

Türkiye'nin Yüzü Gülsün Diye...



TOBB, TESK, TİSK, TÜRK İŞ, HAK İŞ, KAMU SEN, TİM, TÜSİAD ve MÜSİAD olarak herkese sesleniyoruz. Ekonomi istihdam, üretim ve tüketimden oluşur. Biri olmazsa kriz kazanır. Ekonomi asıl durduğunda ölür. Krize yenilmeyeceğiz. Çıkacağız pazara, ülkemize destek olacağız. Haydi Türkiye! Önce üretmeye, sonra da kendi ürettiğini tüketmeye. Türkiye'nin yüzü gülsün diye...

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) önderliğinde Türkiye'nin en büyük işveren ve işçi örgütleri bir araya gelerek, "Türkiye'nin Yüzü Gülsün Diye, Kriz Varsa Çare de Var" adıyla başlatılan kampanya bildirgesinde "krize yenilmeyeceğiz" vurgusu yapıldı. TOBB, TESK, TİSK, TÜRK İŞ, HAK İŞ, KAMU SEN, TİM, TÜSİAD ve MÜSİAD tarafından imzalanan kampanya bildirge metninde kamuoyuna şöyle seslenildi:

İşçi, işveren, esnaf ve memur el ele verdik; üreten Türkiye'yi temsil eden TOBB, TESK, TİSK, TÜRK İŞ, HAK İŞ, KAMU SEN, TİM, TÜSİAD ve MÜSİAD olarak bir araya geldik. Üreten Türkiye Platformu'nu kurduk. Üreten Türkiye'nin şirketleri, çalışanları, esnafı



bu krizden daha az hasar görsün diye "Kriz Varsa Çare De Var" diyor, "Türkiye'nin yüzü gülsün" diye herkese sesleniyoruz;

Bu kriz diğerlerine benzemiyor; pek çok ülkede sektörlere, şirketlere, esnaf ve çalışanlara zarar veriyor. Elbette bir gün etkisini azaltacak ve sona erecek. İşte o gün krizden daha az hasar görmüş ülkeler uluslararası rekabet yarışına diğerlerinden önde devam edecek. Türkiyemiz de krizden etkilenen ülkelerden biri. Tüketim ve üretim azalıyor, işsizlik rekor düzeyde.

Ama kriz varsa, çare de var.

Ayağa kalkmak için bir fitilin ateşlenmesine ihtiyaç var. Ne kadar tek vücut olursak, ekonomik gücümüz ve hedeflerimize ulaşma şansımız o kadar artacak. Öncelikle şunu anlamalıyız ki, "üretim-tüketim-istihdam" birbirine bağlı. Biri olmazsa hiç biri yok.

Tüm dünyada tüketim düştü. Türkiye ekonomisinin toparlanabilmesi için öncelikle iç piyasamızı canlandırmamız şart. Bu krizi atlatmamızı sağlayacak şey milli gelirimizin yaklaşık yüzde yetmişini oluşturan hane halkı harcamalarını canlı tutmaktır. Üretime ve tüketime açık, genç nüfusu ile Türkiye bu anlamda çok şanslı.

Bugün dünya bizim ürettiğimizi tüketiyor. Ürünlerimizi 200'den fazla ülkeye satıyoruz, üretim gücümüzü tüm dünya kabul etti. Avrupalıların satın aldıkları her bin dayanıklı tüketim ürününden 200'ü, her bin otomobil ve ticari araçtan 62'si Türkiye'de üretiliyor.

Biz TOBB, TESK, TİSK, TÜRK İŞ, HAK İŞ, KAMU SEN, TİM, TÜSİAD ve MÜSİAD olarak herkese sesleniyoruz.

Bu seferki özverinin adı, üreterek ve tüketerek ekonomiye can vermektir. Zaman, kendine güven ve cesaretle harekete geçme zamanıdır. Zaman aklımızı, umutlarımızı, coşkularımızı ortaklaştırma zamanıdır. Zaman önce kendimize sonra birbirimize güvenme zamanıdır.

Ekonomi istihdam, üretim ve tüketimden oluşur. Biri olmazsa kriz kazanır. Ekonomi asıl durduğunda ölür. Krize yenilmeyeceğiz. Çıkacağız pazara, ülkemize destek olacağız.

Tüketiciler, üreticiler, bankalar ve Hükümet üstüne düşeni yapmalıdır Böylece üretim sürecek, istihdam artacak, tüketim gücümüz yükselecek.

