

Kahve Turizmine İlişkin Sistematik Bir Araştırma (A Systematic Research of Coffee Tourism)

* Ayşe ŞAHİN YILMAZ ^a 

^a Isparta University of Applied Sciences, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Isparta/Türkiye

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 15.08.2023

Kabul Tarihi: 23.09.2023

Anahtar Kelimeler

Kahve turizmi

Sistemantik analiz

PRISMA modeli

Kahve deneyimi

Öz

Bu çalışmanın amacı kahve turizmiyle ilgili literatüre dair derinlemesine bir bilgi edinmek ve bu bilgileri sentezleyerek ilgili literatürün gelişimini ve eğilimini ortaya koymaktır. Bu amaçla, kahve turizmine ilişkin çalışmalar sistemantik analiz yöntemi ile incelenmiştir. İnceleme aşamasında PRISMA modeli kullanılarak belirli dahil etme ve hariç tutma kriterleri baz alınmış ve kahve turizmiyle ilgili toplamda 18 adet çalışma analize tabi tutulmuştur. Araştırmanın bulguları kahve turizmiyle ilgili çalışmaların ağırlıklı olarak arz yönünden ele alındığını ve nitel araştırma yaklaşımıyla yürütüldüğünü göstermektedir. Öte yandan, kahve turizmi konusunda Türkçe literatürde sistemantik bir yaklaşım ile yürütülen bir çalışmaya rastlanmamıştır.

Keywords

Coffee tourism

Systematic analysis

PRISMA model

Coffee experience

Abstract

The aim of this study is to obtain an in-depth knowledge of the literature on coffee tourism and to synthesize this information to reveal the development and trend of the relevant literature. For this purpose, studies on coffee tourism have been examined with a systematic analysis method. During the review phase, certain inclusion and exclusion criteria were taken as a basis using the PRISMA model, and a total of 18 studies related to coffee tourism were analyzed. The findings of the research show that studies on coffee tourism are mainly handled from the supply side and carried out with a qualitative research approach. On the other hand, there is no study conducted with a systematic approach in the Turkish literature on coffee tourism. In this respect, the present study provides a holistic view of the coffee tourism literature and originality by offering suggestions to academicians and tourism stakeholders for future research and practices for sectoral development of coffee tourism.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: aysesahin9391@gmail.com (A. Şahin Yılmaz)

DOI: 10.21325/jotags.2023.1289

GİRİŞ

Kahve kültürel, tarihi, coğrafi ve tıbbi yönleriyle birçok alanda çeşitli özellikleriyle yer alan bir içecektir. Kahvenin geniş bir coğrafyaya yayılan farklı çeşitleri ve tüketim şekilleri ile varlığını sürdürmesi kendine has bir kültürel unsur olmasına neden olmaktadır. Kahvenin çok kültürlü yapısı, kahvenin yetiştiği bölgeleri ve kendine özgü kahve çeşitleri olan destinasyonları ön plana çıkarmaktadır (Lyon, 2013). Söz gelimi, İstanbul’u ziyaret eden turistler otantik mekanlarda Türk kahvesi pişirme kurslarına katılarak hem destinasyona özgü kahve kültürünü öğrenmekte hem de farklı bir atmosferde kahve tüketim deneyimi yaşamaktadır. Aynı zamanda kahvenin geniş bir coğrafyaya yayılmış olması onu dünya üzerinde en fazla tüketilen içeceklerden biri haline getirmektedir. Bu kanıyı destekleyen istatistiki veriler kahve tüketiminin 2020-2021 yılları arasında 166,6 milyon kilogram olduğunu ifade etmektedir (Statista, 2022). Kahve tüketiminin bu denli popüler olması ve kahvenin destinasyonların kültürünü yansıtan bir ürün olması onu bir turizm ürününe dönüştürmektedir.

19. yüzyılın sonlarına doğru Hawaii’de turistlerin kahve tarlalarını gezdiği ve bu seyahat deneyimini rehber kitaplarda anlattığı bilinmektedir (Johnston, 2010: s.125). Bu durum kahve ve turizmin ilk kez ilişkilendirilmesine ve bu ilişkiden doğan kahve turizmi kavramının ortaya çıkmasına kaynaklık etmektedir. Kahve turizmi, Wang, Chen, Su ve Morrison (2019) tarafından turistlere kahve ile ilgili benzersiz doğal güzellikleri ve kültürel özellikleri içeren mekanlarda her yönüyle kahve deneyimlerine katılma fırsatı sağlayan bir turizm biçimi olarak tanımlanmaktadır. Kahve turizmi, genel olarak kahvenin tarihi, kültürü, hikayesi, gelenekleri ve tüketim biçimleri ile ilgili seyahat deneyimlerini içermektedir (Jolliffe, 2010). Bu anlamda yerel gastronomi kültürünün bir parçası olan kahve, kahve yetiştirilen bölgeleri ziyaret etme, kahveyle ilgili eğitimler alma, yerel kahve yapım kurslarına katılma, kahve ile ilgili hikayeler dinleme, kahve tarlalarını gezme ve kahve toplama gibi turistlerin ilgisini çeken etkinlikleri barındıran bir turizm çeşidi olarak görülmektedir (Chen, 2022). Kültürel bir çeşitliliğe ve tarihe sahip olan kahve, bu etkinlikler aracılığıyla destinasyonlar için önemli bir pazarlama aracına dönüşerek destinasyonların kültürel mirasını yansıtan bir unsur olarak turistlerin deneyimlerini tatmin eden değerli bir turistik ürün haline gelmektedir (Jolliffe, 2010). Böylece kültürel bir gastronomik deneyim yaratan kahve turizmi, farklı kahve gelenekleri ve üretim biçimlerine sahip yerlerin kahve aracılığı ile destinasyon pazarlama ve markalaşma sürecini sağlamlaştırabilmektedir (Lyon, 2013).

Destinasyonlar açısından kahve turizminin markalaşmada ve pazarlamada önemli bir potansiyel unsur olması ve turizm açısından turistlerin kahveye yönelik merakının artması, kahve turizmine ilişkin araştırmalara olan ilgiyi de beraberinde getirmiştir. Diğer turizm çeşitlerine nazaran yeni bir literatür alanı oluşturan kahve turizmiyle ilgili çalışmalarda genellikle bir destinasyonun kahve turizmi potansiyeli (Lyon, 2013; Dinis, Melo & Sousa, 2021; Woyesa & Kumar, 2021; Setiyorini, Chen & Pryce, 2023), turistik açıdan kahve tüketim deneyimi (Vu, Alonso, Martens, Ha, Tran & Nguyen, 2022), çay ve kahve turizmine ilişkin sistematik tarama (Chen, Huang & Tham, 2021), destinasyonlarda kahve turizmi gelişimi (Degarege & Lovelock, 2021), kahve turizmine ilişkin paydaş görüşleri (Candelo, Casalegno, Civera & Büchi, 2019), hatırlanabilir turizm deneyimi olarak kahve turizmi (Chen, Wang & Morrison, 2021), sürdürülebilir kahve ve çay turizmi (Yeap, Ooi, Ara & Said, 2021) gibi konuların incelendiği görülmektedir.

Kahve turizminin yeni bir turizm çeşidi olması ve literatürünün yeni gelişiyor olması sebebiyle sistematik incelemeye muhtaç bir alan olduğu göze çarpmaktadır. Buna istinaden bu çalışmada, kahve turizmine ilişkin

mevcut araştırmalara genel bir bakış sunmak amaçlanmaktadır. Bu çalışmanın araştırma sorusu ise “kahve ve turizm ilişkisine dair üretilen ampirik bilginin durumu ve gelişimi nedir?” şeklinde belirlenmiştir. Bu nedenle, çalışmada sistematik bir inceleme yaklaşımıyla kahve turizmine ilişkin mevcut bilginin durumunu anlamak amacıyla ilgili literatür eleştirel bir şekilde değerlendirilmektedir. Sistematik incelemeler, geleneksel anlatı incelemelerinden farklı olarak, araştırma sorularını nesnel olarak yanıtlaması gereken kayıtlı ve desteklenen bir literatür arama, soyutlama ve sentez sürecini vurgulayan bir araştırma sürecidir (Yong, Chua, Han & Kim, 2022). Bu doğrultuda, çalışmada, mevcut literatürü ortaya koyarak kahve turizmine bütüncül bir bakış açısıyla yaklaşmak; kahve turizmi araştırmalarının hangi yönde akış sağladığını ve bu yeni turizm çeşidiyle ilgili araştırma boşluklarını ortaya çıkararak araştırmacıların kahve turizmiyle ilgili gelecek araştırmalar için hangi konulara odaklanması gerektiğini keşfetmek gibi amaçlar da önem arz etmektedir. Dolayısıyla bu araştırmanın sonuçları hem araştırmacılar hem de sektörel paydaşlar için olumlu yönde etki sağlayabilir. Gastronomi ve turizm ile ilgilenen akademisyenler, bu çalışmayla, kahve turizmiyle ilgili araştırma boşlukları ve girişimleri hakkında bilgilendirilerek yönlendirilebilir. Sektörel paydaşlar açısından ise bu çalışmanın bulguları, yerel kahve kültürüne sahip destinasyonların kendilerini kahve destinasyonları olarak nasıl tanıtarak yerel ve dünya çapındaki pazarlarda avantaj elde edebileceğine yönelik bilgiler sunabilir.

