

TÜRKİYE BÜYÜK MİLLET MECLİSİ BAŞKANLIĞINA

"Tüketim çılgınlığının bir sonucu olarak, artık küçük şehirlerde bile moda olan Alış Veriş Merkezleri (AVM)'nin üretimi artırma yerine hangi tür mal olursa olsun toplumu tüketime yönlendirmesinin ekonomi üzerinde oluşturduğu tahribatın sebepleri ve sonuçlarının tüm yönleriyle araştırılarak alınması gereken tedbirlerin belirlenmesi" amacıyla, aşağıda belirtilen gerekçelerle Anayasa'mızın 98'inci, Türkiye Büyük Millet Meclisi İçtüzüğü'nün 104'üncü ve 105'inci maddeleri gereğince Meclis araştırması açılmasını arz ve teklif ederiz.

① Mehmet SANDIR
Mersin Milletvekili

ADI SOYADI	BÖLGESİ	İMZASI
Necati ÖZMEN	BURSA	
Mustafa BUDAK	ANKARA	
Süleyman ÖZAL	ANKARA	
Seyfettin YILMAZ	ADANA	
Emir GINAR	KASTAMONU	
Ali ÖZ	MERSİN	
Özcan YENİÇERİ	ANKARA	
D. Ali TORAK	İSTANBUL	
Mustafa KALAYCI	KONYA	
MESUT DEDEOĞLU	KAHRAMANMARAŞ	
Reşat DOĞRU	TOKAT	
Adnan Bekir GÜRKAN	HATAY	
Alim İSM	ULUDAĞ	
Bekir Beler	CELİKÖZ	
Murat Rızaoğlu	İSTANBUL	
Muhammed KARAK	ADANA	
Mehmet GÜNAL	ANTALYA	
Yusuf KORKMAZ	KOCAELİ	
Ali HILMAN	ADANA	

GEREKÇE

AVM olarak adlandırılan Alış Veriş Merkezleri tüketim kültürünün ve alışveriş çılgınlığının merkezleri olarak anılmaya başlandı.

Türkiye’de 2013 Haziran ayı sonu itibariyle 336 adet AVM bulunduğu rapor edilmektedir. Bu sayının, halen yapımı devam eden AVM’lerle birlikte 2014 yılına gelindiğinde 400 civarında, olacağı ifade edilmektedir.

Mevcut sayıyla bile Türkiye AVM sayısında Avrupa’da ilk sırada, Dünya’da ise Çin’den sonra ikinci sırada yer almaktadır.

AVM dendiğinde akla ilk gelen “tüketim” olurken, ikinci olarak da “yabancı markalar” gelmektedir. Bunu bilen AVM yönetimleri yabancı markaları çekebilmek için kira bedellerinde ve aidatlarda %50’ye varan indirimlere gidebilmektedir. Birçok yerde de bu indirimlerden olan kayıplar yerli markaların üzerine yıkılarak telafi edilmeye çalışılmaktadır.

Böylece AVM’lerde yer alan yabancı markalar yerli markalarla rekabette daha işin başındayken çok ileride yer almaktadırlar.

Diğer yandan AVM dışında mahalle aralarında belki de babadan kalma işlerini devam ettirmekte olan esnaf ise AVM’lerdeki yerli markaların satışının yapıldığı işyerleriyle bile rekabet edememektedir. Kısıtlı bütçeleri ve sermayeleri sebebiyle AVM’lerin yüksek miktardaki kiralalarını karşılayamayacak olan esnaf, AVM’lere yenik düşmeleriyle işlerini bırakmaktadırlar.

Hal böyle olunca Türkiye’de haksız rekabetin ve tüketim çılgınlığının simgesi haline gelen AVM’ler tartışma konusu olmaktan kurtulamamıştır.

AVM’ler üretmeden tüketme kültürünü besleyen, ekonomide üretim faktörünü reddeden bir yapıya bürünmüştür. Böyle bir yapıdaki tüketim çılgınlığı ülke ekonomisine her halükarda zarar verecektir.

Sayısız fazla olan AVM’lerin bir de kendi içinde bu şekilde büyüyüp genişlemeleri toplumsal yaşamı da etkilemektedir.

Şehir merkezinde kalan AVM’lerin yer analizi yapılmadan inşa edilmeleri, bu çevrelerde zaten çekilmez olan araç trafiğini daha da fazlalaştırmaktadır. Yoğun trafikten dolayı sıkışık trafikte yakıt giderinin %20’ye yakın daha fazla olması sebebiyle milli ekonomiye olan zararı uzmanlar tarafından ifade edilmektedir.

Bazı AVM’lerin kuruluş yerinin yanlış seçimi veya yakınındaki diğer AVM’lerle rekabet edememesi sebebiyle iflas ettikleri haberleri de basında yer almaktadır.

İşin vahameti ortadayken yatırımcılar yeni AVM’ler inşa ederken mevcutları da genişletme yoluna gitmekten geri durmamaktadırlar.

Yukarıda açıklanan sebepler göz önüne alındığında “Tüketim çılgınlığının bir sonucu olarak, artık küçük şehirlerde bile moda olan Alış Veriş Merkezleri (AVM)’nin üretimi artırma yerine hangi tür mal olursa olsun toplumu tüketime yönlendirmesinin ekonomi üzerinde oluşturduğu tahribatın sebepleri ve sonuçlarının tüm yönleriyle araştırılarak alınması gereken tedbirlerin belirlenmesi” amacıyla Anayasa’mızın 98’inci, Türkiye Büyük Millet Meclisi İçtüzüğü’nün 104’üncü ve 105’inci maddeleri gereğince Meclis araştırması açılmasını arz ve teklif ederiz.