



ÖTV değişikliği
ikinci el piyasasını
nasıl etkileyecek?

Acarsan Filo'dan
yenilikçi filo çözümleri
Röportaj
Hamza Acar

"Siz mutfaklara değil,
mutfak size hizmet etsin"
Röportaj
Selim Haksal

KAPAK KONUKLARI

GAGİAD Kurucu Başkanı Adil Sani Konukoğlu
GAGİAD 16. Dönem Yön.Kur.Bşk. Yiğitcan Konukoğlu

İlk günkü heyecanla

Geçmişten geleceğe bir başarı öyküsü

www.karmenhali.com



karmen halı

BİRLİKTE GÜÇLÜYÜZ

Türkiye'nin önde gelen sanayi kuruluşlarından biriyiz, bir asrı aşan başarılı geçmişimizle geleceğe güvenle bakmanın haklı gururunu yaşıyoruz.

Başta grubun amiral gemisi konumundaki tekstil sektöründe olmak üzere Türkiye'de ve global arenada pek çok alanda liderliğimizi sürdürürken, aynı zamanda Türkiye'nin en büyük yenilenebilir enerji, çimento ve ambalaj üreticileri arasında yer alıyoruz.

Binlerce çalışanımızla üreterek 100'ü aşkın ülkeye ihracat gerçekleştiriyoruz. Her adımda daha güçlü bir Türkiye hedefiyle ilerliyoruz.



%100 YERLİ • DOĞAL • AÇIK BESİ

KARKAS

Çiftliği



Çiftlikten Sofraya
%100 doğal

açık besi, yerli

f /karkasciftligi

info@karkasciftligi.com

www.karkasciftligi.com

MUTLU MAKARNA

İYİSİNİ YAPAR

Mehmet Şef



✓ Özenle Seçilmiş
Durum Buğdayı

✓ Taş Değirmen
Usulü Lezzet

✓ Altın Sarısı Rengi





PROFESSIONAL PASTA
PRODUCTION LINES

talíaTM

www.taliamakina.com





ÇOCUK ODAKLI • BECERİ TEMELLİ • ÇİFT DİLLİ EĞİTİM

*Çocuklar için Mutlu Bir
Dünya Yarattık!*



15 Temmuz, 148121 Nolu Sokak
No:4, 27560 Şehitkamil/Gaziantep
0533 591 22 01
www.minikatolye.com
info@minikatolye.com



Sarusalkım'ın İncisi

Proje Alanı

13 özel villadan oluşan seçkin bir projedir. Her biri 800 m² parselde yer alan 7+1, 550 m² net yaşam alanına sahip villalar; ferah, konforlu ve ayrıcalıklı bir yaşam sunar.


VILLA PERA
SARUSALKIM



Tanıtım Videosu için okutunuz.

FK
FATİH KOCABAĞ
İNŞAAT



fk@fatihkocabaginsaat.com



www.fatihkocabaginsaat.com



Beştepe mahallesi 192108 nolu cadde 2BA
Şahinbey/Gaziantep



yaşadığınız her yerde...



*ilmek ilmek dokunmuş
bir başarı öyküsü...*



ERDEMOĞLU
HOLDİNG

www.merinos.com.tr

TURQUALITY®



Keşiflerle Dolu Çok Yönlü Gelişim

Bilimsel yöntemler, İngilizce çift dil imkânı, oyun temelli öğrenme ve PYP modeliyle çocuklar için mutlu keşifler sunan okul öncesi eğitimi SANKO Okulları'nda.



sanko.k12.tr



0 (342) 211 55 00



KÖKSAN
PET PACKAGING INDUSTRY CO.



KÖKSAN Pet Plastik Ambalaj San. ve Tic. A.Ş.

4.Organize Sanayi Bölgesi 83422 Nolu Cad.No:10 PK:39 Başpınar 27060 Şehitkamil / Gaziantep Türkiye

Tel: +90 342 357 03 30 **Fax:** +90 342 357 03 46

info@koksan.com **www.koksan.com**



further info:



|5.OSB 83565 No.lu Cad. No: 12 Gaziantep/Türkiye|

info@karafiber.com | +90 342 337 1488 | www.karafiber.com

Sustain your fashion
with **Ecocell™**

ÇEVRE DOSTU SÜRDÜRÜLEBİLİR ELYAF

L Y O C E L L

+ ECOCELL™ HAKKINDA

Ecocell™ Lyocell lifleri sürdürülebilir bir şekilde yetiştirilen ağaçlardan elde edilir, üretim süreci ise kaynakları koruyan kapalı bir döngü sistemini kullanır.

Bu sistem, kullanılan çözücülerin yeniden kullanılmasını sağlayarak atığı azaltır ve çevreye zarar verimi en aza indirir.

Ecocell™, yüksek dayanıklılık, mükemmel nem düzenleme ve cilde yumuşak ve nazik bir his sağlayan belirgin fiziksel özelliklere sahiptir."

Forest to Fibre: Sustainable Way of Ecocell™

Ecocell™ Lyocell lifleri sürdürülebilir bir şekilde yetiştirilen ağaçlardan elde edilir ve üretim süreci kaynakları koruyan kapalı bir döngü sistemini kullanır.

Bu sistem, kullanılan çözücülerin yeniden kullanılmasını sağlayarak atığı azaltır ve çevreye zarar verimi en aza indirir.

Lifler, yüksek dayanıklılık, mükemmel nem düzenleme ve cilde yumuşak ve nazik bir his sağlayan belirgin fiziksel özelliklere sahiptir.

SÜRDÜRÜLEBİLİR
ÜRETİM



LYOCELL
STAPLE FIBER

İmtiyaz Sahibi
T.Şafak SALICI

Reklam ve Halkla İlişkiler
Aylin ÇIKCIK

Grafik&Tasarım
Hacı SALICI

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü
T.Şafak SALICI

Yayın Türü
Yerel Süreli Yayın
ISSN 2149-3731

Yönetim Yeri
İncilipınar Mah. Nişantaşı Sok.
No:11 Elit İş Merkezi K: 2/6
Şehitkamil/GAZİANTEP

İletişim Bilgileri
0 (530) 811 32 23 ■ 0 (342) 220 25 74
info@facedergisi.com

Baskı Yeri



İncilipınar Mah. Binbaşı Fazıl Altan Cad.
No:18/C Ekip İş Merkezi Altı
Şehitkamil/GAZİANTEP
Tel: 0 342 215 04 00 - www.ebatofset.com

Fotoğraf : digitalartpvsudio

YAZI KURULU

Hülya AKKAYA Mehmet DEMİR
Gonca TOKUZ Asım MIHÇIOĞLU
Gökhan MORTAŞ Selin CANATAR

Abone ve Reklam

info@facedergisi.com
0 (530) 811 32 23
0 (342) 220 25 74

facedergisi

www.facedergisi.com

Gaziantep Face Dergisi'nde kullanılan haber, söyleşi ve fotoğrafların hakları Gaziantep Face Dergisi'ne aittir. İzinsiz kullanılamaz. Dergimiz Basın ve Meslek ilkelerine uymayı taahhüt eder.

