

“Her Şey Dahil (Alles Inklusiv)” veya Kahraman Bakkal, Super Markete Karşı



Mehmet ÖZDEMİR

Hep tekrarlıyoruz: Dünyanın hızlı gelişimi; bilimde ve teknolojide meydana gelen büyük yenilikler, toplumların refah düzeylerini de artırdı. Sanayi İhtilâli'nin en somut sonucu olarak ortaya çıkan kent yaşamı, insanların değişik ihtiyaçlarının belirlmesine sebep ol-

du. Daha önceleri keyif ve lüks olarak görülen hayat tarzları, toplumun her katmanındaki insanlar için vazgeçilmesi ancak zorunlu nedenlere bağlı gereksinimler haline geldi. Toplumsal sınıflar arasındaki zıtlasmalar ve çatışmalar daha yumuşadı. Artan refaktan her kesim kendisine göre pay almaya başladı. Aynı zamanda iletişim teknolojisinde meydana gelen muazzam ilerleme; kültürler, coğrafyalar, ülkeler, bireyler arasındaki yakınlaşmanın yoğunlaşmasıyla “Turizm Sektörünü” ön plâna çıkardı...

Turizm sektörü böylesine çok yönlü ve gelişmeye müsait özellikleriyle ülkelerin ekonomilerine önemli katkılarda bulunuyor. Turizmin ekonomik yönü; somutluğu, ölçülebilirliği, pratik ve pragmatik nitelikleriyle ön plâna geçiyor. Ülkelerin kalkınmaları için zorunlu dövizin sağlanması, yeni iş sahalarının açılması, milli gelirlerin artırılması... gibi faydaları hep turizmin ekonomik yönünü ağırlaştırır ve öncelikli kılan faktörler. Bu özellikler dolayısıyla tüm ülkeler turizmden almış oldukları payı potansiyellerine göre en üst düzeye çıkartmayı, yani en fazla parayı kazanmayı hedefliyorlar. Ülkeler öncelikle en önemli 5 ekonomik nedenle tuizmle ilgileniyorlar:

- 1- Ödemeler dengesi üzerindeki önemli etkisi,
- 2- Milli gelire olan olumlu katkısı,
- 3- İstihdam, yeni iş sahaları açması,
- 4- Çarpan etkisi dolayısıyla ekonominin diğer enstrumanlarına yayılma özelliği,
- 5- Aynı ülkede bölgeler arası densizliklere çözüm getirebilmesi.

EKONOMİNİN SİHIRLI GÜCÜ

Ödemeler dengesinin en önemli kalemlerinden biri olan turizm sektörü, dünya ülkelerini bu gelişmeye

ayak uydurmaya zorlamıştır. Uluslararası turizm gelirleri bugün 500 milyar Doları geçmiştir. Yaklaşık Dünya nüfusunun onda biri, gelişmiş ve sanayileşmiş ülke nüfuslarının hemen hemen tamamı, 750 milyon insan turizm hareketlerine katılıyor...

Böylesine hızlı büyüyen turizm sektörünün, ekonomik bir yarışı da beraberinde getirmesi tabiidir. Bu cazip ekonomik getiriden daha fazla pay alabilmek için, dünya ülkeleri amansız bir rekabete girmişler; turizm gelirlerini artırmak için yepyeni taktiklerle, çalışmalarına yön vermişlerdir.