Yöntem

Sistematik literatür incelemesi, belirli bir konuda yapılan tüm çalışmaların sistematik bir şekilde toplanarak sentezlenmesi anlamına gelmektedir (Kılıçlar, Sarıkaya, Şahin & Bozkurt, 2022). Bir araştırma yöntemi olarak sistematik literatür incelemesi aynı konudaki çok sayıda bulguyu belirleme, netleştirme, inceleme, filtreleme, eleştirme, yorumlama ve sentezleme yoluyla konuya bütüncül olarak yaklaşmayı kolaylaştırmaktadır. Böylece ilgili konudaki literatürün mevcut durumunun ve gelecekteki eğiliminin ortaya konması hedeflenmektedir (Moher, Liberati, Tetzlaff & Altman, 2010; Davis, Mengersen, Bennett & Mazerolle, 2014). Diğer bir ifadeyle, bir konudaki literatürü derinlemesine incelemek; o konuyla ilgili araştırma sorularını yanıtlamak, alandaki boşluğu tespit etmek, konuyla ilgili gelecekteki araştırma problemlerini ortaya çıkarmak için sistematik literatür incelemesi çeşitli yaklaşımlar doğrultusunda yapılmaktadır (Schanes, Dobernig & Gözet, 2018). Bu doğrultuda, sistematik literatür incelemesi amaç ve yaklaşım türlerine göre çeşitli şekillerde gerçekleştirilebilmektedir. Bunlara teori odaklı yaklaşım (Paul & Singh, 2017), kavramsal odaklı yaklaşım, meta analizler (Knoll & Matthes, 2017) ve bibliyometrik analizler (Paul ve Mas, 2019) örnek olarak verilebilmektedir. Bu çalışmada ise sistematik literatür incelemesi kapsamında güncel ve şeffaf bir analiz süreci yürütebilmek adına PRISMA modeli kullanılmıştır.

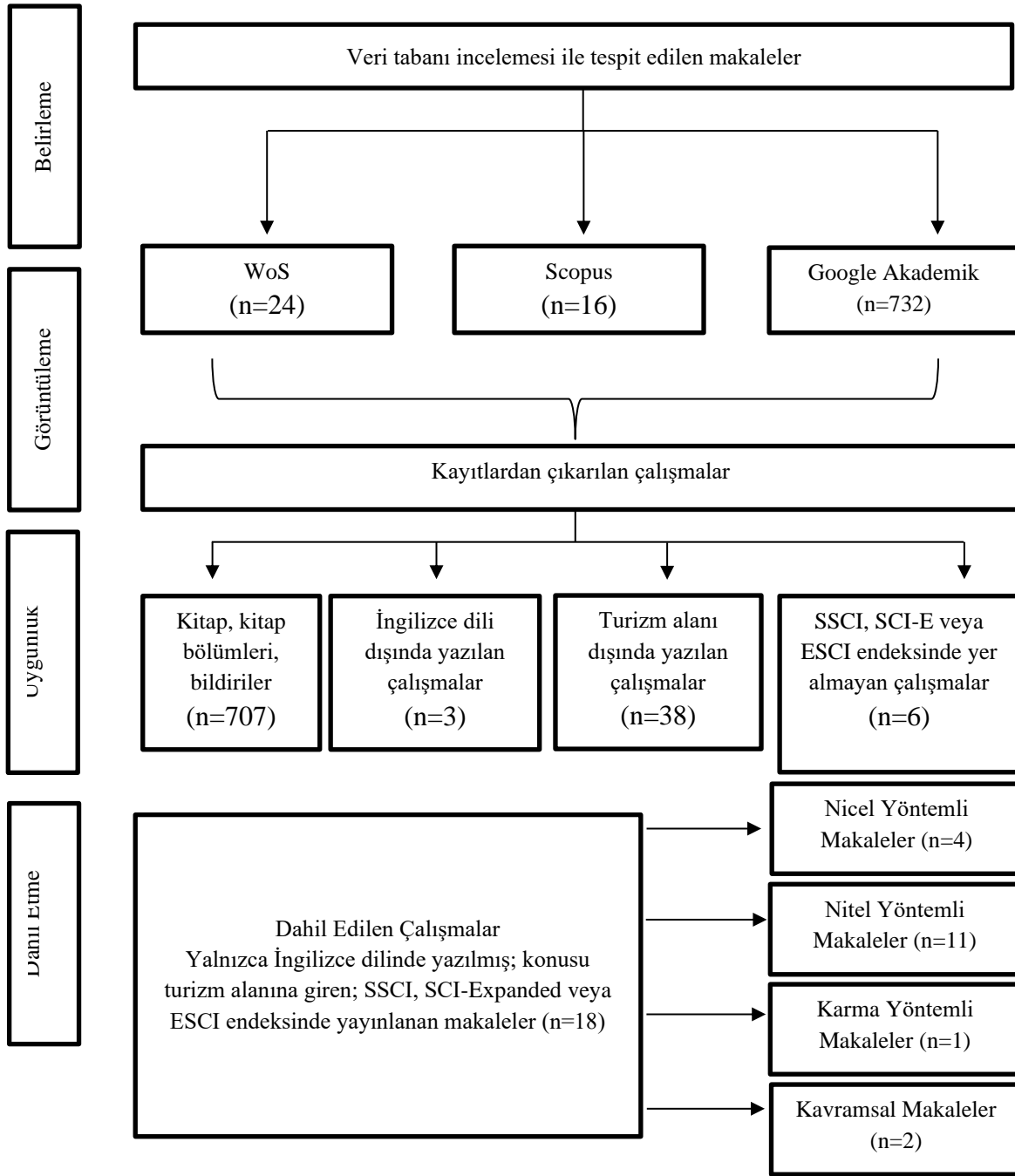
PRISMA modeli “Sistematik İncelemeler ve Meta-Analizler için Tercih Edilen Raporlama Ögeleri” şeklinde açıklanmakta ve modelde bulunan kontrol listesindeki kriterler kullanılarak inceleme yapılmaktadır. Bir diğer ifadeyle, PRISMA modeli, (i) belirleme, (ii) görüntüleme, (iii) uygunluk ve (iv) dahil etme kriterleri aracılığıyla sistematik literatür incelemesindeki analiz sürecinin her aşamada kolayca takip edilebilmesine ve derinlemesine bir inceleme yapmaya olanak sağlamaktadır (Moher vd., 2010). Bu şekilde şeffaf ve açık hale gelen analiz süreci, çalışmanın doğru bir yaklaşımla sürdürülmesini beraberinde getirmektedir. Bu amaçla, mevcut araştırmaya dahil edilecek yayınların sistematik seçimini ana hatlarıyla belirtmek için bir PRISMA akış şeması oluşturulmuştur.

Mevcut çalışmada PRISMA modeline göre çeşitli dahil etme ve hariç tutma kriterleri bulunmaktadır. Buna göre dahil etme kriterleri (i) yayınların konusunun kahve turizmi olması, (ii) inceleme yapılan veri tabanlarında konuyla

ilgili tüm yıllar boyunca yapılan çalışmalar, (iii) yayın türünün makale olması, (iv) yayınlarının alanının turizm olması ve (v) SSCI, SCI-expanded, ESCI endekslerinde yayınlanan çalışmalar şeklinde belirlenmiştir. ESCI endeksi çekirdek dergileri dizin olarak içermese de bu dergileri içeren dizinlerin (SSCI, SCI ve AHCI) tamamlayıcısı olarak görülmektedir (Somoza-Fernandez, Rodriguez-Gairin & Urbano, 2018). Bu bağlamda, araştırmacılara ortaya çıkan disiplinleri, bölgesel olarak ortaya çıkan dergileri ve daha geniş bir araştırma alanını değerlendirme fırsatı sunmaktadır (Huang, Zhu, Lv, Porter, Robinson & Wang, 2017). Bu noktadan hareketle kahve turizmine farklı açılardan yaklaşılarak kapsamlı bir araştırma yapabilmek için ESCI endeksi de araştırma verilerine dahil edilmiştir. Çalışmada hariç tutma kriterleri ise (i) kitap, kitap bölümü veya bildiriler, (ii) İngilizce dili dışında yayınlanan çalışmalar olarak belirlenmiştir.