Köşe yazılarının sorumluluğu
yazarlarımıza aittir.

Editör...



Şafak Salıcı

Bazen bir kare fotoğraf, birden fazla zamanı anlatır. Bu sayımızın kapağında yer alan iki değerli isim; Adil Sani Konukoğlu ve Yiğitcan Konukoğlu tam da böyle bir karede buluşuyor.

Biri GAGİAD'ın Kurucu Başkanı, diğeri aynı derneğin bugün 16. Dönem Başkanı... Biri Gaziantep sanayisinin yükselişine tanıklık etmiş bir vizyoner, diğeri aynı vizyonu kendi nesline yeniden yorumlayan bir genç lider. Aslında bu sadece bir kuşak hikâyesi değil; bu, bir aidiyet meselesi. Bir şehirle, bir fikirle ve bir sorumlulukla kurulan bağın hikâyesi.

Peki bugün biz bu sorumluluk duygusunu yeterince taşıyor muyuz? Ülke olarak içinden geçtiğimiz dönem, tam da bu soruyu yeniden düşünmemizi gerektiren bir zaman dilimi. Merkez Bankası'nın yaptığı son faiz indirimi, ekonomide kısa vadeli bir rahatlama yaratmak bir yana, özellikle reel sektörde ve KOBİ'lerde soru işaretlerini çoğaltıyor. Piyasanın bu indirimde verdiği sınırlı pozitif tepki, ekonomik kararlarla gerçek hayat arasındaki farklılığı gözler önüne seriyor. Konkordato ilan eden firma sayısındaki artış, sessiz ama derin bir sarsıntının habercisi gibi. Konkordato alan firmalarla birlikte ilgili firmanın iş yaptığı diğer firmalara olan zararı silsile yoluyla tüm ekonomik yapıyı tehdit ediyor. Ve 2025 yılının ortasında hâlâ enerji yetersizliği yaşayan bir sanayi kenti olmayı konuşuyor olmamız ise başlı başına bir gelişki.

Tüm bunlar olurken bir başka çılgılık daha yükseliyor:

Ormanlardan...

Bu yaz da alevlerle sınıyanıyoruz.

Ama mesele sadece yanan ağaçlar değil. Kaybettiğimiz şey, yaşam alanlarımız, yaban hayatı, hatta belleğimiz. Doğayla kurduğumuz bağ, bu çağın belki de en büyük sınavı hâline geldi.

Artık sürdürülebilirlik, lüks markaların vitrin süsü değil; bireysel ve kolektif bir sorumluluk. Bizde Face Dergisi olarak bu konuda sorumluluk üstleniyor, **GAGİAD** Hatıra Ormanı ve **TEMA** Vakfı'na fidan bağışlayarak yarınlarımız ve yeşil bir dünya için bir adım atıyor, siz değerli okuyucularımızı da ormanlarımız için, geleceğimiz için sorumluluk almaya davet ediyoruz. Belki hepimize ilham olur.

Değerli konuklarımız ve kıymetli yazılarıyla dergimize destek veren köşe yazarlarımıza teşekkür ediyor, sizleri Face Dergisi'nin dopdolu içeriğini keşfetmek üzere sayfalarımıza davet ediyorum.

Yeni sayılarımızda görüşmek üzere...



GLC Coupé. Her yolda çekici.



Mercedes-Benz

GLC 180 Coupé AMG: Karma yakıt tüketimi: 7,2l/100 km, karma CO₂ emisyonları 164g/km.[2]

Mercedes-Benz Koluman İpekyolu, Kayaönü Mah. 42146 Nolu Cad. No:3/72 Şehitkamil-GAZİANTEP, Tel 0342 211 77 00

info@koluman.com.tr www.koluman.com.tr

Geçmişten geleceğe bir başarı öyküsü



GAGİAD (Gaziantep Genç İş İnsanları Derneği) Kurucu Başkanı Adil Sani Konukoğlu ve halihazırdaki başkanı olan oğlu Yiğitcan Konukoğlu ile bir röportaj gerçekleştirdik.

Acarsan Filo'dan yenilikçi filo çözümleri



Acarsan Holding Yönetim Kurulu Üyesi Hamza Acar ile filo kiralama gücü altyapısı, geniş araç portföyü ve dijital yönetim sistemleriyle dikkat çeken Acarsan Filo'yu konuştuk.

ÖTV Değişikliği İkinci El Piyasasına Nasıl Yansiyacak?



ÖTV düzenlemesi ile yerli binek araçlara vergi indirimi sağlanırken, ithal lüks ve elektrikli araçlarda oranlar arttı. Bu gelişmelerin ikinci el piyasasına olası etkileri, yüzdesel olarak dikkat çekici sonuçlar doğuracak gibi görünüyor. Peki piyasaya nasıl yansiyacak?

"Siz mutfaklara değil, mutfak size hizmet etsin"



2013 yılından bu yana farklı sektörlerde edindiği tecrübelerle bugün mutfak ve iç mekân tasarımında uzmanlaşan Selim Haksal, Lineadecor'un Gaziantep'teki yetkili satıcısı olarak sektördeki yolculuğuna yeni bir boyut kazandı. Haksal ile kalite, müşteri memnuniyeti ve estetik üzerine kurulu iş modelini ve hedeflerini konuştuğumuz röportajımız sizlerle...

“Lüks, sadece bir ürün değil; bir tavidir”



Dünyaca ünlü markaları Gaziantep’le buluşturan Riva Optik, alışverişi özel bir deneyime dönüştüren butik anlayışıyla fark yaratıyor. Gözlüğün ötesinde bir yaşam tarzı sunan Riva Optik’in hikâyesi, vizyoner bir bakışın izlerini taşıyor. Markanın kurucusu Erkan Kanalı ile gerçekleştirdiğimiz röportajımız sizlerle..

74

Big Chefs Ruhu Artık Prime Cadde’de



Türkiye genelinde kaliteli hizmet anlayışı ve özgün mutfak çizgisiyle tanınan Big Chefs, Gaziantep’teki bu yeni noktayla şehirdeki sosyal yaşamın merkezlerinden biri olmayı hedefliyor.

58

“Kredi maliyetleri düşmeli, üretim devam etmeli”

**18**

Merkez Bankası’nın faiz oranlarında indirimle gitme süreçlerinden sonra, alınan kararın reel sektörün canlanması için ticari kredi faizlerine yansımadağı paydasında birleşen iş dünyası temsilcileri, en son yapılan faizin düşürülmesinin sanayi ve ticaret çevrelerinde olumlu yankı oluşturduğu ve Gaziantep iş dünyası olarak bu adımın doğrudan reel sektöre de yansımaları gerektiği görüşünde birleşiyor.



