

Kapadokya Kadın Kooperatifleri Restoranlarına Tüketici Gözünden Bir Bakış: Tripadvisor Örneği

Firdevs Yönet Eren

ÖZET

Kapadokya Bölgesi, tarihi ve kültürel zenginlikleriyle Türkiye'nin önde gelen turizm destinasyonlarından biridir. Bölgenin gastronomik potansiyeli, yerel lezzetlerin turistler için önemli bir çekim noktası olmasını sağlamaktadır. Özellikle kadın kooperatifleri, yerel mutfak kültürünün korunmasında ve turizmle entegre edilmesinde kritik bir rol oynamaktadır. Bu yüzden çalışma, Kapadokya Bölgesi'nde kadın kooperatifleri tarafından işletilen restoranlara ilişkin tüketici yorumlarının analizine odaklanmaktadır. Çalışma kapsamında Kapadokya Bölgesi'nde Tripadvisor platformunda restoran işletmesi olarak yer alan kadın kooperatiflerine yönelik yapılan toplam 333 çevrimiçi yorum nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi ile incelenmiştir. Araştırma bulguları sonucunda altı ana tema (yemek lezzeti, ürün çeşitliliği, temizlik ve hijyen, fiyat, hizmet ve kadın girişimcilikine destek) ve iki alt tema (olumlu ve olumsuz) belirlenmiştir. Kapadokya Bölgesi'nde kadın kooperatifleri tarafından işletilen restoranlara yönelik tüketici yorumlarının analizine dayanan bu çalışma, gastronomi turizmine katkı sağlayan yerel girişimlerin önemini ortaya koymaktadır. Bulgular, turistlerin yerel yemeklerin özgünlüğü ve kalitesinden memnuniyet duyduklarını, ancak hizmet gecikmeleri, hijyen eksiklikleri ve fiyat-performans sorunlarının memnuniyetsizliğe yol açtığını göstermektedir. Bu doğrultuda, kadın kooperatiflerinin sundukları geleneksel lezzetlerle bölgenin gastronomi turizmine önemli bir katkı sağladığı, ancak hizmet kalitesini iyileştirerek bu katkıyı daha da güçlendirebilecekleri sonucuna varılmıştır. Çalışma kadın kooperatiflerinin turizm sektöründeki etkilerini güçlendirmek için hizmet kalitesini iyileştirmeye yönelik öneriler sunmaktadır.

Anahtar Kelime: Kadın Kooperatifleri, Restoran Yorumları, İçerik Analizi, Kapadokya Bölgesi
Gönderilme Tarihi: 10.10.2024; Kabul Tarihi: 11.11.2024. Araştırma Makalesi

A Consumer Perspective on Cappadocia Women's Cooperatives Restaurants: The Case of Tripadvisor

ABSTRACT

Cappadocia Region is one of the leading tourism destinations in Turkey with its historical and cultural richness. The gastronomic potential of the region makes local flavors an important attraction for tourists. Women's cooperatives, in particular, play a critical role in preserving local culinary culture and integrating it with tourism. Therefore, this study focuses on analyzing consumer reviews of restaurants run by women's cooperatives in the Cappadocia Region. Within the scope of the study, a total of 333 online reviews of women's cooperatives operating as restaurants on the Tripadvisor platform in the Cappadocia Region were analyzed using content analysis, one of the qualitative research methods. As a result of the research findings, six main themes (food taste, product variety, cleanliness and hygiene, price, service and support for women's entrepreneurship) and two sub-themes (positive and negative) were identified. This study, based on the analysis of consumer reviews for restaurants operated by women's cooperatives in the Cappadocia region, highlights the significance of local enterprises that contribute to gastronomic tourism. Findings indicate that tourists appreciate the authenticity and quality of local dishes; however, delays in service, hygiene issues, and price-performance imbalances lead to dissatisfaction. In this context, women's cooperatives play a vital role in enhancing the region's gastronomic tourism with their traditional flavors, though improving service quality could further strengthen this contribution. The study offers recommendations for improving service quality to strengthen the impact of women's cooperatives in the tourism sector.

Keywords: Women's Cooperatives, Restaurant Reviews, Content Analysis, Cappadocia Region
Submitted: 10.10.2024; Accepted: 11.11.2024. Research Paper

Giriş

Yiyecek-içecek sektörü uzun zamandır erkeklerin egemen olduğu bir alandır ve kadınlar genellikle destekleyici rollerde yer almakta veya tamamen göz ardı edilmektedir (Williamson vd., 2009). Ancak, yerel ve sürdürülebilir mutfağa odaklanan kadın kooperatif restoranlarının yükselişi bu durumu değiştirmeye çalışmaktadır. Bu kuruluşlar yalnızca kadınlara mutfak yeteneklerini sergilemeleri için bir platform sağlamakla kalmamakta, aynı zamanda çalışanları ve müşterileri arasında bir topluluk ve güçlenme duygusu da yaratmaktadır (Morgan ve Winkler, 2019).

Yapılan son araştırmalar, kooperatiflerin genel olarak kadınların girişimcilik özlemleri için özellikle uygun olduğunu, çünkü modelin kadınların beklentileriyle uyumlu olduğunu ve ekonomik gelişimlerine elverişli olduğunu ileri sürmektedir (Domínguez vd., 2020). Bu eğilim, benzersiz yerel lezzetler sunan ve daha kapsayıcı bir yemek deneyimi yaratmayı amaçlayan kadın liderliğindeki kooperatif restoranlarının artan sayısı ile örtüşmektedir.

Restoranların sosyal medya üzerindeki yorumları, tüketicilerin restoran tercihlerini etkileyen önemli bir faktördür. Tüketiciler, restoran seçimlerini yaparken sosyal medya platformlarında yer alan değerlendirmeleri dikkate almaktadır. Bu bağlamda, kadın kooperatifleri tarafından sunulan yerel lezzetlerin sosyal medya üzerindeki yansımaları, bu restoranların görünürlüğünü artırmakta ve dolayısıyla müşteri çekme potansiyelini yükseltmektedir (Çolakoğlu ve Ulema, 2021; Bayram, 2017). Özellikle, sosyal medya üzerinden yapılan olumlu yorumlar, restoranların imajını güçlendirmekte ve daha fazla müşteri çekmelerine yardımcı olmaktadır (Ünal, 2023; Erol vd., 2019).

Kapadokya bölgesi, hem tarihi hem de kültürel zenginlikleriyle Türkiye'nin önde gelen turizm destinasyonlarından biri olarak öne çıkmaktadır. Bölgenin doğal güzellikleri, kültürel mirası ve yerel mutfağı, turistlerin yoğun ilgisini çeken unsurlardır. Özellikle gastronomi turizmi açısından, bölge zengin bir potansiyele sahiptir. Kapadokya'nın geleneksel mutfağı, bölgeye özgü ürünlerin ve tariflerin yer aldığı bir çeşitlilik sunar ve bu çeşitlilik turistlerin gastronomik deneyimlerini zenginleştirmektedir (Yönet Eren, 2023). Kadın kooperatifleri bu bölgede üretim sürecinin önemli aktörleri arasında yer almakta; bölgenin özgün lezzetlerini üreterek ve tanıtarak hem turizmde sürdürülebilirliği desteklemekte hem de bölgeye gelen turistlere otantik gastronomi deneyimleri sunmaktadır. Bu kooperatifler, yerel tarımsal ürünlerin korunması ve geleneksel tariflerin yaşatılmasına katkıda bulunurken, bölge ekonomisine de doğrudan fayda sağlamaktadırlar. Özellikle son yıllarda gastronomi turizmine olan ilginin artmasıyla birlikte, Kapadokya'da yerel mutfağın öne çıkarılması kadın kooperatiflerinin daha görünür ve etkili olmasına zemin hazırladığı söylenebilir.

Bu çalışma planlanırken Kapadokya Bölgesi'nin seçilmesinde ki önemli nedenlerden biri de; bölgedeki kadın kooperatiflerinin restoran işletmeciliği faaliyetlerinde aktif rol oynamasıdır. Yerel ürünleri kullanarak gastronomi turizmine katkıda bulunan bu kooperatifler, turistlerin yerel lezzetlere ulaşmasını sağlamakta ve onların otantik deneyimler yaşamasını mümkün kılmaktadır. Bu çalışma kapsamında Kapadokya'da faaliyet gösteren kadın kooperatiflerinin işletmekte olduğu restoranlara yönelik TripAdvisor yorumlarının incelenmesi, bölgedeki gastronomi turizminin gelişimi üzerinde somut bir veri sunacağı düşünülmektedir.

