

İTO DÜNYANIN ZİRVESİNDE

İstanbul Ticaret Odası (İTO), 136 yıllık geçmişle dünyanın en köklü meslek örgütleri arasında yer alıyor. 1882'de 17 üyeyle kurulan İTO, bugün 422 bin üye sayısıyla dünyanın 2. büyük ticaret odası konumunda.



3 FARKLI YÜZYIL GÖRDÜK: İTO Yönetim Kurulu Başkanı Şekib Avdağ, Ekovitrin'e yaptığı açıklamada, İstanbul Ticaret Odası'nın 136 yıllık geçmişinde 3 farklı yüzyıl gördüğünü, imparatorluğu da cumhuriyeti de yaşadığını söyledi. Avdağ, Türkiye'nin sağlam bir ekonomik gelecek kurması için geleneksel tarımla başladığı ve sanayileşmeyle devam ettiği yolculuğunda İTO'nun hep ön safta yer aldığını belirtiyor.

Karaköy'de Galata Köprüsü'nün ayakta bulunan Mehmet Ali Paşa Hanı'ndaki bir odada 1882 yılında 17 üyeyle faaliyetlerine başlayan İstanbul Ticaret Odası (İTO), bugün 422 bin üyeyle dünyanın en büyük ikinci odası konumunda. İTO, ekonomik anlamda Türkiye'de önemli bir gücü elinde bulunduruyor.

İstanbul Ticaret Odası Yönetim Kurulu Başkanı Şekib Avdağ ile dünyanın 2. büyük ticaret odasının başarısını, hedeflerini ve Türkiye ekonomisini konuştuk.

136 YILLIK DEV KURULUŞ

■ İstanbul Ticaret Odası (İTO) olarak

faaliyetlerinizi ve üye sayısını anlamada ulaştığımız büyüklüğü anlatır mısınız?

İstanbul Ticaret Odası, kurulduğu 1882 yılından beri ticaretin geliştirilmesi, üretimin artırılması, Türk tüccarının uluslararası ticaretin ayrılmaz parçası olması için yol açıcı faaliyetlerin içinde bulundu, halen de aynı doğrultuda çalışmalarını sürdürüyor. Türk ticaretinin ve ekonomisinin geliştirilmesine adanmış 136 yıllık geçmişimizde üç farklı yüzyıl gördük, imparatorluğu da cumhuriyeti de yaşadık. Türkiye'nin sağlam bir ekonomik gelecek kurması, geleneksel tarımla başladığı üretim hayatından sanayileşmiş ülkeye evrilmesi ve çağını yakalaması için başladığı yolculukta hep en

ön safta yer aldık. Günümüzde de geçerli bu amaçlarımızı, değişen şartlara adapte ederek uygulamak için faaliyetler sürdürüyoruz. Bunları şöyle sıralayabiliriz:

Birincisi üretim ve ticaretlerini geliştirmeleri, küresel ticarete rekabetçi özellikleriyle yer almaları için üyelerimize verdiğimiz hizmetler. İkincisi, üyelerimizle birlikte sektörlerin sıkıntılarını tespit edip bu sıkıntılarını giderilmesi amacıyla yasal düzenlemelerden uygulamadaki aksaklıklara kadar bütün sorunların giderilmesi için yerel ve merkezi hükümetle üyemiz arasında köprü olduğumuz hizmetlerimiz. Üçüncüsü doğrudan İstanbul ve Türkiye ticareti ile ekonomisine etkiye bulunacak projeler



geliştirip hayata geçirdiğimiz faaliyetlerimiz. Formula 1, Teknopark böylesine büyük projelerimizden bazıları. Dördüncüsü Türkiye'nin ekonomi politikalarına dönemeş şartlar da dikkate alarak etkiye bulunacak hazırlıklar içinde olmak... Son olarak buna bir de şehrimizi ve ülkemize karşı görevlerimizi kapsayan sosyal sorumluluk projelerimizi ilave edebiliriz. Türkiye'nin dört bir köşesinde yükselen ve şehitlerimizin isimlerini taşıyan okullarımız ile tarihî yapıların restorasyonu bu tip faaliyetlerimizin somut örnekleri.

