

TURİZMDE BİR KRİZ'İN ARDINDAN...

Nazmi KOZAK

Ekonomistler, özellikle büyük ölçekli ekonomilerin belli sürelerde bunalıma girdiklerini, eğer önlem alınmaz ise bu bunalımların etkisinin çok ağır olabileceğini söylerler. Bu görüşü kanıtlar pek çok bunalımı dünya ekonomileri günümüze değin pek çok kez yaşamışlardır.

Yukarıda sözü edilen bunalım, bilindiği gibi piyasa ekonomisinin işleyişinden kaynaklanır. Bir de ekonominin kendi iç dinamiğinden kaynaklanmayan, özellikle dünyanın siyasal gelişmelerinden dolayı ortaya çıkan ekonomik bunalımlar vardır. Bizim burada, özellikle ülkemiz turizm sektörü üzerindeki etkilerinden söz edeceğimiz bunalım budur.

Sözümüzü hemen geçen yıl yaşanan Körfez Krizi bunalımına getirmek istiyoruz. Yukarıda da değindiğimiz gibi Körfez Krizi, ekonominin iç dinamiğinden kaynaklanmayan, doğrudan doğruya bir ülkenin başka bir ülkeyi işgali sonucunda, egemen ülkelerin olaya gösterdikleri tepkiden dolayı ortaya çıkmıştır. Hemen her sektör az ya da çok, dolaylı ya da doğrudan bu Kriz'den etkilenmiştir.

Bu bağlamda tüm dünyada olduğu gibi, ülkemizde de turizm sektörü bu Kriz'den kendine düşen payı almıştır.

Haluk NIŞLIOĞLU

Ege Turistik İşletmeler ve Konaklamalar Dergi Başkanı

Bölgemizde şehir içi ve sahil yörelerinde bulunan tesisler, arka arkaya gelen olumsuz olaylardan dolayı maddi yönden büyük bir darbe görmüştür.

Körfez kriziyle başlayıp, Peşmerge olayı, İstanbul'daki otobüs yangını, Yugoslavya'daki iç karışıklığın devamından dolayı, Türkiye yabancı turizm organizatörlerine ve milletlere kesin ve net çizgileriyle anlatılmadığından 1991 senesi turizmde çöküntü yılı olmuştur.

Devlet ve özel sektör bu tanıtımının birlikte sorumludur.

Derneğimizin tahminine göre, 1991 senesinin soruna kadar bu gidişle geçmiş senelere nispeten turist sayısında % 50 gerileme olacaktır.

Geçmiş aylara nazaran Ağustos ayında turizmde bir hareketlenme olduğu görülmektedir. wTurist sayısındaki bu artışın daha da yükselmesini temenni ederken ulaşım sorunu baş göstermiştir.

Ege Bölgesi'ndeki tüm konaklama tesisleri yukarıda saydıklarımızdan büyük ölçüde etkilenmiş olup, işçi istihdamı bakımından % 50 kapasite ile çalışmakta ve borçlarını ödeyememektedirler. Bu durumun sayın Turizm Bakanlığı'nca dikkatle incelenerek gerekli girişimlerde bulunulmasını ve tüm turizm işletmelerine desteklerini esirgememeleri rica ederiz.

Krizlerin birden ortadan kalkması imkânsızdır. Bu krizlerin bir kısmı gelecek yıllarda da bir nebze olsun etkisini gösterecektir. Bu etkilerin önüne geçebilmek için devlet ve sektör birlikte gerekenleri yapmalıdır.

1991 Ağustos ve Eylül aylarında turizmdeki ani canlılık bizlere gelecek yıl için ümit vermektedir.

Yurtdışında Türkiye'nin daha iyi tanıtılmasına önem verilmesi bu tanıtımların doyurucu şekilde, her memleketin kendi yayın organlarında yapılması daha isabetli olacaktır.

Bu durumda devlet ve özel sektörün işbirliği yapmasının faydalı olacağına inanıyoruz. Yurtiçi ve yurtdışı seyahat ecenteleri ile tur operatörleri birbirlerine zarar verici rekabete girmeden tesisleri değerinde satarak turizme büyük yarar sağlayacaklardır.

Sektör de fiyatları verirken tesisi göz önüne alıp hizmetin niteliğine uygun fiyatlar uygulanmalıdır.