Sonuç olarak, kadın kooperatifleri, yerel lezzetlerin tanıtımında ve gastronomi turizminin gelişiminde önemli bir aktör olarak öne çıkmaktadır. Restoranların bu kooperatiflerle işbirliği yaparak, yerel ürünleri menülerine dâhil etmeleri, hem müşteri memnuniyetini artırmakta hem de yerel kültürün yaşatılmasına katkıda bulunmaktadır. Bu bağlamda, kadın kooperatiflerinin sunduğu yerel lezzetlerin restoranlar üzerindeki etkileri, gastronomi turizmi açısından önemli bir araştırma konusu olarak değerlendirilebilir. Bu yüzden bu çalışmada tüketicilerin restoran tercihinde en çok dikkate aldığı TripAdvisor sitesinde kadın kooperatifleri tarafından işletilen restoran yorumlarının incelenmesi hedeflenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre kadın kooperatiflerinin işlettiği restoranlara yönelik iyileştirici ve geliştirici öneriler sunulması amaçlanmaktadır. Literatürde restoran yorumlarının incelenmesine yönelik çalışmalar bulunmakta ancak yerel ürünlerin tanıtılmasında etkin rol oynayan kadın kooperatiflerinin işlettiği restoranların yorumlarına ilişkin bir çalışmaya rastlanılmamıştır.

Literatür Taraması

Uluslararası literatürde genel kabul görmüş net bir tanım bulunmamakla birlikte, kadın kooperatifi terimi, kadınlar tarafından kurulan ve yönetilen kooperatifleri tanımlamak için kullanılmaktadır (KEİG, 2015). Kadın kooperatiflerinin tarihi geçmişe dayanmakla birlikte, özellikle Türkiye'de son yirmi yıl içerisinde bu kooperatiflerin sayısında dikkate değer bir artış gözlenmiştir. Özellikle son beş yıl içinde, kadın kooperatiflerinin sayısında belirgin bir yükseliş yaşanmıştır. Bu artışın temel sebeplerinden biri, kadınların kooperatifleşme süreçlerinin sivil toplum kuruluşları, bakanlıklar, yerel yönetimler, kamu kurumları ve uluslararası kuruluşlar tarafından desteklenmesidir (Adar vd., 2023).

Kadın kooperatifleri, kadınların ekonomik fırsatlarını artırmak, sosyal refahı teşvik etmek ve toplulukları içinde kendilerini güçlendirmek için oluşturdukları kolektif örgütlerdir. Bu kooperatifler genellikle tarım, el sanatları ve gıda üretimi gibi çeşitli sektörlerle odaklanarak kadınların işbirliği yapmasını, kaynakları paylaşmasını ve bireyler olarak erişemedikleri pazarlara erişmesini sağlamaktadır (Brogan ve Dooley, 2023). Kooperatif modeli yalnızca ekonomik bağımsızlığı teşvik etmekle kalmamakta, aynı zamanda kadınlar arasında işbirliği için çok önemli olan sosyal ağları da güçlendirmektedir (Hapsari ve Soeditaningrum, 2018). Örneğin, Kutay (2022), özellikle Türkiye bağlamında, kırsal kalkınmada kadın kooperatiflerinin önemine odaklanan bir çalışma yürütmüştür. Çalışma, kadın kooperatiflerinin yoksulluğu azaltma, istihdamı teşvik etme ve kırsal alanlardaki kadınları güçlendirmedeki rolünü keşfetmeyi amaçlamıştır. Çalışma, kırsal kalkınma ile kooperatifler arasındaki ilişkiyi analiz ederek, bu kooperatiflerin hem ekonomik hem de sosyal kalkınmaya nasıl katkıda bulunduğunu vurgulamıştır. Sonuçlar, kadın kooperatiflerinin kadınların istihdama, kaynaklara ve sosyal haklara erişimini iyileştirmede kritik bir rol oynadığını ve böylece onları kırsal kalkınmanın temel itici gücü haline getirdiğini vurgulamıştır.

Kadın kooperatiflerinin çalışma alanları geniş bir yelpazeyi kapsamakta ve toplumsal katkı sağlama amacıyla çeşitli faaliyetlerde bulunmaktadır. Bu alanlar şunlardır:

- **El Becerileri Eğitimi:** Kooperatifler, kadınların el becerilerini geliştirmesi için eğitici kurslar düzenlemektedir. Bu kurslar, kadınların ekonomik olarak bağımsız olmalarına katkı sağlar.
- **Geleneksel Ürünlerin Üretimi ve Pazarlanması:** Kooperatifler, geleneksel gıda, giyim, hediyelik eşya gibi ürünlerin üretim ve pazarlanmasını organize eder, böylece yerel ekonomiyi desteklerler.
- **Lokantacılık:** Kooperatifler, yerel mutfağı tanıtmak ve gastronomi turizmine katkıda bulunmak amacıyla restoran işletmeciliği yaparlar.
- **Engelli Eğitimi ve Bakımı:** Engelli bireyler için eğitim ve bakım hizmetleri sunarak toplumsal eşitliğe katkıda bulunurlar.

- **Okul Öncesi Eğitim:** Kooperatifler, okul öncesi çocukların eğitimine yönelik faaliyetler düzenler, erken çocukluk gelişimine destek sağlar.
- **Fuar, Şenlik ve Etkinlikler:** Kooperatifler, hem yurtiçinde hem de yurtdışında fuar, şenlik, sergi gibi etkinlikler düzenler veya bu etkinliklere katılım sağlar. Bu etkinlikler sayesinde hem kooperatifin görünürlüğü artar hem de üyeleri için yeni fırsatlar yaratılır.
- **Sosyal Etkinlikler:** Kooperatif üyelerine yönelik sosyal etkinlikler düzenlenerek toplumsal birlik ve dayanışma güçlendirilir.

Bu çalışma alanları, kadın kooperatiflerinin sadece ekonomik değil, aynı zamanda sosyal ve kültürel alanda da aktif bir rol oynamalarına olanak tanımaktadır (Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü, 2012).

Türkiye’de kadın kooperatiflerinin büyük bir kısmı herhangi bir mesleğe ve iş deneyimine sahip olmayan ev hanımları tarafından kurulmaktadır (Duguid, Durutaş ve Wodzicki, 2015). Bu kadınlar kooperatifte en iyi bildikleri ürünleri üretenlerden oluşmaktadır. Bu nedenle kadın kooperatiflerinde yaygın bir şekilde buldukları bölgeye özgü yöresel ürünler üretilmektedir. Bu sayede bölgenin kendine özgü yemeklerinin envanterinin oluşması, tariflerin gelecek nesillere aktarılması gibi önemli katkıları bulunmaktadır. Bu nedenle kadın kooperatifleri, özellikle yerel mutfak geleneklerinin tanıtımı ve korunması yoluyla, destinasyonların gastronomi turizmini şekillendirmede önemli bir rol oynamaktadır. Bu kooperatifler genellikle yerel gıda ürünleri üretme ve pazarlama için bir araya gelen kadınlardan oluşmakta ve böylece bölgesel mutfakların görünürlüğü ve bilinirliğinin artırılması için çalışmaktadır. Kadın kooperatifleri, geleneksel tariflere ve yerel malzemelere odaklanarak, gerçek deneyimler arayan turistler tarafından giderek daha fazla değer verilen bir destinasyonun mutfak sunumlarının özgünlüğüne katkıda bulunmaktadır (Akmeşe vd., 2024).

Araştırmalar, kadın kooperatiflerinin gıda üretiminde yer almasının yalnızca yerel ekonomileri desteklemekle kalmayıp aynı zamanda bir topluluk ve kültürel kimlik duygusu da geliştirdiğini göstermektedir. Bu kooperatifler yerel gastronomik ürünlerin üretiminde yer aldıkça, üyeleri için ekonomik fırsatlar yaratırken aynı zamanda bölgelerinin kültürel mirasını da teşvik etmektedir (Akmeşe vd., 2024). Bu ikili etki, mutfak turizmiyle ilgilenen turistleri çekmeyi amaçlayan destinasyonlar için çok önemlidir, çünkü yerel yemek deneyimleri destinasyon çekiciliğini artırmaktadır (Choe ve Kim, 2019).