Ülkemizde de, turizm sektörü özellikle 1983 yılından itibaren büyük bir hızla gelişmiştir. Moda deyişimiyle, 1983-1990 yılları arasında yaşanan “Yükselme Dönemi” büyük ekonomik ümitlerin doğmasına da yol açmıştır. Ancak Türkiye gibi kalkınmakta olan ve maalesef tam bir siyasi, dolayısıyla iktisadî istikrarın temin edilemediği ülkelerde; hızlı kalkınma ve büyüme arzusu ile parasal sınırlar daima zıtlasmaktadır. Aynı zamanda olayın sosyal yönü de ekonomik faydaya olan etkileri dolayısıyla, hiçbir zaman gözden uzak tutulmamalıdır.. Bilimsel ekonomik boyutlar, “sosyo-ekonomik” anlayış içerisinde çözümlenmek durumundadır. Dolayısıyla turizm sektöründe yapılacak yatırımların ve yürütülecek işlerin mali meselelerini kendi akışına bırakmamak; aksine yatırım hedefleri, işletmecilik ilkeleri ile mali kaynaklar arasında çok sıkı bir ilişki kurmak gerekmektedir. Bu hususun devletçilikle zerre kadar alakası yoktur. Esasen liberal devlet anlayışında Devletin esas görevi de budur. Yani makro hedeflerin tesbit edilmesi, ana plânların düzenlenmesi... ve uygulamanın bu esaslara göre yapılıp yapılmadığının denetlenmesi. Liberalizm tıpkı özgürlük gibi, kuralsızlık değildir. Bilakis katı bir kuralcılık; yalnız kural koymak da değil, konulan kuralların titizlikle denetlenmesidir.

MADALYONUN ÖBÜR TARAFI

Türk turizmi önemli bir gelişme göstermiştir. Bu gelişim elbette turizme ciddi kaynakların ayrılması, önemli teşviklerin seferber edilmesiyle sağlanmıştır. Bütün bu fedakârlıkların tabii ki bir maliyeti vardır. Bu maliyet neticesinde marjinal faydanın temin edilmesi de ekonominin gereğidir.

Her hızlı büyümede olduğu gibi, turizmimizin büyümesinde de bir takım sıkıntılar yaşanmıştır. Turizm arzında meydana gelen patlama; yatak kapasitemizin hem nitelik, hem de nicelik olarak çok ciddi boyutlarda ve çok kısa süre içinde artması, iki önemli sorunu beraberinde getirmiştir.

1- *Personel sorunu.* Niteliksel ve niceliksel olarak artan kapasiteyle uyumlu, niteliksel ve niceliksel turizm personeli sağlamakta güçlük çekilmiştir.

2- *Pazarlama sorunu.* Yatak kapasitesinin artması demek, mutlaka bu yatakların dolduracağı anlamına gelmemektedir. Tam aksi fazla arz nedreti ortadan kaldıracığından, her sektörde fiyatların düşmesine neden olur. Bu durum aynen Türk turizmde de ortaya çıkmıştır. Evdeki hesap çarşıya uymamıştır. Bol keseden yapılan fizibilitelelerdeki fiyatlar beşte bir oranının altına düşürüldüğü halde, yine de alıcı bulamadığı zamanlar ve mevsimler olmuştur. Bu açmaz ciddi bir akibeti beraberinde getirmiştir; Fiyat ve kalite arasındaki doğru orantı... Fiyatlar düşüğe kalite de düşmüştür. Onbeş yıldan fazla bir zamandan beri bu hastalıkla muzdariptik. Bir kaç sene den beri bir başka hastalığımız doğdu:

Her şey dahil!

Yeni "oğlumuz" hayırlı olsun!

"ALLES INKLUSIVE"

Birkaç yıldan beri, yerli piyasaya yönelik olarak da reklamlarını görüyoruz. Ben geçen yılbaşını ve Kurban Bayramı'nı bu sistemi uygulayan zincirlerin en ünlüsünün iki ayrı tesisinde geçirdim. Rahmetli Kral Faruk zamansız ölmüş... Hasan Sabbah'ın sahte cenetlerinin bu kadar zengin olabileceğini hiç düşünmüyorum... Esasen tesisler "Yükselme Devri" nin muhteşem abideleri. Geniş odalar, görkemli salonlar... Allahın verdiği bulunmaz tabiat... Antalya'nın doğusunda da, batısında da (Belek ve Kemer) deniz ve orman içiçe... Zengin açık büfeler. Canınız a'le car-te mi çekti? Japon, Çin, İspanyol, İtalyan, Brezilya... mutfakları... Mangal, soğuk sandviçler, aklınıza ne gelirse... İçki öyle, yabancı markalar da dahil... Biz kalabalık bir arkadaş grubuyla gitmiştik. Kendimize ait aracımız da vardı. Bir günü etrafı gezmek için ayırdık. Sabah yola çıkarken hepimizin ellerindeki torbalarda kumanyalarımız (lunch box'larımız!) vardı: Tatlısından, tuzlusundan, çeşitli sandviçlerden, meyvasına, kürdanından peçetesine kadar... En çok üzüldüğüm ve utandığım, yemek için indiğimiz kasabada insanların bize ve torbalarımıza bakıştıydı.. Doğal olarak, biraz da laf yedik..."Alles inkludikçiler..."

