neden ezik?*. Düzenleme Tarihi 18.12.2014, <https://pazarlamasyon.com/turk-kahvesi-neden-ezik/> [Erişim Tarihi: 21.08.2021].
- Kahraman, S. A. (2015). Osmanlı'da kahve ve kahvehane. *Bir Taşım Keyif: Türk Kahvesinin 500 Yıllık Öyküsü* (ss. 43-117), Ed.; Pekin, E. İstanbul: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Topkapı Sarayı Müzesi ile Türk Kahvesi Kültürü ve Araştırmaları Derneği Yayını.
- Kafadar, C. (2020). A history of coffee, <https://sites.duke.edu/rethinkingglobalcities/files/2014/09/64Kafadar16-coffeehistory.pdf>, [Erişim Tarihi: 01.01.2020].

- Karamısır, S. (1995). *Türkiye'nin kültür meseleleri*. İstanbul: Osmanlı Araştırmaları Vakfı Yayınları.
- Karasar, N. (2011). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Kavlak, E. ve Akova, S. (2022). Y ve Z kuşağının kahve kültürünün popüler kültür bağlamında değerlendirilmesi. *Namık Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu Dergisi*, 14 (2), 1-33.
- Kement, Ü. (2019). Üçüncü nesil kahve sunan işletmelerde hizmet kalitesi, müşteri tatmini ve davranışsal niyet incelemesi: Algılanan fiyatın düzenleyicilik rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7 (2), 1252-1270.
- Kızıllarslan-Hançer, Ç., Sevgi, E., Akkaya, M. ve Altundağ-Çakır, E. (2019). As a living culture of traditional herbal coffee in Turkey: Chickpea coffee. *Düzce University Journal of Science & Technology*, (7), 239-247.
- Kıvançlı, J. (2011). *Türk kahvesinin karakteristik lezzetinin GC/MS ve lezzet profili analizi tekniği ile belirlenmesi* (Doktora Tezi). Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Kıvançlı, J. ve Elmacı, Y. (2014). Türk kahvesinin lezzetini oluşturan uçucu bileşenlerin belirlenmesinde uygun yöntemin seçilmesi. *Akademik Gıda*, 12 (3), 6-15.
- Küçükkömürler, S. ve Özgen, L. (2009) Coffee and Turkish coffee culture. *Pakistan Journal of Nutrition*, 8 (10), 1693-1700.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2022). Türk kahvesi kültürü ve geleneği. <http://aregem.kulturturizm.gov.tr/TR-202374/turk-kahvesi-kulturu-ve-gelenegi.html> [Erişim Tarihi: 13.03.2022].
- Latif, Ö.B. ve Örs, M. (2018). İkinci dalga kahve tercihini etkileyen faktörler: içtiğimiz kahveleri tanıyor muyuz?. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6 (4), 150-173.
- Latour, B. (2000). When things strike back: A possible contribution of science studies. *British Journal of Sociology*, 51, 107-123.
- Marketing Türkiye (2018). Kahve ürünlerine talep yüzde 324 arttı. Düzenleme 02 Ekim 2018, <https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/kahve-urunlerine-talep-yuzde-324-artti/> [Erişim Tarihi: 15.06.2022].
- MEGEP. (2012). *Gıda teknolojisi: Duyusal test teknikleri*. Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı Yayını.
- Metin, R. (2006). *Türk kahvesi örneklerinde Okratoksin A varlığı* (Yüksek Lisans Tezi). Trakya Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tekirdağ.