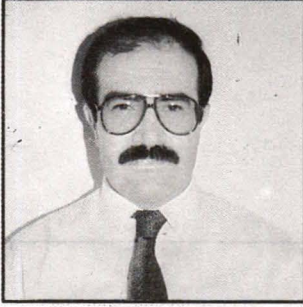


Krizlerin birden ortadan kalkması imkânsızdır. Bu krizlerin bir kısmı gelecek yıllarda da bir nebze olsun etkisini gösterecektir. Bu etkilerin önüne geçebilmek için devlet ve sektör birlikte gerekenleri yapmalıdır.

Abdullah TEKİN

Antalya

Kriz birçok işletmeyi oldukça olumsuz yönde etkilemiştir. Yılın hemen hemen ilk altı ayını kapsayan olumsuzluk boyutu, kalifiye eleman kaybından mali sorunlara uzatılacak çizgide etken olmuştur. Yılın ikinci yarısında gözlenmeye başlayan hareketli dönem bu perspektif içinde yorumlamak gerekir. Yani ekonomik olumsuzlukların aşılmasına ağırlık verme çabaları doğrultusunda, doğal olarak bu noktada sunulan hizmetin dört dörtlük olduğu söylenemez. Nitekim Antalya'da yaptığımız denetimlerde tur düzenleyen bazı acentelerin kaçak rehber kullandıkları görülmüş, kimi kuruluşların da kaçak seyahat acentesi konumunda yansydıkları ortaya çıkarılmıştır. Sektörün bu bölümü kriz döneminde bir destek almış olsalardı, sanırım bu tür olumsuzluklar göze çarpmayabilirdi.



1991 yılındaki olumsuzluğu sadece Körfez Krizi'ne bağlamak doğru olmaz. Nitekim savaş sonrasında aşama aşama bir girdinin söz konusu olmaması oldukça dikkat çekicidir. Fiyatların aşağıya çekilmesini sağlamaya yönelik kimi çabalar Körfez Krizi'ni bahane etmektedirler.

Fiyat hareketleri üzerinde sık sık ve ölçsüz rakamlarla oynamalar yapılmasını oldukça sakıncalı görüyorum. Bu istikrarsızlık sadece bu yıl veya gelecek yıl değil, her zaman olumsuzluk yaratabilir. Bu nedenle sorunu iyi teşhis etmek durumundayız.

Bu bağlamda mevcut pazarlarda mekanizmayı ellerinde tutan kimi tröstlerin uyguladıkları tek yanlı politikaların kırılması gerekir. Seyahat acentelerinin birleşerek, katkıda bulunarak pazar ülkelerinde kendi tur operatörlüklerini kurmaya çalışmaları yerinde olur. En azından çalıştıkları tur operatörlerinin ciddi, güvenilir, oyun düzenlemeyen konumda yansıyacakları noktasına özen gösterilmesidir.

Öte yandan monopol pazarların dışına çıkılıp yeni pazarlara yönelme konusu da üzerinde durulması gereken bir başkaönemli husustur.

Türkiye'nin bu sıcak kanışıklığın ortasında gibi görülmesi, ya da öyle gösterilmesi ülkemiz turizmi üzerinde Kriz'in etkisini daha da arttırmıştır.

Şunu da belirtmekte yarar bulunmaktadır : Körfez Krizi belki tüm dünya turizm hareketlerini belli bir süre etkilemiştir, ancak, bu tür krizlere hiç de alışık olmayan Türkiye turizminin aldığı yara, daha ağır olmuştur. Bilindiği gibi özellikle 1983 yılını izleyen dönemlerde bu alana pek plana ve programa dayanmayan şekilde ve geniş teşvik politikalarıyla akıtılan paralar sonucunda turizm sektörümüz, daha önceleri hiç hayal bile edemeyeceğimiz bir konuma ve büyüklüğe ulaşmıştır. Sektör bu kadar büyürken, elbette ki alt yapı, çevre koruma, pazarlama, tanıtma gibi faaliyetler akıla getirilmemiş, akıla gelse bile pek

önemsenmemiş, daha da önemlisi her şeyin aynı şekilde güllük-gülüstanlık olacağı varsayılmıştır. Bunun üzerine de turizmle yakından uzaktan hiç ilgisi olmayan, otelcilikle ilgisi yalnızca otelde konaklamakla sınırlı olan kimseler, birer turizm işletmecisi, birer otel işletmecisi kesilmişlerdir.