Veri Toplama Süreci

Sistematiik inceleme yapılan çalışmalarda literatürü belirlemek ve verileri elde etmek amacıyla elektronik veri tabanları kullanılmaktadır. Elektronik veri tabanlarından en sık kullanılanları Web of Science (WoS), Scopus, CSA Illumina ve Google Akademik olarak bilinmektedir (Liu & Li, 2021; Şahin & Yılmaz, 2022). Bu çalışmada ise kapsamlı bir literatür incelemesi yapabilmek amacıyla WoS, Scopus ve Google Akademik veri tabanları kullanılmıştır. Scopus ve Google Akademik hem kullanım kolaylıkları hem de ilgili literatürdeki bilgileri sınıflandırma özellikleri nedeniyle seçilmiştir. WoS ise hakemli dergi yayınlarına, bibliyografik bilgilere ve alıntılara geniş kapsamlı erişim sağlayan saygın ve kapsamlı bir bibliyografik veri tabanı olması (Fang, Yin & Wu, 2018) nedeniyle kullanılmıştır. Aynı zamanda WoS kullanılarak yapılan çalışmalarda konu, başlık, yayının adı ve içerikle ilgili araştırma alanlarından yararlanılmıştır. Scopus veri tabanında ise makale başlığı, özet ve anahtar kelimeler aranmıştır. Son olarak, Google Akademik'te bulunan bibliyografik referanslar kullanılarak tamamlayıcı bir araştırma yapılmıştır. Yapılan bu inceleme sonucunda ilgili veri tabanlarında toplam 772 yayına ulaşılmıştır. Bu yayınlar makale olma, İngilizce dilinde olma, SSCI, SCI-Expanded veya ESCI endekslerinde taranan dergilerde yayınlanmış olma gibi dahil etme kriterleri bağlamında incelenmiş ve bu kriterlere sahip olmayan yayınlar analiz sürecinin dışında bırakılmıştır. Ana akım yazında gastronomi ve kültürel hepçillik (Kılıçlar vd., 2022), sürdürülebilir gastronomi (Bayram, 2023) gibi belirli bir konu özelinde gerçekleştirilen sistematiik derleme çalışmalarda da benzer bir durumla karşılaşmaktadır. Diğer bir ifadeyle, konuya bağlı olarak sistematiik derleme kapsamına alınan çalışmaların sayısı değişiklik göstermektedir. Bu noktadan hareketle bu çalışmada kullanılan dahil etme ve hariç tutma ölçütleri doğrultusunda WoS veri tabanından 9; Google Akademik veri tabanından 7 ve Scopus veri tabanından 2 makale elde edilerek toplamda 18 çalışmaya erişim sağlanmış ve tüm çalışmalar incelemeye alınmıştır. Analiz için veri toplama sürecine ilişkin detaylar Şekil 1'de yansıtılan PRISMA akış şemasında sunulmaktadır.



Şekil 1. Veri Toplama Sürecine İlişkin PRISMA Akış Şeması

Kaynak: Moher vd. (2010)

Bulgular

Sistematiik inceleme yapılan bu araştırmada bulgular incelenen yayınların araştırma bağlamları, araştırma yöntemleri ve kavramsal çerçevesine ilişkin bulgular şeklinde sunulmaktadır.

Kahve Turizmiyle İlgili Çalışmaların Araştırma Bağlamları

Kahve turizmiyle ilgili çalışmaların araştırma bağlamları Şekil 2’de sunulmaktadır. Şekilden anlaşılacağı üzere konuyla ilgili çalışmaların genellikle kahve deneyimi, destinasyonlarda kahve turizmi potansiyeli, bir çekicilik unsuru olarak kahve turizmi ve kahve turizminin destinasyonlar üzerindeki etkisi, kahve turizminde etik, kahve

işletmelerinin kahve turizmindeki rolü bağlamlarında ele alındığı görülmektedir. Buna istinaden kahve turizmiyle ilgili akademik ilginin arz odaklı konularda yoğunlaştığı ve çalışmaların sıklıkla paydaşlarla görüşme yapılarak sürdürüldüğü dikkat çekmektedir. Söz gelimi, konuyla ilgili arz odaklı birçok çalışma (Anbalagan & Lovelock, 2014; Degarege & Lovelock, 2021; Vu, Alonso, Martens, Do, Tran, Tran & Nguyen, 2023) paydaşlar bağlamında destinasyonlarda kahve turizminin potansiyelinin ne olduğunu, bu turizm çeşidinin nasıl yaratılabileceğini ve geliştirilebileceğini, kahve turizminin destinasyonlara ne tür faydalarının olabileceğini incelemektedir. Aynı zamanda arz odaklı çalışmaların bir çekicilik unsuru olarak kahve turizmi (Dinis vd., 2021), kahve turizminde etik (Garder, Proctor, Schmidt-Burbach & D’cruze, 2016) ve kahve işletmelerinin kahve turizmindeki rolü (Suarez, KoelenLacay, Villanueva, Ashley Velasquez, Reyes, Serrano ve Borbon, 2017) gibi konular bağlamında incelendiği görülmektedir.



Şekil 2. Kahve Turizmi ile İlgili Çalışmaların Araştırma Bağlamları

Kahve turizmine ilişkin talep odaklı çalışmaların sayısının ise oldukça az olduğu göze çarpmaktadır. İlgili konuda doğrudan talep odaklı iki adet çalışma olduğu ve bu çalışmaların turistlerin kahve turizmine yönelik algılarını (Casalegno, Candelo, Santoro & Kitchen, 2020) ve tüketicilerin turizm kapsamında kahve/çay tarlalarına ilişkin seyahat motivasyonlarını (Yeap vd., 2021) ölçtüğü görülmektedir. Kahve turizmiyle ilgili hem talep hem arz odaklı çalışmaların ise nispeten daha fazla sayıda olduğu ve bu çalışmaların kahve deneyimi bağlamında yürütüldüğü belirlenmiştir. Söz gelimi, Wang vd. (2019) hatırlanabilir turizm deneyiminde kahvenin rolünü incelediği çalışmasında hem kahve işletmecilerine hem de turistlere odaklanarak iki aşamalı bir araştırma yürütmektedir. Benzer biçimde, Bowen (2021) kahve turizmi deneyimlerini hem turizm paydaşlarını hem de turistleri gözlemleyerek incelemiştir. Chen vd. (2021) ise kahve turizmi kapsamında unutulmaz turizm deneyimlerinin bir uzantısı olarak kahve turisti davranışlarını hem turist hem de kahve dükkânı işletmecileri açısından irdelemiştir.

Kahve Turizmiyle İlgili Çalışmaların Araştırma Yöntemleri

Kahve turizmine ilişkin incelenen çalışmaların yöntemlerine dair bilgiler Tablo 1’de yansıtılmaktadır. Tablo 1’e göre kahve turizmine ilişkin çalışmaların %60,9’u nitel; %22,2’si nicel; %11’i kavramsal ve 5,5’i karma yöntem ile gerçekleştirilmiştir. Buna istinaden kahve turizmi ile ilgili çalışmalarda ağırlıklı olarak nitel araştırma yönteminin kullanıldığı (Kleidas & Jolliffe, 2010; Candelo vd., 2019; Vu vd., 2022; Setiyorini vd., 2023) göze çarpmaktadır. Bu çalışmaların veri toplama sürecinde en fazla görüşme yönteminin (%11,1) kullanıldığı görülmektedir. Bunu sırasıyla gözlem, örnek olay incelemesi, ikincil veriler üzerinden inceleme, röportaj ve odak grup görüşmesi takip etmektedir. Nicel araştırma yöntemi kullanan araştırmaların (Suarez vd., 2017; Casalegno vd., 2020) ise verileri anket yoluyla elde ettiği görülmektedir.

Tablo 1. Kahve Turizmine İlişkin Çalışmalarda Kullanılan Yöntemler ve Veri Toplama Araçları

Yöntem	Veri Toplama Aracı	n	%
Nitel Yöntem	Görüşme	3	16,6
	Gözlem	2	11,1
	Örnek olay incelemesi	2	11,1
	İkincil veriler	2	11,1
	Röportaj	1	5,5
	Odak grup görüşmesi	1	5,5
	Toplam	11	60,9
Nicel Yöntem	Anket	4	22,2
Kavramsal	Sistemik literatür incelemesi	1	5,5
	Kavramsal inceleme	1	5,5
	Toplam	2	11
Karma Yöntem	Karma yöntem	1	5,5

Kahve turizmiyle ilgili nitel ve nicel yöntem ile yapılan çalışmaların dışında kavramsal (%11,6) ve karma yöntem yaklaşımı (%5,8) ile gerçekleştirilen çalışmalar da mevcuttur. Bu anlamda, kahve turizmine ilişkin iki adet kavramsal çalışma yürütüldüğü ve bu çalışmaların sistemik literatür incelemesi ile kavramsal inceleme olmak üzere iki farklı yöntem kullanıldığı saptanmıştır. Bahsi geçen çalışmalardan ilki, Woyesa ve Kumar (2021) tarafından yapılan ve Etiyopya’nın kahve turizmi potansiyelini incelemeyi amaçlayan çalışmadır. Yazarlar bu çalışma ile kavramsal açıdan bir araştırma yaparak sürdürülebilir kahve turizmi gelişimi için bir model önermektedir. Konuyla ilgili bir diğer araştırma ise Chen vd. (2021) tarafından kahve ve çay turizmine ilişkin literatürün sistemik olarak incelenmesine yönelik yapılan çalışmadır. Son olarak, kahve turizmiyle ilgili çalışmaların yalnızca birinin karma yöntem kullandığı göze çarpmaktadır. Wang vd. (2019) tarafından yapılan bu çalışmada kahve turizminin hem arz hem de talep yönüne odaklanılarak önce kahve işletmecileriyle görüşme yapılmış daha sonra bu işletmeleri ziyaret eden kişilere yönelik anket uygulanmıştır.

Kahve Turizmiyle İlgili Çalışmaların Kavramsal Çerçevesi

Kahve turizmi ile ilgili literatüre bütüncül açıdan bakıldığında çalışmaların kavramsal çerçevesinin destinasyon, turizm paydaşları ve turist aktörleri üzerinden oluşturulduğu dikkat çekmektedir (Şekil 3). Bir diğer ifadeyle, ilgili çalışmalar söz konusu üç faktör kapsamında kahve turizmini irdelemektedir. Daha detaylı incelendiğinde, kahve turizminde destinasyon ile ilgili faktörlerin imaj, sürdürülebilirlik, turistik çeşitlilik, turistik çekicilik ve kahve kaynaklarını koruma ve iyileştirme olduğu dikkat çekmektedir. İlgili çalışmalar (Kleidas ve Jolliffe, 2010; Smith, Suthitakon, Gulthawatvichai ve Karnjanakit, 2019; Woyesa ve Kumar, 2021; Vu vd., 2023) özellikle yerel kahve kültürüne sahip destinasyonların kahveyle ilgili kaynaklarını koruyup iyileştirerek kahve turizmini ve yerel kahve

kültürünü sürdürülebilir hale getirilebileceğini yansıtmaktadır. Aynı zamanda kahve turizminin destinasyonların imajını etkileyen ve böylece rekabet avantajında üstünlük sağlayabilecek potansiyel bir unsur olduğunu ifade etmek gerekmektedir. Böylece kahve turizminin destinasyonlar açısından farklılık ve çeşitlilik yaratan turistik bir çekicilik unsuru olduğunu belirtmek gerekmektedir.