- Mokrysz, S. (2016). Consumer preferences and behaviour on the coffee market in Poland. *Forum Scientiae Oeconomia*, 4 (16), 91-107.
- Morris, J. (2013). Why espresso? explaining changes in european coffee preferences from a production of culture perspective. *European Review of History*, 20 (5), 881-901.
- Okumuş, A. (2013). *Tüketici davranışı: Teorik ve uygulamalı bir yaklaşım*. İstanbul: Türkmen Yayıncılık.
- Önal, S. ve Kılıç, İ. (2016). 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu'nun muhasebe ve bağımsız denetime getirdiği yenilikler. *Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 19 (2), 255-268.
- Özdamar, K. (2001). *Spss ile biyoistatistik*. 4. Basım, Eskişehir: Kaan Kitabevi.
- Özdestan, Ö. (2014). Evaluation of bioactive amine and mineral levels in Turkish Coffee. *Food Research International*, (61), 167-175.
- Özen, Y. ve Gül, A. (2007). Sosyal ve eğitim bilimleri araştırmalarında evren ve örneklem sorunu. *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi*, (15), 394-422.
- Özgen, Ö. ve Yıldırım, İ. (2014). Tüketim mekânlarının dönüşümünde görsel iletişimin rolü: Küresel kahve dükkanları. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (37), 120-149.
- Özmen, A. (1999). Örnekleme. A. A. Bir (Ed.), *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri* içinde (ss.23-54), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını No: 1081.
- Öztürk, M. (2013). Kapitalizmin arzu üzerinden üretimi ya da arzunun nesnelleş(tiril)mesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 12 (44), 151-180.
- Padem, H., Göksu, A. ve Konaklı, Z. (2012). *Araştırma yöntemler SPSS uygulamalı*. Sarajevo: International Burch University.
- Persson, L. (2008). *Ethics and environment in the coffee sector-linking CSR to the consumer's power in the context of sustainable development* (D-level Degree Project). Honours Program in Environmental Science, Faculty of Social and Life Sciences Department of Environment and Health, Karlstad.
- Rosenberg, L., Swilling, M. ve Vermeulen, W. J. (2018). Practices of third wave coffee: A bu-rundian producer's perspective. *Business Strategy and the Environment*, 27 (2), 199-214.
- Sağlık, Z. (2021). *Çözülebilir (instant) kahve ürünlerinde ileri glikasyon son ürünlerinin (age) öncüllerinin biyoerişilebilirliğinin belirlenmesi* (Yüksek

Lisans Tezi). İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.

- Santini, A., Ferracane, R., Mikušová, P., Eged, Š., Šrobárová, A., Meca, G. ve diğerleri. (2011). Influence of different coffee drink preparations on ochratoxin A content and evaluation of the antioxidant activity and caffeine variations. *Food Control*, 22 (8), 1240-1245.
- Serim, O. (2015). Bitkiden içeceğe kahvenin hikayesi. In E. Pekin (Ed.), *Bir Taşım Keyif: Türk Kahvesinin 500 Yıllık Hikayesi* 1(21-31). İstanbul: T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı Topkapı Sarayı Müzesi İle Türk Kahvesi Kültürü ve Araştırmaları Derneği Yayını.
- Sezci, G. (2018). *Moleküler mutfak tekniklerinin duyu analizi yöntemiyle değerlendirilmesi* (Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Silveira, T.M.L., Tavares, É. ve Glória, M.B.A. (2007). Profile and levels of bioactive amines in instant coffee. *Journal of Food Composition and Analysis*, 20 (6), 451-457.
- Soylu, Ç. (2015). Erişim Adresi: <https://www.makaleler.com/dibek-kahvesi-nedir-nasil-yapilir>. [Erişim Tarihi:17/10/2021].
- Şehitoğlu, N. (2020). Ankara Etnografya Müzesindeki üç ahşap kahve soğutucusu. *Akademi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (19), 93-113.
- Şimşek, A. (2012). Evren ve örneklem. *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemi* içinde (s.108-133), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2653.
- Tan, A. ve Hocaoğlu, E. (2017). Türkiye’de hazır kahve satın alma ve tüketim alışkanlıkları. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 16 (4), 950-962.
- Taştan, Y. K. (2009). Sufi şarabından kapitalist metaya kahvenin öyküsü. *Akademik Bakış*, 2 (4), 53-86.
- Telli-Danışmaz, A. (2021). Üçüncü dalga kahve akımının tüketicilerin kahve tüketim alışkanlıkları üzerine etkisi. *Kesit Akademi Dergisi*, (27), 441-452.
- Tezcan, M. (2000). Erzurum Kültürü ve Kişiliği Tarih İçinde Erzurum Sempozyumu, Erzurum, 1987. Türk Yemek Antropolojisi Yazıları, Ankara: T.C. Kültür Bakanlığı Yayınları.
- The Istanbul Insider (2022). How to make perfect Turkish Coffee, and Its social importance, <https://theistanbulinsider.com/how-to-make-perfect-turkish-coffeeand-its-social-importance/>, [Erişim Tarihi: 10.02.2022].

