

KONAKLAMA TESİSLERİNİ KAPATMAK
YERİNE GÜNDEMİ GETİRİLEN
FİYAT İNDİRİMİTURİZM AMBARGOSU
KONAKLAMA
TESİSLERİNİN FİYAT
İNDİRİMİYLE
DELİNEBİLİR Mİ?Doç. Dr. Rafet EYAPAN
Uludağ ÜniversitesiBalıkesir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
Öğretim Üyesi

ABSTRACT

IS TOURISM EMBARGO ABLE TO BE
BROKEN WITH THE PRICE REDUCTION OF
THE ACCOMODATION ESTABLISHMENTS?

Assoc. Prof. Rafet Euyapan

The accommodation establishments in Turkey either have been shut down or are just about to be shut down at the negative developments. In this situation, at the accomodation establishments prices of which are very high in accordance with the international standards, it has been recommended to be made some reduction.

It is not possible that accomodation establishments make any reduction in the prices due to the reasons which have been come across on the one hand at all administrations, on the other hand only at tourism administrations.

On the other hand, the shutting down of the accomodation establishments is a policy not only causing bad results as much as it is supposed but giving some positive results well. The shutting down of the administration which means making a break at the activities temporarily is a fourth administration policy in addition to the progression, recession and stagnation of the administration.

Körfez Savaşı nedeniyle turist gönderen ülkelerin hükümetlerinin gidilecek yerler arasında Türkiye'yi de tehlikeli ilan etmeleri sonucunda seyahat acenteleri doğal olarak yakın geçmişte yapmaları gereken rezervasyonları yapmamışlar, savaş yapan ülkeye komşu olmasından başka bir suçu olmayan Türkiye ulaşım da dahil olmak üzere-turizm yönünden ambargoya alınmıştır. Son zamanlarda hafifler gibi görünen bu ambargo yurtiçinde meydana gelen-THY grevi ve Yunan otobüsüne yapılan sabotaj gibi-iki olay sonucu hafiflemek bir yana daha da ağırlaşmıştır.

Bu durum karşısında başta oteller olmak üzere tüm konaklama tesisleri turizm sezonunun satılmayan yataklarının problemini çok ciddi bir şekilde hissetmeye başlamışlar ve önceki yıllarda rastlanan otel kiralama ve satma alternatiflerinin yerine otel kapatmayı uygulamaya koymuşlardır.

Sorunun çözümü için konaklama tesislerinin fiyatlarının yarısı kadar fiyat uygulayan Güneydoğu Asya'nın bazı ülkelerinin konaklama tesisleri örnek gösterilerek aynı şeyin Türkiye'de yapılarak fiyat indirimine gidilmesi, bunun yanı sıra hedef kitlenin de değiştirilerek yerli turiste yönelmesi önerilmiş, düşük fiyatlarla daha fazla müşteri çekilebileceği ileri sürülmüştür.*

İlk bakışta rasyonel gibi görünen bu önerinin uygulamada rağbet görme imkânı ne yazık ki, bulunmamaktadır. Çünkü can güvenliği gibi, sağlık nedeniyle birlikte ortaya çıkan yabancı hükümetlerin caydırıcı politik davranışlarına karşılık fiyat indirimleri gibi ekonomik bir araç önlem olmaktan uzaktır. Önlem olacağı varsayılabilir bile Türk işletmelerinin özellikle de konaklama tesislerinin fiyat indirimlerine gitmeleri sözkonusu değildir.

TÜRK İŞLETMELERİNDE FİYAT
İNDİRİME NEDENLERİ

Konaklama tesislerinin de dahil olduğu tüm Türk işletmeleri aşağıda belirtilen nedenlerle

(*) Ayrıntılı bilgi için bkz: Yılmaz Çetiner, "Rüya gibi otelleri hastane yapmak yazıktır, ayıptır", Milliyet, 18.12.1990; ve Mümtaz Soysal, "Ağlamadan Kazanmak", a.g., 19.2.1991.

fiyatlarını indirmemektedir.

1. Türkiye'de işletme sayısının azlığı ve nitelikleri ile talebin henüz doygunluk düzeyine ulaşmamış olması, fiyatların indirilmesine imkân vermemektedir.

Bilindiği gibi fiyatlar, maliyet, rekabet ve talep gibi üç faktörden biri esas alınarak belirlenmektedir. Bazı hallerde bu faktörlerden -biri ağırlıklı olmak üzere- ikisi beraberce de kullanılmaktadır.