Türkiye'de pek çok yatırımcı, geniş teşviklerin de yardımıyla "dikensiz gül bahçesi" olan turizm alanında yatırıma girişmişlerdir.

Ancak, özellikle 1989 yılından başlayarak "dikensiz güllerin" dikenleri ile tüm sektörde bir panik havası esmeye başlamıştır. Daha önceleri hiç düşünülmemiş birtakım önlemler, belki de "işsizlikten" olacak düşünülmeye başlanmıştır.

Bir süreç içinde de daha önce sektörün cazibesine kapılarak bu alan da yatırıma girişenler ağır ağır sektörü bırakmaya başlamışlar, bu arada da bazı konaklama tesisleri yabancıların eline geçmiştir.

Ahmet R. İLLEZ

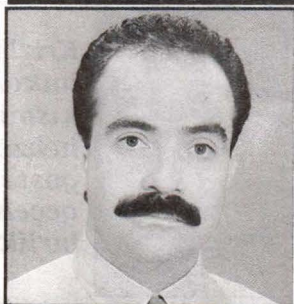
Clup Hotel Sera Genel Müdürü Antalya

Yöremiz işletmelerinin krizden etkilenme boyutlarını nisbet olarak vermek mümkün değildir, çünkü krizle beraber bütün tesisler tamamen boşalmış ve uzun bir süre kendilerini toparlamamışlardır. Şu günlerde yaşanan hareket ise Türkiye'nin ve bölgemizin standarti ve müşterisi değildir.

Önümüzdeki yıla mutlaka birtakım olumsuzluktan sarkacaktır. Ama bu sadece krizin olumsuzluğu değildir. Daha sonra ardına gelen birçok olumsuzlukların da yansımasıdır. Ümidimiz ve çalışmalarımız bu etkileri askariye indirebilme yolunda olmalıdır.

Devletin, ülke ekonomisi genelinde alacağı tedbirler ve istikrar başta olmak üzere; çok hassas olan sektörümüzün korumaya alınarak bürokrasiden arındırılması ve birtakım sektöriçi haksız rekabellerin kaldırılmasında koruyucu tedbirleri almalıdır.

Ayrıca; özellikle son zamanlarda çok yaşanan yurtdışı antipropagandalar ile mücadele edilerek lehte birtakım propaganda yollarının bulunmasını umarım, başta millî prestijimiz olmak üzere, sektörümüz adına da çok büyük fayda sağlayacağı inanındayım.



Önümüzdeki yıla mutlaka birtakım olumsuzluklar sarkacaktır. Ama bu sadece krizin olumsuzluğu değildir. Bu, daha sonra ardına gelen birçok olumsuzlukların da yansımasıdır. Ümidimiz ve çalışmalarımız bu etkileri askariye indirebilme yolunda olmalıdır.

Kasım YAMAN

Atakule Oteli Genel Müdürü,
Kuşadası

Adakule Oteli olarak 1988 yılının ilk aylarında inşaatımıza başlamıştık, inşaat 1991 yılının mart ayına kadar devam etti. Nisan ayında Ramazan Bayramı'nda otelini açmaya karar vermiştik, fakat

çıkmadan evvel devletten istediğimiz, daha önceden teşvik getirdiği bu sektöre getirdiği teşvikleri gerçekten uygulamasıdır. Örneğin Kaynak Kullanma Destekleme Primi'nin iptal edilmesi, bizleri değil ama birçok arkadaşımızı yarı yolda bıraktı. Bizler ise, kaynağı kullandık, fakat kullandığımız kaynağı ancak Bayındırlık Bakanlığının rakamlarıyla kabul ederekbize bir prim ödemesi yaptılar. Örneğin 100 liraya yaptırdığınız bir işi

dasıyla otellerimizi çok ucuz olarak yabancıların eline vereceğiz. Türkiye turizmi ondan sonra yakından uzak an dövizle alakadar olamayacak.