Haydi Türkiye, önce üretmeye, sonra da kendi ürettiğini tüketmeye. Türkiye'nin yüzü gülsün diye.



TOBB BAŞKANI M. RİFAT HİSARCIKLIOĞLU:

"Eve Kapanma Pazara Çık!"

TOBB Başkanı M. Rıfat Hisarcıklıoğlu, tüm dünyayı etkileyen küresel krizin Türkiye'yi de etkilediğini belirterek "Kriz varsa çaresi olduğuna inanıyoruz. Çersizliğe, ümitsizliğe, karamsarlığa kapılmanın gereği olmadığını düşünüyoruz. Bu farkındalığı yaymak için bir kampanya başlatıyoruz" diyerek, kampanyayı başlattıkları ilk gün halka "Eve Kapanma Pazara Çık" dediklerini ifade etti.

Uluslararası ekonomik krizin Türkiye'ye olumsuz etkilerini minimize etmeyi hedefleyen Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB), Hak İşçi Sendikaları Konfederasyonu (HAK-İŞ), Türkiye İşçi Sendikaları Konfederasyonu (TÜRK-İŞ), Türkiye Esnaf ve Sanatkârları Konfederasyonu (TESK), Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu (TİSK), Türkiye Kamu Çalışanları Sendikaları Konfederasyonu (KAMU-SEN), Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği (TÜSİAD), Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği (MÜSİAD) ekonomiyi atağa kaldırmak amacıyla "Kriz varsa çare de var" adlı bir kampanya başlattı.

Türkiye'de iç pazarı canlandırmaya yönelik, tüketici ile sanayiciyi buluşturan, ülkemiz ekonomisini hep birlikte kalkındırmayı amaçlayan önemli bir sosyal proje olan "Kriz varsa çare de var" adlı bir kampanyanın ilk ayağı 22 Mayıs'ta İstanbul'da düzenlenen toplantıyla kamuoyuna duyuruldu. TOBB Başkanı M. Rifat Hisarcıklıoğlu, HAK-İŞ Başkanı Salim Uslu, TÜRK-İŞ Başkanı Mustafa Kumlu, TESK Başkanı Bendevi Palandöken, TİSK Başkan Vekili Sadık Oğuz, KAMU-SEN Başkanı Bircan Akyıldız'ın katıldığı basın toplantısında TOBB Başkanı M. Rifat Hisarcıklıoğlu "Üreten Türkiye Platformu" adına kampanyanın startını verdiği konuşmasında "TOBB, TESK, TÜRK İŞ, TİSK, HAK İŞ, KAMU SEN, TİM, TÜSİAD ve MÜSİAD olarak bugün, "Kriz varsa çare de var!" adlı bir entegre iletişim kampanyasını başlatıyoruz" dedi.



TOBB Başkanı M. Rifat Hisarcıklıoğlu, Hak-İş, Türk-İş, TESK, TİSK ve Kamu-Sen, TİM, TÜSİAD, MÜSİAD olarak "Kriz Varsa Çare de Var!" adlı entegre iletişim kampanyasını başlattıklarını söyledi.

ÇARESİZLİĞE, ÜMİRSİZLİĞE, KARAMSARLIĞA KAPILMANIN FAYDASI YOK

Türkiye'nin yıllardır beklediği işbirliği anlayışıyla işçi, işveren, esnaf ve memur ele ele vererek bugün uzun soluklu bir kampanya başlattıklarını belirten TOBB Başkanı M. Rifat Hisarcıklıoğlu, "Bu kampanyanın hazırlanmasında hepimiz akıl ve amaç birliği yaptık" dedi.

Uzun zamandan beri üzerinde çalıştıkları bu kampanya için yola çıkarken dünya ekonomisinin gelişim süreci ile küresel kriz ve Türkiye ekonomisinin rakamlarını analiz ettiklerini belirten Hisarcıklıoğlu "Mevcut krizin nedenlerinin anlayarak, bu krizin etkilerini azaltmaya dönük bir strateji ortaya koyduk. Hazırladığımız projelerin tümü bu strateji doğrultusunda hayata geçirilecek" diye konuştu.