Gelişmiş ülkelerde doygunluğa ulaşmış talep buna karşılık çok sayıda işletme bulunmaktadır. İşletme sayısının fazla olması piyasada tam rekabet koşullarına yol açtığından işletmeler tek başlarına fiyatları belirleyememekte, karşılıklı rekabet sonucu oluşan oldukça düşük fiyatları veri olarak kabullenmektedirler. Yüksek kâr edebilmek maliyetleri düşürmekle, başka bir deyişle verimli çalışmakla gerçekleşmektedir. Bu amaçla maliyet muhasebesi kayıtlarının ve bunlardan elde edilen verilerle verimlilik kontrollerinin ön plana çıktığı işletmelerde - verimliliği arttırıp maliyetleri düşürerek uygulanan fiyat indirimi başarı, buna karşılık fiyat attırımı, rekabet gücünün azalması ve giderek piyasadan silinme durumunun bir habercisi gibi değerlendirilmektedir (Söz konusu işletmelerin yabancı sermaye olarak gelişmekte olan ülkelerde faaliyet göstermelerinin nedenlerinden biri de kendi ülkelerindeki sıkı şartlardan kurtulup daha rahat bir ortamda çalışmak olabilir).

Diğer gelişmekte olan ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de de henüz doygunluğa ulaşmamış dolayısıyla her fiyatı kabullenmeye hazır bir talep, buna karşılık az sayıda işletme bulunmaktadır. İşletme sayısının az olması sonucu, piyasada aksak rekabet koşulları geçerli olduğundan işletmeler, tek başlarına veya aralarında anlaşarak istedikleri düzeyde -yüksek-fiyatı tüketicilere empoze edebilmektedir. fiyatları yükselterek istenilen kâr kolaylıkla elde edilebildiğinden ayrıca yeterli rekabet bulunmadığından, ne verimli çalışmaya ne de maliyetleri düşürme çabalarına gerek kalmakta, dolayısıyla maliyet muhasebesi kayıtları, ya hiç tutulmamakta veya göstermelik tutulmaktadır. Verimlilik, maliyet ve fiyat bağlantısı - gelişmiş ülkelerin aksine- kurulmamakta, düşük verimliliğin yol açtığı yüksek maliyetler fiyat

yükseltmeleri için bahane olarak bile kullanılabilen ve hiç bir engelle karşılanmaksızın fiyatlar artırılabilir. Tepki gösterebilecek tüketici kesiminin de fiyat artışlarını sıradan olaylar gibi normal karşıladığı bir ortamda fiyat düşürme önerileri anlamsız karşılanmakta, sonuç olarak maliyetleri düşürme, yani verimi artırma çabaları gündeme gelmemektedir. Çok ender de olsa rekabete raslandığında işletmeler, ürettikleri malın miktarını veya hizmetin süresini arttırmakta, ikramiye mal veya hizmet vermekte, malın ambalajını değiştirmekte veya daha değişik biçimde sunmakta, başka dağıtım kanallarını kullanmakta, reklama hız vermekte, fakat kesinlikle fiyat indirimine gitmemektedir. fiyat indirimine gitmek bir ticari tabuya dokunmaya girişmek gibi değerlendirilmektedir.

2. Fiyat indirimiyle satış miktarı artmakta, sabit masraflar ürün birimi başına azalmakta, kâr yükseliyor gibi oluyorsa da değişken masraflar yükseldiğinden beklenen kar sağlanamamaktadır. Bu olgu da fiyat indirimini anlamsızlaştıran bir faktör olmaktadır.

Fiyat indirimi sonucunda artan talebe cevap vermek ürün sayısını çoğaltmakla mümkündür. Bu ise, daha fazla miktarda hammadde ve malzeme satın alınması, depolanması, üretime verilmesi demek olduğu kadar, daha fazla sayıda personel bulmak, bunları istihdam etmek, istihdamla ilgili problemlerinin üstesinden gelmek demektir (Üstelik, talep daraldığında alınan personeli çıkarmak çok güçtür).Bütün bunlar hammadde ve malzeme masrafları yanında işçilik giderlerinin artması demektir. Artan masraflar sadece bunlardan ibaret olmayıp aynı zamanda değişken nitelikli genel üretim masrafları da yükselmektedir. Söz konusu masrafların finansman yönü ise daha büyük boyutlu problemi oluşturmaktadır. Kaynak olarak özsermayeden yararlanmak kısa zamanda mümkün olmadığı gibi borçlanma, yüksek kredi faizleri nedeniyle hiç cazip değildir.

Kısaca belirtmek gerekirse az miktardaki talepten yüksek fiyatla elde edilen kâr, fazla miktardaki talepten düşük fiyatlarla sağlanacak kârdan daha yüksek olduğundan fiyat indirimine gitmenin bir avantajı bulunmamaktadır.