Gastronomi, somut olmayan kültürel mirasın sürdürülebilirliğini korumak ve onu turizm tekliflerinin temel bir bileşeni olarak dâhil etmek için hayati bir mekanizma görevi görmektedir. Somut olmayan kültürel varlıkların korunması, bir topluluk içinde kolektif bir kimlik duygusunun yaratılmasına katkıda bulunur ve kültürel çeşitliliği teşvik ederek insan yaratıcılığına daha fazla saygı duyulmasını sağlar. Özellikle el yapımı kültürel mirasın üretiminde kadın emeği, bu geleneklerin korunması ve geliştirilmesinde önemli bir rol oynar (Coşar, 2017). Bu kapsamda kadın kooperatifleri kaynakların verimli bir şekilde tahsis edilmesinde etkilidir ve yerel toplulukların ekonomik gelişimini teşvik etmektedir. Ayrıca, bölgesel bağlamlarda kadınların üretim sürecine dâhil edilmesini kolaylaştırırlar. Özellikle kadın kooperatifleri, kadın emeğinin daha geniş ekonomik çerçeveye entegre edilmesinde kilit aktörlerdir. Bu kooperatifler, kadınlara ekonomide üretici olarak yer alma, benzersiz beceri ve yeteneklerinden yararlanma fırsatları sağlamaktadır (Cihangir vd., 2023).

Yöresel gastronomik ürünlerin turizm aracılığıyla hem ulusal hem de uluslararası platformda destinasyonlara önemli bir rekabet avantajı sağladığı, ekonomik büyümeye katkı sunduğu ve pazar hakimiyetini güçlendirdiği görülmektedir. Bu bağlamda, toplumsal ve kültürel kimlikle özdeşleşmiş yerel

gastronomi ürünlerinin vurgulanması, üretim ve pazarlama süreçlerinin güçlendirilmesi büyük bir önem taşımaktadır. Bu süreçte, yerel gastronomik mirasın korunmasında ve tanıtımında kilit rol oynayan kadın kooperatifleri, önemli bir kaynak olarak öne çıkmaktadır. Kadın kooperatifleri, ziyaretçilerin beklentilerine uygun ve talep gören yöresel gastronomi ürünleri sunarak hem ekonomik gelirlerini artırabilir hem de kendi bilinirliklerini yükseltebilirler. Ayrıca, bu faaliyetler, kooperatiflerin yer aldığı destinasyonların tercih edilirlğine de olumlu katkı sağlar. Sonuç olarak, gastronomi turizmi alanında yerli ve yabancı turistlerin aktif katılımıyla destinasyonların çekiciliğini artıran bu kooperatifler, alternatif turizm rotalarının belirlenmesinde etkili bir rol oynayarak model teşkil edebilirler (Dizdar, 2022, Cihangir vd., 2023).

Literatür incelendiğinde kadın kooperatiflerinin yöresel ürün, gastronomi turizmi vb. bağlamında ele alan çalışmaların oldukça sınırlı olduğu görülmektedir. Akmeşe vd. (2024), Bor Kadın Tarımsal Kalkınma Kooperatifinin yerel gastronomik ürünlerin sürdürülebilirliğini teşvik etmedeki rolünü inceleyen bir çalışma yürütmüştür. Araştırma, kooperatif üyelerinin yerel gastronomik ürünlerin üretimi ve pazarlanması konusundaki farkındalıklarını ve bakış açılarını değerlendirmeyi amaçlamıştır. Nitel araştırma yöntemi kullanarak kooperatifin 20 kadın üyesinden veri toplamışlardır. Çalışma, kooperatif üyelerinin turizm bağlamında yerel ürünlerin üretimi ve pazarlanmasında önemli bir rol oynadığını, yerel kalkınmaya ve kadın istihdamına katkıda bulunduğunu bulmuştur. Yazarlar ayrıca, gastronomik turizmin teşvikinde kadın kooperatiflerinin görünürlüğünü ve etkisini iyileştirmek için önerilerde bulunmuştur.

Cihangir vd. (2023), gastronomi turizmi çerçevesinde yerel gastronomi ürünlerinin tanıtımında kadın kooperatiflerinin rolünü araştırmak amacıyla Niğde ilindeki Denee Kadın Kooperatifi'ne odaklanarak bir çalışma yürütmüşlerdir. Araştırma, kooperatif üyelerinin yerel gastronomi ürünlerinin üretimi ve pazarlanması konusunda farkındalık ve tutumlarını değerlendirmeyi amaçlamıştır. Nitel araştırma yöntemi kullanılarak kooperatifin 20 üyesinden veri toplanmıştır. Bulgular, kooperatif üyelerinin gastronomi turizmi kapsamında yerel ürünlerin kullanılmasını, ekonomik kalkınmaya ve istihdam olanaklarının artmasına katkıda bulunmasını desteklediğini ortaya koymuştur. Çalışma, kadın kooperatiflerinin desteğiyle yerel gastronomi değerlerinin turizme daha fazla entegre edilmesi için önerilerle sonuçlanmıştır.

Kadın kooperatifleri şüphesiz, bölgenin gastronomik mirasının ortaya konması ve yöresel ürünlerin sunulmasına katkı sağlamaktadır. Ancak bu hizmetin tüketiciler tarafından nasıl algılandığı konusunda araştırma yapılmasına ihtiyaç bulunmaktadır. Literatür incelendiğinde daha önce böyle bir çalışma yapılmadığı görülmektedir. Çalışma sonucunda elde edilecek verilerin kadın kooperatiflerinin müşterileri ile olan ilişkisini ortaya koyacak ve onların bunu nasıl yönetmeleri konusunda kooperatiflere kılavuz olacağı düşünülmektedir.

Araştırma Yöntemi

Örnekleme ve Veri Toplama

Bu çalışma, TripAdvisor'daki kullanıcı geri bildirimlerinin içerik analizini kullanarak, Kapadokya bölgesindeki kadın kooperatifleri tarafından işletilen restoranlara ilişkin olumlu ve olumsuz yorumların sınıflandırılmasına odaklanmaktadır. Literatürde restoranların olumlu ve olumsuz yorumlarını inceleyen benzer çalışmalar bulunmasına rağmen (İpar, Babaç, Kök, 2020; Kılınç, 2020; Şahin ve Perçin, 2020; Şahin, 2021; Ünal, 2023), kadın kooperatiflerine yönelik işletme modelinde olan restoranlara yönelik bir araştırma tespit edilmemiştir. Temel araştırma sorusu, "Kapadokya Bölgesi'nde faaliyet gösteren kadın kooperatiflerinin işlettiği restoranlara tüketicilerin TripAdvisor platformundaki düşünceleri nelerdir?" şeklindedir.

Araştırmanın amacı, müşteri memnuniyeti ve memnuniyetsizliğinin neler olduğunu gösteren ana temaları belirlemektir.