Şekil 3. Kahveye İlişkin Çalışmaların Aktör Bazlı Kavramsal Çerçevesi

Kahve turizminde bir diğer önemli faktör de turizm paydaşlarıdır. Turizm paydaşları, destinasyonla ilgili faktörlerle entegre bir biçimde kahve turizmini destekleyen bir unsur olarak ortaya çıkmaktadır. Bu çalışmadan elde edilen bulgular, kahve turizmiyle ilgili çalışmalarda (Suarez vd., 2017; Candelo vd., 2019; Degarege & Lovelock, 2021; Vu vd., 2022) turizm paydaşları ile ilgili faktörlerin kalkınma, iş birliği, konumlandırma, pazarlama, kahve turizmi yönetimi ve kahve turizmiyle ilgili etkinlikler olduğunu göstermektedir. Söz konusu faktörler destinasyonlarda kahve turizminin gelişimini sağlamak için turizm paydaşlarının uygulaması gereken kilit stratejik noktaları belirtmektedir. Söz gelimi, turizm paydaşlarının gerek hükümetle gerekse kendi aralarında yapacakları stratejik iş birlikleri ile kahve turizmini destinasyon pazarlamasında kullanarak destinasyonun önemli bir parçası şeklinde konumlandırması gerekmektedir. Bu durum beraberinde hem yerel hem de ulusal kalkınmayı getirmektedir. Aynı zamanda paydaşların ilgili toplantılarda destinasyonlarda kahve turizmi yönetimine dair uygulamalar oluşturması kahve turizminin geliştirilmesi, yönetilmesi ve takip edilmesi açısından önem arz etmektedir. Son olarak, mevcut çalışmanın bulguları, turizm paydaşlarının kahve turizmine özgü özel etkinlikler sunmasının turistlerin ilgisini çekeceğini göstermektedir.

Bu araştırmayla elde edilen bir diğer önemli bulgu kahve turizminde olmazsa olmaz bir aktör olan turistlerin kahve deneyimini içermektedir. İlgili çalışmalar (Wang vd., 2019; Bowen, 2021; Chen vd., 2021) kahve turizminde

deneyimin turistler için farklı ve zengin bir deneyim yaratacağından ilgi çekici olacağını göstermektedir. Bu araştırmayla, kahve deneyiminin kahve tadımı, kahve müzelerini gezme, kahve festivallerine katılma, kahve kurslarına katılma, kahve bahçelerini gezme ve kahve toplama gibi hem tatma hem görme hem de bizzat deneyimin içinde bulunma özellikleri nedeniyle çok yönlü bir deneyim olduğu ortaya çıkmaktadır.

Tüm bunlar ışığında, kahve turizmi araştırmalarının kavramsal çerçevesi destinasyon, paydaşlar ve turistler üzerinden çizilmektedir. Bu çerçeve yeni gelişen kahve turizmi alanına dair bütüncül bir bakış açısı sunmaktadır. Burada yer alan destinasyon aktörü kahve turizminin destinasyon üzerindeki faydasını ve destinasyon özelliklerini nasıl ön plana çıkarabileceğini yansıtmaktadır. Turizm paydaşları aktörü ise bir destinasyonda kahve turizminin paydaşlar aracılığı ile hangi faktörler üzerinden yaratılabileceğini ve geliştirilebileceğini göstermektedir. Son olarak, turist aktörü ise turistler için seyahatlerde en önemli konulardan biri olan deneyimi ele alarak kahve deneyiminin turistler için çeşitlilik sunan ve çok yönlü bir deneyim olabileceğine dikkat çekmektedir.

Sonuç ve Öneriler

Bu araştırma kahve turizmi üzerine yapılan çalışmaları sistematik araştırma yöntemiyle derinlemesine bir şekilde inceleyerek ilgili literatüre bütüncül bir bakış sunmayı hedeflemektedir. Bilindiği üzere, kahve kendine has kültürü, tarihi, gelenek ve görenekleri, tadım şekilleri, farklı çeşitleri ile pek çok ülkede kültürel bir miras unsuru olarak görülmektedir. Kahvenin sosyo-kültürel, coğrafi ve tarihi nitelikleri ile son yıllarda kahvenin üretildiği ve özgün kahve kültürüne sahip yerlerin destinasyon tanıtımında ve pazarlamasında kahveyi kullanması, kahveyle ilgili turistik faaliyetleri geliştirmekte ve neticede kahve turizmi ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla gastronomi turizmi altında özel bir ilgi turizmi olarak nitelendirilebilecek bu yeni gelişen turizm çeşidini incelemenin hem akademisyenler hem de sektörel paydaşlara konuyla ilgili detaylı bir bilgi sunmak ve kahve turizminin akademideki ve sektördeki konumunu belirlemek açısından yararlı olacağı düşünülmektedir. Aynı zamanda Türkçe literatürde kahve turizmine ilişkin sistematik yaklaşım ile yapılan bir araştırmaya henüz rastlanmamıştır. Bu sebeple mevcut çalışmanın ilgili literatüre yeni bilgiler eklemek adına da fayda sağlayacağı ön görülmektedir.

Mevcut çalışmanın bulguları ile kahve turizmine ilişkin incelenen çalışmaların genellikle arz odaklı ele alındığı saptanmıştır. Bu bulguyu destekler nitelikte Chen vd. (2020) kahve ve çay turizmine yönelik çalışmaların genellikle üreticiler üzerinden gerçekleştirildiğini ifade etmektedir. Bu noktadan hareketle, kahve turizmi araştırmalarında talep yönünün eksik kaldığını söylemek mümkündür. Bu durumun sebebi ise kahve turizminin yeni ortaya çıkan ve gelişen bir turizm çeşidi olması ve bu nedenle kahve turizminin nasıl geliştirileceğine dair paydaşlardan bilgi almak amacıyla incelemeler yapılması olarak belirlenmiştir. Ek olarak, kahve turizmine katılan turist sayısının az olması ve kahve turizminin belirli ve az sayıdaki destinasyonlarda yapılması, turistlerden bu konu hakkında bilgi edinmeyi güçleştirmektedir. Diğer yandan, kahve turizmiyle ilgili çalışmalarda sıklıkla nitel araştırma yöntemi kullanıldığı göze çarpmaktadır. Bu durum ise kahve turizmine ilişkin nicel ölçüm yapabilecek bir ölçeğin henüz geliştirilmediğini ve bu sebeple araştırmacıların literatürden elde ettikleri bilgiler ile oluşturdukları araçlar kapsamında nitel olarak ölçüm yaptığını gözler önüne sermektedir.

Kahve turizmine ilişkin çalışmalara bütüncül açıdan bakıldığında, ilgili çalışmaların kavramsal çerçevesinin destinasyon, paydaş ve turist aktörleri üzerinden çizildiği dikkat çekmektedir. Bu durum, kahve turizmi literatürünün turizm alanındaki temel unsurları baz alarak ortaya çıktığını göstermektedir. Dolayısıyla kahve turizminin destinasyon, turist ve paydaşlar bağlamında turizm alanındaki temel yönleri içeren bir turizm çeşidi

olarak kavramsallaştırıldığı görülmektedir. Buna rağmen, kahve turizminde talep ve deneyim odaklı çalışmaların artması gerektiğini söylemek gerekmektedir. Öte yandan, mevcut çalışma ile dikkat çeken bir diğer nokta ise kahve turizmine ilişkin çalışmaların (Chen vd., 2021; Yeap vd., 2021) genellikle kahve turizmini çay ve kahve bazında ele aldığıdır. Halbuki kahve turizminin, turizm alanında kendine özgü bir literatür geliştirilebilmesi için çay turizminden ayrı bir şekilde ele alınması gerekmektedir. Bu sebeple, mevcut çalışma yalnızca kahve turizmini özellikle turizm alanına odaklanarak incelemiş ve böylece turizm sektöründe kahve turizminin ne aşamada olduğunu daha kolay anlaşılabilir kılmıştır. Bu durum turizm paydaşları ve akademisyenlere açık ve net bilgiler sunabilmek açısından önem arz etmektedir.

