

MEKÂN-KULLANICI İLİŞKİSİ AÇISINDAN KAFELERİN TERCİH EDİLME NEDENLERİ: TRABZON ÖRNEĞİ¹

Berrin TUZCUOĞLU², Ümran SOFUOĞLU DEMİRBAŞ³

Makale Bilgisi

DOI: 10.35379/cusosbil.1256610

Makale Geçmişi:

Geliş 26.02.2023

Kabul 16.06.2023

Anahtar Kelimeler:

Kahve mekanları,

Kafeler,

Kullanıcı,

Tercih edilme

ÖZ

Günümüzde kahve mekânları, insanların bir şeyler yiyip içmek, boş zamanlarını değerlendirmek, sohbet etmek, dinlenmek ve sosyalleşmek için tercih ettiği mekânlardır. Hızla sayıları artan bu mekânların, iyi bir tasarımla müşteriyle buluşması son derece önemlidir. Bu noktada çalışma, kahve mekânlarının tercih edilme nedenlerinin kullanıcıyla ilişkisini ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Trabzon ilinin Beşirli semtinde gerçekleştirilen araştırmanın çalışma alanı olarak aynı cadde üzerinde bulunan üç kafe seçilmiştir. Çalışma alanının belirlenmesinde kafelerin bu bölgelerde yoğunlaşması ve kullanıcılar tarafından yoğunlukla tercih edilmeleri etkili olmuştur. Çalışma alanını oluşturan üç kafede o an bulunan kullanıcılara anket çalışması uygulanmıştır. Her kafede 50 kullanıcı olmak üzere toplam 150 kullanıcıyla gerçekleştirilen anketler yüz yüze yapılmıştır. Çalışmanın verileri IBM SPSS Statistics programında analizlenmiştir. Elde edilen analizler sonucunda çalışmada mekân-kullanıcı ilişkisi açısından kafelerin tercih edilme nedenleri mekânsal, estetik ve konfor özellikleri başlıkları altında irdelenmiştir. Çalışmanın sonunda hedeflenen kullanıcıların kafeler özelinde kahve mekânlarını tercih etme nedenlerini ortaya çıkararak, yapılacak yeni mekânların tasarım kriterleri için faydalı olmaktadır.

REASONS OF PREFERRING CAFES IN TERMS OF SPACE-USER RELATIONSHIP: CASE OF TRABZON

Article Info

DOI: 10.35379/cusosbil.1256610

Article History:

Received 26.02.2023

Accepted 16.06.2023

Keywords:

Coffee places,

Cafes,

User,

Reason for preference

ABSTRACT

Currently, coffee houses are preferred as places for dining, spend their free time, chat, relax and socialize. It is extremely important that these places, which are increasing in number, provide customers with an appealing design. At this point, the study aims to examine the relationship between coffee houses and their users. Three cafes located on the same street in Beşirli District of Trabzon province were selected as the study area of the research carried out. The high concentration of cafes in these regions and the fact that they were preferred by the users played a significant role in selecting the research area. A questionnaire was administered to the users who were present in the three cafes that make up the study area. Face-to-face interviews were conducted with a total of 150 users, with 50 participants in each cafe. The data of the study were analyzed using IBM SPSS Statistics program. The analysis focused on exploring the reasons behind, the preference of cafes in terms of space-user relationship were examined under the titles of spatial, aesthetic and comfort characteristics. The study aims to uncover the factors influencing for the design criteria of the new places to be built by revealing the reasons for the users to prefer coffee places, especially cafes.

¹ E-26014373-050.01.04-312963 nolu Etik Kurul kararı ile uygun bulunmuştur.

² Öğr. Gör., Avrasya Üniversitesi, Mühendislik Mimarlık Fakültesi, berrin.tuzcuoglu@avrasya.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3546-1013.

³ Doktora Öğrencisi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, umransofuoglu@gmail.com, ORCID: 0000-0001-5475-0462

Alıntlamak için/Cite as: Tuzcuoğlu, B. ve Demirbaş, Ü.S. (2023), Mekân-kullanıcı ilişkisi açısından kafelerin tercih edilme nedenleri: Trabzon örneği. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 32 (2), 497-510.

GİRİŞ

Kafeler, insanların günlük yaşam içerisinde boş vakitlerini geçirdikleri mekânlardır. İnsanlar bu mekânlarda bir şeyler yiyip içmek, sosyalleşmek, sohbet etmek, dinlenmek, vakitlerini değerlendirmek gibi eylemler gerçekleştirirler. Günümüz dünyasında sudan sonra en fazla tüketilen içecek kahvedir. Kahvenin etkileri ise toplumlar arası kültürel etkileşim, iletişim ve sosyalleşmeye katkı sağlaması ile birlikte, mekânsal gelişime de katkısı mevcuttur (Dedeoğlu, 2022). 15.yy'da Yemen'de kahvenin keşfiyle başlayan serüvenle geçmiş dönemde kahvehane olarak adlandırılan mekânlar günümüzde kahve mekânları olarak varlığını sürdürmektedir.

Kahve mekânlarının değişimleri kültürel ve toplumsal gelişmelerle aynı hızda değişiklik gösterdiği düşünülmektedir (Şahin, 2020). Bu mekânların algısı kişiyle kurduğu etkileşimle ilişkilidir. Bu sebeple bu mekânların tasarımı, mekân organizasyonu, kullanılan malzemeler ve donatılar önem taşımaktadır. Kullanıcının değişen mekân algısı ve popüler kültür yansımaları ile mekânlar tasarlanmalıdır. Kahve mekânı kullanıcının tercih etmesi için sebepler sunmalıdır. Mekânsal özellikleri ile estetik ve konfor algısına hizmet etmelidir. İnsanların kahve içmek için tercih ettiği mekânları incelemek, tasarlanacak yeni mekânlar için önemli bilgiler içermektedir.

Literatüre bakıldığında, Dedeoğlu (2022) kafe mekânlarında uygulanan iç mimari tasarımların müşteri tercihlerindeki rolünü Starbucks kahve mekânlarında iç mekân analizi yaparak gerçekleştirmiştir. Güven ve Şenkal Sezer (2019) ise kafelerin konfor koşullarının değerlendirilmesi gerekliliğini Görükle/Bursa örneği üzerinden incelemişlerdir. Bu doğrultuda çalışmanın amacı, kafelerin kahve mekânları özelinde tercih edilme nedenlerinin kullanıcıyla ilişkisini ortaya çıkarmaktır. Bu nedenler çalışma strüktüründe mekânsal, estetik ve konfor özellikleriyle ilişkilendirilmiştir. Bu doğrultuda çalışma, Trabzon Ortahisar ilçesi Beşirli semtinde yer alan kullanıcılar tarafından tercih edilen üç adet kafede gerçekleştirilmiştir. Her kafede 50 kullanıcı olmak üzere, toplam 150 kullanıcı ile anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Anketler kafelerde o an bulunan kullanıcılarla yapılmıştır. Daha sonra yapılan anketlerin girdisi gerçekleştirilerek, IBM SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) Statistics programında analizlenmiştir. Analiz sonuçları değerlendirilerek mekân-kullanıcı ilişkisi ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Verilerin analizi sonucunda ortaya çıkan değerlendirmelerle kahve mekânlarının tercih edilme sebeplerinin tespitiyle tasarlanacak yeni mekânların tasarım kriterlerine ışık tutması hedeflenmektedir.