3. Sayılan işletme içi etkenler yanında kamu işletmeleri, işletme dışı bir etken olarak özel sektör işletmelerinin fiyat arttırmalarına zemin hazırlamakta ve örnek olucu bir rol oynamaktadır.

Fazla personel çalıştırdıkları, hantal bir bürokratik mekanizmaya sahip oldukları, merkezî bir yönetim anlayışıyla idare edildikleri için kamu işletmeleri de en az özel kesimdekiler kadar verimsiz çalışmaktadır. Verimsizliğin nedenlerini gidermek için köklü değişiklikler yapmak, zaman alıcı, zor ve riskli olduğundan, zaman almayan, kolay ve hiçbir riski olmayan fiyat arttırma alternatifi çözüm şekli olarak seçilmektedir.

Ürettikleri mal ve hizmetlerden çoğu temel girdiler niteliğine sahip kamu işletmelerinin fiyat arttırmaları sonuçta özel sektör işletmelerinin maliyetlerinin yükselmesine yol açmaktadır. Başka bir deyişle, insiyatifin kamu kesiminde olduğu bir fiyat yarışması işletmeler arasında sürekli bir biçimde yapılmaktadır.

4. Düşük fiyat (veya fiyat düşürülmesi) ürünün kalitesinin düşüklüğünün (veya düştüğünün) bir göstergesi olarak değerlendirildiğinden fiyat indirimi gereksiz bir işlem gibi görülmektedir.

Fiyatlar düşürüldüğünde kârlılık açısından mutlaka maliyetlerin de indirilmesi yoluna gitmek bir zorunluluktur. Bu amaçla, ya kullanılan hammaddenin miktarı azaltılmakta ve/veya düşük kalitesi kullanılmaktadır. Bu durum ise, üretimin kalitesini düşürmektedir. Ayrıca, daha fazla çalıştırılmakla yorulacak olan personel de -özellikle hizmet işletmelerinde -üretimin kalitesini olumsuz yönde etkileyen ikinci bir unsur olmaktadır.

Öte yandan tüketiciler de hem durumun bilincindedir hem de yüksek fiyatı, yüksek kalitenin göstergesi olarak kabullenme yönünde subjektif bir değerlendirmeye sahiptir. Nitekim, "Ucuz etin yahnisi yavan olur" ve "Ucuz mal alacak kadar zengin değilim" özdeyişleri söz konusu psikolojiyi çok güzel bir şekilde yansıtmaktadır.

Özellikle gösterişe yönelik tüketimlerde, belirtilen faktör, fiyat indiriminin en büyük engeli-

ni oluşturmaktadır.

5. Yukarıdaki yarı objektif yarı psikolojik etkenin yanısıra kısa zamanda ve az külfetle çok yüksek çıkar sağlamak psikolojisi de fiyat düşürmeye imkân tanımamaktadır.

Son yıllarda boyutları giderek artan bu düşünce, sokaktaki kişi açısından-başta milli piyango olmak üzere-şans oyunlarıyla somutlaşırken, işletmeler bazında, yapılan yatırımı kısa zamanda kâr getirir hale getirmek, bu amaçla da fiyatları olabildiğince yüksek tutarak gerçekleştirilmektedir.

KONAKLAMA TESİSLERİNDE FİYAT İNDİREMEME NEDENLERİ

Yukarıda sayılan fiyat indirmeme nedenleri yanında sadece konaklama tesislerine özgü olan bazı etkenler de fiyat indirmemeye yol açmaktadır. Bunlar aşağıdaki gibidir:

1. Tüm hizmet üreten sektörlerde olduğu gibi, konaklama tesislerinde de en önemli risk, üretilen hizmetin satılamaması halinde stoklanarak tekrar satılma imkanının bulunmaması yani doğrudan doğruya zararla karşılaşılmasıdır.

Muhasebedeki muhafazakarlık kuralı gereğince anonim şirketlerde dönem sonunda gelecek dönemlerde ortaya çıkabilecek zararlara karşılık nasıl yedek ayrılıyorsa, konaklama tesislerinde de basiretli tüccar mantığı ile hareket edilerek satışların iyi olduğu günlerde, gelecekte ortaya çıkabilecek satış yapamama ihtimaline bir güvence olarak, fiyatlar yüksek tutulmaktadır.

2. Diğer hizmet üreten işletmelerin hiçbirinde rastlanmayan talebin belli bir süre ile sınırlı olma özelliği, konaklama tesislerinde fiyat indiriminin en büyük engelini oluşturmaktadır.