- Timur-Ağıldere, S. (2017). Batılı seyyahların gözünden İstanbul ve Cezayir’de kahve ve kahvehane kültürü (17. yy-19. yy). *Millî Folklor*, (122), 14-28.
- Toci, A. ve Farah, A. (2008). Volatile compounds as potential defective coffee beans’ markers. *Food Chemistry*, 108 (3), 1133-1141
- Tolga, B. (2017). *Ortak noktamız kahve, gerisi bahane*. İstanbul: Librum.
- Tonay-Yüksel, A. N. ve Bayram, M. (2018). New trends in Turkish coffee. *The Most Recent Studies In Science And Art*, (pp.1924-1930). Çankaya: Gece Publishing.
- Türk Dil Kurumu (TDK, 2022). http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_content&view=frontpage&Itemid=1, [Erişim Tarihi: 12.05.2022].
- Türk Kültürü Kahvesi ve Araştırmaları Deneği (TKKAD, 2022). Türk kahveli tarifeler. <https://turkkahvesiderneği.org/index.php?icerik=7-adimda-mukemmel-turk-kahvesi-kilavuzu&gastronomi=menuactive>, [Erişim Tarihi: 12.10.2022].
- Ulus, T., İnce, C. H., Aliustaoğlu, F. S. ve Melez, İ. E. (2010). Araştırma nasıl tasarlanır (I). *Adli Tıp Dergisi*, 24 (2), 40-47.
- Ulusoy, K. (2011). Türk toplum hayatında yaşatılan kahve ve kahvehane kültürü. *Millî Folklor Dergisi*, 23(89), 159-169.
- UNESCO (2013, Aralık). *İnsanlığın somut olmayan kültürel mirası temsili listesi*. <http://www.unesco.org.tr/dokumanlar/haber/4-9.pdf>, [Erişim Tarihi: 08.03.2022].
- William, H. U. (1935). All about coffee. New York: The Tea and Coffee Journal Company.
- Yalap, H. (2017). Klasik Türk Edebiyatı ışığında edebiyat ve kültür tarihimizde kahve ve kahvehaneler. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 6 (3), 1907-1930.
- Yaman, T. M. (2004). *Türkiye’de kahve ve kahvehaneler*. İstanbul: Kitabevi Yayınları.
- Yarullina-Yıldırım, R. (2015). Fırat’tan Volga’ya medeniyetler köprüsü. Adıyaman: Adıyaman Üniversitesi Yayınları No: 13/365.
- Yıldırım, S., Demir, E. ve Gök, İ. (2020). Türk ve filtre kahve örneklerindeki toplam antioksidan kapasitelerin elektrokimyasal yöntemlerle belirlenmesi. *Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 7 (1), 382-393.
- Yıldız, M. C. (2002). *Türk kültür tarihinde kahve ve kahvehane*. Yeni Türkiye Yayını.

- Yılmaz, E., Oraman, Y., Özdemir, G., Arap, S. ve Yılmaz, İ. (2016). Türk kahvesi tüketim eğilimleri ve tüketici özelliklerinin belirlenmesi. *12. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi* (ss. 457-464), Isparta.
- Yılmaz, M. N. (2014). Kahvenin Avrupa kültürüne etkisi. *Türk Kahvesi Kitabı* (ss. 589-598), Ed.; Naskali, E. G. İstanbul: Türk Kahvesi Kültürü ve Araştırmaları Derneği Yayını.
- Yılmaz, P. (2012). Menengiçten şuruba: Gaziantep’te içecek kültürü. *Folklor/Edebiyat Dergisi*, 18 (29).

TABLULAR LİSTESİ

Tablo 1: Dünya Kahve Tüketimi	31
Tablo 2: Türk Kahvesinin Özellikleri	39
Tablo 3: Panelistlerin Tanımlayıcı Bilgilerine İlişkin Bulgular	40
Tablo 4: Kahveleri Değerlendiren Kişi Sayılarına İlişkin Bulgular	41
Tablo 5: Türk Kahvelerinin Görünüş Özellikleri.....	42
Tablo 6: Kahvelerin Koku ve Aroma Özelliklerine İlişkin Bulgular	44
Tablo 7: Kahvelerin Doku Özelliklerine İlişkin Bulgular	47
Tablo 8: Kahvelerin Lezzet Özelliklerine İlişkin Bulgular.....	50
Tablo 9: Türk Kahvelerine İlişkin Tat Sonrası İzlenim	58
Tablo 10: Çilekli Dibek Türk Kahvesine İlişkin Beğeni Düzeyi.....	60
Tablo 11: Nohut Kahvesine İlişkin Beğeni Düzeyi	60
Tablo 12: Yemen Çekirdeğinden Türk Kahvesine İlişkin Beğeni Düzeyi	61
Tablo 13: Narlı Dibek Türk Kahvesine İlişkin Beğeni Düzeyi	61
Tablo 14: Dövme Dibek Türk Kahvesine İlişkin Beğeni Düzeyi.....	62
Tablo 15: Dağ Çilekli Türk Kahvesine İlişkin Beğeni Düzeyi.....	62
Tablo 16: Safranlı Dibek Türk Kahvesine İlişkin Beğeni Düzeyi	63
Tablo 17: Kolombiya Çekirdeğinden Türk Kahvesine İlişkin Beğeni Düzeyi.....	63
Tablo 18: Portakallı Dibek Türk Kahvesine İlişkin Beğeni Düzeyi	64
Tablo 19: Damla Sakızlı Türk Kahvesine İlişkin Beğeni Düzeyi.....	64
Tablo 20: Mihrimah Sultan Türk Kahvesine İlişkin Beğeni Düzeyi	65
Tablo 21: Geleneksel Türk Kahvesine İlişkin Beğeni Düzeyi.....	65
Tablo 22: Hilve Türk Kahvesine İlişkin Beğeni Düzeyi	66