Elbette bu denli büyük hizmetleri gerçekleştiren bir odanın arkasında büyük bir üye gücü olması gerekiyor. Bugün itibarıyla söyleyebilirim ki, İTO 422 bin üyesiyle tüm zamanların üye rekorunu kırdı. Bu yolculuğa, Karaköy'de Galata Köprüsü'nün bugünkü ayasının bulunduğu yerde bulunan Mehmet Ali Paşa Hanı'ndaki bir odada 1882 yılında 17 üyeyle başladığımızı düşünürseniz, bugün geldiğimiz rakamsal büyüklüğü çok daha iyi anlarsınız. Aynı şekilde ifade edeyim ki, İstanbul Ticaret Odası bu üye sayısıyla Avrupa'nın da, dünyanın da en büyük ikinci odası. Birincilik sırasında yakın işbirliği içinde bulunduğu Paris Ticaret Odası bulunuyor.

"DİJİTAL GAZETE ARŞİVİ KURUYORUZ"

■ İTO olarak kısa ve uzun vadede takviminizde neler yer alıyor? Hedeflerinizden bahsedebilir misiniz?

İTO'da yapacaklarımızı iki kategoride anlatabilirim. Birinci kategori, İTO'nun rutin hizmetlerini daha verimli ve etkin bir

şekilde sunabilmek için gerekli. Biz yeni İTO yönetimi olarak İTO'nun bu faaliyetlerini üç temel ayak üzerine oturtuyoruz. Bu temelleri de, 136 yıllık deneyimizle oluşturduk.

Bir: İTO'nun bütün faaliyetlerinin ve hizmetlerinin odağında üyesi var. 422 bin üyemizin işleri yolunda gidiyorsa, ülkemizin işleri yolunda gidiyor demek. Dolayısıyla üyemizin çıkarlarını savunduğumuz, ona yeni vizyonlar çizebildiğimiz, çağının gereklilikleriyle donatabildiğimiz sürece görevimizi tam anlamıyla yapmış olacağız.

"Türkiye'nin son 16 yılda elde ettiği büyüme rakamlarını biz geçmişte başarmış olsaydık, olacağımız yer, bugün olduğumuz yer olmazdı.

Önemli olan, bizim büyümeyi sağlıklı bir patikada tutmamız. Bunun için yapılması gereken şey, büyüme kompozisyonunu değiştirmek. Bunu sağlayacak olan ise üretim, ihracat ve iç tasarruf."

İki: Geleneklerimize sahip çıkmak zorundayız. Çünkü biz geleceğimize sahip çıktıkça güçlü ve büyük oluyoruz. İTO'nun geleneği, iş yapma biçiminden üyelere itibata, yönetim anlayışından küresel ticarete kadar birçok alanda İTO'nun anayasası. Oluşturduğumuz geleceğe sahip çıkma ilkesi, bize Osmanlı'dan miras kaldı. Osmanlı İmparatorluğu da gelenekçilik anlayışına yaslanarak tam 600 yıl cihani başarıyla yönetti.

Bize yol gösteren üçüncü ve son ilke ise, "bitimsiz ve sınır tanımayan hizmet aşkımız, çalışma sevdamız." Bu sevdanın tohumları, kurucumuz Sultan II. Abdülhamid tarafından ekildi. Sultan Abdülhamid, şöyle diyor: "Bu dünyada benim devlet ve milletime hizmet yolunda çalışmaktan başka hiçbir zevkim yoktur. Cihanda halkımın teveccühüne ve teşekkürüne mazhar olmaktan büyük bir mükafat yoktur. Ben de bu gayrette olduğumdan daima bu çalışma ve iş aşkıyla hizmet edeceğim." Bize yön veren, işte bu sözler.

İkinci kategoriye gelince: Bu aşamada projelerimiz bulunuyor. Bu noktada önceliklerimiz İstanbul'un marka değerini artıracak çalışmalar. Bu kapsamda sene sonuna doğru pazarlamanın yaşayan efanesi Philip Kotler'i İstanbul'da misafir ediyoruz. İTO'nun evsahipliğinde İstanbul'da yapılacak Dünya Marketing Zirvesi, İstanbul'u dünyanın gündemine taşınması ve Türk işadamlarına kalıcı vizyonlar kazandırması bakımından son derece önemli. Ayrıca Kotler'in İstanbul üzerine bir de kitap yazacak olması ve bu kitabın uluslararası kitap piyasasında satışa sunulması da bizim marka değerimize büyük bir katkı sağlayacak.

