

ESNAF NASIL TASFİYE OLUYOR?

Aydınlık Gazetesi, 20 Şubat 2018

Yıldırım Koç

1950'li, 1960'lı ve 1970'li yılları hatırlayanların sayısı giderek azalıyor. Günümüz gençleri bu dönemi o yıllarda çekilen Türk filmlerinde izliyordur. Her mahallede bakkal, manav, kasap, mahalle kahvesi vardı. Kentin çarşısında ise bu mesleklere ilave olarak terzi, kırtasiyeci, züccaciyeci, manifaturacı, mefruşatçı, hırdavatçı, berber, esnaf lokantası, ayakkabıcı ve ayakkabı tamircisi, vb. olurdu. Mahalle bakkalı, mahalleliyle içiçe yaşardı. Ailelerin birer veresiye defteri olurdu. Esnaf sayısı çoktu.

TASFİYE BAŞLIYOR

Galiba önce terziler tasfiye oldu. Birçok kentin terziler çarşısında çalışan esnaf, gelişen hazır giyim sanayisi ile rekabet edemedi. Terziler ya mesleği bıraktı, ya da yeni açılan konfeksiyon atelye ve fabrikalarında işçileşti.

Perakende ticarete Sümerbank'ın ve esnafın tasfiyesi ise son 30 yılın ürünü. Ancak özellikle AKP iktidarları döneminde kredi kartı kullanımının hızla yaygınlaştırılmasıyla birlikte, bu tasfiye süreci daha da hızlandı.

BÜYÜK MAĞAZALAR VE AVM'LER

Önce büyük mağaza zincirleri kuruldu. 1960'lı yıllarda Ankara'da önce Ulus'ta ve ardından Kızılay'da GİMA açıldığında, insanlar mağazayı görmek için bile gidiyordu. İstanbul'da ise kamyonlarla mahalleleri de dolaşan Migros vardı.

1985 yılında Türkiye'de yalnızca üç önemli süpermarket zinciri bulunuyordu. Koç'un Migros'unun 28 şubesi, Demirören Grubu'nun Ankara Pazarları'nın 16 şubesi, Toprak Holding'in Toprak Gıda Pazarları'nın da 3 şubesi vardı (*Cumhuriyet*, 26.7.1985).

1990 yılında Metro Grossmarket ile hipermarketler furyası başladı. Carrefour, Beğendik gibi çok büyük mağazalar açıldı. 1995 yılında kapalı alanı 2500 – 15.000 metrekare olan 40 hipermarket vardı. Süpermarket zincirlerinin satış mağazası sayısı da 900 dolaylardaydı (*Ekonomist*, 19.11.1995). Ardından alışveriş merkezleri (AVM) ortaya çıktı. 1999 yılı sonlarında 33 alışveriş merkezi vardı (TOBB, *Alışveriş Merkezleri 99*, Kasım 1999).

Bugün, süpermarketler ve hipermarketler, bol çeşitle, tüketicinin kendisinin malı seçme olanağıyla, düşük fiyatlarla, kredi kartıyla, hediyelerle, elektronik ticaret olanağıyla, profesyonel hizmetle, insangücünün kapitalist anlayışla verimli bir biçimde kullanılmasıyla, farklı birçok malın aynı mağazada bulunmasıyla esnafa tercih ediliyor. Bu mağazalar, büyük miktarda malı doğrudan üreticiden vadeli alabiliyor.

MAHALLELERE KADAR UZANAN ZİNCİRLER

1990'lı yılların başından itibaren, hipermarketlere ve AVM'lere ilave olarak büyük sermayenin perakende şirketlerinin mahallelerdeki mağazaları arttı. Esnafın bu mağazalarla rekabet şansı kesinlikle yok.

1995 yılında 21 mağazayla başlayan BİM'in 2017 yılı sonunda 6.130 mağazası vardı. 1995 yılında kurulan ŞOK'un bugünkü mağaza sayısı da 5.000'in üstünde. BİM'in ve ŞOK'un yanı sıra çok sayıda mağaza zinciri var.

Gerek büyük sermayenin perakende ticarete girişi ve mahallelerde mağazalar açması, gerek yaşanan ve giderek daha da derinleşen ekonomik krize bağlı olarak, esnaf hızla tasfiye oluyor. Dükkanı kapatan esnaf, ya kendini emekli ediyor, ya da bir başkasına ait işyerinde ücret karşılığında çalışmaya başlıyor. Geleneksel esnaf tasfiye olurken, cep telefonu satıcıları, cafeler, lokantalar artıyor. Eczacılar şimdilik dayanıyor. Büyük sermaye, berberliğe ve aktarlığa da henüz girmedi. Ancak bunlar, kapananları telafi edecek kadar çok değil. Esnafın işyerlerini kapatması istatistiklere tam olarak yansımıyor; çünkü birçok esnaf, faaliyeti durduruyor, ancak kaydını sildirmiyor.

Esnaf ve çocukları hızla işçileşiyor.