Kuzeyin Zarif Mirası
Saint Petersburg

Rusya’nın kuzeybatısında yer alan Saint Petersburg, 6 milyonluk nüfusuyla ülkenin en büyük ikinci şehri. Avrupa’ya olan yakın konumu sayesinde hem kültürel hem de coğrafi olarak Rusya’nın en “Avrupalı” kenti sayılıyor. Finlandiya’ya ve Baltık ülkelerine yalnızca birkaç saatlik mesafede.



“Kredi maliyetleri düşmeli, üretim devam etmeli”

IFACE

Merkez Bankası'nın faiz oranlarında indirim e ğitme süreçlerinden sonra, alınan kararın reel sektörün canlanması için ticari kredi faizlerine yansımada ğı paydasında birleşen iş dünyası temsilcileri, en son yapılan faizin düşürölmesinin sanayi ve ticaret çevrelerinde olumlu yankı oluşturdu ğu ve Gaziantep iş dünyası olarak bu adımı doğrudan reel sektöre de yansımada ğı görüşünde birleşiyor.



Tuncay Yıldırm / GTO Başkanı



Adnan Ünverdi / GSO Başkanı

Faiz indirimi kararını memnuniyetle karşılayan sanayi temsilcileri, bu adımın finansmana erişimi kolaylaştıracak şekilde banka kredilerine de

yansımada ğı talep ediyor. Üretimin ve istihdamın sürdürülebilirli ği için yapısal desteklerin hızla devreye girmesi gerekti ği vurgulanıyor.

Sanayiciler, faiz indiriminin bankacılık sisteminde somut karşılığını bulması, kredi maliyetlerinin düşmesi ve finansmana erişimin kolaylaşması halinde üretim, yatırım ve istihdamın yeniden ivme kazanabileceğine dikkat çekiyor.

“Bankalar da Sorumluluk Almalı”

Gaziantep Sanayi Odası Yönetim Kurulu Başkanı Adnan Ünverdi, sanayicilerin zorluklara karşı üretimden kopmamak için büyük çaba gösterdiğini ifade ederek şunları söyledi:

“Merkez Bankası’nın faiz indirimi yerinde bir adımdır. Ancak bu adımın reel sektöre yansıması olmazsa anlamını yitirir. Banka kredi maliyetleri hâlâ çok yüksek. Bu durum yatırım kararlarını erteliyor, üretimi sekteye uğratıyor. Faiz indirimi ivedilikle banka kredilerine de yansıtılmalı. Sanayide toparlanma için üretimi destekleyecek tüm enstrümanların devreye alınması gerekiyor.” Ünverdi, üretim gücünün korunmasının sadece sanayi açısından değil, istihdam ve sosyal denge açısından da hayati öneme sahip olduğunu vurguladı.

“Üretim Ekonomisine Dönüş İçin Fırsat”

Gaziantep Ticaret Odası Başkanı Tuncay Yıldırım da yaptığı açıklamada, faiz indiriminin yatırım ortamını iyileştirme adına önemli bir sinyal olduğunu söyledi:

“Ticari kredilere ulaşmak hâlâ çok zor ve maliyetli. Bu da işletmelerin büyüme, yatırım ve ihracat



planlarını sekteye uğratıyor. Faiz indirimi bir başlangıç olabilir ama bu kararın pratikte karşılık bulması şart. Bankalar da bu noktada elini taşın altına koymalı.”

Yıldırım, faiz politikasındaki değişimin piyasaya güven verebilmesi için kredi faizlerinin gözle görülür biçimde gerilemesi gerektiğini vurguladı. İş dünyasının üretime devam etmesi için finansman yükünün hafifletilmesi gerektiğini ifade etti.

“Sürdürülebilir Üretim İçin Ek Adımlar Şart”

İş dünyası temsilcileri, faiz indiriminin piyasalara moral verdiğini ancak tek başına yeterli olmadığını ifade ettiler. Üretimin yeniden hız kazanması için kredi ve vergi teşvikleri, enerji maliyetlerinde iyileştirme ve bölgesel destek programlarının da gündeme alınması gerektiğini belirttiler.





■ IFACE ■

ÖTV Değişikliği İkinci El Piyasasına Nasıl Yansiyacak?

Geçtiğimiz günlerde yürürlüğe giren ÖTV düzenlemesi, otomotiv sektöründe fiyatların segment bazlı olarak yeniden şekillenmesine yol açtı. Yerli binek araçlara vergi indirimi sağlanırken, ithal lüks ve elektrikli araçlarda oranlar arttı. Bu gelişmelerin ikinci el piyasasına olası etkileri, yüzdesel olarak dikkat çekici sonuçlar doğuracak gibi görünüyor. Bu değişiklikler, ikinci el araç piyasasında fiyat dengelerini ve tüketici davranışlarını yeniden şekillendiriyor.



Yeni ÖTV düzenlemesiyle birlikte segment bazında vergi yükleri yeniden belirlendi. Yerli üretim binek araçlara 5–10 puan arası indirim gelirken, ithal ve elektrikli otomobillerde

oranlar 10 ila 20 puan arasında artırıldı. Özellikle elektrikli araçlarda tüm sınıflarda ÖTV +15 puan yükseldi.

FACE

Olası sıfır araçlar fiyat senaryosu;
Bu güncellemeyle birlikte:

- Yerli 1.4 litre altı araçlarda fiyat düşüşü görülebilir (%5-7).
- Elektrikli araçlarda ikinci el fiyatlar %10-15 arası gerileyebilir.
- İthal lüks modellerde %10-20 arası yükseliş bekleniyor.
- Pick-up sınıfında ÖTV oranı %4'ten %50'ye çıkarıldı; fiyatlar %40-50 arasında artabilir.

Yerli binek araçlarda yapılan vergi indirimi sonrası ikinci elde %5-6 aralığında fiyat düşüşü öngörülüyor. Bu etki, özellikle 2022-2023 model sedan modellerde daha belirgin hale gelebilir. Tüketicinin bu segmentte daha uygun fiyatlı araçlara yönelme eğilimi yaşanabilir.

Elektrikli araçlarda %15'lik ÖTV artışı, özellikle sıfır fiyatları doğrudan etkileyerek ikinci el fiyatların %10-12 oranında gerilemesine yol açabilir. Bu düşüş, şarj altyapısı gelişmemiş bölgelerde daha hızlı hissedilecektir.



İkinci el piyasasında satıcılar segment bazlı stratejiye yöneliyor. Galeriler yerli ve hibrit araçlarda indirimli fiyatlarla satışa hazırlanırken, pick-up, bazı ithal lüks ve SUV modellerde fiyat güncellemeleri de artışları beraberinde getirecek.

