



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2020, 4(4): 3949-3963.

DOI: [10.26677/TR1010.2020.600](https://doi.org/10.26677/TR1010.2020.600)

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



ARAŞTIRMA MAKALESİ

X, Y ve Z Kuşağı Tüketicilerin Kahve Dükkanlarını Tercih Etme Alışkanlıklarının İncelenmesi*

Öğr. Gör. Mehmet Selman BAYINDIR, Kırklareli Üniversitesi, Pınarhisar MYO, Kırklareli, e-posta: mbayindir@klu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9806-3522>

Arş. Gör. Bahar BAYINDIR, Kırklareli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Kırklareli, e-posta: bbayindir@klu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6440-1132>

Doç. Dr. Sibel ÖNÇEL, Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Eskişehir, e-posta: sguler@anadolu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9973-6058>

Öz

Kamusal mekan olma özelliği taşıyan kahve dükkanları tüketicilerin farklı yönlerden elde edebileceği deneyimler sağlamaktadır. Bu çalışmanın amacı kahve dükkanlarını tercih eden X, Y ve Z kuşağı tüketicilerin tüketim alışkanlıklarını ortaya çıkarmaktır. Bu amaç çerçevesinde nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniği kullanılarak on üç katılımcıyla yarı yapılandırılmış sorular ile görüşme gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler sonucunda beş başlık altında bulgular toplanmıştır. Bunlar; katılımcıların, kahve dükkanlarını tercih etme alışkanlıkları, marka tercihleri, hizmet beklentileri, önem verdikleri fiziki unsurlar ve satın aldıkları ürünler olarak belirlenmiştir. Bulgular sonucunda X kuşağı katılımcıların diğer kuşaklara göre daha az kahve dükkanlarına gittikleri, standardı yakalayan markaların daha çok tercih edildiği, X kuşağının masaya servisi, Z kuşağının self-servisi ve Y kuşağının her iki servis türünü de tercih ettiği anlaşılmaktadır. X kuşağı daha rahat, Y kuşağı daha modern ve Z kuşağı ise daha özgün ortamları tercih etmektedir. X kuşağı filtre ve Türk kahvesi gibi daha geleneksel kahveleri, Y kuşağı V60, sifon, chemex ve cold brew gibi daha yenilikçi ve modern yöntemlerle hazırlanmış kahveleri ve Z kuşağı ise farklı şurup, özüt, çikolata ve kremalar ile hazırlanmış kahveleri tercih etmektedir.

* Bu makalenin bir kısmı 19-21 Eylül 2019 tarihinde IV. Uluslararası Gastronomi Turizmi Araştırmaları Kongresi bildirili kitabında "Kahve Dükkanlarını Tercih Eden X, Y ve Z Kuşağı Tüketicilerinin Tüketim Alışkanlıklarının İncelenmesi" başlığı ile 1812 sözcük olarak yayınlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kahve, Kahve Dükkanları, Kuşaklar, Tercih Etme Alışkanlıkları, İçecekler.

Makale Gönderme Tarihi: 13.07.2020

Makale Kabul Tarihi: 09.10.2020

Önerilen Atf:

Bayındır, M. S., Bayındır, B. ve Önçel, S. (2020). X, Y ve Z Kuşağı Tüketicilerin Kahve Dükkanlarını Tercih Etme Alışkanlıklarının İncelenmesi *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(4): 3949-3963.

© 2020 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



RESEARCH PAPER

Investigation of X, Y and Z Generation Consumers Habits of Choosing Coffee Shops

Lecturer Mehmet Selman BAYINDIR, Kırklareli University, Pınarhisar Vocational School, Kırklareli, e-mail: mbayindir@klu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9806-3522>

Research Assistant Bahar BAYINDIR, Kırklareli University, Faculty of Tourism, Kırklareli, e-mail: bbayindir@klu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6440-1132>

Associate Prof. Dr. Sibel ÖNÇEL, Anadolu University, Faculty of Tourism, Eskişehir, e-mail: sguler@anadolu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9973-6058>

Abstract

Coffee shops, which are public spaces, provide experiences that consumers can provide in different ways. The purpose of this study is to reveal the consumption habits of consumers, who prefer X, Y, and Z generation, who prefer coffee shops. For this purpose, interviews were conducted with thirteen participants with semi-structured questions using the interview technique, which is one of the qualitative research methods. As a result of the interviews, findings were collected under five headings. These; The habits of the participants to choose coffee shops, brand preferences, service expectations, the physical elements they care about and the products they buy are determined. As a result of the findings, it is understood that the participants of the X generation go to less coffee shops than the other generations, the brands that meet the standard are more preferred, the X generation service to the table, the Z generation self-service and the Y generation prefer both service types. Generation X is more comfortable, Generation Y is more modern and Generation Z prefers more original environments. They prefer more traditional coffees such as X belt filter and Turkish coffee, coffees prepared with more innovative and modern methods such as Y generation V60, siphon, chemex and cold brew, and Z generation coffees prepared with different syrups, extracts, chocolates and creams.

Keywords: Coffee, Coffee Shops, Generations, Preferring Habits, Drinks.

Received: 13.07.2020

Accepted: 09.10.2020

Suggested Citation:

Bayındır, M. S., Bayındır, B. and Öncel, S. (2020). Investigation of X, Y and Z Generation Consumers Habits of Choosing Coffee Shops, *Journal of Turkish Tourism Research*, 4(4): 3949-3963.

© 2020 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.