Bugün önceki krizlerden çok daha yaygın ve derin bir krizle karşı karşıya olunduğunu ifade eden TOBB Başkanı Hisarcıklıoğlu "Sanayi üretimi Ağustos'tan bu tarafa hızlı bir şeklide küçülüyor. Kapasite kullanım oranlarındaki gerileme krizle birlikte ivme kazanmış durumda son dönemde hafif bir toparlanma gözlense de tüketici ve yatırımcı güveni hâlâ düşük seyretmeye devam ediyor. Dış ticaret kanallarındaki tıkanıklıkla Türkiye'yi etki altına alan kriz içeride yatırım ve tüketimdeki azalmayla birlikte iyice derinleşiyor. Tüm bunlar soncunda, issizlik hızla artı-



"Kriz Varsa, Çare de Var" kampanyasının tanıtımı dolayısıyla Hak-İş, Türk-İş, TESK, TİSK, Kamu-Sen, TİM, TÜSİAD ve MÜSİAD temsilcilerinin katılımıyla Ceylan Otel'de düzenlenen bir basın toplantısı düzenlendi.

yor. Özellikle gençlerimiz arasındaki ve şehirlerdeki issizlik kaygı verici boyutlara ulaşıyor. Ancak bugün bizler bir noktaya dikkat çekmek için buradayız. Kriz varsa çaresi olduğuna inanıyoruz. Çaresizliğe, ümitsizliğe, karamsarlığa kapılmanın gereği olmadığını düşünüyoruz. Bu farkındalığı yaymak için bir kampanya başlatıyoruz" şeklinde konuştu.

Türkiye'nin kendine özgü ekonomik yapısı olan ülke olduğuna işaret eden Hisarcıklıoğlu, "Milli gelirin yüzde yetmişini oluşturan hane halkının tüketimini canlı tutamk, 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. Bizde bunu yapmalıyız. Biz Türkiye olarak bu anlamda çok şanlıyız çünkü üretime ve tüketime açık geç bir nüfusumuz var" dedi.

ÜRETEN TÜRKİYE'NİN DAYANMA GÜCÜNÜ ARTIRMALIYIZ

İçinde bulunulan süreçte pek çok sektörde fiyatların aşağıya doğru gittiğini gördüklerini ifade eden TOBB Başkanı M. Rifat Hisarcıklıoğlu, "Kriz alım için bir dizi fırsat ortaya çıkarıyor. Tüketici olarak fırsatları dikkatle analiz etmeliyiz. Şimdi tüketimi kesme değil, bilinç tüketim zamanındayız tüketiciler olarak krizi fırsata çevirmenin yolu fiyatların en düşük olduğu noktada ihtiyaçlarımız karşılamaya başlamaktır" diye konuştu.

Hazırlanana projenin ilk ayağında bir iletişim kampanyası başlattıklarını vurgulayan Hisarcıklıoğlu, "Bu kampanya beş hafta sürecek ve beş başlık altında topladık. Bu mesajları her hafta kamuoyu ve halkımızla paylaşacağız" dedi.

Kampanyayı başlattıkları ilk gün halka "Eve Kapanma Pazara Çık" dediklerini ifade eden Hisacıklıoğlu, "İmkânı olanların yaşamlarını, harcamalarını azaltmadan sürdürmelerini söyleyeceğiz. Bilinçli tüketim zamanın geldiğini hatırlatacağız. Daha sonra hem halkımıza, hem de sanayicimize güven vermeyi amaçlayan ilanlarımız devreye girecek" şeklinde konuştu.

Üreten Türkiye'nin dayanma gücünün artırmak için, iç piyasayı canlandırmanın şart olduğuna işaret eden Hisarcıklıoğlu, "Bu iletişim kampanyası, sadece bir zihinsel hazırlık sürecini oluşturuyor. Krizin üstesinden hep beraber nasıl geleceğimiz konusunda halkımızla bir bilgi paylaşımında bulunuyoruz. Çünkü bu konuyu bir bütün olarak ele almalıyız, herkese görevler düşüyor. Tek başına iletişim kampanyası ile krize çözüm getiremeyiz. Bu nedenle hem hükümetimizden beklentilerimiz var, hem de bu kampanyamızı entegre başka proje ve kampanyalarımız takip edecek. Şu an yaptığımız şey bir fitili ateşlemek. Ne kadar tek vücut olursak, ekonomik gücümüz ve hedeflerimize ulaşma başarımız o kadar artacaktır" dedi.