LİTERATÜR TARAMASI

Kafeler ve Kahve Mekanları

Kafeler insanların günlük hayatlarında boş zamanlarını değerlendirdiği, bir şeyler yiyip içmek, dinlenmek, sohbet etmek gibi aktivitelerde bulunarak sosyalleştiği mekânlardır. Geçmişten günümüze birtakım değişimlere uğrayan kafe sektörünün temeli kahvehanelere dayanmaktadır (Kolektif, 2004).

Kahvehanelerin oluşmasında kahvenin keşfi başlangıç sayılmaktadır (Gregoire ve Georgeon, 1999). Özünde bir bitki türü olan kahve ilk olarak Afrika Bölgesinde yemiş olarak tüketilmeye başlamıştır. Ardından toz halinde sıcak su ile karıştırılarak tüketilmiş ve içecek olarak yaygınlaşmıştır (Bostan, 2001). Kahve tüketimin bir içecek davranışının ötesine geçerek bir çeşit eğlence aracına dönüşmesi ise kahvehaneleri yaygınlaştırmıştır (Şahbaz, 2007). Böylece "Kahve evi" olarak tanımlanan kahvehaneler güncel ve dini tartışmaların yapıldığı, hikâyelerin anlatıldığı, dinlenen, eğlenilen ve sohbet edilen kültürel mekânlar olarak hayatımızdaki yerini almıştır (Sami, 2010).

İlk kez 1551 yılında Mekke'de karşımıza çıkan kahvehaneler, 16.yy. başlarında Mısır'da 16.yy. ortalarında ise Suriye ve Türkiye'ye görülmüştür. Daha sonra ise buradan tüm Avrupa'ya yayılmıştır (Hattox, 1996). (Şekil 1, Url-1).



Şekil 1. Bir Kahvehane İçini Gösteren 16. yy. ın İkinci Döneminden Bir Minyatür (Url-1)

18.yy. gelindiğinde kahveneler kahve içmenin yanı sıra farklı işlevlerle de kullanılmıştır. Özellikle İngiltere’de kahvehane mekânlarında konaklama amaçlı kullanıldığı da bilinmektedir (Araz, 2007). 19.yy. ise kahvehaneler kahveyle beraber farklı içeceklerinde erişilebildiği mekânlar haline dönüşmüştür. 20. yy.la birlikte kahvehaneler hem cinsiyet ayrımını ortadan kalkarak herkes için erişilebilir olmuş hem de hızla sayısı artmıştır (Güven ve Şenkal Sezer, 2019). Günümüze gelindiğinde kahvehane mekânları insanlığın değişen ve gelişen talepleri doğrultusunda popülerliğini yitirmiş ve mekânsal özellikleri değişime uğramıştır. Dinsel ve mistik öğeler yerine daha çağdaş görünümde mekânlar oluşturulmuştur (Bilge, 2010). Bu mekânsal dönüşüm sonucu kahvehaneler yerini Fransızca cafe sözcüğünden türetilerek oluşturulan kafe sektörüne bırakmıştır (Kolektif, 2004). Kafeler ve kahvehaneler arasındaki en temel fark mekân atmosferi ve kahvenin sunum şekli olmuştur (Bilge, 2010).

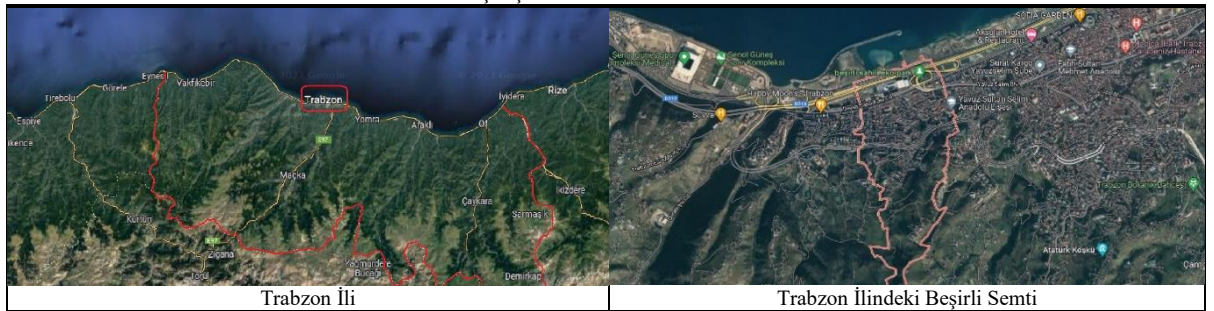
Kafeler aynı zamanda Batı’da “coffee house” veya “cafe shop” kültürü ile de tanımlanmaktadır Kahve mekânları olarak adlandırılan bu mekânlar da çeşitli kahve çeşitleri bulunmakta, hazırlanmakta, sunulmakta ve satılmaktadır. İnsanlar bu mekânlarda kimi zaman sabah işe giderken bir fincan kahve içilerek kimi zaman ise günün herhangi bir saatinde dinlenerek veya arkadaşları ile buluşarak sosyalleşmektedir (Tucker, 2011).