Şehir otelleri bir yana, tüm konaklama tesisleri, çalıştıkları altı aylık sürede, faaliyette bulunamadıkları diğer altı ayın maliyetlerini çıkarma zorunluluğunu hissettiklerinden fiyatlarını ister istemez söz konusu sürenin maliyetlerini de karşılayacak biçimde yüksek düzeylerde saptamaktadır.

3. Yakın bir geçmişte konaklama tesislerine, özellikle çok yıldızlı otellere başka hiçbir işletme için söz konusu bir öncelik tanınmış ve kayırmacılık yapılmış, bu ortamda banka kredileri sağanak gibi yağdırılmıştır.

Öyle ki, konaklama tesislerinin aktiflerinin finansmanın çok büyük bir kısmı bu kredilerle karşılanmıştır.

Zamanla ortaya çıkan kredilerin yüksek faizleri -bu arada kur farkları- işletme yönetimlerinin üzerinde önemle durmaları gereken en önemli sabit maliyet unsurunu oluşturmuştur. Büyük tutarlara ulaşan bu giderler, fiyatların yüksek tutulmasında birinci sırada rol oynamaktadır.

4. Türkiye'deki bir ulaştırma işletmesinin veya özel hastanenin sunduğu hizmetin kalitesi ve fiyatı ne olursa olsun iç talep tarafından kabullenilmesi zorunlu olduğu halde, konaklama tesisleri için dış talebin böyle bir zorunluluğu bulunmamaktadır.

Başka bir deyişle, konaklama dışındaki hizmet işletmelerinin iç talep elastikiyeti hemen hemen yok iken, konaklama tesislerinin dış talep elastikiyeti çok fazladır. Sıradan bir neden bile, söz konusu talebin başka bir ülkeye veya bölgeye yönelmesi için yeterlidir.

5. Turistik dış talebi ekonomik etkenlerden çok daha fazla ekonomi dışı -başta politik olmak üzere sosyal ve psikolojik- etkenler yönlendirmektedir. Yukarıda da değinildiği gibi Türkiye, 1991 yılı itibarıyla turistik bir ambargo ile karşı karşıya bulunmaktadır.

Terör korkusuyla uçağa binmeye çekinen bir kitleye, konaklama tesislerince ücretsiz hizmet sunulacağı bildirilse bile, bunun bir yararı olmayacağı açıktır.

Görüldüğü gibi sonucu turist göndermemekle ortaya çıkan turistik ambargo en az, dış ticarete konulan kota ve kısıtlamalar kadar etkili olmaktadır. fiyat indirimini anlamsız hale sokmaktadır.

6. Konaklama tesisleri hizmetinin diğer

önemli özelliği bağımsız bir arz unsuru olmaması, tanıtım, pazarlama ve ulaşım gibi hizmetler sonucu ortaya çıkan türev nitelikli bir arz olmasıdır. Bu nedenle kendinden önce gelen üç aşamadaki hizmetlerin etkinlik ve fiyatlarında bir çekicilik meydana gelmedikçe konaklama tesislerinin fiyatlarında ortaya çıkabilecek indirimler bir anlam ifade etmeyecektir.

KONAKLAMA TESİSLERİNİN KAPATILMA AMAÇLARI

Konaklama tesislerinde yukarıda iki başlıkta değinilen nedenlerden ötürü fiyat indiriminin olmaması halinde geçen yıl başvuru kiralama ve satma imkânları da bu yıl için ortadan kalktığından geriye -şu anda uygulamada yapıldığı gibi- bir tek yol kalmakta olup, bu da tesislerin kapatılmasıdır.

Bir zorunluluğun sonucu ortaya çıkan söz konusu uygulama ile aşağıdaki yararların elde edilmesi amaçlanmaktadır.

Tesislerin kapatılmasıyla;

1. Çalışanlar için belli aralıklarla ödenmesi gereken sigorta primleri ve benzeri kesintiler gündemde olmayacaktır.

2. Kilit personel olarak adlandırılan, çalışmaları bile ücretleri ödenen personele ödeme yapılmayacaktır.

3. Personel istihdamı ile ortaya çıkacak problemlerle hiç karşılaşılmayacaktır.

4. Elektrik, su, bakım, onarım, temizlik, bahçe düzenlenmesi ve benzeri sabit nitelikli giderler ortaya çıkmayacaktır.

5. Vadesi gelen borçların taksit ve faizlerinin ödenmesi durumunda ilgililere "İşletme faaliyetinde bulunmadığından ödeme gücümüz yoktur. Bu durumun gözönüne alınması gerekir." türünden görünürde haklı mazeretler ileri sürülerek, ödeme yapmaktan kaçınılabilecektir.