Pick-up ve 4x4 araçlar, %4'ten %50'ye çıkan ÖTV nedeniyle ikinci elde %40-50 arasında fiyat artışı gösterebilir. Ticari kullanım için bu araçları tercih eden kullanıcılar, yüksek sıfır fiyatları nedeniyle ikinci ele yönelecektir.

İthal lüks segmentteki ÖTV artışları, ikinci el fiyatlarında %15-20 bandında artış yaratabilir. Talebin daha çok yatırım amaçlı olacağı bu segmentte fiyatlar hızlı güncellenecek, Tüketiciler açısından hem zamanlama hem de segment seçimi bu dönemde daha fazla önem kazandı. Piyasa, vergi sonrası dengesini yeniden kurmaya hazırlanacak. Değişen fiyatlar ile durum nasıl şekillenecek ileride netleşecek.





■ FACE ■

Stagflasyon Nedir?

Ekonomik literatürde "stagflasyon", iki olumsuz durumun aynı anda yaşandığı nadir fakat çok zararlı bir ekonomik fenomendir: Durgunluk (stagnation) ve enflasyon (inflation). Normal şartlarda ekonomik durgunluk, talebi azalttığı için fiyatlar da geriler. Ancak stagflasyon ortamında, ekonomik büyüme zayıflarken fiyatlar artmaya devam eder. İşsizlik artar, halkın alım gücü düşer, yatırımlar durur.

Büyümeyen ama pahalılaştan bir ekonomi:
Enflasyon hız kesmezken durgunluk sinyalleri de güçleniyor. Dünya ekonomilerinin stagflasyon olasılığı tartışılıyor. Peki stagflasyon ne anlama geliyor, sebepleri neler, olası etkileri ne olur?

Stagflasyonun Temel Sebepleri

Stagflasyonun nedenleri karmaşıktır ve çoğu zaman hem iç hem dış kaynaklı şoklarla tetiklenir:

- **Arz Şokları:** Enerji fiyatlarında ani artışlar (örneğin petrol fiyatlarının sıçraması), üretim maliyetlerini yükselterek enflasyonu artırır. Aynı zamanda üretimi de düşürerek durgunluğa yol açar.

- **Para Politikası Hataları:** Merkez bankalarının genişlemeci politikaları (aşırı para basımı) enflasyonu körüklerken, ekonomide yapısal sorunlar yatırımları engelleyebilir.

- **Kur Geçişkenliği ve Dış Bağımlılık:** Dövizle bağlı girdi maliyetlerinin yüksek olduğu ülkelerde (örneğin Türkiye), kur artışları iç enflasyonu tetikler. Ancak aynı anda üretim yavaşladığında stagflasyon riski ortaya çıkar.

Dünya Geneline İşsizlik Verileri: Stagflasyonun Sessiz Tehdidi

Stagflasyonun üç temel bileşeninden biri olan yüksek işsizlik, 2024'te birçok ülkede kalıcı hale gelmeye başladı. Artan faiz oranları ve daralan yatırımlar nedeniyle istihdam yaratma kapasitesi zayıfladı.

İşte öne çıkan bazı ülkeler ve işsizlik oranları:

- ABD: %4,1 – Faiz artırımları sonrası işgücü piyasası yavaşladı.
- Euro Bölgesi: %6,5 – Sanayi üretimi düşüşte, işsizlik artıyor.
- Almanya: %5,8 – İmalat sektöründeki daralma dikkat çekiyor.
- İngiltere: %4,5 – Hizmet sektöründeki daralma istihdamı zorluyor.
- Japonya: %2,7 – Geleneksel olarak düşük olsa da durgunluk belirtileri artıyor.
- Türkiye: %9,0 (Genç işsizlik %17+) – Enflasyon ve kur baskısı altında reel sektör küçülüyor.

Stagflasyonun Olası Sonuçları

Eğer stagflasyon kalıcı hale gelirse, ekonomik sistem açısından ciddi sorunlar doğabilir:

- **İşsizlik Artışı:** Durgunluk nedeniyle şirketler küçülmeye gider. Yeni yatırımlar azalır, işsizlik



tırmanır.

- **Gelir Dağılımı Bozulması:** Sabit gelirli yüksek enflasyon karşısında ezilirken, varlık sahipleri korunur.

- **Yoksullaşma ve Tüketici Güveni Kaybı:** Enflasyon altında ezilen halk, tüketimini kısmağa başlar. Bu da talebi daha da düşürerek durgunluğu besler.

- **Politik Baskı ve Sosyal Gerilim:** Ekonomik güvensizlikler toplumsal huzursuzlukları beraberinde getirebilir.



KAYNAKLAR

1. Federal Reserve History – "Volcker Disinflation"
<https://www.federalreservehistory.org/essays/volcker-disinflation>
2. IMF – World Economic Outlook Update (July 2022)

- <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2022/07/26/world-economic-outlook-update-july-2022>
3. Bank of England – Monetary Policy Report & Data Sets
<https://www.bankofengland.co.uk/monetary-policy-report/2022/>

november-2022

4. Blinder, Alan S. – "The Anatomy of Double-Digit Inflation in the 1970s" (NBER Working Paper No. 1033)
<https://www.nber.org/papers/w1033>
5. Mankiw, Gregory – Macroeconomics (8th Edition, ISBN: 9781429218870)



Klasik mutfak anlayışı, Arya ile yeniden yorumlanıyor. Mutfakta yaşama yer açan tasarımı, sıra dışı yalınlığı ve her ayrıntısındaki kusursuzluk anlayışı ile Arya, kapılarını ilham verici bir dünyaya açıyor.

lineadecor.com

Gaziantep Ser-Pa Seramik | 0532 130 18 97

lineadecor®



arya



İki ileri bir geri; Sizin kârınız hangisi?

Gökhan **MORTAŞ** / FİNANS UZMANI

gokhan@pupafinans.com

PUPA FİNANSAL VE MALİ DAN.TİC.LTD.ŞTİ.

B ankacılık yaptığım yıllarda, o zamanki mevzuata göre bankanın kendi iç gayrimenkul değerleme

biriminde her bölgede konunun uzmanı bir personel banka adına eksper yapardı, tabi şimdi nasılsa o yıllarda da yapılan bu ekspere biz şube çalışanları sürekli “düşük yazıyor” eksperler diye itiraz ederdik.

Bu anlamda günümüzdeki mevzuat ortada olmadığı için her banka kendine göre bir takım kuralları koyuyordu. Benim çalıştığım bankada işleri bir miktar hızlandırmak maksatlı olarak şube müdürlerine bile belirli bir rakama kadar eksper yetkisi tanımlamıştı. Bugün baktığınız zaman bu durumun ne kadar büyük riskler barındırdığını anlayabiliyoruz, düşünsenize hem hedefin peşinden koşan şube yöneticisi hem de o hedefe ulaşmada kilometre taşlarından biri olan ipotekli kredilerin teminatını oluşturan gayrimenkullerin eksperini yapma yetkisi. Ama o yıllar bugünkü gibi sistemlerin olmadığı, ülkede hane başına yada kişi başına düşen kredi miktarının bugünden çok



çok düşük olduğu, bankaların yollarda, çarşılarında, AVM içlerinde, üniversite bahar şenliklerinde, evet yanlış okumadınız üniversitelerin bahar şenliklerinde kek tadımı yaptırır gibi hiç bir geliri olmayan gençlere kredi kartı verdiği yıllardı.