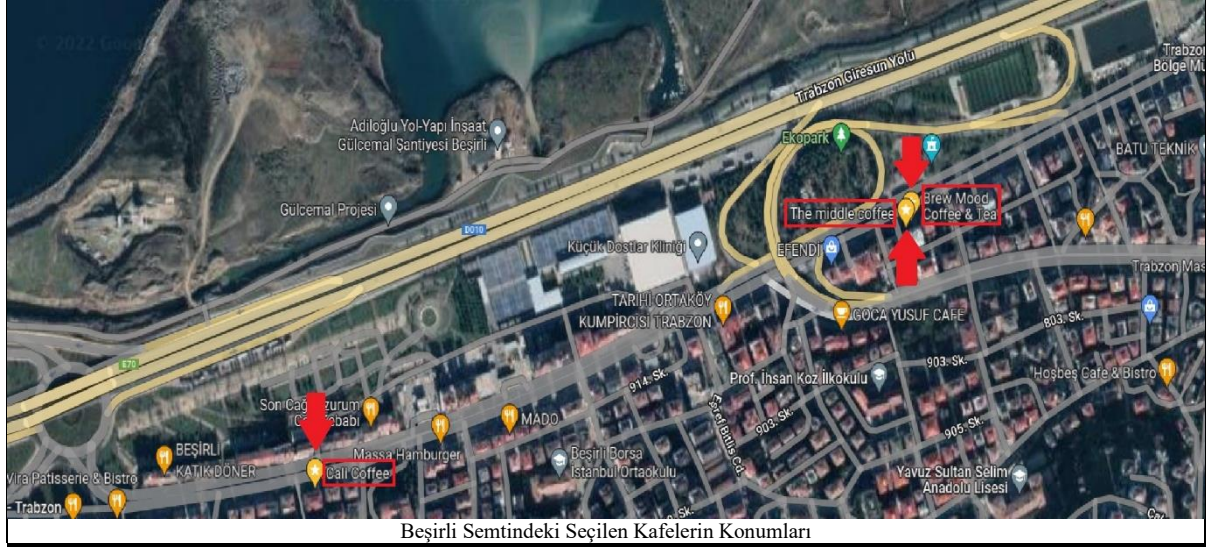
Özetle oldukça köklü geçmişe sahip olan kahvehaneler geleneklere bağlı düzenlenmiş ve kullanıcı gereksinimlerine bağlı kahve mekanlarına dönüşmüştür (Andreini vd.,2000). Dış görünüşleri ve iç mekân tasarımlarında meydana gelen bu dönüşümlerle kahve mekanları kullanıcılarına farklı hizmetler sunarken her daim dönemin genç nesilleri tarafından da tercih edilmiştir (Heise, 2001; Özdemir vd.,2007). Günümüzde her geçen gün kahve mekânlarının sayısı artmaktadır. Kahve mekânlarının yaygınlaşması olumlu ve olumsuz birçok sonucu da beraberinde getirmiştir. Bu bağlamda kahve mekânların incelenmesi önem kazanmıştır. Kullanıcılar bu mekânlar arasında birçok faktörün etkisi ile seçim yapmaktadır. İç mekân faktörlerinde, tasarım adına verilmiş doğru kararlar ile müşteri yoğunluğu da artacaktır (Azzuhri ve Tanjung, 2017). Bireylerin yeme içme gereksinimlerini karşılarken sosyalleşmelerine de olanak sağlayan kahve mekanlarının farklılaşan tasarımları kullanıcıların tercihleri üzerindeki etkisi yadsınamaz derecede önemlidir.

YÖNTEM

Alan çalışması için seçilen bölge, Trabzon ilinin Ortahisar ilçesine bağlı olan Beşirli semtidir. Kullanıcıların oturmak, vakit geçirmek ve sosyalleşmek için tercih ettikleri bir bölgedir. Bu bölgenin seçilme nedeni kafelerin burada yoğunlaşmasıdır. Çalışmadaki kafeler, kullanıcılar tarafından yoğunlukla tercih edilen kahve mekânlarından seçilmiştir. Anketler kafelere gidilerek, orada bulunan müşterilerle yüz yüze uygulanmıştır. Her kafede 50 kullanıcıyla görüşülmüştür. Anket çalışması yapılmadan önce KTÜ Fen ve Mühendislik Bilimleri Etik Kurulundan araştırma izni alınmıştır (Karar no: E-26014373-050.01.04-312963). Seçilen kahve mekânları ise Brew Mood Coffee, The Middle Coffee ve Cali Coffee’ dir.

Tablo1. Çalışma Alanının Haritalandırılması





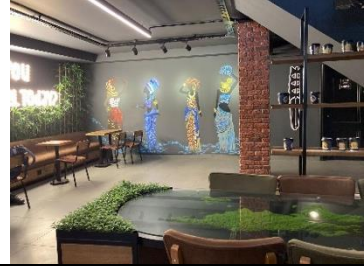
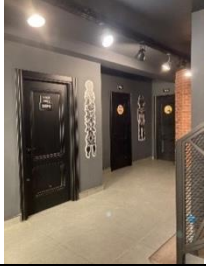




Beşirli Semtindeki Seçilen Kafelerin Konumları

Brew Mood Coffee

Brew Mood Coffee 2 Nolu Beşirli Mahallesi Devlet Sahil Yolu Caddesi üzerinde bulunmaktadır. Kafe 2022 yılında açılmıştır ve betonarme yapım sistemine sahip bir apartmanın zemin katında bulunmaktadır. Kafenin kapasitesi 150 kişilik olup, 300 m² alana sahiptir. İki kata sahip kafenin ikinci katı asma kattır. Kapalı ve yarı açık mekânları vardır. Yarı açık mekânlardan biri girişte bulunurken diğeri asma katta bulunmaktadır. Girişteki yarı açık mekânın üst örtüsü alüminyum kanatlı malzemeden yapılan açılır kapanır uzaktan kumandalı tavan sistemine sahiptir. Döşeme kaplaması olarak bütün mekânlarında koyu gri seramik malzeme kullanılmıştır. Tavan kaplaması olarak sıva + boya üzeri raylı sarkıt ve spot aydınlatmalar kullanılmıştır. Duvar kaplaması olarak tuğla görünümlü taş örgüsü ve boya tercih edilmiştir. Boya kullanılan duvar yüzeylerinde farklı resimlerden ve yazılardan oluşan estetik öğeler kullanılmıştır. Tüm mekânlarda kumaş, deri, metal ve ahşap malzemelerden oluşan donatılar seçilmiştir. Servis tezgâhı giriş katında yer almaktadır. Tezgâh malzemesi olarak metal ve ahşap malzemeler kullanılmıştır. Tezgâhın arka yüzeyinde ise siyah fayanslar kullanılmıştır. Giriş katında konumlanmış bir bayan ve bir bay olmak üzere iki adet tuvalet mevcuttur. Kafeye ait bir otopark bulunmamaktadır.

Tablo2. Brew Mood Coffee Görselleri (Tuzcuoğlu ve Sofuoğlu Demirbaş Arşivi, 2022)

		
Giriş Görseli	Yarı Açık Mekan Görseli	Yarı Açık Mekan Görseli
		
Servis Tezgâhı Alanı Görseli	İç Mekan Görseli	İç Mekan Görseli

		
İç Mekan Görself	İç Mekan Görself	İç Mekan Görself
		
İç Mekan Görself	Yarı Açık Mekan Görself	İç Mekan Görself

The Middle Coffee

The Middle Coffee 2 Nolu Beşirli Mahallesi Devlet Sahil Yolu Caddesi üzerinde bulunmaktadır. Kafe 2019 yılında açılmıştır ve betonarme yapıım sistemine sahip bir apartmanın zemin katında bulunmaktadır. Kafenin kapasitesi 120 kişilik olup, 200 m2 alana sahiptir. İki kata sahip kafenin ikinci katı asma kattır. Kapalı ve açık mekânları vardır. Açık mekânlar şemsiyelerle desteklenmektedir. Açık mekânın ortasında büyük ahşap sakı kullanılmıştır ve aynı zamanda oturma elemanı olarak işlevlendirilmiştir. Açık mekânda kullanılan donatılar plastik görünümlü oturma elemanları ve mermer yüzeyli masalardan oluşmaktadır. Döşeme kaplaması olarak açık ve kapalı mekânlarda farklı çeşitte seramik kullanılmıştır. Tavan kaplaması sıva + boya üzeri spot aydınlatmalar kullanılmıştır. Galeri boşluklarında hasır ve bitkilerle sarılı aydınlatmalar tercih edilmiştir. Genel olarak mekânda nötr renkler hakimken, iç mekân bazı duvarlar yüzeylerinde yer yer ahşap malzeme mevcuttur. Duvar yüzeylerinde tablolar ve grafiksel estetik öğeler bulunmaktadır. İç mekânda kullanılan donatılarda kumaş yüzeyleri ve ahşap malzemeler kullanılmıştır. Servis tezgâhı giriş katında yer almaktadır. Tezgâhın malzemesi mermer görünümlü kaplama malzemesidir. Arka yüzeyinde ise beyaz fayanslar kullanılmıştır. Asma katta konulanmış bir bayan ve bir bay olmak üzere iki adet tuvalet mevcuttur. Kafeye ait bir otopark bulunmamaktadır.