ZAVALLI KÜÇÜK OTELLER

Bahsettiğim işletmeler 1000 yatak üstündeki tesislerdi. Yıllık doluluk oranları oldukça yüksekti.

Yaz aylarında gazetelerimizin sayfaları yüzlerce kutu dolusu "Herşey Dahil" ilânlarıyla doldu. Bir iki

büyük zincirin dışında neredeyse 30 odalı tesisler bile "Herşey Dahil" sistemine geçmişti. Fiyatlar ise bir alem di. Ağustos ayında en çok okunan gazetelerimizden kestiğim örneklere rastgele bakalım:

"Pırlanta Otel(Fethiye) 39.900 TL, Petro Club (Side) 69.900 TL, Grand Kaptan(Alanya) 59.900 TL., Vikingen (Alanya) 69.900 TL., Hotel Kaptan Paradise (Kemer) 96.900 TL, Club Barın More (Kemer) 84.900 TL, Aldiana (Belek) 87.500 TL, Monachus Hotel(Side) 84.900 TL, Hotel Seher (Side) 57.900 TL, Saphır (Alanya) 79.900 TL, Rubi Hotel (Alanya) 84.900 TL. Happy Elegence (Alanya) 62.500 TL, Club Otel Sera(Antalya) 99.900 TL, Hotel Greenland (Fethiye) 74.900 TL, Sun City (Ölüdeniz) 89.900, Hotel S (Marmaris) 54.900 TL, Furtune Beach Hotel (Marmaris) 54.900 TL, Hotel İntermar (Marmaris) 49.900 TL, Turunç Otel (Marmaris) 77.250, Club Datça (Datça) 51.900, Blue Dreams(Bodrum) 99.900, Club Media (Bodrum) 69.900 TL, İzer Otel (Bodrum) 89.900, Grand Newport (Bodrum) 69.950, Palm Area (Bodrum) 87.900, Hotel Batıhan (Kuşadası) 69.950, Onur Otel (Kuşadası) 64.750, Koru Otel(Kuşadası) 74.900, Ephesia Otel(Kuşadası) 64.900, Park Resort (Bodrum) 59.900 TL, Otel Varuna (Belek) 56.900, Dana Suit(Fethiye) 39.900, Clup Bizim Tepe (Bodrum) 45.000 TL, Papatya Hotel (Kuşadası) 34.900, Sugar Beach(Alanya) 44.900 TL, Hillday (Bodrum) 34.900, Hotel Serin(Alanya) 29.900, Papatya Otel(Kuşadası) 29.900, Orfeuz Otel(Side) 34.900, Clup 55(Marmaris) 39.900, Galaxy Beach (Alanya) 49.900, Clup Alinda (Marmaris) 49.900, Vikingen Studio (Alanya) 44.900, Didym House (Didim) 29.900, Otel Sandima (Bodrum) 29.950, Clup Samsara (Bodrum) 34.950, Kalamaros (Alanya) 34.950, Grand Turkey (Alanya) 24.950 TL...

ZAVALLI ESNAF

Bu oteller bu fiyatlarla ne kazanacaklar? Açık büfe diye; altı çeşit yeşilliği, yoğurda bulasalar; ikinci üstü çayla dilimlenmiş salam inceliğinde kek de verseler; kokteyl bardaklarında tank, ispirto, boya, su karıştırıp ikram etseler; kahvaltıda en ucuz peynirle, kurumuş zeytin sunsalar yine de giydirilmiş maliyetlerini karşılayamazlar.