İkinci olarak, İTO'nun sosyal sorumluluğuna yeni bir ivme kazandırıyoruz. Hamisi olduğumuz İstanbul Ticaret Üniversitesi'ni ülkemizin ilk beş üniversitesinden biri yapacak çalışmaların içindeyiz. Sosyal sorumluluğumuzun diğer bir adımı da tarih bilincimizin yansması. Tarihe dost olan bir Oda olarak her seni bir tarihî eseri restore ediyoruz.

Bir önemli projemiz daha var. O da ekonomiyi ilgilendiren akademik dünyaya yö-



AVDAĞIÇ: “Banka borç yapılandırmasında büyük firmalara tamnan başvuru imkanının, 100 milyon lira altı borçlu orta ve küçük ölçekli firmalara da sağlanması önerisini getirdik. Bu çağrımız, Türkiye Bankalar Birliği’nde yankı buldu ve Bankalar Birliği tüm bankalara tavsiye niteliğinde bir karar yayınlarak, 15 milyon altındaki krediler için kolaylık gösterilmesini istedi.”

lik. İTO Dijital Gazete Arşivi’ni çok kısa bir süre içinde hizmete sokacağız. Bu proje şu bakımdan önemli. İTO, kuruluşundan 3 yıl sonra 1885’te gazete yayınlanmaya başlıyor. Ta ki bugüne kadar. Özellikle Osmanlı dönemi ve Cumhuriyetin ilk devrinde yayınlanan gazete sayılarının ekonomik ortamda ulaşmak mümkün olmuyor. İşte biz bütün Türkiye’de tek nüsha kalan bu gazete koleksiyonumuzu, elektronik ortama taşıyoruz. Hem de arama yapılabilir şekilde. Bu projeyi heyecan verici hale getiren şey, 1885 yılından itibaren reel sektörün gelişimini adım adım izleme imkanına kavuşmamız.

“BÜYÜME RAKAMLARI BİSİKLET SÜRMEYE BENZER”

■ Türkiye, 2018 yılının ikinci çeyreğinde yüzde 5.2 büyüme oranını yakaladı. Büyüme oranları Türkiye ekonomisi açısından nasıl bir öne işaret ediyor?

İzninizle bu soruya geçmişten bugüne gelen bir bakış açısıyla cevap vermek istiyorum. 1867 Paris Fuarı’ni gezen ve o dönemde şehzade olan 2. Abdülhamid, Avrupa ülkelerinin kat ettiği mesafeyi yakından görmüş ve Osmanlıyla karşılaştırma fırsatı bulmuştu. Bu tarihten 10 yıl sonra İmparatorluğu yönetmeye başlayınca, Batıyı nasıl yakalayacağımızı müzakere ettiği dostlarına şunu söylüyordu: “Avrupa ülkelerinden 100 sene gerideyiz.” Benim gençlik yılları

rıma tekabül eden 1970’lerde bu ülkeyi yönetenler de bazı beyanlarında Avrupa’dan 100 yıl geride olduğumuzun altını çiziyorlardı. Aradan 100 yıl geçmişti, ama Avrupa ile aramızdaki bir asırlık fark azalmamıştı. Oysa II. Dünya Savaşı’ndan sonra, 1950’de, kalkınma hamlesine birlikte başladığımız; daha doğrusu bizden geride olan Güney Kore, 1980’lere geldiğimizde almış başını gitmiş, biz ise hâlâ ‘gelişmekte olan ülkeler’ sınıfında kalmıştık.

Peki bu 100 yıllık fark niye kapanmamış, hep aynı kategoride için kalmıştık? Bunun tek bir sebebi vardı. Rüzgar gibi geçen o yıllar boyunca ekonomik büyümeyi sağlayamamıştık. Her üç ayda bir açıklanan ve daha sonra yıllık olarak ilan edilen ekonomik büyümemiz daha çok yüzde 1’ler mesabesinde kalmıştı. Böyle bir büyüme rakamıyla, değil gelişmiş ülkeleri yakalamak, olduğunuz yerde bile sayamazsınız. İşte büyümeyi bir ülke için böyle bir anlamı vardır. Büyüme rakamları, bisiklet sürmeye benzer. Düşmemek için nasıl bisikleti daima dengeli bir şekilde sürmek zorundayız, aksı takdirde düşersiniz. Burada ifade ettiğim bakış açısı, sanırım, sizin sorunuza cevap teşkil etmiştir. Son olarak şunu ilave edeyim: Türkiye’nin son 16 yılda elde ettiği büyüme rakamlarını biz geçmişte başarmış olsaydık, olacağımız yer, bugün

olduğumuz yer olmazdı.