Tablo 3. The Middle Coffee Görselferi (Tuzcuoğlu ve Sofuoğlu Demirbaş Arşivi, 2022)







		
Giriş Görself	Yarı Açık Mekan Görself	Servis Tezgâhı Alanı Görself

		
İç Mekan Görself	İç Mekan Görself	İç Mekan Görself

Cali Coffee

Cali Coffee 1 Nolu Beşirli Mahallesi Devlet Sahil Yolu Caddesi üzerinde bulunmaktadır. Kafe 2022 yılında açılmıştır ve betonarme yapıım sistemine sahip bir apartmanın zemin katında bulunmaktadır. Kafenin kapasitesi 60 kişilik olup, 160 m2 alana sahiptir. İki kata sahip kafenin ikinci katı asma kattır. Kapalı ve yarı açık mekânları vardır. Yarı açık mekânın üst örtüsü alüminyum kanatlı malzemeden yapılan açılır kapanır uzaktan kumandalı tavan sistemine sahiptir. Döşeme kaplaması olarak yarı açık mekânda sokak taşı görünömlü koyu gri seramik kullanılırken kapalı mekânlarda çini karo seramikler kullanılmıştır. Yarı açık mekânın ortasında heykel bir obje bulunmaktadır. Yarı açık mekânda kullanılan donatılar metal oturma elemanları ve mermer yüzeyli masalardan oluşmaktadır. Yer yer ahşap malzemesi de kullanılmıştır. Tavan kaplaması olarak sıva + boya üzeri sarkit ve spot aydınlatmalar kullanılmıştır. Duvar kaplaması olarak sıva + boya ve duvar kâğıdı tercih edilmiştir. Boya kullanılan duvar yüzeylerinde farklı resimlerden ve yazılardan oluşan estetik öğeler kullanılmıştır. İç mekânda kullanılan donatılarda kumaş yüzeyleri ve ahşap malzemeler kullanılmıştır. Servis tezgâhı giriş katında yer almaktadır. Tezgâh malzemesi olarak ahşap malzemeler kullanılmıştır. Asma katta konumlanmış bir adet tuvalet bulunmaktadır. Kafeye ait bir otopark bulunmamaktadır.

Tablo 4. Cali Coffee Görselferi (Tuzcuoğlu ve Sofuoğlu Demirbaş Arşivi, 2022)

		
Giriş Görself	Yarı Açık Mekan Görself	Yarı Açık Mekan Görself
		
İç Mekan Görself	Servis Tezgâhı Alanı Görself	İç Mekan Görself



ARAŞTIRMA BULGULARI

Mekân-Kullanıcı İlişkinin Değerlendirilmesi

Çalışma kapsamında yapılan anket formunda görüşmecilere 3 adet demografik soru ve bulunduğu kafe bilgisi sorulmuştur. Diğer kısımda 6 adet mekânsal özelliklerin, 13 adet estetik özelliklerin, 21 adet konfor özelliklerin tercihe etkililik derecesini ölçen sorular sorulmuştur. Son bölümde ise bulunulan kahve mekânını 24 adet sıfat çiftine göre değerlendirmeleri istenmiştir. Veriler ise IBM SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) Statistics programında analizlenmiştir. Demografik soruların verileri Tablo 5, 6 ve 7’de gösterilmiştir.

Çalışmaya 10-15 yaş arası 4 kullanıcı, 16-20 yaş arası 31 kullanıcı, 21-25 yaş arası 79 kullanıcı, 26-30 yaş arası 25 kullanıcı, 31-35 yaş arası 6 kullanıcı ve 35 yaş üstü 5 kullanıcı katılmıştır (Tablo 5).

Tablo 5. Kullanıcıların Yaş Dağılımı

Yaş	10-15 yaş	16-20 yaş	21-25 yaş	26-30 yaş	31-35 yaş	35 yaş üstü	Toplam
Kişi Sayısı	4	31	79	25	6	5	150
%	%2,7	%20,7	%52,7	%16,7	%4	%3,3	%100

Çalışmaya katılan 150 kullanıcınının 86’sı kadın ve 64’ü erkektir (Tablo 6).

Tablo 6. Kullanıcıların Cinsiyet Dağılımı

Cinsiyet	Kadın	Erkek	Toplam
Kişi Sayısı	86	64	150
%	%57,3	%42,7	%100

Alan çalışmasında Brew Mood Coffee, The Middle Coffee ve Cali Coffee’nin her birinde 50 kullanıcı anket çalışmasına katılarak, toplamda 150 kullanıcıyla görüşülmüştür (Tablo 7).