TULUMBAYA İLK SUYU DÖKÜYORUZ

Toplumun üreten kesimini temsil eden işçi ve işveren kuruluşlarıyla bir araya gelerek, ekonomiyi canlandırmaya nasıl bir katkı verebileceklerini değerlendirdiklerini anlatan TOBB Başkanı M. Rifat Hisarcıklıoğlu konuşmasını şöyle sürdürdü:





TOBB Başkanı M. Rifat Hisarcıklıoğlu: "Tüketici olarak fırsatları dikkatle analiz etmeliyiz. Şimdi tüketimi kesme değil, bilinç tüketim zamanındayız tüketiciler olarak krizi fırsata çevirmenin yolu fiyatların en düşük olduğu noktada ihtiyaçlarımız karşılamaya başlamaktır."

"Kampanyamız, önümüzdeki aylarda genişleyecek, farklı sektörlere dinamizm getirmeyi hedefleyecek. Sektör temsilcileri, bankalar, kamu kurumları ortak hedef için; ekonomiye canlılık getirme hedefi için girişimlerde bulunacaklar. Bu kampanyamız Hükümetin alacağı tedbirler ve ekonomideki gelişmelere bağlı olarak gündeme gelecek. Biz bir araya geldik.

Kendimize güvenimiz tam. Ülkemizin krizden çıkış çabalarına katkıda bulunabileceğimizi düşünüyoruz. Bu çerçevede alternatifler üretmeye de devam edeceğiz. Türkiye'nin yüzü gülsün diye geniş bir mutabakat zemini oluşturmaya çalışıyoruz. Bu girişim ile biz tulumbaya ilk suyu döküyoruz. Herkesi de bize katılmaya davet ediyoruz".

Kampanya ilanlarının tüm ülkeye afiş ve pankart olarak yayılacağını belirten Hisarcıklıoğlu "Belediyeler billboard ayırdı, belediye başkanlarımız ve valilerimiz bizleri destekleyecek. İlanlar odalarımız ve sendikalarımız aracılığıyla işyerleri, çarşı ve pazarlara asılacak. Ayrıca isteyen herkes ilanları web sitemizden temin ederek kendi logosu ile kullanabilir" dedi.

Bu birliktelik projesinin Türkiye sathına yayılmasının son derece önemli olduğuna vurgu yapan Hisaccıklıoğlu "Üreten Türkiye Platformu isteyen herkese açıktır. Ayrıca burada değerli medyamızdan da destek bekliyoruz. Hepimiz aynı geminin içindeyiz" şeklinde konuştu.

TOBB Başkanı M. Rifat Hisarcıklıoğlu, kampanya için kendilerine destek veren başta Başbakan Recep Tayyip Erdoğan, ana muhalefet partisinin lideri Deniz Baykal, MHP lideri Devlet Bahçeli ve hükümetin ilgili bakanlarına teşekkür etmek istediğini, siyasilerin bu noktadaki mutabakatının kendilerini daha çok heyecanlandırdığını söyledi.





HERKES ÜZERİNE DÜŞENİ YAPMALI

Toplantının ardından gazetecilerin sorularını yanıtlayan TOBB Başkanı Rıfat Hisarcıklıoğlu, imkânı olanlara tüketimi ertelememelerini, şu anda işini kaybetmeyen insanlara tüketimlerini kısmamalarını söylediklerini belirterek, bu kampanyanın; bütün kesimleri bir araya getiren bir paydayı oluşturduğunu, siyaset üstü bir proje olduğunu ifade etti.

TOBB Başkanı Hisarcıklıoğlu, insanların umut taşımamaları halinde alışveriş etmediğini ifade ederek otomotivdeki ÖTV indiriminden sonra satışların yüzde sekseninin kredi kullanılmadan yapıldığını, güveni sağlamanın önemli olduğunu belirtti. Hisacıklıoğlu "Muhakkak desteklenecek hareketler var mıdır, vardır. Hükümetin alması gerekenler var mıdır, vardır. Herkesi bu kampanyaya destek olmaya çağırıyoruz. Herkes üzerine düşeni yapmalı" şeklinde konuştu.

TOBB Başkanı Hisarcıklıoğlu, "İşin en güzel tarafı; iktidarıyla muhalefetiyle böyle bir kampanyada olmak. Yaklaşık iki yıldır böyle bir konsensüs ararken, iki yıldır yakalayamadığımız bir şeyi yakaladık. İktidarıyla, muhalefetiyle değerli genel başkanlar bize bu kampanyaya destek olacaklarını ifade ettiler. Onun için herkesin üzerine düşen var. Bankalarımızın var, hepimizin üzerine düşen var. Temaslarımız devam ediyor" diye konuştu.