Araştırma verileri, gezginlerin konaklama deneyimleri hakkında geri bildirim yaptığı ve özellikle müşteri yorumları paylaşımlarını sağlayarak elektronik ağızdan ağıza (eWOM) pazarlamanın yapıldığı 29 pazarda 28 dilde hizmet veren TripAdvisor'dan elde edilmiştir. Çalışma verilerinin TripAdvisor'dan elde edilme nedeni bu platformun tüketicilerin, oteller, restoranlar, turistik yerler ve çeşitli seyahatle ilgili konular hakkında bilgi ve öneriler sunan ünlü bir seyahat ve restoran yorumunu içeren bir internet sayfası olmasıdır. Kadın kooperatifleri gibi yerel işletmelerin daha fazla tüketiciye ulaşabilmesi ve bilinirliğinin artırılması için bu platformlarda yer almaları oldukça önemlidir. Çünkü yapılan bazı çalışmalarda, kadın kooperatifleri tarafından üretilen yöresel ürünlerin gastronomi turizmine kazandırılması pazarda rekabet avantajı sağlayarak ekonomik gelirlerde artış ve daha fazla istihdam olanağı sağlayacağı ve kırsal kalkınmaya katkıda bulunacağı belirtilmektedir (Gök, 2023; Abbaskhah, Aghaeizadeh ve Hesam, 2021). Bununla birlikte tüketiciler, kadın kooperatifleri tarafından üretilen yerel ürünleri otantik, geleneksel tariflerin aslına uygun olduğunu ve yiyeceklerin sağlıklı olduğunu düşünmektedir (Anthopoulou ve Koutsoub, 2010). Bu nedenle Kapadokya gibi bilinen bir destinasyonda yer alan ve yerel yiyecek-içecek üreten kadın kooperatiflerinin yerli ve yabancı turistler tarafından nasıl algılandıklarının anlaşılması ile yöresel ürünlerin üretilmesi ve tüketilmesine kadın kooperatifleri gibi oluşumların desteklenerek yerel kalkınmanın sağlanmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Çalışmanın amacına uygun olarak T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın tanımına göre (KTB, 2024) Kayalık Kapadokya (Uçhisar, Ürgüp, Avanos, Göreme, Derinkuyu, Kaymaklı, Ihlara ve çevresi) bölgesinde faaliyet gösteren ve TripAdvisor'da yer alan kadın kooperatifleri araştırmaya dahil edilmiştir. Çalışmada yer alan kadın kooperatiflerinin belirlenmesi için öncelikle Nevşehir İl Ticaret Müdürlüğü ile görüşülmüş ve yiyecek içecek üreten kadın kooperatifleri belirlenmiştir. Bu verilere göre Kayalık Kapadokya'da bulunan 9 kadın kooperatifi olduğu görülmektedir. Araştırma evreni, Kapadokya bölgesindeki 400'den fazla restorana ilişkin olumlu veya olumsuz yorum gönderen tüm TripAdvisor kullanıcılarından oluşmaktadır. TripAdvisor'da 2024 yılında Temmuz-Ağustos aylarında yapılan araştırma sonucunda 3 adet kadın kooperatifinin işlettiği restoran bu platformda yer almaktadır. Bu yüzden, çalışma kapsamında örnekleme yöntemine başvurulmadan bu üç işletme incelenmiştir. Bu üç kadın kooperatifi kendilerine ait restoranlarda bölgeye özgü yerel ürünleri sunmaktadır. Bir destinasyonda gastronomi turizminin gelişiminde önemli rol oynayan bu kooperatiflere yönelik gezginlerin yorumlarını incelemek oldukça önemlidir. Çünkü genellikle ev hanımları tarafından kurulan kadın kooperatiflerinin sunmuş oldukları ürünler ve hizmete yönelik müşterilerin geri bildirimlerinin bilinmesi işletmenin devamlılığının sağlanmasında oldukça önemlidir. Fakat kadın kooperatiflerini kuran ve çalışan kadınların büyük bir çoğunluğu daha önce iş deneyimine sahip olmaması nedeniyle sundukları ürün ve hizmetlerin standart olması ve belirli bir hizmet kalitesine erişememesi gibi sorunlarla karşılaşabilmekte ve bunu nasıl yönetecekleri konusunda desteğe ihtiyaç duymaktadır. Bu nedenle bu çalışmadan elde edilecek sonuçların kadın kooperatiflerine bu anlamda destek sağlayacağı düşünülmektedir.

Veri toplama süreci sırasında belirli bir tarih aralığı belirlenmemiş ve işletmelere yapılan yorumların hepsi araştırmaya dahil edilmiştir. Araştırmaya dahil edilen kadın kooperatifleri Kayalık Kapadokya Bölgesi'nde yer almaktadır. Her restoranın yorumları dikkatlice incelendikten ve belirtilen kriterleri karşıladıklarından emin olduktan sonra toplam 333 çevrimiçi yorum toplanmıştır. Yorumlar incelendiğinde

tek başına anlam ifade etmeyen kelime ya da resimli ifade (emoji) yer almadığı için yorumların hepsi analize dahil edilmiştir. Yorum seçim sürecinde daha uzun yorumlara öncelik verilmiştir. Bunun nedeni, daha uzun yorumların müşterinin deneyimi hakkında daha ayrıntılı ve derinlemesine bilgi sağlama eğiliminde olmasıdır. İkinci neden, daha uzun yorumlar araştırmacılar ve okuyucular için genellikle daha güvenilir görünmesidir.

Verilerin Analizi ve Bulgular

Verilerin analizinde nitel araştırma yöntemlerinden biri olan içerik analizinden yararlanılmıştır. İçerik analizi, metinlerin sistematik ve nesnel olarak tanımlanması ve kategorilendirilmesini yapabilmek için tekrarlanabilir ve geçerli çıkarım yapabilen bir araştırma tekniğidir (Weber, 1985). Bu analiz turizmle ilgili birçok çalışmada kullanılmıştır (Li, Ye ve Law, 2013; Sckuckert, Lui ve Law, 2015; Yarış, Çakar ve Aykol, 2019; Ruiz ve Guzman-Parra, 2023).

Araştırmaya dâhil edilen kadın kooperatiflerine ait bilgiler Tablo 1.'de yer almaktadır.

Tablo 1. Kadın Kooperatiflerine Ait Bilgiler

Kooperatif Adı	Yorum Sayısı	Yıllar
Restoran 1	43	2022-2024
Restoran 2	195	2018-2024
Restoran 3	95	2017-2024
Toplam Yorum Sayısı: 333		

Bu üç kadın kooperatifine ait TripAdvisor'da toplam 333 yorum bulunmaktadır. İşletmelere göre değişmekle birlikte Yorumlar 2017 ile 2024 yılları arasında yapılmıştır. TripAdvisor tarafından yapılan değerlendirme incelendiğinde yorumların 295 tanesinin mükemmel ve çok iyi, 13 tanesi ortalama ve 25 tanesi de kötü/ berbat olarak derecelendirilmiştir. Çalışma kapsamında burada yer alan yorumlar Word dosyasına aktarılmıştır ve her bir yorum Y1, Y2, Y3, Y333 olarak adlandırılmıştır. Elde edilen yorumlar daha sonra Maxqda 22 programı ile analiz edilmiştir. Bu analiz sonrasında “Yemek Lezzeti, Ürün Çeşitliliği, Temizlik ve Hijyen, Fiyat, Hizmet, Kadın Girişimciliğe Destek” olmak üzere 6 ana tema belirlenmiş olup, ana temalar iki alt temaya “Olumlu ve Olumsuz” olarak ayrılmıştır.

Tablo 2. Restoran Yorumlarının Ana ve Alt Temalara Göre Dağılımı

Ana Tema	Alt Tema	Yorum Sayısı	Yüzde (%)
Yemek Lezzeti	Olumlu	25	11.74
	Olumsuz	8	3.76
Ürün Çeşitliliği	Olumlu	20	9.39
	Olumsuz	5	2.35
Temizlik ve Hijyen	Olumlu	35	16.43
	Olumsuz	5	2.35
Fiyat	Olumlu	40	18.78
	Olumsuz	8	3.76
Hizmet	Olumlu	25	11.74
	Olumsuz	12	5.63
Kadın Girişimciliğe Destek	Olumlu	30	14.08
	Olumsuz	-	-

Toplam	333	100
--------	-----	-----

Tablo 2. incelendiğinde tüketicilerin olumlu yorum sayısının olumsuz yorumlara göre daha fazla olduğu görülmektedir. Her bir alt temaya ilişkin bulgular aşağıda detaylandırılmıştır.

Yemek Lezzeti: Kadın kooperatiflerinin yapmış oldukları yöresel ürünlerin tüketiciler tarafından beğenildiği görülmektedir. Tüketiciler yorumlarda yöresel ürün olarak adlandırdıkları yemeklerin mantı, sarma, köfte olduğu görülmüştür. Bununla birlikte yorumlarda, yemeklerin taze ve doğal malzemelerle yapıldığı sıklıkla dile getirilmiştir. Yemeklerin ev yapımı olması, özellikle pozitif yorumlarda öne çıkmıştır. Yöresel yemeklerin özgün tadı, özellikle mantı ve sarma gibi yemeklerde çok olumlu karşılanmıştır. Bununla birlikte yemeklerin kıvamı, soğuk olması gibi bazı olumsuz yorumlar da bulunmaktadır. Bu temaya ait öne çıkan yorumlar şöyledir: Y1:*Mantısı ve sarması gerçekten çok lezzetliydi, tekrar gelmeyi düşünüyoruz*”, “Y23:*Ev yemekleri gerçekten çok lezzetliydi, sarmayı özellikle çok beğendik.*”, “Y59:*Mantının sosu çok ekşiydi, hiç beğenmedik*”, “*Yemekler soğuk geldi ve servis çok yavaştı*”.