Bir de son büyüme rakamlarının çok önemli bir anlamı daha var. O da şudur: İkinci çeyrekteki yüzde 5.2’lik büyüme oranı, bir kez daha ekonominin bütün aktörleri olarak büyük bir dayanışma içinde olduğumuzu gösteriyor. Üçüncü çeyrek rakamları farklı gelebilir, son ekonomik sıkıntılar büyümeyi küçülmesine yol açabilir. Bunlardan ziyade önemli olan şey, bizim büyümeyi sağlıklı bir patikada tutmamız. Bunun için yapılması gereken şey, büyüme kompozisyonunu değiştirmek. İkinci çeyrek büyümesi de bize bunun açık mesajını veriyor. Bunu sağlayacak olan ise üretim, ihracat ve iç tasarruf.

“YENİ SİSTEM İSTİKRAR, GÜVEN VE HIZ GETİRECEK”

■ Türkiye’de yeni bir yönetim şekli devreye girdi. Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi’nin Türkiye ekonomisine olan yansımalarını nasıl değerlendiriyorsunuz?

Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi’nin ekonomimize etkisinin genel anlamıyla olumlu olduğumu düşünüyorum. Bu inancımızı da seçimlerden önce açık biçimde ortaya koyduk. Çünkü siyasal istikrarın olduğu yerde ekonomik istikrar sürekli olur. Dolayısıyla yeni sistemin ekonomi üzerindeki etkisi, istikrar, güven ve hız şeklinde olacaktır. İstikrar derken siyasal

istikrarı kastediyorum. Türkiye ekonomisi 1970’li yıllardan beri koalisyonlardan çok çekti. Başka ülkeler hızlı kalkınmanın içinde iken, biz siyasal istikrarsızlık yüzünden mevcut fabrikaları bile kapatıyorduk. Ayrıca yatırımın bir ülkede aradığı en önemli unsur, siyasal istikrar. Sanayicinin, tüccarın ve esnafın üretilmesi, ticaret yapabilmesi belirsizliğin kalktığı, ufukun açık görüldüğü ortamlarda mümkündür.

İkincisi güvendir. Tüccar hem güvenmek hem güvenlik ister. İşte yeni sistem, iş dünyasına güven mesajı veriyor.

Üçüncüsü de hızdır. Ekonomimiz bürokratik engelleme ve hantalıktan yıllarca çok çekmiştir. Oysa yeni sistem, başka bir mercinin onayını beklemeden tek elden her türlü kararın alınıp sorunun çözülmesini sağlayacak mekanizmaları getiriyor. Bunun en önemli sınavını, ekonomimizle ilgili yaşanan olumsuz dışsal etkilerin bertaraf edilmesi sürecinde yaşadık. Hükümet oldukça hızlı bir şekilde vaziyet aldı.

“İŞ HAYATININ ORTA DİREĞİ; KOBİ’LER”

■ Türkiye iş dünyasının önemli bir bölümünü KOBİ’ler oluşturuyor. KOBİ’lerin en önemli sorunları nelerdir? KOBİ’lerin uluslararası anlamda daha rekabetçi bir yapıya kavuşabilmeleri noktasında ne yapmaları gerekiyor?

Sorunuzdaki Türkiye’ye ilişkin tespit, yani Türk iş dünyasının önemli bir bölümünü KOBİ’lerin oluşturduğu gerçeği, sadece bizim için değil, birçok gelişmiş ülke için de geçerli. Çünkü nasıl toplumsal hayatımızdan bahsederken orta direk tabirini kullanıyorsak, iş hayatının da bir orta dire-

ği var, bu da KOBİ’ler. KOBİ’lerin birçok önemli sorunundan dördü çok önemli.

Birincisi krediye erişimde ve finansmanda yaşadığı zorluk. Bunun en önemli sebebi ise ya sermayelerinin yetersiz olması ya da kredi temin etmek için gerekli şartları sağlayamamaları. İkincisi teknolojik yetersizlik. KOBİ’ler çok uygun olmayan şartlar altında üretim yapmaya çalışıyor. Modern teknolojiyle çeşitli nedenlerle bir türlü anında buluşamıyorlar. Benzer bir sorun da pazarlama ayağında yaşanır. Aynı şekilde nitelikli ve yetenekli insan kaynağını hem çekmede hem de tutmada karşılaştıkları büyük zorlukların altını çizmek de gerekir.