Araştırmanın bulguları, daha önce ifade edildiği gibi, kahve turizmi araştırmalarının arz yönüne odaklandığını ve nitel yaklaşım ile yürütüldüğünü göstermektedir. Buna istinaden ilgili araştırmacılar, kahve turizmine ilişkin deneyimlerin incelendiği, turistlerin algısının ölçüldüğü veya kahve deneyimine ilişkin nicel bir ölçüm aracının geliştirildiği talep yönlü çalışmalar yürüterek literatüre katkı sağlayabilir. Aynı zamanda, araştırmacılar kahve turizminin memnuniyet veya davranışsal niyet gibi pazarlama çıktılarını nasıl etkilediğini turistler üzerinden keşfeden çalışmalar ile kahve turizmi pazarlamasına ilişkin bilgiler elde edilebilir. Sektörel açıdan ise turizm paydaşlarının destinasyonlarda kahve turizmini geliştirmek adına gastronomik turizm ürünlerini kullanabileceğini önermek gerekmektedir. Söz gelimi, Türk kahve yapım kursları, kahve tadım eğitimleri, kahve festivalleri, kahve müzeleri gibi ürünler sunularak turistlerin ilgisi çekilebilir. Böylece turistlerin destinasyona bağlılıkları geliştirilerek tekrar ziyaret etme eğilimleri artırılabilir. Aynı zamanda, turizm paydaşlarının kahve turizmini gündemlerine alarak bir dizi yönetim planı geliştirip, kahve turizminin destinasyonda nasıl ön plana çıkarılacağı ve geliştirileceğine yönelik çeşitli stratejik unsurlar hazırlaması gerektiğini ifade etmek gerekmektedir. Son olarak, her çalışmada olduğu gibi bu çalışmanın da bazı sınırlılıkları vardır. Öncelikle bu çalışma yalnızca yabancı literatürde yer alan çalışmaları incelemektedir. Dolayısıyla gelecek araştırmalar Türkçe literatürü de kapsayan bir çalışma yürütebilir. Aynı zamanda, bu çalışma turizm alanını kapsayan kahve turizmine ilişkin çalışmaları ele almaktadır. Gelecek araştırmalar farklı alanlarda yapılan çalışmaları inceleyebilir.

KAYNAKÇA

- Anbalagan, K. & Lovelock, B. (2014). The potential for coffee tourism development in Rwanda–Neither black nor white. *Tourism and Hospitality Research*, 14(1-2), 81-96.
- Bayram, Ü. (2023). Sürdürülebilir gastronomi turizmi: Bir sistematik literatür taraması. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 6(1), 74-82.
- Bowen, R. (2021). Cultivating coffee experiences in the Eje Cafetero, Colombia. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 15(3), 328-339.
- Candelo, E., Casalegno, C., Civera, C. & Büchi, G. (2019). A ticket to coffee: Stakeholder view and theoretical framework of coffee tourism benefits. *Tourism Analysis*, 24(3), 329-340.
- Carder, G., Proctor, H., Schmidt-Burbach, J. & D’cruze, N. (2016). The animal welfare implications of civet coffee tourism in Bali. *Animal Welfare*, 25(2), 199-205.

- Casalegno, C., Candelo, E., Santoro, G. & Kitchen, P. (2020). The perception of tourism in coffee-producing equatorial countries: An empirical analysis. *Psychology & Marketing*, 37(1), 154-166.
- Chen, L. H., Wang, M. J. S. & Morrison, A. M. (2021). Extending the memorable tourism experience model: a study of coffee tourism in Vietnam. *British Food Journal*, 123(6), 2235-2257.
- Chen, L. H. (2022). Coffee tourism. Buhalis, D. (Ed.), *Encyclopedia of Tourism Management and Marketing* içinde. Edward Elgar Publishing: Cheltenham, UK.
- Chen, S. H., Huang, J. & Tham, A. (2021). A systematic literature review of coffee and tea tourism. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 15(3), 290-311.
- Davis, J., Mengersen, K., Bennett, S. & Mazerolle, L. (2014). Viewing systematic reviews and meta-analysis in social research through different lenses. *Springer Plus*, 3 (1).
- Degarege, G. A. & Lovelock, B. (2021). Institutional barriers to coffee tourism development: insights from Ethiopia—the birthplace of coffee. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 15(3), 428-442.
- Dinis, M. G., Melo, C. S. & Sousa, J. M. B. M. (2021). Coffee tourism in Portugal: An attraction case study. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 15(3), 399-412.
- Fang, Y., Yin, J. & Wu, B. (2018). Climate change and tourism: A scientometric analysis using CiteSpace. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(1), 108-126.
- Huang, Y., Zhu, D., Lv, Q., Porter, A.L., Robinson, D. K. R. & Wang, X. (2017). Early insights on the emerging sources citation index (ESCI): An overlay map-based bibliometric study. *Scientometrics*, 111 (3), 2041-2057.
- Johnston, C. (2010). Coffee and Coffee Tourism in Kona, Hawai'i-Surviving in the Niche. *Coffee Culture, Destinations and Tourism* içinde, Lee Jolliffe, (Ed.), ss. 111–133. Bristol, UK: Channel View Publications.
- Jolliffe, L. (2010). Common Grounds of Coffee and Tourism. *Coffee Culture, Destinations and Tourism* içinde, Lee Jolliffe, (Ed.), ss. 3–22. Bristol, UK: Channel View Publications.
- Kılıçlar, A., Sarıkaya, G. S., Şahin, A. & Bozkurt, I. (2022). De gustibus non est disputandum: Analysis of the relationship between cultural omnivorousness and food. *British Food Journal*, 124(5), 1453-1472.
- Kleidas, M. & Jolliffe, L. (2010). Coffee attraction experiences: A narrative study. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 58(1), 61-73.
- Knoll, J. & Matthes, J. (2017). The effectiveness of celebrity endorsements: A meta-analysis. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 45(1), 55–75.
- Liu, C. & Li, K. (2021). Mapping the field: a bibliometric analysis of land use and carbon emissions (LUCE) research from 1987 to 2018. *Library Hi Tech*, 39 (2), 396-411.
- Lyon, S. (2013). Coffee tourism in Chiapas: Recasting colonial narratives for contemporary markets. *Culture, Agriculture, Food and Environment*, 35 (2), 125-139.

- Moher, D., Liberati, A., Tetzlaff, J. & Altman, D. G. (2010). Preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses: The PRISMA statement. *International Journal of Surgery*, 8(5), 336-341.
- Paul, J. & Mas, E. (2019). Toward a 7-P framework for international marketing. *Journal of Strategic Marketing*, 1-21.
- Paul, J. & Singh, G. (2017). The 45 years of foreign direct investment research: Approaches, advances and analytical areas. *The World Economy*, 40 (11), 2512–2527.
- Schanes, K., Dobernig, K. & Gözet, B. (2018). Food waste matters-A systematic review of household food waste practices and their policy implications. *Journal of Cleaner Production*, 182, 978-991.
- Setiyorini, H., Chen, T. & Pryce, J. (2023). Seeing coffee tourism through the lens of coffee consumption: A critical review. *European Journal of Tourism Research*, 34, 3401.
- Smith, N., Suthitakon, N., Gulthawatvichai, T. & Karnjanakit, S. (2019). Creating a coffee tourism network in the north of Thailand. *Local Economy*, 34(7), 718-729.
- Somoza-Fernandez, M., Rodriguez-Gairin, J.M. & Urbano, C. (2018). Journal coverage of the Emerging Sources Citation Index. *Learned Publishing*, 31, 199-204.
- Statista. (2022). Coffee Consumption Worldwide from 2012/2013 to 2020/2021 (in Million 60kg Bags). <https://www.statista.com/statistics/292595/global-coffee-consumption/>. Erişim Tarihi: 12.07.2023.
- Suarez, A. N., KoelenLacay, J., Villanueva, V., Ashley Velasquez, R., Reyes, C., Serrano, V.ve Borbon, C. D. (2017). Impacts of coffee shop business to tourism industry in three cities of Batangas, Philippines. *Journal of Tourism and Hospitality Research*, 14(1), 131-145.
- Şahin, A. & Yılmaz, G. (2022). Local food research: a bibliometric review using Citespace II(1970–2020). *Library Hi Tech*, 40(3), 848-870.
- Vu, O. T. K., Alonso, A. D., Martens, W., Ha, L. D. T., Tran, T. D. & Nguyen, T. T. (2022). Hospitality and tourism development through coffee shop experiences in a leading coffee-producing nation. *International Journal of Hospitality Management*, 106,103300.
- Vu, O. T. K., Duarte Alonso, A., Martens, W., Do, L., Tran, L. N., Tran, T. D. & Nguyen, T. T. (2023). Coffee and gastronomy: a potential ‘marriage’? The case of Vietnam. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 35(6), 1943-1965.
- Wang, M.J., Chen, L.H., Su, P.A., & Morrison, A.M. (2019). The right brew? An analysis of the tourism experiences in rural Taiwan’s coffee estates. *Tourism Management Perspectives*, 30, 147–158.
- Woyesa, T. & Kumar, S. (2021). Potential of coffee tourism for rural development in Ethiopia: a sustainable livelihood approach. *Environment, Development and Sustainability*, 23, 815-832.
- Yeap, J. A., Ooi, S. K., Ara, H. & Said, M. F. (2021). Have coffee/tea, will travel: Assessing the inclination towards sustainable coffee and tea tourism among the green generations. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 15(3), 384-398.

Yong, R. Y. M., Chua, B. L., Han, H. & Kim, B. (2022). Taste your way across the globe: A systematic review of gastronomy tourism literature (2000-2021). *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 39(7-9), 623-650.

A Systematic Research of Coffee Tourism

Ayşe ŞAHİN YILMAZ

Isparta University of Applied Sciences, Faculty of Tourism, Isparta/Türkiye

Extended Summary

Coffee is a beverage that takes place in many areas with its cultural, historical, geographical and medical aspects. The existence of coffee with different varieties and consumption patterns spread over a wide geography causes it to be a unique cultural element. The multicultural nature of coffee highlights the regions where coffee is grown and destinations with unique coffee varieties (Lyon, 2013). For example, tourists visiting Istanbul both learn about the coffee culture specific to the destination and experience coffee consumption in a different atmosphere by attending Turkish coffee cooking courses in authentic places. At the same time, the fact that coffee is spread over a wide geography makes it one of the most consumed beverages in the world. Statistical data supporting this opinion state that coffee consumption is 166.6 million kilograms between 2020-2021 (Statista, 2022). The fact that coffee consumption is so popular and that coffee is a product that reflects the culture of destinations turns it into a tourism product.