Ürün Çeşitliliği: Tüketiciler yorumlarda sıklıkla menüde bulunan yemeklerin çeşitliliğinin fazla olduğu vurgulamışlardır. Birçok yöresel lezzetin menüde yer almış olması tüketicilerde memnuniyet yaratmıştır Ancak bu durumun işletmeden işletmeye değiştiği görülmektedir. Bazı işletmelerde de durum aksidir. Menüde bulunan yöresel ürünlerin sayıca az olması ve tatlı çeşitlerinin yeterince olmaması eleştirilmiştir. Bu temada genel olarak tüketiciler kadın kooperatiflerini diğer restoran işletmelerine kıyasla yöresel ürünlere daha fazla yer vermesi ve ev yapımı olması nedeniyle tercih ettiklerini vurgulamışlardır. Y11: *Yöresel yemekler haricinde çeşitli ev yapımı tatlılar ve içecekler de mevcut, bu nedenle her damak tadına uygun bir şey bulmak mümkün.*”, Y320: *Çeşit çok fazla, mantıdan dolmaya kadar birçok farklı yöresel yemek sunuluyor.*”, Y47: *Geleneksel yemekler kadar tatlı seçenekleri de oldukça iyi. Yemek çeşitliliği harika, her seferinde farklı lezzetler denedik.*”, Y89: *Menüdeki çeşit çok azdı, özellikle alternatif yemekler yoktu. Daha fazla çeşit beklerdim.*”, Y94: *Tatlı menüsü oldukça kısıtlı, sadece birkaç çeşit tatlı sunuluyordu.*” Y68: *Yöresel yemek çeşitliliği fena değil ama bazı klasik yemekler eksik kalmıştı.*”

Temizlik ve Hijyen: Tüketiciler hizmet aldıkları kooperatiflerin temizlik ve hijyen konusunda olumlu yorumlarda bulunmuşlardır. Bu temaya ait yorumlar incelendiğinde, mutfak ve servis alanlarının temiz ve hijyenik olduğu, personelin temizlik kurallarına dikkat ettiği vurgulanmaktadır. Bununla birlikte, bazı olumsuz yorumlar, restoranların yoğun zamanlarda temizlik konusunda eksik kaldığına dair eleştiriler içermektedir. Bu eleştiriler genellikle hizmetin yavaşladığı, masaların yeterince hızlı temizlenmediği durumlara yöneliktir. Y14: *Restoran tertemizdi, masalar ve servis alanları pırıl pırıldı.*”, Y28: *Hijyen kurallarına oldukça dikkat ediyorlar, özellikle mutfak bölümü çok hijyenikti.*” Y32: *Restoran çok kalabalık olduğunda masalar yeterince temizlenmedi, bu biraz rahatsız ediciydi.*” Y45: *Hijyen konusunda daha dikkatli olabilirler, özellikle yoğun saatlerde temizlik eksik kalabiliyor.*”

Fiyat: Tüketiciler menülerde yer alan ürünlerin fiyatı konusunda genellikle olumlu yorumda bulunsalar da bazı ziyaretçiler yemeklerin fiyatını yüksek bulmuştur. Yöresel yiyecek-içecek sunan bu işletmelerde fiyat-performans dengesi genellikle lezzetli ve kaliteli yemeklerle desteklenmiş olsa da, bazı müşteriler fiyatların yemek kalitesi ve porsiyon büyüklüğüne göre yüksek olduğunu belirtmiştir. Bununla birlikte, özellikle yöresel yemekler için uygun fiyatlar sunulması ziyaretçiler arasında olumlu karşılanmıştır. Y65: *Fiyatlar gayet makuldü, lezzetli ve kaliteli yemekler yedik.*”, Y46: *Bu fiyata böyle güzel ev yemekleri yemek harikaydı. Fiyat-performans dengesi mükemmel.*” Y16: *Mantı ve yaprak sarma bu fiyatlara bu kadar güzel olunca, kesinlikle tekrar geleceğim.*”, Y95: *Fiyatlar çok uygun, özellikle bu kalitede yemekler için.*”, Y153: *Fiyatlar yemeklerin kalitesine göre oldukça yüksekti, beklentimi karşılamadı.*”, Y168: *Yemeklerin*

porsiyonu küçük olmasına rağmen fiyatları çok yüksekti. Fiyat performans dengesinde sıkıntı var, daha ucuz olmalıydı."

Hizmet: Bu temada yapılan yorumlar çalışanların ilgisi ve ilgisizliğine yöneliktir. Olumlu yorumlarda çalışanların güler yüzlü ve samimi olduğu, hızlı servis aldıkları ve dikkatli hizmetten memnun kaldıkları belirtilmiştir. Ancak olumsuz yorumlarda hizmetin yavaş, çalışanların ilgisiz ve bazen profesyonel olmayan tutumları şikâyet konusu olmuş. Özellikle yoğun zamanlarda servis hızının düştüğü ve müşteri memnuniyetinin azaldığı belirtilmiştir. Y143: "Çalışanlar çok güler yüzlüydü, kendimizi evimizde gibi hissettik." Y29: "Servis çok hızlıydı, yemekler sıcacık geldi ve taleplerimiz hemen karşılandı.", Y182: "Güler yüzlü personel, samimi ortam. Kesinlikle tekrar gelirim.", Y176: "Çalışanlar pek profesyonel değildi, özellikle sipariş alırken dikkatsizlerdi.", Y157: Güler yüz beklerken, oldukça ilgisiz bir tavırla karşılaştık.", Y73: "Yoğun olduğu zamanlarda servis ciddi şekilde aksadı, yemekler geç geldi".

Kadın girişimciliğe destek: Tüketiciler yorumlarında, bu işletmeleri tercih etme nedenlerinden biri olarak da kadınların iş gücüne katılımını, kendi işlerini yürütmelerini ve yöresel kültürü yaşatarak ekonomik bağımsızlık kazanmaları olduğunu belirterek sıkça takdir etmişlerdir. Bu kategori ile ilgili olumsuz bir yorum bulunmamaktadır. Y:19: "Kadınların böyle bir işletme yönetmesi beni çok mutlu etti, desteklemekten gurur duyuyorum.", Y197: "Kadın girişimcilerin çalıştığı bu işletmeler hem ekonomik hem de kültürel açıdan çok önemli.", Y206: "Bu kooperatif, kadınların iş gücüne katılmasını sağlıyor, bu da bölge için büyük bir katkı.", Y93: "Kadınların ekonomik bağımsızlık kazanmasına destek olmak için bu tür işletmeleri tercih ediyorum."



Resim 1. Olumlu Yorumlardan Oluşturulan Kelime Bulutu

Olumlu yorumlardan oluşturulan Resim 1'deki kelime bulutu, kadın kooperatifleri tarafından işletilen restoranlarda müşterilerin memnuniyetine katkıda bulunan temel nitelikleri yansıtmaktadır. En sık belirtilen olumlu yönler, mantı, yaprak sarma ve erişte gibi yerel yemeklerin tadı ve otantikliğiyle ilgilidir. Bu yemekler genellikle lezzetli ve otantik oldukları için övülmekte ve bu da ziyaretçiler için gastronomik deneyimi artırmaktadır. Bununla birlikte, temizlik ve hijyen temaları belirgin bir şekilde ortaya çıkmakta ve müşterilerin hijyenik koşulları ile ortamın düzenliliğini önemseyişini göstermektedir. Bu durum müşterilerin yemek deneyimlerine olumlu katkıda bulunmaktadır. Tekrar eden bir diğer tema ise, müşterilerin yiyecek ve hizmet kalitesine kıyasla makul fiyatlar için takdirlerini ifade ettikleri fiyat-performans dengesidir. Bu denge, özellikle yerel mutfak bağlamında müşteri memnuniyetini sağlamak için çok önemlidir. Ayrıca, güler yüzlü hizmet ve

personelin yarattığı sıcak atmosfer, olumlu deneyimde önemli faktörler olarak vurgulanmaktadır. Kelime bulutu ayrıca, kadın girişimi ve toplumsal katkı gibi terimlerin öne çıkmasıyla, bu kuruluşların arkasındaki sosyal sorumluluk ve kadın girişimciliğine yönelik güçlü takdiri de yansıtmaktadır. Bunlar yalnızca mutfak kalitesini değil, aynı zamanda yerel kadınların güçlendirilmesi ve toplum geliştirme çabalarına verilen desteği de göstermektedir. Sonuçta bu görselleştirmenin, yiyecek kalitesi, misafirperverlik ve kadınlar tarafından yönetilen kooperatiflerin müşteriler için olumlu bir deneyim yaratmadaki sosyal etkisi arasındaki bağlantıyı vurguladığı düşünülmektedir.