Her neyse dönelim eksper işine, eksper konusunda pazarlama ekiplerini bilgilendirmek amaçlı 1 günlük bir sınıf içi eğitime çağırıldılar İstanbul'a. Tabi eğitimin çok kıymetli olduğu “online uyduruk eğitimler” yerine sınıf içinde hem kurum personelinin birbiri ile kaynaştığı, tecrübelerini paylaştığı, biraz eğlendiği iş

ortamından uzaklaşarak stresin bir miktar azaltıldığı, kurumların canavarca kar peşinde koşmadığı, “Nasıl personellerimizi daha eğitimi, diğer bankalardan bir adım önde başlatırız” düşünceleri ile o dönem Avrupa'nın en fazla eğitim veren kurumunda çalıştığım yıllardan bahsediyorum...

Eksper bilgilendirme eğitiminde eğitici uzman şöyle bir soru sordu sınıfta; “Sizce bir gayrimenkulün kaç çeşit değeri vardır.” Bu soru karşısında sınıftaki herkes birbirine bakıyor, fısıltılarla eğitici uzmanın sorusunu birbirine tekrar ediyor, “bu nasıl soru?” Dercesine sorulan sorunun bir tuzak soru mu?



Öğretici bir soru mu olduğunu düşünmeye başladı, tabi eğitici uzman konunun hakimi, cevabı bizden beklemeden şöyle cevap verdi bir nefeste, “Alıcıya, satıcıya, emlakçıya, bankacıya, ekspere, aynı binada oturana, yan komşuya, aynı mahallede oturana, tapudaki memura, firma adına kayıtlıysa muhasebeciye” göre farklı fiyatlar vardır diyerek bizi dumura uğrattı. Bu eğitim sonrasında herkesin malının kendisine kıymetli olduğu sonucu ile eğitimi tamamlayıp Gaziantep’e geri döndüm. Aslında konumuz gayrimenkul değerlendirme değil, yukarıdaki farklı değer bakış açılarının aynıısı ülkemizde firmaların elde ettiği kâr konusunda da benzer bir durum ortaya çıkarıyor. Firma mali bilançosunu eline alan herkes kendine göre bir kâr hesaplaması, farklı bir bakış açısı, farklı bir noktadan hareketle firmalara bir yol çiziyor. Örneğin; Firma sahibine göre kâr demek kurduğu şirketin para kazanması demek, firmada profesyonel bir yönetici varsa kâr demek onun başarısının önemli bir parçası demek, vergi dairesindeki memura göre kâr demek vergi gelirlerinin artması demek, bankacıya göre kâr demek, kredi değerlendirmesi yapılırken firmayı tahsis birimine daha güçlü anlatabilmek demek, firmada çalışan mavi yakalıya göre kâr demek patronun sürekli lüks içinde yüzmesi demek, listeyi bu şekilde uzatabiliriz Biz bu yazımızda temel olarak bankacıların kâr

konusunda bakış açısını ele alacağız, son yılların popüler söylemi ile bankacılar firmaların elde ettiği kâr konusunda havalı adıyla EBITDA (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation, and Amortisement), Türkçe ifadesi ile FAVÖK (Faiz, Vergi ve Amortisman Öncesi kâr) konusunda adapte olmuş durumda. Buradaki temel konu değerlendirme yapılan firmanın esas faaliyetlerinden kâr elde edip edemediğidir. Faaliyet kârı altında firmanın ödediği vergi, faiz, tek seferlik gelir yada giderler göz önünde bulundurulmadan en berrak şekilde yapılan işten para kazanılıp kazanılmadığı irdelenmektedir.

Yalnız burada dikkati çekmemiz gereken önemli bir durum söz konusudur, EBITDA Türkiye gibi genel olarak enflasyonist, faizlerin dünya ortalamasının üzerinde seyrettiği, gayrimenkul fiyatlarının ve dövizin volatilesinin yüksek olduğu ülkelerde bize her zaman doğru sonucu vermez. Faizler yaklaşık 2 yıldır yukarı yönlü seyreliyor bu nedenle özellikle sermaye yetersizliği olan şirketler; burada bir ara parantez açmak isterim. Türkiye gibi genel olarak sermaye sorunu yaşayan, bankalara bağımlı bir üretim ve ticaret yapımız bulunduğundan “Sermaye yetersizliği olan şirketler” deyince herhalde ülkemizin %90’lık bir firma çoğunluğundan bahsettiğimiz unutulmamalıdır.



➤ Dolayısıyla bankalar ile ilişkilerini sağlıklı şekilde devam ettirmek isteyen firmalar, çalıştığı bankaların tahsis birimleri de bu işlere bahsettiğim gibi detaylı baktığından, konuya bir miktar daha özen göstermelidir. Bu nedenlerle sadece faaliyet kârına bakmamalı, bununla birlikte son 3 yılda firmanın finansman giderlerine, kur farkı gelir ve giderlerine, gayrimenkul ve taşıt giriş veya çıkışı var ise buradan elde edilen kâr veya zararlara bakmalı, tabiri caizse tahsis birimleri firmaları hesaba çekmeden firma muhasebe ve finansman birimleri ve en başta da sermayedar kendini mali açıdan hesaba çekmelidir. Bunu önden yapan firmalar bankalar karşısında psikolojik üstünlüğü eline alır, ne istediğini bilen bir firmaya mali bilanço da bir miktar destek oluyorsa bankalardan istediğini alır.

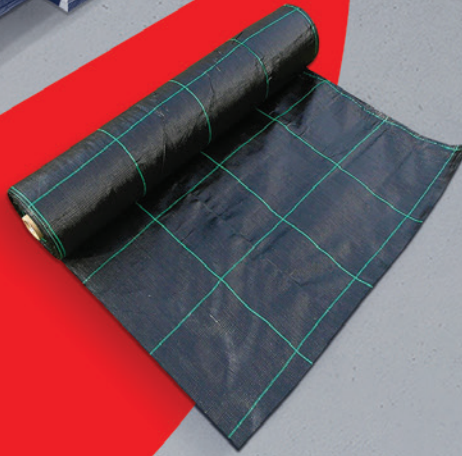
Son paragrafımızda da güncel ekonomik ortam ile ilgili kısa bir bilgilendirme yapalım. Yazımızın yayına hazırlandığı günlerde Temmuz PPK toplantısı sonuçlandı, politika faizi %46'dan %43'e indirildi, yaklaşık 2 yıldır devam eden yüksek faiz ortamında artık para arzı kredilerde bu kadar fazla regülasyon olmasına rağmen artıyordu, kısacası faizden gelen para enflasyonist oldu. Diğer önemli etken ise yüksek faiz ortamında yabancı kaynak

yüksek firmalarda (yaklaşık firmaların %80'i desem yanlış olmaz) bozulan bilanço ve yapının konkordatolar ve istihdam problemleri yaratmaya başlamasıdır diyebiliriz. Konkordato demişken şöyle bir istatistik iletelim, 2025 yılı haziran ayı itibarıyla konkordato alan firma sayısı 2024 yılının tamamına yakın rakamlara ulaştı, 2025 yılında 2024 yılına göre yaklaşık iki katına çıkan konkordato kararları konkordato alan firmalara tedarik sağlayan firmalarında bu durumlardan olumsuz etkilenmesine yol açıyor.

