



İndirim günleri kandırmacası

MEHMET AKGÜN

ÖZEL HABER

Ankara Giyim Sanayicileri

Derneği Başkanı Canip Karakuş, indirim günleri adı altında yapılan kampanyaların çoğunda halkın aldatıldığını söyledi. Karakuş, hazır giyim sektörünün durumuna ilişkin değerlendirmelerde de bulundu. **SAYFA S.3**



İNDİRİM GÜNLERİ KANDIRMACASI

Ankara Giyim Sanayicileri Derneği (AGSD) Başkanı **Canip Karakuş**, yılın neredeyse her ayında yapılan indirim günlerinin çoğunda gerçekten indirim yapılmadığını söyledi. İndirim kampanyalarının dönemlerinin "Yaz" ve "Kış" olması gerektiğini vurgulayan Karakuş, yılda iki kereden fazla yapılan indirim günlerinin aldatıcı olduğunu kaydetti. Avrupa ülkelerinde senede iki kez yapılan ucuzluk günlerinde toplumun tüm kesimlerinin ucuz alışveriş yapmalarına olanak verildiğini anımsatan Karakuş, "Aynı uygulama bizde de olmalı, yasal önlemle yılın her ayı indirim günleri yapılmasının önüne geçilmeli" dedi.

YILLARCA AYNI AFİŞ ASILI

Bazı mağazaların ürünlerin fiyatını astronomik rakamlara çıkarıp sattıklarını, sonra da sözde kampanyalarla yüzde 90'a varan indirimler yaptıklarını bildiren **Canip Karakuş**, "Tüketici iki kez kandırılıyor. Vatandaş 'indir-bindir' yöntemiyle ya indirimden önce ürüne bedelinin çok üzerinde para veriyor ya da yüzde 90 indirimli aldığı sanarak aslında ürünü normal fiyatına alıyor. 500 lira etiketli ürünün 99 liraya düşmesi akla, mantığa, ticaretin doğasına aykırıdır. Yine kimi mağazalar 'iş değişikliği', 'tasfiye', 'kapatma' afişleriyle zararına satış yaptığını iddia ederek vatandaşı kandırıyor. Bu tip mağazaların yıllarca aynı yöntemlerle satış yaptığını görüyoruz. Kimi mağazalar ise ürünlerin hepsinde değil, karlılığı fazla olan ürünlerde indirim yaparak mağazanın tamamında indirim varmış gibi bir izlenim yaratıyor" şeklinde konuştu.

YILDA İKİ KEZ OLMALI

AGSD Başkanı **Canip Karakuş**, hazır giyimciler olarak kendilerinin de, vatandaşların ucuz giyinmesini istediklerini kaydetti. Bunun için indirim günlerinin iyi bir fırsat olduğunu altını çizen Karakuş, "Yılda iki kez yapılacak amacına uygun kampanyalar, her bütçeye hitap edecektir. Bizim vatandaşlarımıza önerimiz gerçek indirim için ocak ve



Ankara Giyim Sanayicileri Derneği Başkanı Canip Karakuş, indirim günleri adı altında yapılan kampanyaların çoğunda halkın aldatıldığını söyledi. Karakuş, hazır giyim sektörünün durumuna ilişkin değerlendirmelerde de bulundu.

temmuz aylarını beklemeleri, güvenilir yerlerden alışveriş yapmaları" diye konuştu.

İRAN VE RUSYA'DAN UMUTLUYUZ

AGSD Başkanı **Canip Karakuş**, hazır giyim sektörünün durumuna ilişkin değerlendirmelerde de bulundu. Sektörde umutların ekonomideki canlanma sinyalleriyle birlikte arttığını söyleyen Karakuş, "İstihdam seferberliği sırtımızdaki ciddi bir yükü hafifletti. Kredi Garanti Fonu ile açılan kredi muslukları ve diğer destekler de sanayicinin kendine gelmesine yardımcı oluyor. Bizim sektörde ve başka sektörlerde de kredi garanti fonu zamanında düşünülmüş bir proje oldu. Ve herkes de çok memnun kaldı. Dış pazarlarda ise İran ve Rusya'dan umutluyuz. Küresel durgunluğun aşılması gayretleri var. Örneğin İran pazarı öne çıkmaya başladı. Rusya ise henüz eski formunda değil. Ama umutlu-

yuz. İki ülke arasındaki yakınlaşma bu pazarın da cazibe kazanmasını sağlayabilir. Bizim beklentimiz Rusya'nın çok iyi olması. Biz oralara çok büyük miktarda mal satıyorduk. İnşallah o düzeyi yakalarız. Bavlul ticareti için de sektörel umutlar artıyor! Laleli, Osmanbey 2 senelik duraklama yaptı. Şimdi artık yavaş yavaş açılmaya başladık. Önümüzdeki kıştan çok ümitliyiz. Diğer yandan New York, **Ankaralı** tekstilcinin en önemli pazarlarından biri. Amerika ile yaşadığımız vize krizi yüzünden ihracatta gerileme var. Sorunun biran önce çözüme kavuşması, diplomasiyle krizin giderilmesi temel beklentimiz" dedi.

REKABET GÜCÜNÜ ARTTIRMAK İÇİN BUNLAR ŞART

AGSD Başkanı Karakuş rekabet gücünü arttırmaya dönük de şunları söyledi: "Biz üretim yapmak zorundayız. Daha çok ve kaliteli üretmeli-

yiz. Her zaman ifade ediyorum; ekonomik kalkınma, ekonomik güç ve yüksek refah seviyesinin temelinde üretimin yatıyor. Türkiye'nin kalkınma modelinde köklü bir değişime gitmesi, üretime dayalı bir büyüme modeli benimsemesi gerekiyor. Üretmeden tüketmek bizi geleceğe taşıyamaz. Üretim ve istihdam artışına ağırlık vermek, katma değeri yüksek ürünler üretmek, verimliliği ve tasarrufu arttırmak zorundayız. Global piyasalarda rekabet gücümüzün var olabilmesi içinse sadece devlete veya sanayiye iş düşmez. Sokaktaki vatandaşımıza kadar herkesin, her kuruluşun sorumlulukları var. Çaremiz ve tek gerçekçimizin 'daha fazla üretim' olduğunu unutmadan hareket etmek, yeni atılımlarla önümüze bakmak zorundayız. Üretim artışına dönük her proje, her yatırım, her çalışma, her adım bizi güçlü yarınlara taşıyacak."