Resim 2. Olumsuz Yorumlardan Oluşturulan Kelime Bulutu

Olumsuz yorumlar için kullanılan Resim 2’deki kelime bulutu, kadın kooperatifleri tarafından işletilen restoranlardaki müşteriler arasında memnuniyetsizliğin birkaç temel alanını vurgulamaktadır. En sık bahsedilen sorunlar, servis, hijyen personel davranışlarıyla ilgilidir. Kaba ve saygısız gibi terimler, müşterilerle kaba davranış ve kötü etkileşim örneklerine işaret etmekte ve bu da olumsuz deneyimlere yol açmaktadır. Bu, müşteri ilişkilerinde ve personel eğitiminde iyileştirmeye ihtiyaç olduğunu göstermektedir. Bunlara ek olarak, hijyen endişeleri gündeme getirilmiş olup, bazı müşterilerin işletmenin temizliğini beklentilerinin altında bulunduğunu göstermiştir. Soğuk yiyecekler ve düzensiz ortamlar hakkındaki şikâyetler, yiyecek hazırlama ve zamanında servis gibi operasyonel süreçlerin dikkat gerektirebileceği alanları vurgulayarak olumsuz geri bildirimlere katkıda bulunmuştur. Son olarak, bazı müşteriler, fiyatların yüksekliğinde ve porsiyonların küçüklüğünden olumsuz yorum yapmış, fiyatların sağlanan kalite ve porsiyon boyutlarına göre çok yüksek olduğunu hissettirmiştir. Bu, fiyat beklentileri ile sunulan değer arasında bir uyumsuzluğa işaret etmekte ve bu da genel müşteri memnuniyetini etkilemektedir. Sonuç olarak, olumsuz kelime bulutuna göre, yiyecek kalitesi, servis hızı, hijyen ve fiyat-performans dengesi etrafındaki kritik geri bildirimleri yansıtarak, bu kadın kooperatiflerinin işlettiği restoranlarda müşteri deneyimini geliştirmek için iyileştirilebilecek alanları göstermektedir.

Sonuç ve Öneriler

Çalışma, Kapadokya bölgesindeki kadın kooperatiflerinin işlettiği restoranlarına yapılan TripAdvisor yorumlarının analizini kapsamaktadır. Araştırma sonucunda elde edilen bulgular, bu kadın liderliğindeki kooperatiflerin başarısının, geleneği kalite ve hizmetle dengeleme yetenekleriyle bağlantılı olduğunu

vurgulamaktadır. Özellikle yiyeceklerin tadı ve özgünlüğü konusunda olumlu müşteri geri bildirimleri, kooperatiflerin yiyecek yoluyla yerel kültürün tedarikçisi olarak kendilerini başarılı bir şekilde konumlandıklarını göstermektedir. Ek olarak, müşterilerin bu kooperatiflerin sosyal misyonuna, özellikle de kadınları güçlendirme ve yerel ekonomilere katkıda bulunma rollerine yönelik ifade ettikleri destek, bu işletmeleri rekabetçi misafirperverlik pazarında farklılaştırmaktadır. Mantı, yaprak sarma ve erişte gibi yerel yemeklerin olumlu karşılanması, müşterilerin bu işletmelerin sağladığı özgünlüğe, tada ve kültürel deneyime verdikleri değeri göstermektedir. Ayrıca, olumlu yorumlarda temizlik ve hijyene verilen vurgu, bu alanlarda yüksek standartların sürdürülmesinin müşteri deneyimini önemli ölçüde iyileştirdiğini göstermektedir. Yerel ürünlerin restoran işletmelerinde tercih edilmesi sayesinde müşterilerde olumlu davranışlar gelişme olasılığı artmaktadır. Bu nedenle mevcut restoran işletmelerinde yada yeni restoran işletmelerin menülerinde daha fazla yerel gıda içeren ürün hazırlanması müşteri memnuniyeti, başkalarına tavsiye etme niyeti ve daha fazla ödeme arzusu gibi davranışların gelişmesini sağlayabilecektir.

Çalışma aynı zamanda kadın kooperatifi restoranlarına yönelik iyileştirme için önemli alanları da belirlemektedir. Daha az sıklıkta olsa da olumsuz geri bildirimler, özellikle yoğun saatlerde, sürekli olarak servis hızı, personel profesyonelliği ve operasyonel verimlilikle ilgili sorunlara işaret etmektedir. Yoğun dönemlerde yavaş servis ve tutarsız hijyen uygulamaları hakkındaki şikayetler, kooperatiflerin otantik mutfak deneyimleri sunmada başarılı olsalar da, daha yüksek müşteri beklentilerini karşılamak için servis yönetimi stratejilerini iyileştirmeleri gerekebileceğini göstermektedir. Ek olarak, bazı müşteriler fiyat-porsiyon oranından memnuniyetsizliklerini dile getirerek, servis edilen yemeğin kalitesini ve miktarını yansıtan daha dengeli bir fiyatlandırma yaklaşımına olan ihtiyacı vurgulamaktadır.

Çalışma sonucunda elde edilen bulgulara ilişkin bölgedeki kadın kooperatifleri işletmelerinin destinasyonlarda kalıcı olarak tutunmasına yönelik aşağıda bazı öneriler geliştirilmiştir.

- Kadın kooperatifleri, özellikle yoğun dönemlerde hizmet verimliliğini ve müşteri ilişkilerini iyileştirmeye odaklanan personel eğitim programlarına yatırım yapmalıdır. Operasyonel protokoller uygulamak ve personel kapasitesini artırmak, hizmet gecikmelerini azaltmaya ve yüksek misafirperverlik standartlarını korumaya yardımcı olabilir.
- Çoğu müşteri yorumlarında hijyen standartları övülse de, yoğun dönemlerde fark edilen ara sıra yaşanan aksaklıklar, temizliğin sürekli izlenmesi ve sürdürülmesi ihtiyacını göstermektedir. Kooperatifler, yoğun saatlerde bile yüksek standartların sürdürülmesini sağlamak için sıkı hijyen protokolleri oluşturmalı ve düzenli personel eğitimi vermelidir.
- Kooperatifler, fiyatlandırma ve porsiyon boyutlarıyla ilgili endişeleri gidermek için fiyatlandırma stratejilerini yeniden değerlendirmeyi düşünmelidir. Esnek porsiyon boyutları sunmak veya kademeli bir fiyatlandırma modeli sunmak, müşterilerin satın alımlarında değer algılamasını sağlayarak genel memnuniyeti artırmaya yardımcı olabilir.
- Müşteriler yerel yemeklerin özgünlüğünü takdir ederken, bazı yorumlar özellikle tatlı ve içecek seçeneklerinde daha fazla çeşitlilik isteğini belirtmiştir. Menüü daha geniş bir yelpazede geleneksel ve çağdaş yemekleri içerecek şekilde genişletmek, çeşitli zevklere hitap edebilir ve yemek deneyimini geliştirebilir.
- Bu kooperatifler aracılığıyla kadınları güçlendirmenin sosyal misyonu müşterilerle güçlü bir şekilde sağlandığı düşünülmektedir. Kooperatifler, yerel topluluklara, kadın istihdamına ve kültürel mirasın korunmasına yaptıkları katkıları vurgulamak için iletişim stratejilerini güçlendirmelidir. Bu durum, daha güçlü müşteri katılımı ve sadakati oluşturmak için promosyon materyallerine, çevrimiçi platformlara ve restoran etkileşimlerine dahil edilebilir.
- Kadın kooperatifleri, yerel işletmeler, turizm acenteleri ve kültürel kurumlarla daha güçlü ortaklıklar kurarak fayda sağlayabilir. Bölgedeki oteller, tur operatörleri ve yerel zanaatkarlar gibi diğer paydaşlarla

iş birliği yaparak, kooperatifler yerel yiyecek deneyimlerini daha geniş turizm faaliyetlerine entegre eden ortak tanıtım paketleri oluşturabilir. Bu yaklaşım yalnızca kooperatiflerin görünürlüğünü artırmakla kalmaz, aynı zamanda turistler için daha kapsamlı ve sürükleyici bir deneyim yaratabilir. Örneğin, kooperatif tarafından işletilen restoranlarda yapılacak faaliyetleri kapsayan "çiftlikten sofraya" veya "mutfak turları" bölge için benzersiz bir satış noktası sağlayabilir.