Para Piyasası kurulu bu yılda Ağustos ve Kasım aylarında olmayacak kalan 3 toplantının ilkinde 300 baz puan, kalan 2 toplantıda 250 baz puan ile yıl sonunda %35 politika faizi ile girersek, buna paralel olarak TCMB hedef enflasyonuna yaklaşmış oluruz. Yeni yılın ilk çeyreğinde ara verilip tekrar indirimlerle 2026 yılı 2. Çeyreğinden itibaren bir miktar daha az enflasyonist döneme gireceğimizi ümit ediyorum. Ülkemizin jeopolitik durumu, iç siyaset ile oluşacak farklı durumlardan arı olarak yorumladığımı da hatırlatmak ister, düşük ve dengeli faizli günlerde buluşmak üzere selam ve sevgilerimi iletiyorum.

Endüstriyel Paketleme ve Ambalaj

Çözümlerinde
Çözüm Ortağınız



FIBC PP ÇUVAL

Bigbag
ve PP Kumaş



profsentetik.com



Başpınar (Organize) OSB Mah.
2. Bölge 83225 Nolu Cad. No:19
Şehitkamil/Gaziantep/TÜRKİYE



+90 342 337 33 15



info@profsentetik.com



**PROF
SENTETİK**
Professional Packaging Solutions

ŞİRKETLERDE KÂR DAĞITIMI YAPMAMANIN MALİ RİSKLERİ TEZAHÜR ETTİ



UPA YEMİNLİ MALİ MÜŞAVİRLİK A.Ş.
YÖNETİM KURULU BAŞKANI

YEMİNLİ MALİ MÜŞAVİR / Mehmet DEMİR

dem_mehmet@hotmail.com

Bir önceki makalemizde ticaret şirketlerinin, bilhassa Türkiye’de en çok rastlanan şirket türü olarak

Limited Şirket ve Anonim Şirketlerin büyük çoğunluğunun diğer dünya örneklerinde oldukları gibi aile şirketlerinden müteşekkil olduğunu, ama dünyadaki emsallerinden farklı olarak kar dağıtımını yapmadıklarından bahsetmiştik. Yani girişimci, her ne hikmetse ticaretin veya imalatın tüm risklerini üstlenmekte, işletme için yer temin etmekte, iş gücü tedarik etmekte, makine ve ekipman satın almakta, tüm bu işler için de kafi derecede sermaye koymakta, ancak bunun karşılığı olan kar payını almadığını ifade etmiştik.

Ancak girişimcinin, mali tablolarda kar dağıtımından pay almıyor olması, vergi hukukunun ve ticaret hukukunun felsefesine aykırı ve iktisat teorisinin yaklaşımıyla örtüşmeyen bir olgu olduğunu, bu teorik uyumsuzluk ve aykırılıkların sadece akademik bir tez çalışmasına konu olacak mahiyette olmadığını Maliye Bakanlığının da bu işe taraf olduğunu izah etmiştik. Keza, “Şunu net olarak ifade edeyim ki yakın gelecekte



işletmelerde kar dağıtımının yapılmıyor olmasını Maliye Bakanlığı öncelikli gündem maddesi yapacaktır. Nitekim bunun bir takım emarelerini de görmeye başladık. Şöyle ki, Maliye Bakanlığı yakın geçmişte, lüks araç sahiplerinin bir kısmının daha önce hiçbir gelir beyanlarının olmadığını, ancak lüks araç satın aldıklarından yola çıkarak haklarında vergi incelemesi başlattı.” demiştik.

Elbette Maliye Bakanlığı uzun yıllar önce yürürlükten kalkmış olan, hatta yürürlük şansı bulmadan mülga olan “Nerden Buldun Yasasını” referans alarak bu incelemeleri başlatmayacağını, zaten mer’i olmayan, yani

yürürlükten kalkmış olan bir yasa hükmüne istinaden bir vergi incelemesi yapmayacağını, Bakanlığın bu incelemelerde bir anlayış değişikliğine gittiğini, harcama bazlı bir denetim yöntemi seçtiğini ve doğrudan kayıt dışı bir gelirin tespiti refleksi ile hareket etmeden ve tabir caiz ise tersten hareketle, harcamadan yola çıkarak kayıt dışı geliri sorguladığından bahsetmiştik

Diğer ülkelerde olduğu gibi Türkiye’de de şirketlerin kahir ekseriyetinin aile şirketlerinden oluştuğunu, ancak ülkemizdeki şirketlerin Dünya örneklerinden farklı olarak ; kar dağıtım kültürünün olmadığını söylemiştik.

...► Keza, Vergi Hukukunun ve Ticaret Hukukunun ihdas felsefelerine baktığımızda; bir ticari faaliyetin temel gayesinin kar elde etmek olduğunu, kar amacının, ticari faaliyeti dernek, vakıf, sendika gibi sosyal faaliyetlerden ayırdığını, ayrıca iktisat teorisine baktığımızda dört üretim faktöründen bir olan girişimciliğin mükafatının kar payı olduğunu ifade etmiştik. Öte yandan, şirket ortaklarına, yönetim kurulu üyelerine huzur hakkı da dağıtılmadığını, dolayısıyla şirket ortaklarının ne yiyip içtiği, nasıl geçindiği gibi soruların cevapsız kaldığını belirtmiştik.

Diğer yandan şirket ortaklarının yüksek kredi kartı harcamalarının sorgulanabileceğini, harcamalarının niteliğinin araştırılabileceğinden söz etmiştik.

Bahse konu makalemizin bu dergide yayınlanmasından kısa bir süre sonra, bahsettiğimiz, öngörmüş olduğumuz tüm riskler tezahür etti. Maliye Bakanlığı on bin şirket ortağına Vergi Müfettişleri marifetiyle davetiye gönderdi ve inceleme alt yapısı oluşturuldu.

