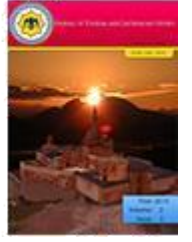




Journal of Tourism and Gastronomy Studies

Journal homepage: www.jotags.org



Gaziantep Tarihi Tahmis Kahvehanesinin Müşteriler Tarafından Tercih Edilme Nedenleri Üzerine Bir Araştırma (Preference Reasons of Gaziantep Historical Tahmis Coffee House by Customers)

*Mustafa AKSOY^a, Emel TÜRK^a, Volga GÖKMEN^a

^aGazi University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, 06830 Gölbaşı, Ankara / Turkey

^aGazi University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, 06830 Gölbaşı, Ankara / Turkey

^aGazi University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, 06830 Gölbaşı, Ankara / Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:25.03.2014

Kabul Tarihi:08.07.2014

Anahtar Kelimeler

Kahve
Kahvehane
Tahmis Kahvehanesi

Özet

Kahve, 16. Yüzyıldan itibaren edebi şahsiyetlerin, siyasi ve dini otoritenin dikkatini çekmesi, yasaklanması ve keyif verici özelliğinden dolayı, Osmanlı aydınının ilgi odağı olmuştur. Kahve ve kahvenin içildiği mekân olan kahvehaneler, zaman içinde sosyal yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Böylece dünyada hiçbir içeceğin sahip olamadığı ölçüde bir kültür de doğmuştur. Bu çalışmada Gaziantep ilinde 376 yıldan beri faaliyet gösteren Tarihi Tahmis Kahvehanesi'ne gelen müşteriler tarafından kahvehanenin nasıl algılandığının belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırma sonucunda müşterilerin Tahmis Kahvehanesi'ne yönelik olumlu algıları olduğu, daha çok öneri üzerine kahvehaneyi ziyaret ettikleri, sosyal, yazılı ve görsel medyadan ziyade daha çok arkadaş tavsiyesinin tanıtımda önemli olduğuna yönelik bulgular elde edilmiştir.

Key Words

Coffee
Coffee House
Tahmis Coffee House

Abstract

Because of the coffee's potential of drawing attention of political, religious authorities and literary figures; being prohibited and delighting, coffee has been the focus of Ottoman intellectuals. Coffee places and coffee itself has been an integral part of the daily life in course of time. By this way, a culture which the other beverage phenomenon in the world cannot reach was born. In this study, a research that investigates the perception of coffee according to the customers of Historical Tahmis Coffee being served for 376 years is conducted. At the end of the study, it is concluded that the customers of Historical Tahmis Coffee have positive attitudes toward it. Moreover, the customers also mentioned that they visit the coffee on the proposals and the recommendation of their friends' about that place is more important for them to promotions in social and written-visual media.

*Sorumlu yazar

maksoy@gazi.edu.tr (M. Aksoy)