- Kooperatifler kadınların ekonomik katılımı için önemli bir platform sağlarken, kooperatif üyelerinin iş zekasını ve liderlik becerilerini güçlendirme fırsatı da vardır. İşletme yönetimi, finansal okuryazarlık, dijital pazarlama ve müşteri hizmetlerine odaklanan hedefli girişimcilik eğitim programlarının tanıtılması, kooperatif üyelerine işlerini daha etkili bir şekilde yönetme becerileri kazandırabilir. Bu, operasyonel kapasitelerini artıracak, karar alma süreçlerini iyileştirecek ve kooperatiflerin uzun vadeli sürdürülebilirliğine katkıda bulunacaktır.
- Restoran incelemeleri ve rezervasyonları için dijital platformlara olan güvenin artması göz önüne alındığında, kooperatifler çevrimiçi varlıklarını geliştiren dijital pazarlama stratejilerine yatırım yapmalıdır. TripAdvisor gibi inceleme platformlarında aktif bir varlık sürdürmenin yanı sıra, kooperatifler daha geniş bir kitleye ulaşmak için sosyal medya pazarlamasını ve çevrimiçi rezervasyon sistemlerini keşfedebilirler. Geleneksel yemekleri sergilemek, sahne arkası hikayelerini paylaşmak ve sosyal etkilerini vurgulamak için Instagram veya Facebook gibi platformlardan yararlanmak daha fazla etkileşim sağlayabilir. Ayrıca, yerel müşteriler ve turistler için çevrimiçi sipariş veya teslimat seçenekleri sunmak yeni gelir kapıları açabilir ve pazar erişimini genişletebilir.
- Çevresel sürdürülebilirlik modern turistler için önemli bir husus haline geldikçe, kooperatifler faaliyetlerine çevre dostu uygulamaları entegre ederek cazibelerini güçlendirebilirler. Yerel ve organik malzemeler tedarik ederek, gıda atıklarını azaltarak, biyolojik olarak parçalanabilir ambalajlar kullanarak veya enerji tasarruflu pişirme yöntemleri uygulayarak kooperatifler kendilerini sürdürülebilir gastronomi alanında lider olarak konumlandırabilirler. Bu uygulamaları pazarlama materyallerinde vurgulamak, çevreye duyarlı turistleri çekebilir ve kooperatifin sorumlu ve sürdürülebilir bir işletme olarak itibarını artırabilir.
- Bölgenin en taze malzemelerini sergileyen mevsimsel menüler sunmak, yemek deneyimini geliştirebilir ve geri dönen ziyaretçiler için sürekli gelişen bir gastronomi yolculuğu sağlayabilir. Ayrıca, yerel festivallere, tarihi dönemlere veya özel günlere (örneğin hasat kutlamaları veya kültürel miras günleri) dayalı temalı menüler, bölgenin kültürel zenginliğini yansıtan benzersiz bir yemek deneyimi sunabilir. Bu menüler, hem yemek tutkunlarını hem de kültürel turistleri çeken özel yemek deneyimleri olarak pazarlanabilir.
- Tekrarlanan ziyaretleri teşvik etmek için kadın kooperatifleri, sık yemek yiyenleri ödüllendiren veya yönlendirmeler için teşvikler sunan müşteri sadakat programları uygulayabilir. Bunlara indirimler, özel teklifler veya kooperatif üyeleriyle yemek pişirme dersleri gibi kişiselleştirilmiş deneyimler dâhil olabilir. Müşterilerin özel etkinliklere, tadımlara veya mevsimlik menü ön izlemelerine erişebildiği bir üyelik sistemi kurmak, müşteri katılımını derinleştirebilir ve uzun vadeli ilişkiler kurabilir.
- Kadın kooperatifleri, turistleri daha fazla çekmek ve yerel topluluğu dâhil etmek için yemek atölyeleri, geleneksel yemek tadımları veya yerel yemek mirasını kutlayan mutfak festivalleri gibi kültürel ve mutfak etkinlikleri düzenleyebilir. Bu etkinlikler, ziyaretçilerin yerel kültürle bağlantı kurmasını, geleneksel pişirme tekniklerini öğrenmesini ve kooperatif üyeleriyle doğrudan etkileşim kurmasını sağlayan benzersiz deneyimler olarak pazarlanabilir. Pop-up restoranlara ev sahipliği yapmak veya füzyon menüler oluşturmak için ünlü şeflerle iş birliği yapmak da medyanın dikkatini çekebilir ve yemek turistlerini restoranlara çekebilir.
- Kadın kooperatifleri, yiyecek dışındaki tekliflerini çeşitlendirmek için fırsatları keşfedebilirler. Bu, kooperatif üyeleri tarafından üretilen yerel el sanatlarını veya tarım ürünlerini satmayı içerebilir ve ziyaretçiler için çok duyulu bir deneyim yaratabilir. Kooperatifler, yerel kültürün diğer yönlerine genişleyerek gelir akışlarını artırabilir ve turistlere bölgenin kültürel mirasıyla daha kapsamlı bir etkileşim sunabilir.
- Bölgeyi ve kooperatiflerin benzersiz tekliflerini daha etkili bir şekilde tanıtmak için, bölgedeki kooperatif tarafından işletilen restoranlar ve diğer kadın liderliğindeki girişimleri içeren bir Kadın Kooperatif Gastronomi Rotası oluşturulabilir. Bu konsept, Kapadokya'da bir imza deneyimi olarak pazarlanabilir ve turistlerin yerel mutfağın en iyilerini sergileyen ve kadın girişimcileri destekleyen

seçilmiş bir yolu takip etmelerine olanak tanıyabilir. Böyle bir rota, bölgesel turizm sivil toplum kuruluşları, çevrimiçi seyahat acenteleri ve sosyal medya etkileyicileri aracılığıyla tanıtılabilir ve kültürel gastronomi turistleri için önemli bir cazibe merkezi haline getirilebilir.

- Kooperatif üyelerinin yemek yiyenlerden gerçek zamanlı geri bildirim toplamasına olanak tanıyan bir müşteri geri bildirim sistemi uygulamak, hizmet kalitesini iyileştirmeye ve sorunları daha proaktif bir şekilde ele almaya yardımcı olabilir. Bu sistem, müşteri tercihleri, iyileştirme alanları ve gastronomi pazarındaki ortaya çıkan trendler hakkında veri toplamak için dijital varlıklarına (örneğin, uygulamalar veya anketler aracılığıyla) entegre edilebilir. Bu verileri kullanarak kooperatifler, müşteri memnuniyetini sürekli olarak artırmak için menü değişiklikleri, hizmet ve operasyonel iyileştirmeleri konusunda bilinçli kararlar alabilirler.

Bu öneriler, kadın kooperatiflerinin operasyonel verimliliğini, pazar görünürlüğüne ve sosyal etkisini artırmak için kapsamlı bir strateji sunmaktadır. Bu fırsatlardan yararlanarak kooperatifler, kadınları güçlendirirken ve Kapadokya'daki kültürel mirası korurken gastronomi turizminin geliştirilmesinde daha önemli bir rol oynayabilirler. Sonuç olarak, Kapadokya bölgesindeki kadın kooperatifleri, kültürel korumayı sosyal girişimcilikle birleştirerek sürdürülebilir ve gastronomi turizm gelişimi için güçlü bir model sunabilmektedir. İyileştirme için belirlenen alanları ele alarak, bu kooperatifler yalnızca müşteri memnuniyetini artırmakla kalmayıp aynı zamanda gastronomi turizminin büyüyen alanında lider olarak konumlarını sağlamlaştırma potansiyeline sahiptir.