Vergi Müfettişleri, şirket ortaklarıyla yüz yüze görüşerek, şahsi banka hesap hareketleri ile kredi kartı harcamalarından oluşan tablolar üzerinden işlemler yürüttü. Tüm şirket ortaklarından kredi kartı dökümü ile şahsi banka hesap ekstreleri talep edildi. Doğrusu hem Vergi Müfettişleri ilk kez böyle bir inceleme yapıyordu, hem de şirket ortakları da ilk kez kredi kartı ekstreleri ile şahsi banka ekstrelerinin hesabını veriyordu. Bu yöntem değişikliği her kesi şaşırtmıştı ama iş verenleri de hayli zor duruma sokmuştu.

Nitekim şirket ortaklarının bu güne kadar olan algısı, şahsi kredi kartı harcamaları ile



bireysel banka hesap ekstrelerinin mahremiyet arz ettiği yönündeydi. Burayı dokunulmaz bir alan olarak görüyorlardı. Oysa ki bu konudaki tabular tamamen yıkıldı, dokunulmaz olarak algılanan ve mahrem olarak görülen şahsi harcama ve para transferleri tek tek ortaya döküldü.

Şirket ortağı, şahsi olarak bir araç veyahut gayri menkul satın almışsa bunun kaynağının ne olduğu, bu paranın nasıl temin edildiği dahi soruldu. Dolayısıyla, şirket ortakları için bir ezber daha bozulmuş oldu. Maliye Bakanlığı da klasik inceleme yöntemlerini değiştirerek yeni bir cephe açmış oldu.

Peki Maliye Bakanlığı ne soruyor ve neyi öğrenmeye çalışıyordu?

Daha önceki makalemizde

değindiğimiz gibi Maliye Bakanlığı Vergi Müfettişleri marifetiyle şirket ortaklarının harcamalarının kaynağını, buna ilişkin gelir kaynaklarını, bu paranın şirketten gayri resmi çekilip çekilmediğini öğrenmeye çalışıyordu.

Vergi Müfettişleri şirket ortaklarının harcamalarını ve gelirinin kaynaklarını sorgularken aşağıdaki soru silsilesini soruyorlardı.

İlk soru; Düzenli bir gelirlerinin bulunup bulunmadığı soruluyordu. Tabi ki bu soruda kredi kartı harcamaları ile yaptıkları para transferinin temel kaynağı sorgulanıyordu. Akabinde bu soruya paralel olarak; Kazanç getirici faaliyetlerin neler olduğu soruluyordu. ...►



Yani düzenli bir gelirinizin olması yetmiyor, kazanç getirici faaliyetlerin neler olduğu da ayrıca soruluyordu.

Peşinden, elde ettiğiniz gelirlerle ilişkin vergisel yükümlülükler hakkında bilgi sahibi misiniz diye soruluyordu. Bu sorudan da maksat bir çok gelir unsurunun beyana tabi olduğu, bunun için ayrıca şahsi olarak mükellefiyet tesis edilmesi gerektiği ve şirket ortağının bundan haberdar olup olmadığı sorgulanıyordu.

Bilindiği üzere şahıs mükellefler için yedi gelir unsuru vardır ve bu yedi gelir unsurunun tamamı Gelir Vergisine tabidir. Bu manada şirket ortağının bu yedi kazanç unsurundan hangilerine sahip olduğu ve böylece bu kazanç unsurlarının beyan edilip edilmediği tek tek soruldu. Bu çerçevede;

Ticari Faaliyetiniz varsa açıklayınız.

Zirai Faaliyetiniz varsa açıklayınız.

Herhangi bir yerden ücret alıyorsanız işveren vergi kimlik numarası ve ünvan bilgilerini belirtiniz.

Serbest Meslek Faaliyetiniz varsa açıklayınız.

Gayrimenkul Sermaye İradı elde ediyorsanız açıklayınız. Burada kast edilen konut ve iş yeri kira gelirinin olup olmadığının tespit edilmesidir.

Menkul Sermaye İradı elde ediyorsanız açıklayınız. Bu sorudan da maksat banka mevduat faizi ve ile şirket kar payı gelirinin olup olmadığının tespit edilmesidir.

Diğer Kazanç ve irat elde ediyorsanız açıklayınız. Bu soru ile de süreklilik arz etmeyen bir takım kazanç ve iratların varlığı tespit edilmeye çalışılmıştır.

Bu soruların akabinde can alıcı sorular gelmeye başlıyor. Ortak olunan şirketlerden size para transferi yapıldı mı? Bu soru ile şirket ortağının kar dağıtımı



dışında fiilen vergisiz bir şekilde şirketten para çekip çekmediği tespit edilmeye çalışılıyor. Şunu açıkça belirtmek isterim ki bu husus Maliye Bakanlığının hiç de haz etmediği bir durumdur. Şirket ortağı şirketin paralarını şahsına transfer edemez. Bunun yolu vergi sonrası kar dağıtımı yapılmasıdır. Böylece bu soru ile belirtilen sakıncalı durumun olup olmadığı tespit edilmeye çalışılıyor. Yukarıdaki sorudan sonra da bir önceki makalemizde ısrarla değinmiş olduğumuz kar dağıtımı soruluyor. Ortak olunan şirket ve/veya şirketlerden kar payı alındı mı? Varsa vergi kimlik numarası ve ünvanını belirtiniz. Bakanlık kar dağıtımını o kadar önemsemi ki peş peşe kar dağıtımına ilişkin sorular sormaya devam etti.

Ortak olunan şirket ve/veya şirketlerden en son ne zaman kar payı aldınız?

Bu soru ile de şirket ortaklarının kar payı dağıtımına girip girmedikleri, işletmelerinde böyle bir kültürün olup olmadığı, bunun süreklilik arz edip etmediği ortaya konulmaya çalışılmaktadır. Kar dağıtımına ilişkin diğer bir soru ise ortak olunan şirketlerde en son ne zaman kar dağıtımına ilişkin karar alındı? Bu soru ile kar dağıtım kararı alınıp henüz fiilen dağıtılmayan kar paylarının olup olmadığı tespit edilmeye

çalışılmaktadır.

Diğer bir soru ise; ortak olunan şirketlerden ücret, huzur hakkı, pirim, tazminat vs alındı mı?

Bu soru ile de özellikle bir önceki makalemizde belirtmiş olduğumuz şirket ortaklarına huzur hakkının verilip verilmediği hususu tespit edilmeye çalışılmaktadır. Zira, her işletmede en az aylık 100.000 TL huzur hakkı dağıtılmasını tavsiye ettiğimizi ısrarla vurgulamıştık.

Ortak olunan şirketlere borcunuz var mı?