Since coffee tourism is a new type of tourism and its literature is newly developing, it is striking that it is an area that needs systematic examination. Accordingly, in this study, it is aimed to present an overview of current research on coffee tourism. The research question of this study is "What is the status and development of the empirical knowledge produced about the relationship between coffee and tourism?" determined as. Therefore, in this study, the relevant literature is critically evaluated in order to understand the current state of knowledge about coffee tourism with a systematic review approach.

In the current study, there are various inclusion and exclusion criteria according to the PRISMA model within the scope of systematic review. Accordingly, the inclusion criteria are (i) the subject of the publications is coffee tourism, (ii) studies on the subject in the examined databases for all years, (iii) the type of publication is article, (iv) the field of publications is tourism, and (v) SSCI, SCI-expanded was determined as studies published in ESCI indices. Although the ESCI index does not include core journals as an index, it is seen as a complement to indexes (SSCI, SCI, and AHCI) that include these journals (Somoza-Fernandez et al., 2018). In this context, it offers researchers the opportunity to evaluate emerging disciplines, regionally emerging journals and a wider research field (Huang et al., 2017). From this point of view, the ESCI index was also included in the research data in order to conduct a comprehensive research by approaching coffee tourism from different angles. Exclusion criteria in the study were determined as (i) books, book chapters or papers, (ii) studies published outside the English language.

In this systematic review, the findings are presented in the form of findings related to the research contexts, research methods and conceptual framework of the examined publications. Research contexts of studies on coffee tourism emerge as coffee experience, coffee tourism potential in destinations, coffee tourism as an attraction factor and the effect of coffee tourism on destinations, ethics in coffee tourism, and the role of coffee businesses in coffee tourism. Based on this, it is noteworthy that the academic interest in coffee tourism is focused on supply-oriented issues and the studies are frequently carried out by meeting with the stakeholders. For example, many supply-oriented studies on the subject (Anbalagan & Lovelock, 2014; Degarege & Lovelock, 2021; Vu, Alonso, Martens,

Do, Tran, Tran, & Nguyen, 2023) show what the potential of coffee tourism is in destinations, how this type of tourism can be created, and it can be developed, and what kind of benefits coffee tourism can have for destinations within the scope of stakeholders. At the same time, coffee tourism as an attraction factor of supply-oriented studies (Dinis et al., 2021), ethics in coffee tourism (Garder, Proctor, Schmidt-Burbach & D'cruze, 2016) and the role of coffee businesses in coffee tourism (Suarez, KoelenLacay, Villanueva, Ashley Velasquez, Reyes, Serrano, & Borbon, 2017). On the other hand, 60.9% of the studies on coffee tourism are qualitative; 22.2% are quantitative; 11% were carried out with the conceptual method and 5.5 with the mixed method. Based on this, qualitative research methods are mainly used in studies on coffee tourism (Kleidas & Jolliffe, 2010; Candelo et al., 2019; Vu et al., 2022; Setiyorini et al., 2023). It is seen that the interview method (11.1%) was used the most in the data collection process of these studies. This is followed by observation, case study, secondary data analysis, interview, and focus group discussion, respectively. It is seen that studies using quantitative research method (Suarez et al., 2017; Casalegno et al., 2020) obtained the data through questionnaires. Finally, when the literature on coffee tourism is examined from a holistic point of view, it is noteworthy that the conceptual framework of the studies is formed through the destination, tourism stakeholders and tourist actors (Figure 3). In other words, related studies examine coffee tourism within the scope of these three factors. When examined in more detail, it is noteworthy that the factors related to the destination in coffee tourism are image, sustainability, touristic diversity, touristic attraction and protection and improvement of coffee resources. Related studies (Kleidas & Jolliffe, 2010; Smith, Suthitakon, Gulthawatvichai & Karnjanakit, 2019; Woyesa & Kumar, 2021; Vu et al., 2023) have made coffee tourism and local coffee culture sustainable by protecting and improving the coffee-related resources of destinations with local coffee culture. Reflects what can be achieved. At the same time, it should be stated that coffee tourism is a potential element that affects the image of destinations and thus can provide superiority in competitive advantage. Thus, it should be noted that coffee tourism is a tourist attraction that creates difference and diversity in terms of destinations.

The findings of the research show that, as stated before, coffee tourism research focuses on the supply side and is carried out with a qualitative approach. Based on this, related researchers can contribute to the literature by conducting demand-side studies in which experiences related to coffee tourism are examined, the perception of tourists is measured or a quantitative measurement tool for coffee experience is developed. At the same time, information on coffee tourism marketing can be obtained by studies that explore how coffee tourism affects marketing outcomes such as satisfaction or behavioral intention through tourists. From a sectoral point of view, it is necessary to suggest that tourism stakeholders can use gastronomic tourism products in order to develop coffee tourism in destinations. For example, products such as Turkish coffee making courses, coffee tasting trainings, coffee festivals, and coffee museums can attract the attention of tourists. Thus, tourists' loyalty to the destination can be improved and their tendency to revisit can be increased.

Ek 1. Kahve Turizmine Dair Yapılan Çalışmalara İlişkin Detaylar

Yazar(lar)	Amaç	Bağlam	Yöntem	Bulgu	Sonuç
Kleidas ve Jolliffe (2010)	Bu araştırmanın amacı, kahve ticareti literatüründe yayınlanan seyahat anlatılarını inceleyerek ziyaretçilerin kahve cazibe merkezlerini nasıl deneyimlediğini incelemektir.	Kahve deneyimi	Bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden anlatı analizi gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda, beş özel kahve dergisinden elde edilen veriler analiz edilmiştir.	Araştırmanın bulguları, kahve ile ilgili seyahatlerde zengin bir turistik deneyim yaşanabileceğini göstermektedir. Aynı zamanda kahve seyahatlerinde turistler için doğal, kahve çiftlikleri veya kahve işletmeleri gibi mekânsal çekicilikler, kahve müzeleri veya kahve ile ilgili temalı parklar gibi yapısal çekicilikler ve festivaller ile özel etkinlikler olmak üzere farklı çekicilik unsurları olduğu saptanmıştır.	Çalışma sonucuna göre, kahveyle ilgili turistlerin ilgisini çeken birçok çekicilik unsuru bulunmaktadır. Bu nedenle kahve destinasyonları kahveyle ilgili turizm ürünlerini çeşitlendirerek kahve deneyimi yaratabilir ve kahve turizmi potansiyelini artırabilir. Son olarak, araştırmanın sonuçları kahve seyahati anlatılarında kahve tarihiyle kutsal sayılan ziyaret mekânları kadar, kahvenin paketlenip tur haline getirildiği ziyaret mekânları da yer aldığını göstermektedir. Bu hem "otantik" hem de "espresso" gibi farklı türde kahve turistlerinin varlığı yansıtmaktadır.
Anbalagan ve Lovelock (2014)	Kaliteli kahve ihracatı ile bilinen Ruanda'nın kahve turizmi potansiyelini incelemek amaçlanmıştır.	Kahve turizmi	Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan örnek olay yaklaşımı kullanılarak Ruanda'da yer alan kahve ticaretindeki paydaşlarla derinlemesine görüşmeler yapılmıştır.	Çalışmada elde edilen bulgular, paydaşların kahve turizminin gelişmesi için destinasyon imajının, pazarlama ve tanıtım faktörlerinin geliştirilmesi gerektiğini vurguladığını göstermektedir.	Çalışmanın sonucuna göre kahve turizmi Ruanda için hem ulusal hem de yerel ekonomik kalkınmaya olumlu etkileyecek önemli bir araçtır. Bu sebeple özellikle hükümet kahve endüstrisindeki paydaşlarla bir araya gelerek çalışmalıdır.
Garder, Proctor, Schmidt-Burbach ve D'Cruze (2016)	Araştırmanın amacı Bali'de misk kahvesi turizminin hayvan refahı üzerindeki etkilerini keşfetmektir.	Kahve turizminde etik	Makalede Bali'deki turist odaklı kahve tarlalarında barınan misk kedilerinin barınma koşullarına ilişkin gözlem ve görüşmeler yapılmıştır.	Araştırmada elde edilen bulgular, lüks sayılabilecek bu kahve türü için misk kedilerinin olumsuz koşullara sahip olduğunu ortaya koymuştur.	Araştırmanın sonuçları, turistleri ve tur operatörlerini bu cazibe merkezlerini ziyaret etmenin etik sonuçları konusunda bilgilendirmektedir.
Suarez, KoelenLacay, Villanuev, Velasquez, Reyes, Serrano ve Borbon (2017)	Bu çalışma turizm endüstrisi için önem arz eden kahve işletmelerinin faaliyet gösterdiği yıllar, konumları, mülkiyet türleri, hedef pazar ve sunulan ürünler açısından profilini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Aynı zamanda bir kahve dükkânı işletmesinin turizm endüstrisine etkisini çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel etkiler açısından değerlendirmek hedeflenmektedir.	Kahve işletmelerinin turizmdeki yeri	Araştırma kapsamında nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Bu amaçla, çalışmada kahve işletmesi sahiplerine anket uygulanmıştır. Anketin birinci bölümü kahve işletmesinin profili ve sahibi hakkında soruları içermektedir. İkinci bölüm ise kahve işletmeciliğinin çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel açıdan etkisine yönelik ifadeleri kapsamaktadır.	Araştırmanın bulguları kahve dükkânı işletmelerinin çoğunluğunun Lipa City'de olduğunu, ortalama 1-2 yıldır faaliyet gösterdiğini göstermektedir. Bu işletmelerde kahveden çok çay servis edildiği göze çarpmaktadır. Aynı zamanda bulgular, kahve işletmelerinin şehrin ekonomik gelişimine katkıda bulunduğu ve sosyalleşmeyi artırdığını göstermektedir.	Araştırmanın sonuçlarına göre bölgede bulunan kahve işletmeleri iyi bir konumlandırma ve stratejik unsurlar ile turizm açısından kullanılabilir hale getirilerek kahve turizmi potansiyeli artırılabilir.