Faiz ödemeyelim demiyoruz, faiz ödeyeceğiz, ama bu bir faiz tuzağıdır. Faiz tutarları her üç ayda beş puan arttırıldı. Yani ben bu oteli % 30 faizle aldığım krediyi ödeyebilirim diye yaptım. Ama üç ay sonra faiz % 35 oldu, altı ay sonra % 40 oldu. Daha sonra % 45, 50, 55, 60, 65 derken faizler % 75'e çıktı ve %75 üzerinden hesap ederken altı aylık birtahakkukla ilk altı ay faiz yükleniyor, daha sonra ikinci altı ay bindiriyor, faiz % 82.75'e geliyor. Yeni hükümetten beklediğimiz bu faiz hadlerinin normal bir hadde indirilmesi, hiç olmazsa bu ödeme zamanını en az Yunanistan ve İspanya ayarına getirebilmeleri, ki bunlar büyük bir rekabet yapıyorlar dünya ile. Yunanistan'da 15 sene, beş senesi ödemesiz on sene ödemeli % 15 faiz uygulanır. İspanya'da 20 senede ödenir. Bunun sekiz senesi ödemesiz, 12 senede ödenir ve sıfır faizdir. Biz bunu da istemiyoruz. Türkiye şartlarında, enflasyonist bir kalkınmanın olduğu bir ülkede % 30, üç senesi ödemesiz, geri kalanı yedi senede ödemeli bir sistem en ideal olanıdır. Şayet bu yapılamazsa, şu andaki faiz borçlarımızdan % 30'luk bir bölümünü firma üzerinde kabul ederek, geri kalan kısmı faiz affına sokulmalı ve ödeyemeyen firmalara, netice olarak Kalkınma Bankası, alacağı rakam hisbetinde ortak olmalı, kazancı o ortaklık nisbetinde paylaştıktan sonra, geri kalan kazancı da kendisi alıp, hisseleri etap etap geri vermesi, o da yine yedi - sekiz senelik bir periyot içinde olabilir. Yoksa otelimizin şu andaki kıymeti en makul fiyatlarla onyedimilyon dolar, geçen gün bir Alman grup geldi satacak olduk, başmilyon dolar verdi. Bunun da iki milyon dolarını peşin ödeyecek, kalanını da iki senede ödemek üzere bizi teklifte bulundu. Eğer Kalkınma Bankası bizi sıkıştırırsa bu fiyatlardan otellerimizi vereceğiz. Aldığımız parayı da olduğu gibi Kalkınma Bankası'na vereceğiz, çekelimizi alacağız gideceğiz. Sonunda da buradaki yabancıların eline geçecektir. Bizim gibi pek çok tesis bulunmaktadır.



Kalkınma Bankası prosedürünü işlettiği takdirde, biz bütün anahtarlarımızı Kalkınma Bankası'na teslim etmek zorundayız. Yahutta yabancı ortak arama sevdasıyla otellerimizi çok ucuz olarak yabancıların eline vereceğiz.

Körfez Krizi, otelin inşaatının bitmesine yakın devrede, finansman ve pazarlama açılarından etkiledi. Dolayısıyla bayramlardan istifade etmeyi düşünürken, birinci bayramdan, istifade ettik, arkasından Kuşadası Altın Güvercin Sinema Güzeli Yarışması'nı düzenledik. Onun da arkasından ikibuçuk aylık çok zor bir dönem geçti. Tüm personel işe başlamıştı, tüm yeme-içme için ihtiyaçlar temin edilmişti, fakat ne gelen vardı, ne de giden...

Temmuz ayının ortasından itibaren satışlar arttı. Çok ucuza satmak zorunda kaldık. Bu sene onun sıkıntısını çektik. Kışın da ayakta durmağa çalışıyoruz. Hafta sonları paket programlar, seminer ve toplantılar olarak bu kışı da ayakta geçirmeye çalışıyoruz. Bu arada ciddi bir pazarlama faaliyeti girdik. 1 Nisan 1992'den itibaren doluluk oranımız % 70'in üzerinde seyretmeye başlayacak. Yüksek sezonlarda % 95'lerde seyredecek.

Potansiyel müşteri olarak ilk sene, son dakika satışları ile gelen Alman turistlerle, İsrail gruplarını misafir ettik. Bunların % 58-60'ı Alman, % 15-20 dolayında İsraili, geri kalanlar ise yerli ve diğer ülkelerden gelen misafirler oldu.