"Herşey dahil" sistemi büyük zincir işletmelerinde kârlıdır. Çünkü bir kere bunların kapasiteleri büyüktür. En az 500 yatağın üzerinde tesislerdir. Piyasa tabiriyle "sürümden kazanıyorlar". İlave olarak maliyetleri düşüktür. Bütün malzemelerini doğrudan üreticiden temin ediyorlar. Dolayısıyla tam anlamıyla birer süper, gross market konumundalar. Aynen tüketimde yaşadığımız olay, turizmimizde de ger-

çekleşiyor. Bakkallar kapanıyor, marketler çoğalıyor. Önce mahalle bakkalları vardı. Şimdi her yerde süper marketler. Mahalle bakkalları yerine ikame olan "mahalle süper marketleri" bile belirli zincirlerin semtlerdeki uzantısı. Turizm sektöründe de önce küçük oteller vardı. Sonra kapasiteler büyüdü. Randıman ve kârlılık açısından bu kaçınılmaz. Ancak sonra büyük kapasiteli zincirler "*Herşey Dahil*" sistemine geçti. Bunlar ülke menfaatlerini bir tarafa bırakırsak, kendi içlerinde tutarlılar. Ya size ne oluyor küçük otelciler? Sonunuzu mu hızlandırmak istiyorsunuz?

"Ülke menfaatlerini" ise, bir tarafa bırakamayız.

Yazımızın girişinde, turizmin ülke ekonomilerini etkilediği ve en fazla yarar sağladığı beş önemli özelliğe de, "*Herşey Dahil*" sistemi zarar vermektedir. Özellikle Esnaf ve Sanatkârlar bu sisteme karşıdır. Turizm sektörünün içersinde bu kesimin önemli bir rolü vardır. Küçük oteller, lokantalar, büfeler, kahveler, mağazalar... turizm sektörünün yayılım alanı içersindedir. Turizm sektöründe faaliyet gösteren küçük işletmeler, mahalli esnaf ve sanatkarlar dolayısıyla, turizmle ilgili muhitlerinde "kanaat önderi" rolünü de üstlenmektedir. Bunların hoşnutsuzluğu, aynı zamanda topluma da sirayet etmektedir.

SONUÇ

"*Herşey Dahil*" sistemi turizmimize zarar verici bir hale gelmektedir. Büyük işletmeler hızla bu sisteme kaymaktadır. Büyük tesisler ve zincirler bu sisteme

kayarken, küçük işletmeler de bir hevesle bu sisteme geçmektedirler. Bunların büyük işletmelerle rekabet edebilmeleri mümkün değildir.

"*Herşey Dahil*" özellikle buldukları yöredeki esnafı çok olumsuz etkilemektedir. Pansiyoncular, lokantalar, hediyelik eşya satıcıları... kepenklerini indirmeye başlamışlardır. Konakladıkları tesiste yemnin ve içmenin âlâsı bedava olan turist etrafta oturup bir bardak bira içip, birşeyler yemekten kaçınmaktadır. Neden boşuna para harcasın? Dolayısıyla etrafı tanıma ihtiyacını dahi duymuyor. Tam izole, koydukları ismin tam anlamıyla PAKET Turizmi... Akla gelecek her türlü harcama; yol, gezi, yemek, içmek; herşey paketin içinde. Turist Türkiye'ye geliyor ama; ya bulunduğu yerden dışarıya hiç çıkmıyor, çıksa bile konakladığı tesisin bulunduğu yöreye hiç para bırakmadan gidiyor..

Bu işin mahalli tarafı. Bir de bunu makro açıdan değerlendirirdiğiniz takdirde, ülke ekonomisi açısından kaybettirdikleri ortada. Ekonomik tahlile sosyal boyutunu ilave ederseniz, durum büsbütün vahamet kazanıyor; turist giderek sevimsiz hale geliyor.

Sanırım, ülkemizin turizm otoriteleri bu konu üzerinde duruyorlar. Veya bu sistemin mucidi büyük dehalar, kendi çıkarlarını düşündükleri gibi; buldukları yörenin ve mensubu oldukları ülkenin menfaatlerini de düşünürler. Verdikleri zararı asgariye indirmek için tedbirler alırlar. Yoksa kendileri gökten zenbille inmedi. O yöre ve o ülke olmazsa, kendileri hiç olmaz!