Kaynakça

- Abbaskhah, R., Aghaeizadeh, E., & Hesam, M. (2021). Study of women's cooperative-based employment of deteriorated fabric of rasht with an emphasis on the creative city of gastronomy. *Sustainable City*, 4(2), 125-145.
- Adar, A. Ş., Dedeoğlu, S., & Kurtuluş, G. (2023). Türkiye'de kadın kooperatifleri: mevcut durum analizi, kadın güçlenmesi ve istihdam yaratma potansiyeli. *Çalışma ve Toplum*, 2(77), 1174-1208.
- Akmese, K. A., Akmese, H., Ates, A., Cihangir, I. S., Keles, H., & Keles, A. (2024). The significance of women's cooperatives in promoting the sustainability of local gastronomic products: The case of Bor women's agricultural development cooperative. *Environment and Social Psychology*, 9(4).
- Anthopoulou, T., & Koutsoub, S. (2010). Local agri-food products of women's cooperatives. the 'feminine side' of quality (Greece). *9 th European IFSA Symposium*, 4-7 July 2010, Vienna (Austria).
- Bastida Domínguez, M., Pinto, L. H., Oliveira Blanco, A., & Cancelo Márquez, M. T. (2020). Female entrepreneurship: can cooperatives contribute to overcoming the gender gap? A Spanish first step to equality. *Sustainability*, 12, 2478
- Bayram, M. (2017). Tüketicilerin İstanbul restoranlarına yönelik algıları: memnuniyetlerini etkileyen unsurların değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4), 142-154.
- Brogan, G. S., & Dooley, K. E. (2024). Weaving together social capital to empower women artisan entrepreneurs. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 16(1), 69-88.
- Choe, J. Y. J., & Kim, S. S. (2019). Development and validation of a multidimensional tourist's local food consumption value (TLFCV) scale. *International Journal of Hospitality Management*, 77, 245-259.
- Cihangir, İ. S., Akmese, H., & Akmeşe, K. A. (2023). Yöresel gastronomik ürünlerin gastronomi turizmine kazandırılması sürecinde kadın kooperatiflerinin tutumları: Deneysel Kadın Kooperatif üyeleri üzerine bir araştırma. *Necmettin Erbakan Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 5(2), 205-225.
- Coşar, Y. (2017). Somut olmayan kültürel mirasın korunmasında kadın emeğinin rolü. *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, 17(38), 115-138.
- Çolakoğlu, N. K., & Ulema, Ş. (2021). En iyiler sosyal medyayı nasıl kullanıyor: Instagram örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 877-891.
- Dizdar, A., (2022). Yerel İşletmelerin ve Yöresel Mutfakların Gastronomi Turizmine Etkileri: Giresun Örneği, İstanbul Topkapı Üniversitesi Lisans Üstü Eğitim Enstitüsü Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

- Duguid, F., Durutaş, G. & Wodzicki, M. (2015). Türkiye’de Kadın Kooperatifleri’nin Mevcut Durumu. The World Bank, https://www.aile.gov.tr/KSGM/PDF/Turkiyede_Kooperatifcilik_Kadin.pdf, Erişim Tarihi:10.10.2024.
- Erol, G., Örgün, E., & Keskin, E. (2019). Sosyal medyada restoran imajı: Kapadokya örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(4), 3290-3302.
- Gök, H. S. (2023). Tourism as a means of empowering women in sustainable development: the case of women's cooperatives. In *Women's Empowerment Within the Tourism Industry* (pp. 91-101). IGI Global.
- Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü, (2012). Kooperatifçilik Ve Kadın Kooperatifleri. <https://ticaret.gov.tr/data/5d4c0eed13b876180c773fbb/Kooperatif%C3%A7ilik%20ve%20Kad%C4%B1n%20Kooperatifleri%20Kitap%C3%A7C4%B1k%2018.12.2012.pdf>, Erişim Tarihi: 10.10.2024.
- Hapsari, N. R., & Soeditaningrum, N. (2018). Cultural factors on female entrepreneurship: A literature review. In *E3S Web of Conferences* (Vol. 73, p. 11018). EDP Sciences.
- İpar, M. S., Babaç, E., & Kök, A. (2020). Yeşil nesil restoranlara yönelik müşteri yorumlarının içerik analizi ile değerlendirilmesi. *Journal of Gastronomy Hospitality and Travel*, 3(2), 260-269.
- KEİG, (2015). *Türkiye’de Kadın Kooperatifleşmesi: Eğilimler ve İdeal Tipler*. KEİG Yayınları Dizisi: Araştırma Raporu.
- Kilinc, U. (2020). Çevrim içi restoran deneyimi yorumlarının karma yöntem ile analizi: Burdur restoranları örneği. *Turizm Akademik Dergisi*, 7(1), 65-82.
- Kutay, T. (2022). Kırsal kalkınmada kadın kooperatiflerinin önemi: Türkiye özelinde bir değerlendirme. *Politik Ekonomik Kuram*, 6(1), 119-150.
- Li, H., Ye, Q., & Law, R. (2013). Determinants of customer satisfaction in the hotel industry: An application of online review analysis. *Asia Pacific journal of tourism research*, 18(7), 784-802.
- Morgan, M. S., & Winkler, R. L. (2020). The third shift? Gender and empowerment in a women’s ecotourism cooperative. *Rural Sociology*, 85(1), 137-164.
- Ruiz, S. R., & Guzman-Parra, V. F. (2023). Analyzing gastronomic image by the content analysis of online reviews: An application to the gastronomy of Málaga (Spain). *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 31, 100658.
- Schuckert, M., Liu, X., & Law, R. (2015). Hospitality and tourism online reviews: Recent trends and future directions. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 32(5), 608-621.
- Şahin Perçin, N., & Yiğit, S. (2020). Tripadvisor da yer alan yiyecek ve içecek işletmeleri hakkındaki e-şikâyetlerin değerlendirilmesi: Kapadokya bölgesi örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2020, 8 (4), 2985-3001.
- Şahin, S. Z. (2021). Çevrimiçi müşteri yorumları: Tripadvisor’da Çorum restoranları üzerine inceleme. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 610-622.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (t.y.), Kapadokya, Erişim Linki (<https://tanitma.ktb.gov.tr/TR-22783/kapadokya.html>), Erişim Tarihi: 17.09.2024.
- Ünal, A. (2023). Çevrim içi yemek sipariş sitelerindeki restoran yorumları üzerine bir çalışma. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 11(2), 817-831.
- Williamson, L. M., Parkes, A., Wight, D., Petticrew, M., & Hart, G. J. (2009). Limits to modern contraceptive use among young women in developing countries: a systematic review of qualitative research. *Reproductive health*, 6, 1-12.
- Yarış, A., Çakar, K., & Aykol, Ş. (2019). A qualitative analysis of gastronomy tourism strategy and action plan. *Turizm Akademik Dergisi*, 6(2), 289-298.
- Yönet Eren, F. (2023). Gastronomi, kültürel miras ve turizm entegrasyonu: Kapadokya Bölgesi üzerine bir inceleme. *Neşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 13(İhtisaslaşma), 151-166.



Etik Kurul Kararı ile ilgili beyan

Araştırmanız etik kurul *izni gerektiriyorsa*, aşağıdaki bilgileri doldurunuz.

Lütfen beyanı yaptığınızı belirtmek için kutucuğu işaretleyin.	<input checked="" type="checkbox"/> Yazar(lar) Beyanı: Bu çalışmanın yazarı(ları) olarak, insan katılımcıların yer aldığı çalışmalarda gerçekleştirilen tüm prosedürlerin, kurumsal ve/veya ulusal araştırma komitesinin etik standartlarına ve 1964 Helsinki bildirgesine ve daha sonraki değişikliklerine veya karşılaştırılabilir etik standartlara uygun olduğunu beyan ederim(iz).
--	---

Etik kurul kararı veren kurum	_____
-------------------------------	-------

Etik kurul karar tarihi	_____
-------------------------	-------

Etik kurul karar sayı no	_____
--------------------------	-------

Araştırmanız etik kurul *izni gerektirmiyorsa*, nedenini aşağıdaki seçeneklerden birini tercih ederek belirtiniz.

Bu çalışmanın yöntemi için etik kurul izni gerekmemektedir.

Bu çalışmadaki veri toplama süreci 1 Ocak 2020 tarihinden önce gerçekleşmiştir.

Yazar Katkısına İlişkin Bilgi

Yazar(lar) beyanı	<input checked="" type="checkbox"/> Bu çalışmadaki bulunan yazarların katkı oranlarının aşağıda belirtilen şekilde olduğunu beyan ederim(iz).
-------------------	---

1. Yazar katkı oranı	% 100
----------------------	-------