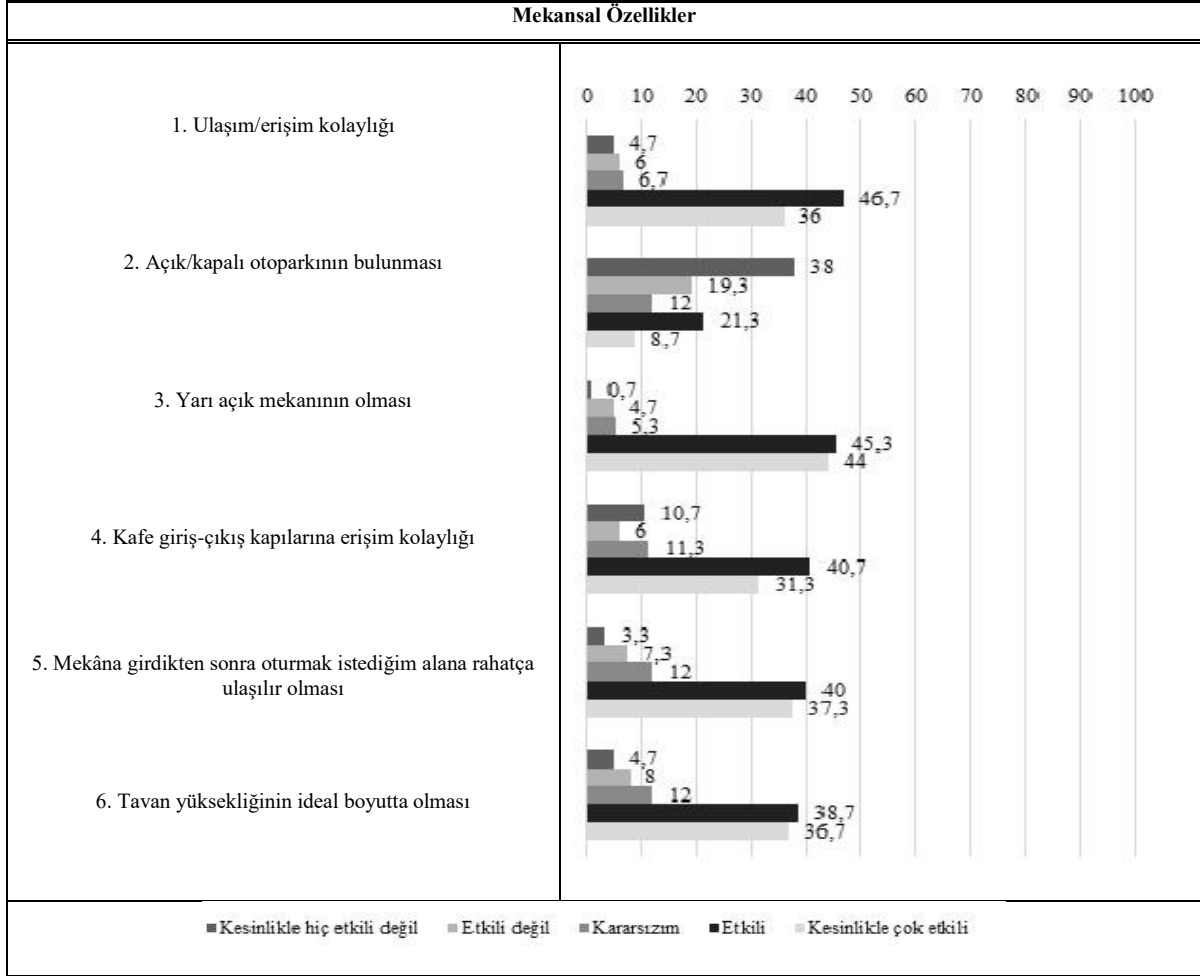
Tablo 7. Kafelerde Çalışmaya Katılan Kullanıcı Sayıları

Kafeler	Brew Mood Coffee	The Middle Coffee	Cali Coffee	Toplam
Kişi Sayısı	50	50	50	150
%	%33,3	%33,3	%33,3	%100

Mekânsal Özelliklerin Değerlendirilmesi

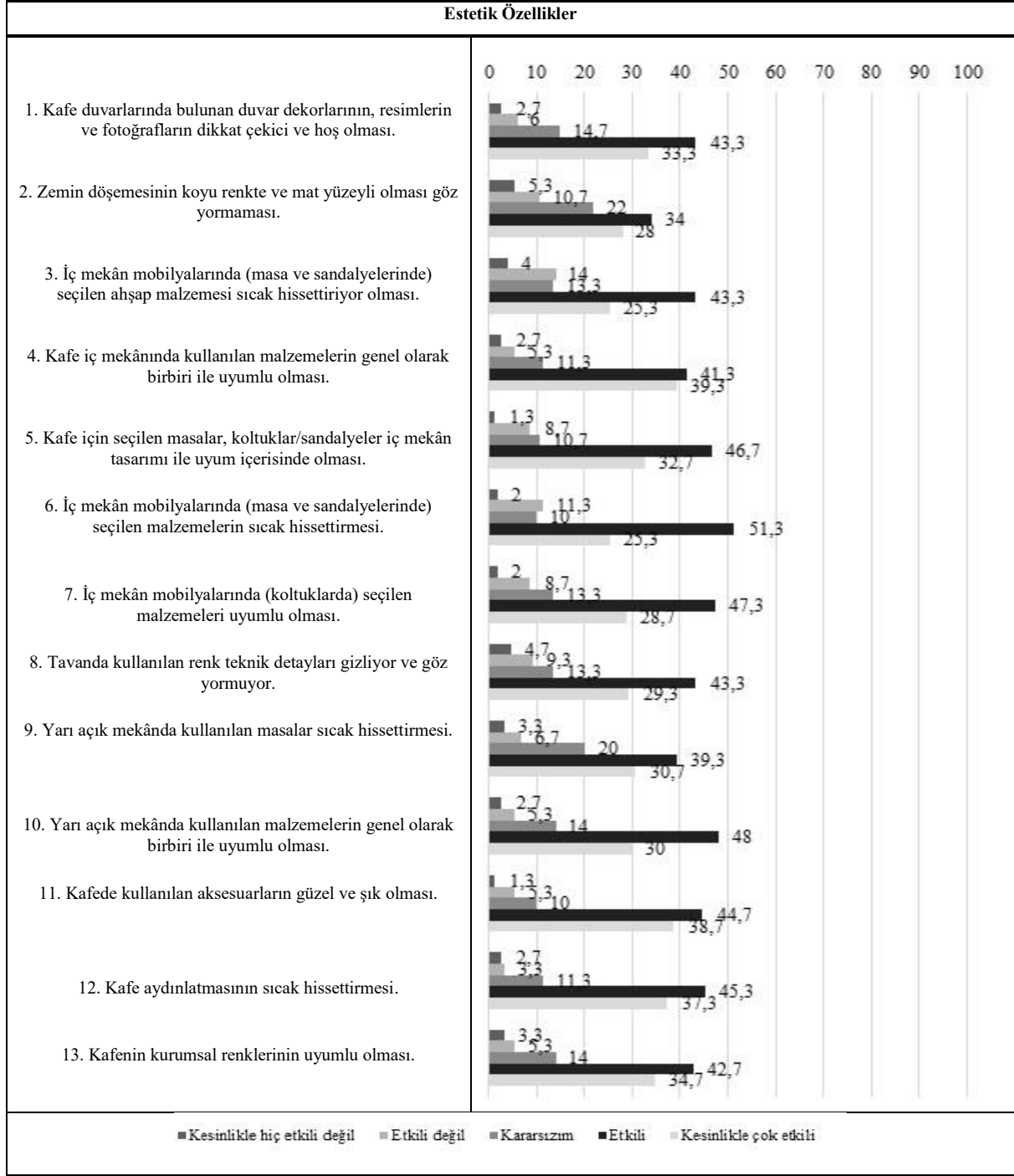
Kafelerin mekânsal özelliklerine ilişkin cevaplar değerlendirildiğinde pozitif yanıtlar ağırlıklıdır. Fakat kafelerin mevcut kullanıcıya hizmet edecek açık ya da kapalı otoparkının olmaması sebebiyle ‘kesinlikle hiç etkili değil’ yanıtları yüksek oranda (%38) verilmiştir (Tablo 8).

Tablo 8. Mekânsal Özelliklerin Dağılımı



Kafelerde gerçekleştirilen anket çalışması değerlendirildiğinde estetik özelliklerle ilgili sorulara verilen cevaplar ‘etkili’ ve ‘kesinlikle çok etkili’ seçeneklerinde toplanarak %70’in üzerinde bir oranla sonuçlandırıldığı görülmektedir. Bunun yanında ‘zemin döşemesinin koyu renkte ve mat yüzeyle olması göz yormaması’ (%22) ve ‘yarı açık mekânda kullanılan masalar sıcak hissettirmesi’ (%20) sorularında %20 gibi fark edilir bir oranda kullanıcıların ‘kararsız’ kaldığı belirlenmiştir (Tablo 9).