Bana göre sorunların en temeli finansman. Özellikle hassas bir süreçten geçtiğimiz bugünlerde krediye ulaşma ve finansman enstrümanları onlar için çok daha önemli hale geldi. Biz İTO olarak bu konuda önemli bir adım attık ve geçtiğimiz günlerde KOBİ’ler için bir çağrı yaptık. Banka borç yapılandırmasında büyük firmalara tamnan başvuru imkanının, 100 milyon lira altı borçlu orta ve küçük ölçekli firmalara da sağlanması önerisini getirdik. Bu çağrımız, Türkiye Bankalar Birliği’nde yankı buldu ve Bankalar Birliği tüm bankalara tavsiye niteliğinde bir karar yayınlarak, 15 milyon altındaki krediler için kolaylık gösterilmesini istedi. Bunu çok değerli buluyoruz. Çünkü, bankaların KOBİ’lerin borçlarını da yapılandırmaya almaları, onlara soluklanacakları yeni bir alan oluşturacak. Büyük firmaları besleyen ve en az onlar kadar sürdürülebilirlik ihtiyacı olan firmalar, orta ve küçük ölçekli firmalardır. Ölçek büyümeyince, tıpkı ‘orta gelir tuzağı’ gibi bir yerde kalıyoruz. Hükümetimizin

ve yetkili kurumların bu konuda çalışma yaptıklarını biliyoruz.

Sorunuzun ikinci kısmına gelince: Bana göre KOBİ’leri daha rekabetçi yapıp uluslararası pazara açmanın en önemli yolu, Türkiye’de sadece büyük firmalara yönelik değil, KOBİ’lere yönelik de bir ihracat ufkunu çizmekten geçer. Her KOBİ’nin gözü, ürettiği malı yurtdışına satmakta olmalı. Elbette onların hepsi pazarlama yapamayabilir. Bunu sağlayacak mekanizmalar kurulmalı. Aynı şekilde dünya ile rekabet edecek üretim yapılabilmeleri için KOBİ’leri teknolojik gelişmenin en sıkı takipçisi kılmalıyız. İnovasyon, nitelikli insan gücü, etkin pazarlama ve ihracat, Ar-Ge gibi konuların KOBİ’lerin sıradan işleri haline gelmesini sağlamalıyız. Bunu yapacak olan, bunun için gerekli estirecek olan, kamu. Hükümetin sağlayacağı imkanlar, KOBİ’lerin köklü bir değişimden ve revizyondan geçmesine yol açacak, bu da bizi yepyeni bir ekonomik gerçekliğe doğru götürecektir.

“İHRACATI ARTIRMALIYIZ”

■ İhracatın artırılması ve cari açığın azaltılması noktasında ileriki dönemde hangi önlemlerin alınması gerekiyor?

Ekonomimizin sağlam temeller üzerinde ilerlemesi, sizin işaret ettiğiniz bu iki hususun, yani ihracatın artırılması ile cari açığın azaltılmasının kalıcı ve sürdürülebilir bir şekilde temin edilmesiyle mümkündür. İhracatımızı ürünlerimizin mevcut dış pazar paylarını artırarak, ya da yeni pazarlara girmek üzere yükseltmeliyiz. Bunu nasıl yapacağız? Bunun en temel vasıtası, nitelikli ve ucuz ürünler üretmemiz. Ama vazgeçilmez şartı, ucuz ürünlerle o piyasaya girmek. Bunu sağlamak için üretici firmalarımıza bazı imkanlar sağlamalıyız. Birincisi firmalarımıza yeni teşvikler uygulanmalı. İhracat devlet desteği oransal olarak artarsa, arzu edilen sonuç daha çabuk alınacak. Hedef pazarlarda ihracatçı firmaların işlerini kolaylaştıracak anlaşmalar yapılmalı.

İkinci olarak kurlardaki dalgalanmaları önleyerek, istikrarlı hale getirilmeli. Böylece ihracatçı, oluşabilecek risklerden korunmuş olacak. Üçüncüsü üretim maliyetlerinin azaltılması için enerji, istihdam üzerindeki vergilerin azaltılması yönünde adımlar atılmalı, teşvikler uygulamaya sokulmalı... Bu konuda Enflasyonla Topyekûn Mücadele Programı kapsamında atılan adımları olumlu buluyoruz. Ayrıca ihracatçıya yeni ürünlerde kolaylık sağlayacak Ar-Ge ve tasarım gibi harcamalarında sağlanan avantajlar artırılmalı.