Ek 1. Kahve Turizmine Dair Yapılan Çalışmalara İlişkin Detaylar (devamı)

Wang, Chen, Su ve Morrison (2019)	Tayvan'daki kahve işletmelerinde sunulan turistik deneyimi analiz etmek amaçlanmaktadır.	Hatırlanabilir turizm deneyiminde kahvenin rolü	Araştırmada karma yöntem kullanılmıştır. Bu doğrultuda önce kahve işletmecileriyle derinlemesine görüşme yapılmış daha sonra burayı ziyaret eden kişilere hatırlanabilir turizm deneyimine ilişkin anket yapılmıştır.	Araştırmada elde edilen nitel bulgular sonucunda kahve işletmeleri geleneksel, eğitim odaklı ve kapsamlı şeklinde sınıflandırılmaktadır. Buna göre bu mekanlarda yaşanan kahve deneyimi de değişmektedir. Nicel bulgular ise hatırlanabilir turizm deneyimi boyutlarından anlamlılık, yenilik, ilgi ve bilginin kahveyle ilgili deneyimi etkileyen en önemli boyutlar olduğunu göstermektedir.	Araştırmanın sonuçları ziyaretçilerin kahve işletmelerinin sunduğu deneyimden genel olarak memnun olduklarını göstermektedir. Bununla birlikte işletmecilerin kahve üretimine ve kahveyle ilgili bilgilendirmeye daha çok odaklanması ve buna yönelik etkinlikler sunması gerektiği sonucuna varılmıştır.
Smith, Suthitakon, Gulthawatvichai ve Karnjanakit (2019)	Bu çalışmanın amacı, Chiang Rai, Chiang Mai, Mae Hong Son ve Lampang illerindeki topluluklar arasında bir kahve turizmi ağı kurmanın yanı sıra kahve turizmi yönetimine yön vermektir.	Destinasyonlarda kahve turizmi yaratma	Nitel araştırma yöntemi kullanılan bu çalışmada, kahve turizmi konulu bir toplantının 45 katılımcısından görüşmeler yoluyla veriler toplanmış ve analiz edilmiştir.	Araştırmanın bulguları kahve turizmi yaratımı için üç projenin başlatılması gerektiğini ortaya koymaktadır: Chiang Mai'deki kahve çiftçileri tarafından düzenlenen toplum temelli turizm, Mae Hong Son'daki bir kahve turu programının pilot çalışması ve "Lampang'da İyi Kahve" projesi.	Bu çalışmanın sonuçları, Kuzey Tayland'ın bir kahve turizmi cazibe merkezi haline gelebileceğini öne sürmektedir. Sonuçlar doğrultusunda, bölgede başarılı bir turistik çekiciliği teşvik etmeye ve şekillendirmeye yardımcı olmak için kahve turizmi yönetimini teşvik etmenin önemli olduğu görülmektedir.
Candelo, Casalegno, Civera ve Büchi (2019)	Çalışmanın amacı, paydaş bakış açısına dayalı olarak kahve turizminin gelişiminin potansiyelleri ve faydaları hakkında inceleme yapmaktır.	Kahve turizminin destinasyon üzerindeki faydaları	Çalışmada gömülü teori kapsamında literatür taraması, vaka çalışması, kahve uzmanlarıyla röportajlar yapılarak yöntem süreci tamamlanmıştır.	Araştırmanın bulguları, kahve turizminde güçlendirme ve iş birliği, turistik çeşitlilik, sürdürülebilirlik ve destinasyon imajı yaratmanın kahve turizmi açısından destinasyon üzerinde olumlu etki yaratacağını göstermektedir.	Çalışmanın sonuçları, destinasyonların kahve turizmi aracılığıyla ön plana çıkabileceği ve destinasyonlar için kahvenin önemli bir turistik ürün olduğunu yansıtmaktadır.
Casalegno, Candelo, Santoro ve Kitchen (2020)	Bu çalışma turistlerin özellikle kahve turizmi ve kahve ekimi ziyaretleri ile ilgili algılarının, potansiyellerinin, tutumlarının ve davranışlarının öncüllerini araştırmayı amaçlamaktadır.	Kahve üreten ekvatorial ülkelerde turizm algısı	Çalışmada nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Bu kapsamda 288 turistten elde edilen anket verileri analiz edilmiştir.	Araştırmanın bulguları cinsiyet ve yaşın kahve üretimi ziyaretlerine yönelik algılar üzerindeki etkisinin anlamlı olmadığını, kahve üretiminin yapıldığı ülkelerde kahve tüketiminin ve seyahatin etkisinin ise pozitif ve anlamlı olduğunu göstermektedir.	Araştırmanın sonuçları, turistlerin kahve kültürü, geleneği ve bir ülkenin mirasını nasıl temsil ettiği konusunda iyi bilgilendirilmesi ve eğitilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Aynı zamanda sonuçlar, turistlerin kahve kültürü hakkında daha fazla bilgiye sahip oldukların kahve seyahatleri ve turizm algılarının daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Ek 1. Kahve Turizmine Dair Yapılan Çalışmalara İlişkin Detaylar (devamı)

Dinis, Melo ve Sousa (2021)	Kahveyle ilgili çekiciliklerin ve deneyimlerin Portekiz'deki kahve kültürü ve gelişimini nasıl etkileyeceğini keşfetmek amaçlanmaktadır.	Bir çekicilik unsuru olarak kahve turizmi	Nitel araştırma yöntemlerinden biri olan örnek olay çalışması gerçekleştirilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşmeler ile paydaşlardan elde edilen veriler analiz edilmiştir.	Araştırmanın bulguları, Portekiz'in kahve turizmi potansiyelini geliştirmek için kahveyle ilgili farklı turistik etkinlikler sunulması gerektiğini ortaya çıkarmıştır.	Araştırmanın sonuçları, kahvenin tüketim cazibesinin turistlere farklılaştırıcı ve zenginleştirici deneyimler sunarak ve turizmi sürdürülebilir bir şekilde geliştirerek kahve kültürünü yaymak için kullanılabileceğini göstermektedir.
Bowen (2021)	Makale yerel kahve üretim geleneklerini ve yerel turizm altyapısını göz önünde bulundurarak, Kolombiya'nın Eje Cafetero bölgesinde benzersiz bir kahve turizmi deneyimi potansiyelini araştırmayı amaçlamaktadır.	Kahve turizmi deneyimi	Araştırmada kahve turizmi deneyimlerini yerinde gözlemlemek amacıyla araştırmacının hem turizm paydaşları hem de turistleri dikkate alarak kahve turizmi deneyimini gözlemlediği analitik bir oto-etnografik yöntem kullanılmıştır. Nitel bir yöntemi ifade eden bu yaklaşımda günlük ve fotoğraflı belgeler yoluyla toplanan veriler analiz edilmiştir.	Fotoğraf ve metinlerden elde edilen verilerden 100'ün üzerinde kod üretilmiştir. Söz konusu kodlar açısından kahve deneyimi, kahve üretim süreci, sürdürülebilirlik, turizm deneyimi ön plana çıkmaktadır.	Araştırmanın sonuçlarına göre Eje Cafetero bölgesinde yerleşmiş durumda olan kahve turizmine turistlerin daha fazla ilgi göstermesi potansiyeli mevcuttur. Aynı zamanda, yerleşik bir altyapıya ve kahve konusunda olumlu bir üne sahip olan Kolombiya'nın, yerel geleneklere dayanan benzersiz deneyimler de dahil olmak üzere çeşitli kahve turizmi teklifleri sunmak için iyi bir konuma sahip olduğu göze çarpmaktadır.
Woyesa ve Kumar (2021)	Araştırmada Etiyopya'nın kahve turizmi potansiyeli incelenmektedir.	Kahve turizmi potansiyeli	Bu çalışmada kahve turizminin potansiyelini incelemeye yönelik kavramsal bir araştırma yapılmış ve sürdürülebilir kahve turizmi gelişimi için bir model önerilmiştir.	Çalışmada elde edilen bulgular, sürdürülebilirlik ile nispeten uyumlu olan orman ve yarı orman kahve üretim sisteminin, düşük verim ve net kâr nedeniyle önemini kaybettiğini ortaya koymuştur.	Çalışma sonucuna göre Etiyopya bölgesini niş bir turizm destinasyonu haline getirmek için koruma ve geçim kaynaklarını iyileştirmek gerekmektedir. Bu amaçla çalışmada kahve turizmi için sürdürülebilir bir geçim modeli önerilmektedir.
Chen, Huang ve Tham (2021)	Bu makalenin amacı, kahve ve çay turizmi için sistematik literatür taramasıyla titiz bir metodoloji sunmak ve böylece destinasyonlar için bu niş pazarları geliştirmenin olasılıklarını ve zorluklarını belirlemektir.	Kahve turizmi çalışmaları	Araştırmada sistematik inceleme yöntemi kullanılmıştır. Bu doğrultuda kahve turizmiyle ilgili 30 çay turizmiyle ilgili 33 makale incelenerek analiz edilmiştir.	Araştırmanın bulguları bugüne kadar yapılan çalışmaların büyük ölçüde kahve veya çay turizmi bağlamının merceğini veya tüketiciler ile üreticiler gibi tek bir paydaşın bakış açısını kullandığını ortaya koymaktadır.	Araştırmanın sonuçları, kahve ve çay turizmine ilişkin çalışmaların farklı bağlamlarda ele alındığını ve çok sayıda vaka çalışması olduğunu ortaya koymaktadır. Araştırma ayrıca, kahve ve çayın yüzyıllardır var olmasına rağmen, kahve ve çay turizmi kavramının çok genç bir olgu olduğunu ifade ederek bu alanın teorik ve pratik açıdan gelişmesi gerektiğini vurgulamaktadır.