İleriki yıllarda Körfez Krizi gibi olaylar

Bayındırlık Bakanlığında 35 - 40 lira bir rakam gözükyorsa, ancak 35 - 40 liralık bölümü üzerinden kaynak kullanma destekleme primi ödediler. Bu planlarımızı epeyce bozdu. Yarı yarıya, hatta yarıdan az bir destekleme primi alabildik. Diğer yandan bu tip yatırımlar tek başına özvarlıkla yapılması imkânı olmayan yatırımlardır. Dolayısıyla dış kaynak dediğimiz paranın % 30 faizle bir orta vadeli finansman imkânı sağladığını sanarken, bunun iki senesi ödemesiz, beş sene ödemeli idi. Bu, şu anda altı aylık taahhüklarla % 82,75'e geliyor. Türkiye'nin en büyük sorunlarından bir tanesi budur. Biz bu faizleri ödeyemeyeceğiz, çünkü elde ettiğimiz karlılıkla otelimiz % 100 dolu olsa dahi, elde edilen gelir faizden ancak yarısına yetmektedir. Hem faizden tümünü ödeyeceksiniz, hem anaparayı ödeyeceksiniz, buna teknik bakımdan imkân yok. Dolayısıyla hiç olmazsa bu faiz oranlarının makul seviyeye indirilmesi, o makul seviye üzerinden geri kalan kısımlarının da affı gerekmektedir. Yoksa Türkiye Kalkınma Bankası prosedürünü işlettiği takdirde, biz bütün anahtarlarımızı Kalkınma Bankası'na teslim etmek zorundayız. Yahutta yabancı ortak arama sev-

ANATOLIA Dergisi olarak, Körfez Krizi'nden turizm sektörünün nasıl etkilendiğini ve ne gibi önlemler alınması gerektiğini bazı yetkili turizmcilerimize sorduk. Aldığımız yanıtları ve turizmcilerin konuyla ilgili yorumlarını bilgileri-

nize sunmak istiyoruz. Şunu bir kez daha vurgulamakta yarar vardır : Türkiye'de turizm sektörünü geliştirilmesini ve doğal ve kültürel çevrenin korunmasını sağlayacak olanlar gerçekten turizme gönül verenler, turizmi kendilerine gerçekten

iş olarak seçenlerdir. Geçici olarak turizmde yatırımda bulunanlardan ne turizme ne de turizmin ana besin kaynağı doğal ve kültürel çevrenin korunmasına yarar gelmez. Örneklerini daha önceleri çok yaşadık. yaşıyoruz da...

Ümit TUNCEL

Makpa A.Ş. Ankara Bölge Müdürü

Turizm sektörünün içinde bulunduğu kriz bu sektöre hizmet veren hemen tüm kuruluşlar gibi firmamızda etkiledi.

Körfez Savaşı'nın getirdiği kuşklar yüzünden tesislerimizin ana müşterisi olan yabancı turistler gerek ülkelerindeki banka faizlerinin yükselmesi, gerekse gidecekleri yerin durumunun belli olmaması yüzünden rezervasyonlarını yaptırmadılar. Bu durumda :

i) Yüksek işletme maliyetleri ile çalışan tesisler uzun süre bu duruma tahammül edemeyeceğinden faaliyetlerini en dar kapsamda tuttular.

ii) Bu alanda yatırım yapan teşebbüs sahipleri yatırımlarını durdurarak bekle-gör pozisyonuna geçtiler.

Tamamiyle işletmeci ve yatırımcıların faaliyet konumuzdaki taleplerine cevap vermek amacıyla kurulan firmamız da, azalan taleplerden dolayı olumsuz yönde etkilendi.

Savaşın kısa sayılabilecek bir sürede sona ermesinden ve yine uzun sayılmayacak bir duraklama ve olayların billurlaşma devresinden sonra havalaların da güzel gitmesinin yardımıyla rezervasyonlar yavaş yavaş açıldı ve Ağustos ve Eylül 91 aylarında normal seyrine ulaştı.

Ancak savaşın neden olduğu bu kısa kriz dönemi bile, sermayesi olmadan ancak teşviklerle veya aldığı cevaplarla çalışmasını sürdürebilen yatırımcı ve işletmecimizin belini epey büktü.

Bazıları iflas etti, bazıları tesislerini satmak veya devretmek zorunda kaldılar. Bunun sonucu olarak, ister istemez krizin etkileri önümüzdeki yıllara da sarkacaktır. Bu etkiler başta yatırımcı ve işletmeci olmak üzere sisteme hizmet veren bütün kuruluşlarda kendini hissettirecektir.

Hiç şüphesiz sektörümüz bir süre sonra toparlanacak ve gelişmeye devam edecektir. Ancak yaşadığımız olayların herkese bir ders olduğu açıktır. Bu süre zarfında herkes oturup doğru ve yanlışların neler olduğunu düşünme fırsatı bulabilmiş, bazıları aldıkları kararları hemen uygulamaya koyulmuşlardır.