TOBB Başkanı Hisarcıklıoğlu konuşmasının ardından TOBB, TESK, TİSK, TÜRK İŞ, HAK İŞ, KAMU SEN, TİM, TÜSİAD ve MÜSİAD tarafından imzalanan kampanya bildirgesini okudu.

TİSK GENEL BAŞKANI TUĞRUL KUDATGOBİLİK:

"Kampanya İle Krizle Mücadelede Önemli Kazanımlar Elde Edilecektir"



"Kriz Varsa Çare de Var" kampanyası ile Türkiye'nin en güçlü teşkilatlarının hep birlikte hareket etmesinin, güven duygusunun geri kazanılması açısından son derece önemli olduğuna işaret eden TİSK Genel Başkanı Tuğrul Kudatgobilik, "Üretim, tüketim ve istihdam ekonomi bütününün parçalarıdır; birbirlerini beslerler. Tüketimin canlanması, üretim ve istihdamı da harekete geçirecek ve krizle mücadelede önemli kazanımlar elde edilecektir" açıklamasında bulundu.

Beş hafta sürecek olan ve ilk haftası tüketicilere yönelik "Eve Kapanma, Pazara Çık" mesajıyla başlayan "Kriz Varsa Çare de Var" seferberliğinin Üreten Türkiye Platformu'nun katılımcılarından Türkiye İşverenler Sendikası Konfederasyonu (TİSK) Genel Başkanı Tuğrul Kudatgobilik Ekonomik Forum Dergisi'ne kampanya ile neyi amaçladıklarını şöyle açıkladı:

"ABD'den başlayıp tüm dünyayı etkisi altına alan krizin en önemli özelliği 'belirsizlik', 'endişe' ve 'güvensizlik' doğurmasıdır. Ülkemizde 2008'in yaz aylarından itibaren bu duyguları yoğun biçimde yaşayan tüketici satın alma kararını erteledi. Yurtiçi tüketim büyük ölçüde azaldı ve bu durum süratle üretime yansıdı. Yurtdışı talepteki azalışın da etkisiyle mal ve hizmet üretimi hızlı bir düşüş gösterdi, sanayide fabrikaların üretim hatları durdu. İstihdam, üretim birimlerinin sipariş listesine doğrudan bağlıdır. Dolayısıyla işsizlik sert biçimde yükseldi. TİSK'in içinde yer aldığı 'Üreten Türkiye Platformu, 'Kriz Varsa Çare de Var' kampanyasını düzenlerken yukarıda belirtilen gerçeklerden hareket etmiştir. Üretim, tüketim ve istihdam ekonomi bütününün parçalarıdır; birbirlerini beslerler. Tüketimin canlanması, üretim ve istihdamı da harekete geçirecek ve krizle mücadelede önemli kazanımlar elde edilecektir."

Türkiye'nin en güçlü teşkilatlarının hep birlikte hareket etmesinin de, güven duygusunun geri kazanılması açısından son derece önemli olduğunun altını çizen TİSK Genel Başkanı Tuğrul Kudatgobilik, "TİSK olarak baştan beri, yani kampanya fikrinin geliştirilmesi ve hazırlık çalışmalarının yapılması aşamalarından itibaren çekirdek ekip içinde yer aldık, katkı verdik. Yürütülmesinde de destek olduk, olmaya devam edeceğiz" açıklamasında bulundu.

VERGİ İNDİRİMLERİ ALIŞVERİŞLE BİRLİKTE VERGİ TAHSİLÂTINI ARTIRMAKTA

Türkiye'nin önde gelen sivil toplum kuruluşlarını bir araya getiren "Kriz Varsa Çare de Var" kampanyasına gösterilen ilgiyi olumlu bulduğunu söyleyen Kudatgobilik, kampanyanın geldiği aşamaya yönelik şu değerlendirmeyi yaptı:

"Kampanya 6 Haziran 2009'da üçüncü haftasına girdi. İlk iki haftada işbirliğimizde öngördüğümüz gibi medya, kamuoyu ve tüketiciler nezdinde çok geniş bir ilgi uyandırmış, toplumda çok konuşulan, etki yaratan bir olay olmuştur. Bu bakımdan başarılıdır. Kampanya ilerledikçe, planlanan yeni faaliyetlerle bu ilginin ve başarının artmasını bekliyorum. Bu tür kampanyaları çoğaltmak kuşkusuz gereklidir. Herkes ve her kuruluş piyasaların canlanması için işbirliği ve aktivite içinde olmalıdır."