Tablo 9. Estetik Özelliklerin Dağılımı

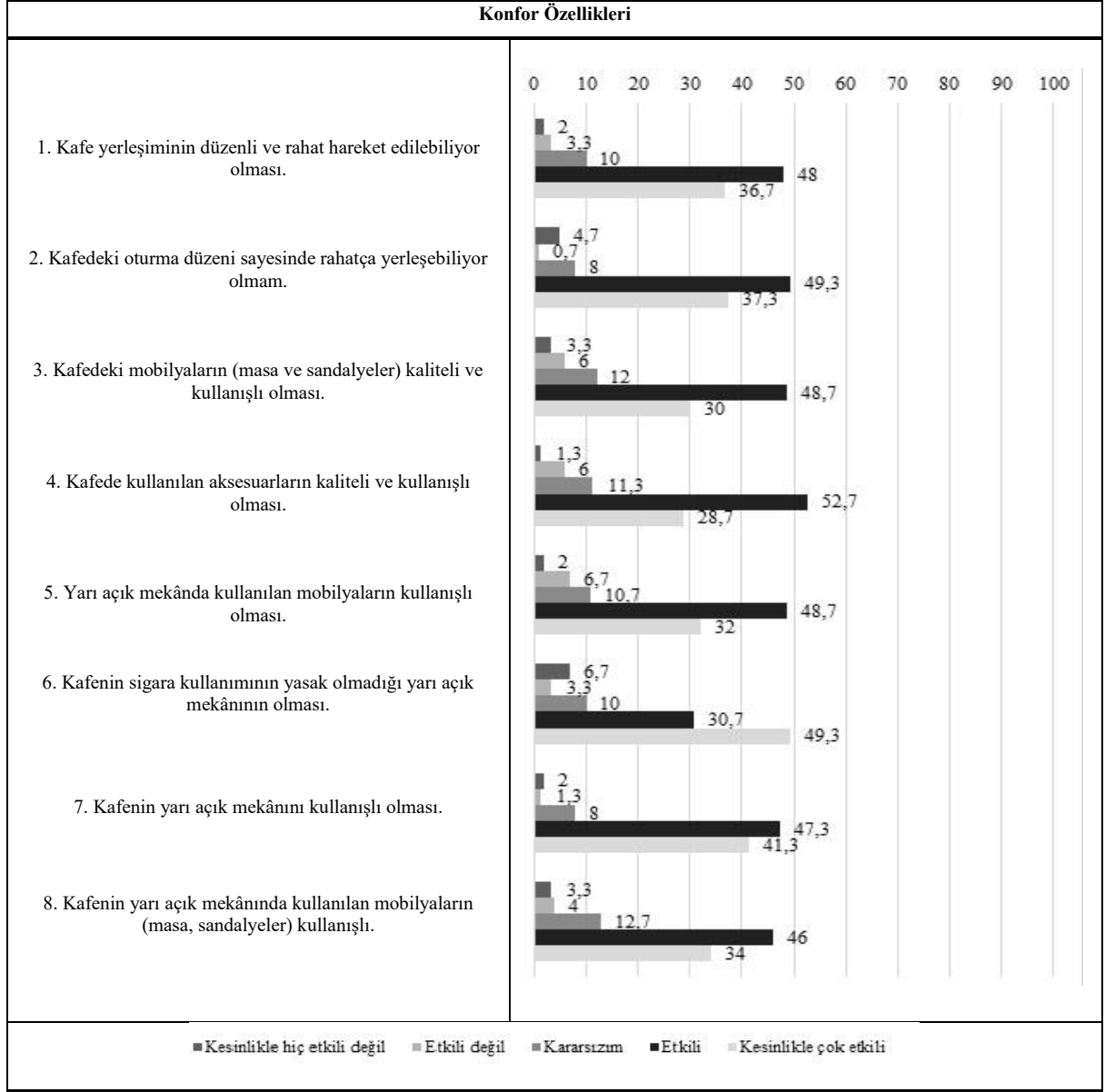


Konfor Özelliklerinin Değerlendirilmesi

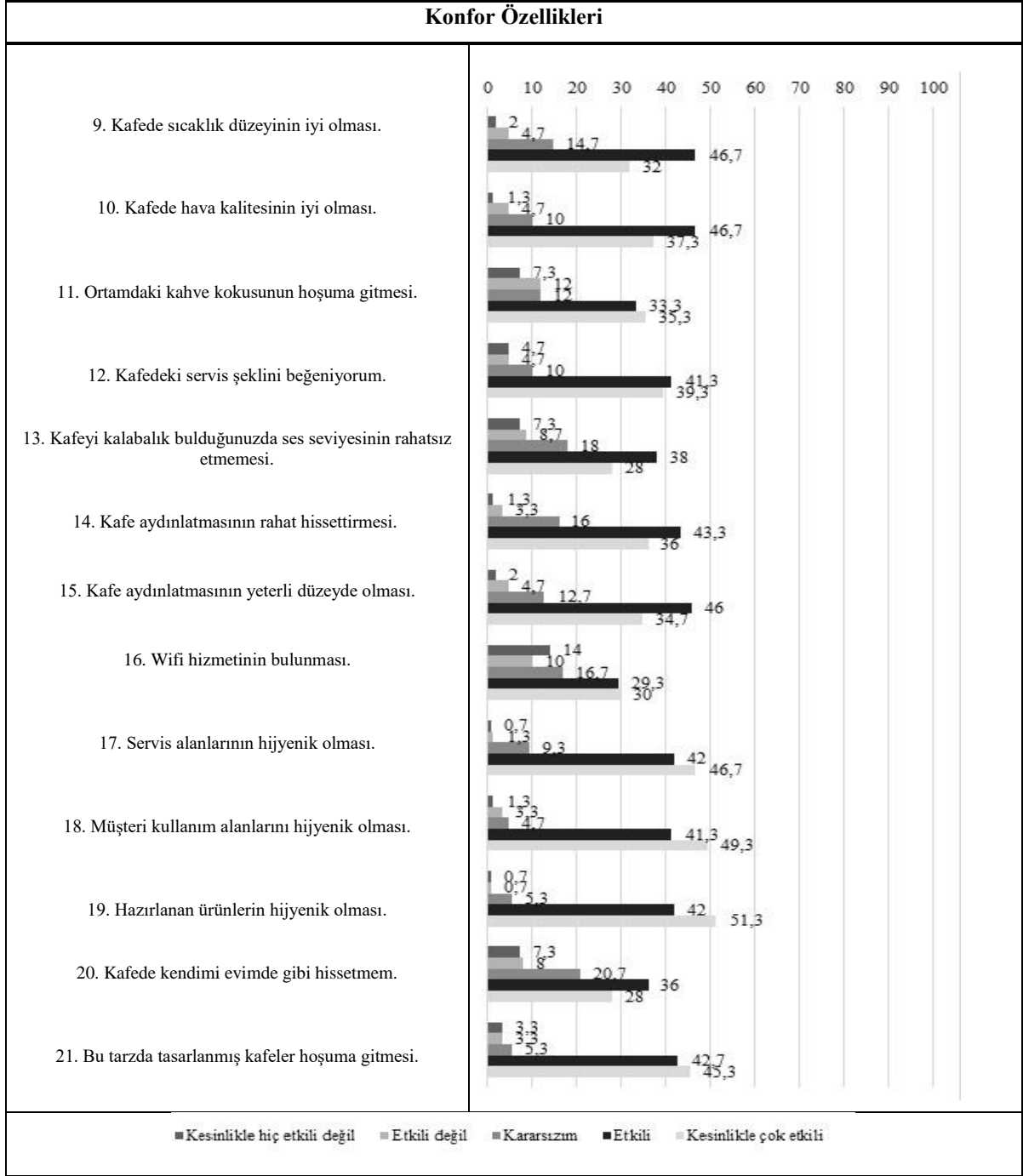
Mekân-kullanıcı ilişkisinin değerlendirildiği bu çalışmada konfor özellikleri ile ilgili sorulara verilen cevaplarda %80 oranında 'etkili' ve 'kesinlikle çok etkili' cevaplarının ağırlıkta tercih edildiği görülmektedir. 'Kafenin sigara kullanımının yasak olmadığı yarı açık mekânının olması', 'kafenin yarı açık mekânının kullanışlı olması' gibi yarı açık mekânla ilgili sorularda, 'servis alanlarının hijyenik olması', 'müşteri kullanım alanlarının hijyenik olması', 'hazırlanan ürünlerin hijyenik olması' gibi mekânın hijyeniyle ilişkili sorularda ve 'bu tarzda