İstanbul Ticaret Odası Meclisi



DİJİTAL KALKINMA: İhracatı artırmanın yolu, teknolojiden geçer. Bunun için İTO olarak biz dijital kalkınma ile Türkiye'yi çok daha ileri taşıyacak bir yol haritasının oluşturulmasını savunuyoruz. Kalkınmada kaybettiğimiz yılları, dijital kalkınma ve ileri teknolojiyle telafi etmemiz mümkün.

Bunlar spesifik olarak ilk etapta söylebileceklerim. Ama genel bir bakış açısı vermesi bakımından şunun altını çizmeliyim: İhracatı artırmanın yolu, teknolojiden geçer. Bunun için İTO olarak biz dijital kalkınma ile Türkiye'yi çok daha ileri taşıyacak bir yol haritasının oluşturulmasını savunuyoruz. Kalkınmada kaybettiğimiz yılları, dijital kalkınma ve ileri teknolojiyle telafi etmemiz mümkün. Şüphesiz ihracatın artması, cari açığın azaltılmasında büyük bir avantaj sağlayacak. Ayrıca şunu da unutmamalıyız, cari açığın en büyük kalemi, hâlâ ithal enerji. Türkiye, alternatif enerjilerle buna bir çare üretmek durumunda. Bu konuda atılan adımları yakında takip ediyor ve çok değerli buluyoruz. Özellikle nükleer enerjiye geçiş noktasında yapılan yatırımları oldukça anlamlı ve gerçekçi olduğunu düşünüyoruz.

■ **Hazine ve Maliye Bakanı Sayın Berat Albayrak, Yeni Ekonomi Programı'nı (YEP) açıkladı. YEP ile ekonomi nasıl**

şekillenecek?

Yeni Ekonomi Programı, Türkiye'nin ihtiyaçlarıyla örtüşen gerçekçi bir program. YEP ile iş dünyasının ihtiyaçlarını karşılayan, piyasanın gerçekleriyle örtüşen önlemler alınmış ve iş dünyasına yeni ve ulaşılabılır orta vadeli bir vizyon çizilmiştir. İş adamından siyasetçisine kadar Türkiye'de herkes ihracat katkılı, cari açık oluşturmayan, sürdürülebilir bir büyüme modeline ihtiyaç duyduğumuz noktasında fikir birliği içinde bulunuyor. YEP ile bunu sağlayacak reform paketlerinin hayata geçirildiğini görüyoruz. Bu yüzden biz dengeleme, disiplin ve değişim kurgusu üzerine oturtulan Yeni Ekonomi Programı'nı ekonominin yeni anayasası olarak görüyor ve tüm tarafların sadakatle ona bağlı kalması gerektiğini düşünüyoruz. Eminim ki, Yeni Ekonomi Programı'ndaki bağlayıcı hedefler tutturulduktan, hem faiz hem enflasyonun aşağı gelmesi hızlanacak.

■ **ABD Başkanı Donald Trump'ın dün-**

yaya açtığı savaştan Türkiye de nasibini aldı. Doların aşırı yükselişle piyasalar zor anlar yaşadı. ABD-Türkiye gerginliği sizce devam edecek mi? Bunun ekonomiye ve piyasalara ne gibi yansımaları olur?

İş dünyası olarak biz ABD ile stratejik ortaklığımızın Amerikan yönetimi tarafından anlık kararlarla sekteye uğrulanacak hale getirilmesini şaşkınlıkla izliyoruz. Elbette iki ülke arasındaki gerginliğin piyasalara yansımaları olumlu olmadı. Siz, 'Piyasalar zor anlar yaşadı' diyorsunuz, bana göre de piyasalar "garip" bir süreç yaşadı. Akılcı ve mutedil, hızlı ve etkili tedbirlerle, bu garip süreci, ekonomik anlamda en az zararlar geride bırakmaya çalışıyoruz.

Biz İTO olarak, bu süreç nasıl devam ederse etsin, şuna inanıyoruz: Türkiye'nin bağımsız ve onurlu bir ülkeye yaraşan tavrı, her türlü ekonomik kayıptan daha üstündür. Kaybedilen ekonomik değerler tekrar kazanılabilir, ama kaybedilen bir onur asla tekrar kazanılamaz. ■