Başbakan Recep Tayip Erdoğan tarafından 4 Haziran 2009 tarihinde açıklanan yatırım teşvikleri, istihdam düzenlemeleri ve kredi garanti sistemi ile ilgili paketi konumuz açısından geneli itibariyle olumlu bulduğunu belirten TİSK Genel Başkanı Tuğrul Kudatgobilik, kamuoyuna yönelik şu açıklamayı yaptı: "Kısa vadede ise işyerlerinin devlete olan vergi ve prim borçları konusunda süre uzatımına gidilmesi ve gecikme zamlarının enflasyona göre revize edilip uzun dönemli bir ödeme kolaylığı sağlanması halinde, Türkiye ekonomisi bundan büyük yarar görecektir. Piyasaların canlanması, üretimin ve istihdamın artması için süresi sona erecek KDV ve ÖTV indirimlerinin uzatılması ve kapsamının genişletilmesi de önem taşımaktadır. Bu vergi indirimleri alışverişle birlikte vergi tahsilâtını da artırmaktadır."

TESK GENEL BAŞKANI BENDEVİ PALANDÖKEN:

"Kampanyanın Piyasalar Üzerindeki Olumlu Etkileri Giderek Artacak"

TESK Genel Başkanı Bendevi Palandöken, "Kriz Varsa Çare De Var" kampanyasının temel amacının "Halkımızın harcama yapma konusundaki tereddüt ve kaygısını yenmek, ona çarşıya pazara çıkacak moral düzeyini kazandırmak" olduğunu belirterek, kampanyaya kamuoyunun ve halkın verdiği tepkinin çok olumlu olduğunu söyledi.



Tüketicilere "krizin çaresi var" demek için sanayiciler, tüccarlar, esnaf ve sanatkârlar, işçiler, kamu çalışanları ve sivil toplum kuruluşları tarafından oluşturulan "Üreten Türkiye Platformu" Türkiye pazarını canlandırmayı amaçlayan bir sivil girişimi. "Üreten Türkiye Platformu" Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) öncülüğünde başlatılan "Kriz Varsa Çare de Var" kampanyası katılımcılarından Türkiye Esnaf ve Sanatkârları Konfederasyonu (TESK) Genel Başkanı Bendevi Palandöken "Kriz Varsa Çarede Var" kampanyasının temel amacının halkımıza moral ve piyasalara güven verilmesi olduğuna dikkat çekerek şöyle konuştu: "Son küresel krizin piyasalarda oluşturduğu olumsuz ortam halkımızı, harcama eğilimlerini kısmaya ve tüketimlerini ertelemeye yöneltmiştir. İşte, kampanyamızın temel amacı; halkımızın harcama yapma konusundaki tereddüt ve kaygısını yenmek, ona çarşıya pazara çıkacak moral düzeyini kazandırmaktır. Kampanyamızla ilgili olarak kamuoyunda yer alan kimi eleştirileri de bu vesileyle yanıtlamak isterim. Piyasalara kaynak enjekte etmeden ve halkımızın cebine para koymadan bu tür kampanyaların başarılı olamayacağı ileri sürülmektedir. Hemen belirtmeliyim ki, bu kampanya ile bizim amaçladığımız, piyasalardaki psikolojik bariyerleri ve kararsızlıkları, halkımıza moral aşılayarak yenmek ve onları harcamaya yönelterek piyasalarda hareketlenme sağlamaktır. Bu amaç doğrultusunda, kısmen de olsa başarılı olduğumuz kamuoyundan gelen mesajlardan anlaşılmaktadır."

TESK Gene Başkanı Bendevi Palandöken, "TESK olarak bu kampanyaya Anadolu'nun en ücra köşesine kadar yayılmış üç bin 600 odamızı da etkinliğimize aktif olarak dâhil ederek katkı yapmaya çalıştık. Duvar ilanları ve broşürler ile yoğun bir biçimde gerçekleştirdiğimiz bu çalışmalarımızın, kampanyanın geldiği noktada önemli bir katkısı bulunduğu inancındayım" açıklamasında bulundu.