İleride vuku bulabilecek bu tip krizlerden en az zararlı çıkabilmek için her şeyden önce planlı, bilinçli, doğayı kaltetmeden ve turisti yolunacak bir kaz gibi görmeden çalışmanın gerekliliği bir kez daha gözler önüne serilmiştir. Bu yönden bu krizin zararları yanında tecrübe yönünden faydalı olduğunu da söyleyebiliriz.

Ferruh ULUKARDEŞLER

Güney Marmara Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği Başkanı

1990 - 1991 turizm yılı ülkemizde ve bölgemizde çok iyi başlamıştı. Yılın ilk altı ayında rezervasyonlar geçen yıllara oranla yüzde 30 - 40 artış göstermişti. Turistik tesislerimiz yüzde 80 - 90 doluluk oranı ile sezona girmişlerdi.

Ancak, bütün bu olumlu gelişmelere gölge düşüren önemli faktör turizm sektöründe de kendisini göstermeye başladı. 2 Ağustos 1990 tarihinde başlayarak, tüm dünyanın içinde bulunduğu Körfez Krizi'nde özellikle bölge ile içiçe bulunan birkaç ülkeden birisi olan Türkiye'de yaratılmış olan savaş tehdidi, 1990 yılının ve 1991 turizm sezonundaki rezervasyonların yüzde 80 oranında iptal olmalarına neden olmuştu.

Bu durum karşısında, turistik tesislerde konaklama yapan seyahat acenteleri ödeme yapmakta zorlanmaya başladılar. Turistik tesislerin yüzde 20 gibi düşük oranla hizmet vermeleri, girdilerin ödenmesinde güç durumlarda kalınmasına neden olarkeken bunun sonucu tesis sahipleri personel azaltımına, hatta tesis kapısına kilit vürmek zorunluluğunu yaşadılar.

Şimdi ise Körfez Savaşı bitti. Turizm savaşı patlak verdi...

Ne yapılabilir de turist ülkemize getirilebilir savaş başladı otelciler ve seyahat acenteleri arasında...

Yapılan çalışmalar tek yolunu ideal ses getirci bir reklam ve tanıtım kampanyasına girilmesi olduğunu ortaya çıkardı.

Ayrıca, turizm sürekli olarak kendini yenilemesi gerekli olan bir sektördür. İşletmenin günün değişen koşullarına göre kendini yenilemesi dolayısıyla körfez Krizi'nin kendisi üzerinde bıraktığı etkilerini en aza indirmesi gerekmektedir.



Türkiye'de oturmaya kıyamamayacak derecede çok güzel tesisler yapılmaktadır. Ancak bu tesisler yabancı tur operatörleri tarafından çok ucuza satılmaktadır. Bu fiyatlarla, bu tesisler ne kadar yaşayabileceklerdir?...

Kriz akabinde seyahat acentelerinin çeklerini ödememeleri, işletmelerin zor durumlar karşısında düşük fiyat uygulamasını yapması ve en önemlisi "Türkiye ucuz Turizm Cenneti" sloganı ile tanıtım arayışı içine girilmesi, sektörü darboğaza soktu.

Şimdi ise, işletmeciler bu sloganın espirisini yitirmesi ile yeni bir slogan arayışı içine girdiler.

Körfez Savaşı bitti, etkileri yavaş yavaş kaybolmaya başladı. Ama turizmimiz üzerindeki yan etkileri hala güncelliğini taşıyor. Şimdi de fiyat savaşı ile karşı karşıyayız!

Beş yıldızlı tesisler, çok düşük fiyatlarla hizmet verirken, 2 - 3 yıldızlı tesisler ne yapacaklar? Avrupalı'nın 30 yılda yaptığını biz birkaç yılda yapmak için bu sloganı çıkardık." Şimdi de acısını çekiyoruz. Turizm savaşından galip çıkmamız için en kısa sürede yeni bir sloganla dünya turizm pazarına açılmamız gerekmektedir.

Kötü günlerle yüzyüze gelmeden önce sektörün yetkileri mutlaka bir araya gelmeli Ulusal bir konsensüs sağlanmalıdır. Türk turizminin ve otellerimizin yaşaması için mutlaka bir anlaşmaya varılmalıdır. Aksi taktirde Türkiye bir anda 5 yıldızlı otel mezarlığına dönüşecektir.