

AMAÇ KRİZE KARŞI ÇARE ODAKLI BİR TARTIŞMA SÜRECİ BAŞLATMAK

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) Yönetim Kurulu Başkanı Rifat Hisarcıkıoğlu, "Kriz varsa çare de var" kampanyasının amaçlarından birinin de çareye odaklı bir tartışma süreci başlatmak olduğunu belirtti. Kampanyanın geldiği noktaya ilişkin olarak, bilgi veren Hisarcıkıoğlu, Türkiye'nin yıllardır beklediği iş birliği anlayışıyla işçi, işveren, esnaf ve memur el ele vererek, uzun soluklu kampanya başlattıklarını ve 5 hafta sürecek kampanya tasarladıklarını anlattı. Hisarcıkıoğlu, birinci haftanın sloganının, "Eve kapanma pazara çık", ikinci haftanın sloganının "Kimse işini kaybetmesin" olduğunu hatırlatarak, kampanyaya destek veren kurumların hızla artığına işaret etti. TOBB, TÜRK-İŞ, HAK-İŞ, TESK, TİSK, KAMU-SEN, TİM, TÜSİAD, MÜSİAD, TÜRKONFED, Ankara Giyim Sanayicileri Demeği, AMPD, DEİK, TİKAD, BMD, TÜMSİAD, BAKTAD, MOBİSAD'ın kampanyayı desteklediği kaydeden Hisarcıkıoğlu, "Bugün baktığımız zaman sivil toplum ve meslek örgütleri olarak dünyada bir ilki gerçekleştiriyoruz" dedi. Hisarcıkıoğlu, kriz varsa, çaresi olduğuna da inandıklarını, çaresizliğe, ümitsizliğe, karamsarlığa kapılmanın gereği olmadığını düşündüklerini ifade ederek, şunları söyledi: "Bu farkındalığı yaymak için bir kampanya başlattık. Tabii ki bu kampanya, krizin çözümü olmayacak. Hepimizin farkında olması gereken bir gerçek var; Türkiye kendine özgü ekonomik yapısı olan bir ülkedir. Türkiye, ekonomisinin dinamizmini, kendi içinden, gençliğinden, üretim ve tüketim gücünden alan bir ülkedir. Milli gelirin yaklaşık yüzde 70'ini oluşturan hane halkı tüketimini canlı tutmak krizin etkilerini hafifletmek için önemlidir. Rekabet içinde olduğumuz birçok ülke, küresel krizle mücadele önlemleri alırken, kendi iç pazarlarını canlandırma ve başka ülkelere kaptırmama mücadelesi veriyor. Biz de bunu yapmalıyız." dedi.