TOPLUMDA MORAL VE HAREKETLENME SAĞLANMIŞTIR

Palandöken, Türkiye'nin önde gelen sivil toplum kuruluşlarını bir araya getiren kampanyanın geldiği aşamayı değerlendirirken "Kampanyamızın bugün ulaştığı noktanın son derece olumlu olduğunu düşünüyorum. Kimi karşı görüşlere ve engellemelere karşın bu kampanyadan beklenen sonuç alınmış, toplumda moral ve hareketlenme sağlanmıştır. Kampanyanın piyasalar üzerindeki olumlu etkilerinin giderek artacağına da içtenlikle inanıyorum" dedi.

"Kriz Varsa Çare de Var" kampanyasının önemli bir diğer yararının da "Temel sorunlarımızı bu vesile ile Başbakan'a, Bakanlara ve muhalefet partisi liderlerine anlatma fırsatını bulmuş olmamızdır" diyen TESK Genel Başkanı Bendevi Palandöken, "Gerçektende toplumun tamamını temsil eden sivil toplum örgütleri olarak sektörel bazdaki sıkıntı ve sorunlarımızı hükümet yetkililerine ve ilgililere anlatmış olmamız bile kampanyamızın başarıya ulaşmasına önemli katkı sağlamıştır" ifadesini kullandı.

Palandöken, "Kampanyamızın bugün ulaştığı sonuçlar yönünden son derece başarılı olduğuna inanmakla birlikte, bu tür kampanyaların gereğinden fazla tekrarlanmasının, etkinliğin ciddiyetine gölge düşüreceğini ve etki volümünü azaltacağını" düşündüğünü vurgulayarak bu tür kampanyaların daha sık yapılıp yapılmamasına yönelik görüşlerini şöyle özetledi:

HEDEFİMİZE ULAŞTIK

"Kampanyamız hedeflerine büyük ölçüde ulaşmış, halkımızın özellikle bu kriz ortamında ihtiyaç duyduğu moral destek sağlanmıştır. Bu tür kampanyaların kısa bir süre içerisinde aynen tekrarlanmasının uygun olmayacağı görüşündeyim. Ancak, farklı model ve formatlar ile değişik varyasyonlarda ve uygun zaman aralıklarıyla bu kampanya benzeri etkinliklerin gerçekleştirilmesinin yararlı olacağını da düşünüyorum."

Palandöken, "Kriz Varsa Çare de Var" kampanyasına kamuoyunun ve halkın verdiği tepkinin çok olumlu olduğunu ifade ederek Ekonomik Forum Dergisi aracılığı ile kamuoyuna yönelik şu açıklamayı yaptı: "Bu kampanyamıza az sayıda da olsa karşı çıkan kimi çevreler, bu iyi niyetli girişimimizin olumlu sonuçlarını göz ardı etmekte ama toptancı nitelikteki genel eleştiriler dışında herhangi bir somut öneri de ortaya koyamamaktadırlar. Her iyi niyetli girişimi eleştirmeyi marifet sayan bu toptancı zihniyeti kınıyorum ama bu karşı çıkışların kamuoyunda tasvip görmediğini tespit etmekten de ayrıca mutluluk duyuyorum."

HAK-İŞ GENEL BAŞKANI SALİM USLU:

"Kampanya İstihdama Destek Olacak"

Hak-İş Başkanı Salim Uslu, "Kriz Varsa Çare De Var" kampanyasının sadece tüketim değil, istihdam ve alım gücünü artıracak çalışmaları da içerdiğini dile getirdi. Bu kapsamda önümüzdeki günlerde kriz döneminde yatırımda hız kesmeyen şirketlere ödül vereceklerini dile getiren Uslu, ayrıca tüketicinin yanında üretici, çalışan ve hükümete yönelik olarak da iç talebi artırmaya yönelik çağrılar yapacaklarını söyledi.

HAK-İŞ Genel Başkanı Salim Uslu, son aylarda işsizlik oranları ile ilgili rakamlar ürkütücü boyutlara vardığını ifade ederek, krizin yarattığı işsizlik boyutuna dikkat çekerek şöyle konuştu: "İşsizlik oranının yüzde dokuzlardan yüzde 16,1'e firlaması, bu ay beklenen muhtemel artışlar kaygı verici boyutlara ulaştığını gösteriyor. İşsizlik oranının artmasıyla işletmelerde üretimdeki daralma, kapasite kullanım oranlarındaki gerileme arasında bir doğru ilişki olduğunu gördük. İşletmeler stokları için çalışmadığına göre, pazarın hiçbir şekilde daralmaması gerekiyor. Bu nedenle biz krizin giderek reel sektörü etkilediğini ve bu etkilenmenin de işsizlik olarak bize geri döndüğünü görüyoruz. Yani bir domino etkisi yapıyor."