EKLER

Ek1: Ürün Değerlendirme Formu

ÜRÜN DEĞERLENDİRME FORMU

Panelistin Adı:

Tarih: / /

Ürün Kodu:

Ürün ile ilgili düşüncelerinizi her özellik için kutucuğa ürün kodunu yazarak belirtiniz.

GÖRÜNÜŞ	Yok	Yetersiz	Kabul Edilebilir	İyi	Var
Düzenli Şekil: Ürünün göze güzel gelen özellikte olması gerektiğini ifade eder.					
KOKU/AROMA	Yok	Çok Az Var	Var	Biraz Fazla Var	Çok Fazla Var
Aroma Kokusu: Ürüne ait istenilen yönde olan aroma kokusunu ifade eder (Varsa algıladığınız kokuyu belirtiniz.)					
İstenmeyen Koku: Ürüne ait istenmeyen yönde olan kokusunu ifade eder (Varsa algıladığınız kokuyu belirtiniz)					
DOKU	Yok	Yetersiz	Kabul Edilebilir	İyi	Var
Pürüzlü-Pürüzsüz: Ürünün ağızda pürüzlü doku bırakması.					
Kıvam: Ürünün ağızda homojen şekilde dağılmış his vermesi.					
LEZZET	Yok	Çok Az Var	Var	Biraz Fazla Var	Çok Fazla Var
Acımsı Tat: Ürünün kavrulma süresi ve derecesinden kaynaklanan tadı ifade eder.					

İstenmeyen Tat: Ürüne ait istenmedik yönde olan tadı ifade eder. (Varsa algıladığınız tadı belirtiniz.)					
	Kötü	Biraz Kötü	Normal	İyi	Çok İyi
Ağızda Bıraktığı His: Ürünün ağıza ilk alındığında ağızda bıraktığı hissi ifade eder. (Kötü bir his varsa belirtiniz.)					
Ağızda Bıraktığı His: Ürünün yutulduktan sonra ağızda bıraktığı hissi ifade eder. (Kötü bir his varsa belirtiniz.)					
Boğazda Bıraktığı His: Ürünün yutulduktan sonra boğazda bıraktığı hissi ifade eder (Kötü bir his varsa belirtiniz.)					
	Hiç Beğenmedim	Az Beğendim	Ne Beğendim Ne Beğenmedim	Biraz Beğendim	Çok Beğendim
Tat Sonrası İzlenim: Ürün tadıldıktan sonra genel beğeniye ifade eder.					

DÜŞÜNCELER:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Ek 2: Tüketici Beğeni Anketi

TÜKETİCİ BEĞENİ ANKETİ

Ürün Kodu:

Tarih: /

Bu çalışma Türk kahvesi çeşitlerinin duyu analizi değerlendirilmesine yönelik pilot çalışma : Safranbolu adlı yüksek lisans tez çalışmasına veri temin etmek amacıyla yapılmaktadır. Katkılarınızdan ve anlayışınızdan dolayı şimdiden teşekkür ederim.

Lütfen ifadelerle ilgili beğeninizi tanımlayan kutucuğa işaret koyunuz.

İFADELER	Çok beğendim	Orta derecede beğendim	Az beğendim	Ne beğendim ne beğenmedim	Biraz beğenmedim	Çok beğenmedim	Hiç beğenmedim
Görünüş							
Beğenmediyseniz nedenini belirtiniz. Kişisel sebepler..... Ürün ile ilgili sebepler.....							
Koku							
Beğenmediyseniz nedenini belirtiniz. Kişisel sebepler..... Ürün ile ilgili sebepler.....							
Aroma							
Beğenmediyseniz nedenini belirtiniz. Kişisel sebepler..... Ürün ile ilgili sebepler.....							
Doku							
Beğenmediyseniz nedenini belirtiniz. Kişisel sebepler..... Ürün ile ilgili sebepler.....							
Lezzet							
Beğenmediyseniz nedenini belirtiniz. Kişisel sebepler..... Ürün ile ilgili sebepler.....							