6. Hayat standardı esasına göre vergi ödeme söz konusu olmayacaktır.

Görüldüğü gibi tesis kapatmayla faaliyetlere belli bir süreyle ara verilmekte ve işletme, tas-

fiyeye gitmeden, tasfiyenin bütün yararlarını elde edebilmektedir. Başka bir deyişle tesislerin kapatılması sanıldığı kadar çok kötü bir şey değildir.

İşletmenin kapatılması, işletmenin büyütülmesi, boyutlarının aynı kalması ve küçültülmesi politikalarının yanında dördüncü türden bir politika olarak değerlendirilmelidir. Bir benzetme ile söylemek gerekirse, işletmenin büyütülmesi, satrançta hamle yapmak, boyutların korunması düşünerek beklemek, küçülme geri çekilmek ise işletmelerin kapatılması da oyuna bir süre ara verip yorulmuş beyni dinlendirmek gibi yararlı bir işlemdir.

SONUÇ

Fazla yapılaşma ile doğal güzelliklerin bozulmamış, tarihi eserlerin bozulmamış olduğu beş yıl öncesine kadar, sayıca az olan konaklama tesisleri, yüksek doluluk oranlarıyla tatmin edici kârlar elde etmişlerdir. Bu durum, turizme ilgili ilgisiz pek çok kişiyi girişimci olarak çekerken yetkili kişileri de plansız programsız hareket etmek pahasına da olsa girişimci sayısını arttırmak yönünde etkilemiştir.

Yakın geçmişe ve gelen turist sayısına göre çok fazla konaklama tesisi, doğal ve tarihi güzelliklerin çirkin beton yığınlarıyla mahvedilmesi, belediye hizmetlerinin yetersiz kalması, trafik sorunlarının giderek artması, geleneksel merkezi anlayışıyla personel istihdam edilmesi, yüksek fiyat uygulamaları v.s. sonucu 1989 ve 1990 yıllarına düşük kapasitelerle çalışmışlardır. Bu hastalık belirtileri girişimcileri, işletmelerini satmaya veya kiralamaya itmiştir.

Bunlar yetmiyormuş gibi, 1991'de Körfez Krizi'ni ve arkasından ortaya çıkan savaş baha- ne eden turist gönderen ülkeler hükümetleri, seya-

hat acentelerini Türkiye'ye turist göndermemeleri yolunda uyararak, Türkiye'yi turizm ambargosu içine almışlardır. Bu olayla, konaklama tesisleri -adeta kalp krizi geçirip ameliyat masasına yatırılan bir hasta gibi- en ciddi kriziyle karşılaşmış bulunmaktadır.

Dünya standartlarına göre fiyatları çok yüksek olan konaklama tesislerinin, düşük fiyatlar uygulayarak krizi atlatabilecekleri önerilmişse de, nedeni politik olan talep daralmasına veya daha doğru bir ifadeyle yokolmasına karşı, fiyat indirimi gibi ekonomik bir faktörle çözüm aramak, çareyi yanlış yerde aramaktan başka bir şey değildir. Öte yandan fiyat düşürme gibi geleneğe hiç sahip olmamış işletmelerin böyle bir uygulamaya gitmeleri oldukça güçtür. Bir de söz konusu işletmeler konaklama tesisleri gibi hizmet üretiyor ve farklı özelliklere sahip bir talebe yöneliyor ise güçlük daha da fazladır.

TOBB başkanı sayın Yalım Erez'in tüm işletmeler için söylediği gibi "Eğer bir talep varsa ve maliyetlerin de kurtarıyorsa, işadamları zaten fiyatlarını düşürecektir"(*). Aksi takdirde turizm kesimde olduğu gibi talep yoksa ve yüksek maliyetleri karşılamıyorsa işadamları fiyatları düşürmeyecek demektir.

İşletmecilik bilgilerinin yetersizliliği tartışılrsa da tecrübeleri ve öngörülerini tartışılmayacak olan işletmecilerin, çıkarlarını tesislerini kapatmada görüp bunu uygulamaya koyma girişimlerini normal karşılamalıdır. İşletmelerin büyütülmesi, aynı kalması ve küçütülmesi yanında dördüncü türden bir politikayı oluşturan işletmelerin kapatılması, faaliyetlere geçici süre ara vermek olup diğer politikalar kadar haklı ve çeşitli yararları olan bir politika olarak değerlendirilmelidir.

(* Yalım Erez, "Yeni bir istikrar programı şart" Ekonomik Panorama, sayı 9, 1991, s 20