tasarlanmış kafelerin hoşuma gitmesi’ sorusunda kullanıcılar %45 ve üzeri gibi ciddi bir oranda ‘kesinlikle çok etkili’ seçeneğini tercih etmişlerdir. Öte yandan kullanıcılar ‘kafede kendimi evimde gibi hissetmem’ sorusunda ise %20,7 gibi ciddi oranda kararsız olduğunu belirtmişlerdir (Tablo 10-11)

Tablo 10. Konfor Özelliklerinin Dağılımı 1



Tablo 11. Konfor Özelliklerinin Dağılımı 2



Sıfat Çiftlerinin Analizi

Zıt sıfat çiftlerinden oluşan anlamsal farklılaşma ile amaç, kullanıcıların mekânları kullanırken duygularını ya da davranışlarını ölçmektir. Kullanıcıların mekânları zıt sıfat çiftlerini puanlandırarak değerlendirdiği anlamsal farklılaşma sonuçlarına göre mekânlar 'en çok' güzel (%48,0), etkileyici (%32,7), bakımlı (%42), ferah (%41,3), düzenli (%41,3), rahat (%42), geniş (%30,7), sıcak (%32), aydınlık (%31,3), renkli (%25,3); 'çok' 'sevimli' (%33,3), kurallı (%32,0), özgür (%30,0), 'orta derecede' pahalı (%34,7), abartılı (%29,3), ender (%34,7), şaşırtıcı (%24,7) heyecanlı (%31,3), huzur verici (%31,3), basit (%30,0), sabit (%43,3), dengeli (37,3), simetrik (%38,7),

sert (%30,7) olarak değerlendirilmiştir. Mekânlar hakkında ‘en çok’ ve ‘çok’ olarak değerlendirilen sıfat çiftleri ağırlıkta gibi görünse de ‘orta’ değerlendirmelerin oranlarına oldukça yakındır (Tablo 12).

Tablo 12. Sıfat Çiftlerinin Analiz Tablosu

	% 80-100	% 60-80	% 40-60	% 20-40	% 0-20	
	en çok	çok	orta	az	en az	
Güzel	%48					Çirkin
Sevimli		%33,3				Sevimsiz
Etkileyici	%32,7					Sıradan
Pahalı			%34,7			Ucuz
Bakımlı	%42					Bakımsız
Abartılı			%29,3			Sade
Ferah	%41,3					Sıkışık
Düzenli	%41,3					Düzensiz
Kurallı		%32				Kuralsız
Rahat	%42					Rahatsız
Geniş	%30,7					Dar
Ender			%34,7			Sık Rastlanan
Şaşırtıcı			%24,7			Şaşırtıcı Olamayan
Heyecanlı			%31,3			Sıkıntılı
Özgür		%30				Kısıtlı
Huzur Verici			%31,3			Tedirgin Edici
Sıcak	%32					Soğuk
Basit			%30			Karmaşık
Sabit			%43,3			Değişebilen
Dengeli			%37,3			Dengesiz
Simetrik			%38,7			Asimetrik
Aydınlık	%31,3					Karanlık
Renkli	%25,3					Tekdüze
Sert			%30,7			Yumuşak

SONUÇ

Kafelerde yapılan araştırma sonucunda mekân-kullanıcı ilişkisi açısından kafelerin tercih edilme nedenlerine ilişkin veriler Tablo 8’de mekânsal, Tablo 9’da estetik ve Tablo 10-11’ de konfor özellikleri bakımından ayrı ayrı değerlendirilmiştir.

Değerlendirmenin sonucunda; mekânsal özellikler açısından eksikler tespit edilmiştir. Araştırma kapsamında ele alınan kafelerin mevcut otoparklarının bulunmaması kullanıcıların park sorunu yaşamasına neden olmaktadır. Buna karşın kafelerin ulaşılabilirliği (%46,7), kafeye giriş algısı (%40,7) ve kafenin içerisindeyken ulaşmak istenilen hedefe erişim kolaylığı (%40) açısından olumlu düşüncelerin ağırlıkta olduğu tespit edilmiştir. Aynı

zamanda mekânsal özellikler açısından mekânların açık veya yarı açık mekânlarının bulunması (%45,3) önemli oranda yüksek çıkarak kafelerin tercih edilmesinde etkin rol oynadığı görülmektedir.

Estetik özellikler açısından değerlendirmelere bakıldığında ise kullanıcılar üzerinde memnuniyetsizlik durumu görülmemektedir. Kullanıcıların estetik özelliklerle ilgili sorulara verdiği cevaplar ‘etkili’ ve ‘kesinlikle çok etkili’ seçeneklerinde toplanarak %70’in üzerinde bir oranda olumlu bulunmuştur. Ayrıca ‘kafede kullanılan aksesuarların güzel ve şık olması’, ‘kafe aydınlatmasının sıcak hissettirmesi’ ve ‘kafenin kurumsal renklerinin uyumlu olması’ sorularına verilen yanıtların ‘etkili’ ve ‘kesinlikle çok etkili’ seçeneklerinin %80 oranla diğer sorulara göre daha yüksek oranda çıkarak öne çıktığı görülmektedir. Bunun dışında ‘zemin döşemesinin koyu renkte ve mat yüzeyli olması göz yormaması’ (%22) ve ‘yarı açık mekânda kullanılan masalar sıcak hissettirmesi’ (%20) sorularında %20 gibi fark edilir bir oranda kullanıcıların ‘kararsız’ kalması öne çıkmaktadır. Bu bağlamda zeminde seçilen malzemelerin gözü yormayacak ve görsel konforu artırıcı özellikte olması gerekmektedir. Aynı şekilde mekânlarda kullanılan donatıların sıcak hissettirici özellikte malzemelerle desteklenmesi gerekmektedir.