Tat Sonrası İzlenim							
Beğenmediyseniz nedenini belirtiniz. Kişisel sebepler..... Ürün ile ilgili sebepler.....							

DÜŞÜNCELER:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Ek3: Etik Kurul Kararı



T.C.
KARABÜK ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu

Sayı : E-78977401-050.02.04-16387
Konu : Etik Kurul Kararı

10.11.2020

Sayın Dr. Öğr. Üyesi Özlem ÖZER ALTUNDAĞ

İliği : 21.10.2020 tarihli ve E-49253929-302.14.99-43674 sayılı yazı.

Üniversitemiz Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulunun 04/11/2020 tarih ve 2020/12- 20 sayılı kararı yazınız ekinde sunulmuştur.

Bilgilerinizi ve gereğini rica ederim.

Prof. Dr. ELİF ÇEPNİ
Kurul Başkanı

Ek:Etik Kurul Kararı (1 sayfa)

Dağıtım:
Doç. Dr. Hüseyin Avni KIRMAÇI
Dr. Öğr.Üyesi Özlem ÖZER ALTUNDAĞ

Kayıtlı, güvenli elektronik imza ile sunulmuştur.

Belge Doğrulama Kodu: 858255783

Belge Doğrulama Adresi: <http://www.muhimbiye.gov.tr/karabuk-universitesi/etk>

Adres: Karabük Üniversitesi Düzce Çiftlik Kampüsü Merkez/Karabük

Bilgi için: Sebülal İŞİK

Telefon: 0368 0010

Ünvan: Bilgiye İşkânca

E-Posta: deniz@karabuk.edu.tr İnternet Adresi: <http://www.karabuk.edu.tr>

Kayıt Adresi: kamali@karabuk.edu.tr





T.C.
KARABÜK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL ve BEŞERİ BİLİMLER ARAŞTIRMALARI ETİK KURULU
KARARLARI

TOPLANTI TARİHİ : 04.11.2020
TOPLANTI NO : 2020/12

Karabük Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu toplanmış ve aşağıdaki kararı almıştır.

Karar 20:

21/10/2020 tarihli Dr. Öğr. Üyesi Özlem ÖZER ALTUNDAĞ'ın Etik Kurul form ve ekleri görüşüldü.

Karabük Üniversitesi Öğretim Üyesi Dr. Öğr. Üyesi Özlem ÖZER ALTUNDAĞ danışmanlığında yürütülen "Türk Kahvesi Çeşitlerinin Duyusal Analiz Değerlendirmesine Yönelik Pilot Çalışma:Safranbolu" konulu çalışma kapsamında uygulanmak üzere ekte sunulan çalışmasının etik kurullara uygunluğu oy birliği ile kabul edilmiştir.

ASLI GİTTİR

Prof. Dr. Elif ÇELİK

Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurul Başkanı

Ek4: İzin Yazısı

Safranbalu Kahve Miizesi olarak
Tuğba SİSTEZ'in Türk Kahvesi Çesitlerinin
Duyusal analiz değerlendirmesine yönelik pilot
Çalışma: Safranbalu Çalısmasında biyogeniçde bulunan
kahve ve kahve isimlerinin bu tezde kullanılmasında
herhangi bir sakınca yoktur.

Jemih Yıldırım

KEYFİ SAFRAN
Tarihî Osmanlı Kahvecisi
Gıda Pazarlama Turizm Organizasyon ve Yatırım Ltd. Şti.
Kuru Sancağı Sitesi No: 1/200106 No: 31
Sarıyer/İstanbul/KARABUH
KAYIT NO: 24811/24330 Mersis No: 08110012500001

ÖZGEÇMİŞ

Tuğba SÜTER, ilköğretim ve lise eğitimini Eskişehir’de tamamladı. 2011-2015 yılları arasında Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümünde lisans eğitimini tamamladı. 2017 yılı eylül ayından bu yana Milli Eğitim Bakanlığında Kadrolu Öğretmen olarak çalışmaktadır. Karabük Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı bünyesinde 2019 yılında yüksek lisans eğitimine başlamış olup eğitime halen devam etmektedir.