HAK-İŞ olarak kriz daha başlamadan Türkiye'de bazı çevrelerin başlatmış olduğu, kimi kampanyalarda oluşturulan korku senaryolarının, örülen korku duvarlarının aşılması gerektiğini düşündükleri belirten HAK-İŞ Genel Başkanı Salim Uslu, "Kriz Varsa Çare De Var" kampanyasına yönelik şu açıklamayı yaptı:

"Bu ülkenin çalışanları ve girişimcileri ürettikleriyle dünya sıralamasında önemli başarılar elde etmişlerdir. Kimi sektörlerde dünya birincisi, Avrupa birincisi, üçüncüsü, beşincisi ve birçok sektörde ilk onda bulunuyoruz. Girişimciliği böylesine başarılı bir toplumun, bu kadar çok kriz yaşamış ve bu krizler karşısında önlemler almış bir ülkeni, kriz korkusuyla eve kapanmasını, ihtiyaçlarını erteleyip ötelemesini rasyonel bulmuyoruz. Bu nedenle biz bu korku duvarının aşılması açısından, toplumun yarın kaygısına kapılmaksızın, elindeki birikimi ile bugünkü ihtiyaçlarını bugün karşılamasını daha doğru olacağını ve daha yararlı sonuçlar getireceğini düşünüyoruz. Türk toplumu bu kriz döneminde şayet talep etme devam ederse, siyasi iktidar talep potansiyelini destekleyen bazı düzenlemeler yapar, ileri adımlar atarsa, siyaset kurumları ve ekonomi aktörleri krizden ekonomik veya politik rant elde etmek gibi küçük hesaplardan uzak durursa, inanıyorum ki Türkiye krizin yaratacağı zararları hafifletmiş olur ve aynı zamanda Türkiye kriz sonrasına bütün ülkelerden daha iyi hazırlanmış olur."

Kampanyanın krizi çözmeye doğrudan bir etkisi olmadığı vurgulayan HAK-İŞ Genel Başkanı Salim Uslu, "Kriz korkusunun yenilmesi demek, hem geleceğe yönelik, yatırımcının, girişimcinin cesaretle yatırımlarını devam ettirmesi, hem çalışanların da iş güvencesinin devamı, hem de işletmelerimizin rekabet gücünün artarak devam etmesi gibi bir sonucu yaratacaktır" açıklamasını yaptı.

YAPICI HER TÜRLÜ GÖRÜŞE, DÜŞÜNCE VE ELEŞTİRİYE AÇIĞIZ

HAK-İŞ olarak "Kriz Varsa Çare De Var" kampanyasının başından beri içinde yer aldıklarını anımsatarak "Açıklanan programların her aşamasında, hazırlık aşaması dâhil bulunuyoruz" vurgunu yapan HAK-İŞ Genel Başkanı Salim Uslu "Toplumun bundan iki üç ay öncesinde göre korkularını aşma konusunda daha bir ileri adım attığını görüyoruz" diyerek



kampanyadan başarıyla çıkmak için yapılması gerekenleri şöyle sıraladı:

"Hele bir de bizimle beraber hükümet üyeleri ya da siyasi parti genel başkanları alışverişe çıkara sembolik de olsa katkılarının somutlaştırırlarsa, işletmeler bu kampanya döneminde yapılacak birtakım ucuzluk veya promosyon kampanyalarına katkı verirlerse ve hükümet sosyal politikaları güçlendiren bazı adımlar atarsa, medya da burada sorumlu davranıp duyarlı bir katkı verirse ben inanıyorum ki, biz bu kampanyadan başarıyla çıkarız.

Şüphesiz kamuoyunda bu konunun gerek destek anlamında gerekse eleştiri anlamında çok tartışılıyor olması son derece önemli. Bunları dikkatle takip ediyoruz. Bunların içinde düşünmediğimiz, düşünemediğimiz bazı önemli öneriler olursa bunları realize etmek için elimizden gelen her çabayı gösteriyoruz. Yapıcı her türlü görüş, düşünce ve eleştiriye açığız. Şüphesiz burada bu eleştirilerden yararlandığımız gibi kendi alanlarında uzman arkadaşlarımızın da bazı çabaları ve katkıları var. Hep birlikte bunları aşmaya çalışıyoruz."