Konfor özellikleri açısından değerlendirmelere bakıldığında olumsuz bir düşünceye ulaşılmamıştır. Konfor özelliklerine verilen yanıtların %80 oranında ‘etkili’ ve ‘kesinlikle çok etkili’ cevaplarının ağırlıkta tercih edildiği görülmektedir. Buradan hareketle mekân-kullanıcı ilişkisi açısından kafelerin tercih edilme nedenleri arasında konfor özellikleri mekânsal ve estetik özelliklerine oranla öne çıktığı görülmektedir.

Mekânların kullanıcılarına verdiği olanaklar doğrultusunda kullanıcıların mekân hakkındaki görüşleri şekillenir. Zıt sıfat çiftlerinden oluşan anlamsal farklılaşma ile amaçlanan, kullanıcıların mekân hakkındaki duygularını anlayabilmektir. Anlamsal farklılaşma sonuçlarının en çok, çok ve orta değerlendirmelerin ağırlıkta olduğu göz önüne alınırsa mekânlar hakkında çok fazla negatif değerlendirmeler olmamıştır. Buna karşın kullanıcıların mekânları tercih etme nedenleri ortalamanın üstünde (%70) olumlu sonuçta çıkarken, zıt sıfat çiftlerine verdikleri puanlar (%53) ortalamaya çok yakın değerlerde çıkmıştır. Bu anlamda mekânların davranışsal performans açısından kullanıcılarına verdiği hazda eksikler görülmüştür.

Günümüzde kahve mekânlarının yaygınlaştığı ve sayısının her geçen gün arttığı bilinmektedir. Kullanıcıların sıklıkla kullandığı, boş zamanını değerlendirdiği ve sosyalleştiği kahve mekânlarının tasarımı önem arz etmektedir. Bu bağlamda kafelerin kullanıcı memnuniyetsizliğini ortadan kaldıracak mekânsal, estetik ve konfor özellikleri göz önüne alınarak tasarlanması gerekliliği kabul görmektedir. Kullanıcıların tercih ettiği mekânda; kendini rahat hissetmesi, o mekânı ve malzemelerini beğenmesi, mekâna erişimin kolay olması, mekânda kendini konforlu hissetmesi mekânı tekrar tercih edilebilir kılmaktadır. Bu anlayış doğrultusunda tasarım adına verilen doğru kararlarla kullanıcıların bu mekânları tercih etmesinde artış görülecektir. Bundan sonra tasarlanacak kafelerde ve mekânlarda koşulların sağlanamadığı durumlarda mekânsal, estetik ve konfor özellikleri bakımından tasarım kararları düzenlenmeli/iyileştirilmeli ve tasarım problemlerine çözüm aranmalıdır. Çalışma bu bağlamda tasarımcılara kaynak oluşturabilmekte ve iç mekân araştırmalarına katkı sağlamaktadır.

KAYNAKLAR

Andreini L., Flora N., Giardiello P. ve Postiglione G. (2000). *Cafes And Restaurants*, Teneues.

Araz, A. (2007). Kafelerde mekân örgütlenmesi: Trabzon örneği. [Yüksek lisans tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi].

Azzuhri M. ve Tanjung A. D. (2017). Interior design at coffee shop as a factor influencing customer retention and mediating role of perceived customer satisfaction. *Journal of Entrepreneur and Entrepreneurship*, 6(2), 43-54. <https://doi.org/10.37715/jee.v6i2.639>

Bilge, E. (2010). Evliya çelebi’den hareketle kahvehanelerden kafelere dönüşüm. [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Gazi Üniversitesi.

Bostan, İ. (Ed.). (2001). *Türkiye: Türkiye diyanet vakfı islâm ansiklopedisi*, İSAM Yayınevi.

Dedeoğlu, M. (2022). *Kafe mekânlarında iç mekân analizi: Konya-Starbucks kafe örneği* [Yüksek lisans tezi, Selçuk Üniversitesi].

Gregorie, H.D., Georgeon, E. (1999). *Doğu’da kahve ve kahvehaneler*. 2. Baskı, Yapı Kredi yayınları.

- Güven E. ve Şenkal Sezer F. (2019). Kafelerde kullanıcı memnuniyetinin konfor koşulları açısından değerlendirilmesi: Görükle/Bursa örneği. *Mimarlık ve Yaşam Dergisi*, 4(1), 183-196. <https://doi.org/10.26835/my.559964>
- Hattox, R.S. (1996). *Kahve ve kahvehaneler. bir toplumsal içeceğin yakın doğudaki kökenleri*. Tarih Vakfı Yurt Yayınları
- Heise U. (2001). *Kahve ve Kahvehane*, M. 1. Baskı, M. Tüzel (çev.) Dost Kitabevi.
- Kolektif (2004). *Ana britanica genel kültür ansiklopedisi*. 15. Baskı, Türkiye: Ana Yayıncılık A.Ş., 5, 264.
- Özdemir, İ.M., Hasançebi, Ö. ve Araz, A. (2007). *Dönüşüm Paralelinde Popüler Kültürün Yarattığı Aynı Mekanlar*, XIX. Yapı-Yaşam Kongresi, 22-24 Mart 2007, Bursa, Cilt 1, 453-462.
- Sami, K. (2010). Halk kültürü bağlamında kahvehanelerin toplumsal ve mekânsal dönüşümleri Diyarbakır kent örneği. *Milli Folklor Uluslararası Kültür ve araştırma Dergisi*, (85), 159-182.
- Şahbaz, S. (2007). *Geçmişten günümüze kahvehaneler, kahvehanelerin sosyal yaşamdaki yeri ve önemi: aydın merkez örneği* [Yüksek lisans tezi, Adnan Menderes Üniversitesi].
- Şahin, E.B. (2020) *Kahve mekânı tasarımı ve kullanıcı ilişkisinin fenomenolojik yöntemler üzerinden irdelenmesi*. [Yüksek lisans tezi, Kocaeli Üniversitesi].
- Tucker, M. C. (2011). *Coffee culture; local experiences, global connections*. Roledge.
- Url 1- Dünya Bülteni-Kültür Sanat. Dünya bülteni [Çevrimiçi]. Erişim: <https://www.dunyabulteni.net/kultur-sanat/kahvehaneler-osmanli-da-halkin-sesinin-duyuldugu-kamusal-alanlardi-h301417.html/> adresinden 24 Eylül 2022 tarihinde erişilmiştir.

Yazar Katkı Oranı

Araştırmanın tamamı yazarların ortak katkıları üzerine gerçekleştirilmiş olup birinci ve ikinci yazarın katkı oranları eşittir.

Etik Beyanı

Bu çalışma Etik Kurulunun kararı ile uygun bulunmuştur.