Ek 1. Kahve Turizmine Dair Yapılan Çalışmalara İlişkin Detaylar (devamı)

Degarege ve Lovelock (2021)	Bu makalenin amacı, kahveyi temel bir turizm deneyimi olarak kullanan Etiyopya turizm sektörünün performansını ve rekabet gücünü artırmanın yollarını belirlemektir.	Kahve turizmi gelişimi	Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden odak grup görüşmesi kullanılmıştır. Bu amaçla, Etiyopya'da hem kahve hem de turizm sektörlerindeki kilit bilgi kaynakları ile gerçekleştirilen niteliksel odak grup tartışmaları üzerinden veriler elde edilmiştir.	Çalışmanın bulguları mevcut kahve turizm gelişme potansiyeline rağmen, Etiyopya'nın bu konumu henüz tam olarak kullanmadığını göstermektedir.	Çalışmanın sonuçları, kahvenin destinasyon pazarlama stratejilerine yardımcı olmak amacıyla kullanılması ve kahvenin birincil bir turizm ürünü olarak konumlandırılması gerektiğini vurgulamaktadır. Bunun için kahveyle ilgili özellikle çeşitli etkinlikler ile pratik müdahaleler yapılması gerektiği ön görülmüştür.
Chen, Wang ve Morrison (2021)	Çalışmanın amacı kahve turizmi kapsamında unutulmaz turizm deneyimlerinin bir uzantısı olarak kahve turisti davranışlarını belirlemektir.	Kahve deneyimi	Çalışmada karma yöntem yaklaşımı kullanılmıştır. Bu amaçla, Nicel ve nitel bilgileri elde etmek için kapalı ve açık uçlu sorulardan oluşan bir anket formu turistler üzerinde kullanılmıştır. Daha fazla fikir edinmek için kahve dükkânı sahipleriyle de görüşmeler yapılmıştır.	Çalışmanın hem niceliksel hem de niteliksel bulguları, kahve turistlerinin tekrar ziyaret etme ve ağızdan ağza konuşma niyetlerinin, kahve deneyiminden elde ettikleri memnuniyetten etkilendiğini doğrulamaktadır.	Çalışmanın sonuçları, hatırlanabilir turizm deneyimlerinde kahve turizminin özellikle memnuniyet ve davranışsal niyetler üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymaktadır.
Yeap, Ooi, Ara ve Said (2021)	Çalışmanın amacı kahve/çay turizmi tarlalarını ziyaret etme niyetlerini belirleyen temel değişkenleri belirlemeyi amaçlamaktadır. Ayrıca bu çalışma, bu tür kahve/çay turizmi destinasyonlarına yönelik seyahat niyetlerinde Covid-19 korkusu nedeniyle seyahat etmede risk algısını da tespit etmiştir.	Kahve turizminde seyahat niyeti	Bu çalışmada planlı davranış teorisi temel alınarak, nicel araştırma kapsamında çevrimiçi bir anket yoluyla 302 eko-bilinçli Y ve Z kuşağı tüketicisinden veri toplanmıştır.	Çalışmanın bulguları, öğrenme ve rahatlatma güdülerinin tüketicilerin sürdürülebilir kahve/çay turizmine yönelik tutumlarını belirlemede önemli olduğunu göstermektedir. Sürdürülebilir kahve/çay turizmine girişme niyeti ise en güçlü şekilde seyahat riskinden etkilenmektedir.	Çalışmanın sonucu, büyüyen bir turizm çeşidi olarak kahve turizmine yönelik tüketicilerin tutum ve davranışlarını ve sürdürülebilir kahve ve çay destinasyonlarını ziyaret etme niyetlerini yönlendiren faktörler hakkında özellikle seyahat veya turizm operatörlerinin bilgi edinmesi gerektiğini göstermektedir.
Vu, Alonso, Martens, Ha, Tran ve Nguyen (2022)	Bu çalışmada kahve üretiminde önde gelen Vietnam'ın kahve turizminin potansiyel gelişimini arz yönüne odaklanarak araştırmak amaçlanmaktadır.	Kahve deneyimleri yoluyla destinasyonlarda turizm gelişimi	Araştırma kapsamında nitel araştırma yöntemi kullanılarak 47 farklı kahve işletmecisi ile görüşmeler yapılmış aynı zamanda gözlem ve arşiv bilgileri incelenerek analiz süreci tamamlanmıştır.	Çalışmada elde edilen bulgular, imajla ilgili potansiyeller, üretimle ilgili potansiyeller, pratiğe dayalı potansiyeller olmak üzere gruplandırılmıştır. Bu faktörler, Vietnam'ın mevcut kahve kültürü ve ülkenin kahve dükkânı endüstrisinin turist çeken bir unsur haline gelme potansiyelini destekleyen ve engelleyen unsurları belirtmektedir.	Çalışma sonuçları, Vietnam'ın kahve, konaklama ve turizm endüstrilerinden kaynaklanan bir çeşitlendirme aracının geliştirilmesinde kaynakların önemine dair daha derin bir anlayış ortaya çıkartarak kahve deneyimlerinin destinasyonlar üzerindeki yararlarını ortaya koymaktadır.

Ek 1. Kahve Turizmine Dair Yapılan Çalışmalara İlişkin Detaylar (devamı)

Setiyorini, Chen ve Pryce (2023)	Kahve tüketimi ile ilgili literatürü derinlemesine inceleyerek kahve turizmine ilişkin bilgi edinmek amaçlanmaktadır.	Kahve tüketimi bağlamında kahve turizmi	Araştırmada kapsam belirleme incelemesi ve eleştirel söylem analizi araçları ile nitel yaklaşım kullanılmıştır. Kapsam belirleme incelemesi kapsamında 2020 yılına kadar yayınlanan 152 makale incelenmiş daha sonra eleştirel söylem analizi ile metinsel ve bağlamsal analiz yapılmıştır.	Araştırmanın bulguları, kahve tüketimi ile ilgili literatürün tüketici davranışı, mekân tüketimi, etik tüketim şeklinde üç kapsam ile ortaya koymaktadır. Yıl bazlı bakıldığında, 2010 yılı sonrasında çalışmalar kahveyle ilgili tüketici davranışına ve mekân tüketimine odaklanmaktadır. Bu durumda kahve tüketimi turizmde kendine yer edinmeye başlamıştır.	Araştırmanın sonucuna göre kahve tüketimi bağlamında kahve turizmine ilişkin çalışmalar gittikçe artış göstermekte fakat çalışmalar çoğunlukla tüketici davranışına odaklandığı için bu alanda etik tüketimin eksik kaldığını ifade edilmektedir. Bu sebeple kahvede etik tüketimin turizm açısından ele alınması gerektiği önerilmektedir.
Vu, Alonso, Martens, Do, Tran, Tran ve Nguyen (2023)	Bu çalışmanın amacı, ulusal bir ürün olarak kahve ile gastronomi arasındaki ilişkiye dair detaylı bir inceleme yapmaktır. Ayrıca, kahve ve gastronomiyi bir turizm faaliyetiyle birleştirerek kahve turizmi potansiyeli ve bu potansiyeli geliştirme ihtiyacı incelenmektedir.	Kahve ve gastronomi arasındaki ilişki, kahve turizmi potansiyeli	Çalışma kapsamında nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Bu doğrultuda, dünyanın en büyük ikinci kahve üreticisi olan Vietnam'da faaliyet gösteren 79 şef ve kahve dükkânı sahibi/yöneticisinin bakış açılarını toplamak için yarı yapılandırılmış, yüz yüze ve çevrimiçi görüşmeler yapılmıştır.	Araştırmada yapılan tümevarımsal analiz sonucu elde edilen bulgular ile kahve alt yapısı, kahve temelli yenilik, kahve kaynakları gibi boyutlar ortaya çıkmıştır. Bu boyutlar kahve ve gastronomi ilişkisini ortaya koyarak kahve turizmi potansiyelinin hangi faktörler ile geliştirilebileceğini öne sürmektedir.	Çalışmanın sonuçları, kahve ve gastronomi ilişkisinin daha iyi anlaşılmasına ve kahve turizminin bir deneyim şeklinde sunularak turistleri tatmin eden bir turistik unsura nasıl dönüştürülebileceği hakkında bilgiler vermektedir.