Bu konuya ilişkin olarak da önceki makalemizde ; Şirket ortağının şirketten gayri resmi almış olduğu paranın ; şirket kasasında görünüyorsa olması (muhasebe diliyle 100 Kasa Hesabı yüksek ise) veya şirket ortağının şirketten borç almış olmasının (131 Ortaklardan Alacaklar hesabı çalışmış ise) başlı başına vergi inceleme sebebi olduğunu söylemiştik. Nitekim hem bu soru seti kapsamında hem de , şu an Vergi Dairelerinde müfettişlerce yapılan teftiş/denetim çalışmaları kapsamında mükelleflere yazılar gönderilmektedir. İş bu yazılar ile şirket kayıtlarında kasa hesabının neden bu kadar yüksek olduğu ve şirket ortağının şirketten neden para aldığı hususları bizzatıhi incelenmektedir.

...► Dolayısıyla riskli gördüğümüz bu konulara ilişkin incelemeler de yazımızın yayından üç ay sonra mükelleflere tebliğ edilmeye başlanmıştır. Bu durum da göstermiştir ki, yayınlamış olduğumuz uyarı mahiyetindeki bir çok yazının nazar-ı dikkate alınması son derece mühimdir.

Diğer bir soru ise ortak olunan şirketten alacağının olup olmadığıdır. Bu soru ile şirket ortağının çeşitli vesilelerle şirkete borç verip şirketten alacaklı durumda olup olmadığı tespit edilmeye çalışılmaktadır. Şirket ortağının şirketten para alması yani borçlanması inceleme sebebi iken şirket ortağının şirketten alacaklı olmasının böyle bir sakıncası bulunmamaktadır. Eğer ki şirket ortağı şirketten alacaklı olduğu için şirketten kendisine para transferi yapılmışsa bunun da tespiti yapılmış olacak ki, keza vergi kanunları karşısında bunun da herhangi bir sakıncası bulunmamaktadır.

Ortak olduğunuz şirketlerden olan alacaklarınıza kur farkı veya faiz işlettiniz mi diye soruyorlar. Keza daha önceki makalemizde de belirttiğimiz üzere şirket ortakları prensip olarak şirkete borç vermez yeterli sermaye koyar ve karşılığında kar payı alır. Ola ki ani sermaye ihtiyacı olmuşsa da, vermiş olduğu borç paralara faiz veya kur farkı işletip işletmediği tespit edilmeye çalışılıyor. Nitekim sermayenin üç katını aşan bir borç verme olayı vergi kanunlarımızca “örtülü sermaye” olarak nitelendirilmiş ve bu durumda verilen borç para için , faiz ve kur farkı işletilip gider yazılamayacağı açıkça belirtilmiştir. Şirket kredi kartlarının şahsi harcamalarda kullanılıp kullanılmadığı soruluyor. Bilindiği üzere şirket kredi kartlarının şirket ortakları veya aile bireyleri tarafından şahsi harcamalarda kullanılması kanunlara aykırıdır.



Bu aykırılığın olup olmadığı tespit edilmeye çalışılıyor.

Şahsi banka hesaplarınızda ortak olduğunuz şirketler adına yapılan işlem var mı? diye soruluyor. Burada da şirket hesapları ile ortak hesaplarının prensip olarak ayrı tutulmasını tavsiye etmekteyiz.

Diğer bir soruda mahrem zan edilen alana doğrudan girilerek , şirket ortaklarının yüksek tutarlı harcama yapılan alanlarının neler olduğu soruluyor.

Böylece harcama bazlı denetime de yumuşak bir geçiş yapılarak, şirket ortaklarının dokunulmaz addettiği bireysel harcama alanı sorgulanmaya başlanıyor. Ayrıca, harcamaların kaynağına ilişkin açıklamaların neler olduğu sorulmaktadır. Ancak ne yazık ki, kar dağıtımı, huzur hakkı gibi yeterli ve geçerli bir izah yoksa bu alana verilecek çok bir izahat da bulunamamaktadır.

Kredi kartı harcamalarınızın tamamı şahsi mi yoksa şirket için

de kullanılıyor mu? Bu soru ile şirket ortağının kredi kartının acil şirket ihtiyaçları için kullanılıp kullanılmadığı tespit edilmeye çalışılmaktadır. Kullanıldıysa da izahı ve ispatı istenmektedir. Başka bir soru ise şahsi kullanımınızda olup başkasının adına kayıtlı menkul veya hut gayrimenkulün olup olmadığı sorulmaktadır. Burada da resmiyette görünmeyen fiili bir gelir kaynağı var mı, o husus tespit edilmeye çalışılmaktadır. Yukarıdaki soru seti ile bir önceki makalemiz bir kez daha okunduğunda öngördüğümüz risklerin nasıl tezahür ettiği, bahse konu alanların ne kadar hayati önem arz ettiği, vergisel konulara ilişkin mahrem alanın kalmadığı, bireysel harcama ve tasarrufların da tamamen sorgulanır bir duruma geldiği, şirketlerde kar dağıtımı ile huzur hakkının mutlaka yapılması gerektiği açık bir şekilde anlaşılacaktır.

Faydalı olması dileğiyle...





Mağazamızın dışında başlayan mutluluğunuz ,

Gözlerinizde taşlanacak . .



MAYBACH

ICONS OF LUXURY

Kalyon Kavşağı Mücahitler Mah. Ali Fuat Cebesoy
Bulv. NO: 88/B Şehitkamil - GAZİANTEP

www.rivaoptik.com



Selim **Haksal**
Lineadecor Gaziantep Yetkilisi

R Ö P O R T A J

“Siz mutfaklara değil, mutfak size hizmet etsin”

Lineadecor Artık Gaziantep’te

2013 yılından bu yana farklı sektörlerde edindiği tecrübelerle bugün mutfak ve iç mekân tasarımında uzmanlaşan Selim Haksal, Lineadecor’un Gaziantep’teki yetkili satıcısı olarak sektördeki yolculuğuna yeni bir boyut kazandı. Müşteri memnuniyetini ve fonksiyonelliği ön planda tutan hizmet anlayışıyla öne çıkan, fonksiyonel tasarımlar, müşteri odaklı hizmet ve sürdürülebilir kalite anlayışıyla sektörde fark yaratan Haksal, markayı ve başarı hikâyesini bizlerle paylaştı. Markanın Gaziantep’teki yetkili bayisi Selim Haksal ile kalite, müşteri memnuniyeti ve estetik üzerine kurulu iş modelini ve hedeflerini konuştuğumuz röportajımız sizlerle...

-Öncelikle sizi tanıyabilir miyiz?

Kısaca iş hayatına nasıl başladığınızdan ve bugüne kadar ki kariyer yolculuğunuzdan bahseder misiniz?

2013 yılından bu yana iş dünyasında çeşitli sektörlerde deneyim kazandım. Girişimcilik yolculuğum inşaat malzemeleri alanında başladı ve zaman içinde edindiğim tecrübeler beni mutfak ve iç mekân tasarımı alanına yöneltti. Bugün Gaziantep'te bu alanda hizmet vermekten büyük mutluluk duyuyorum.

-Lineadecor Gaziantep yetkili satıcısı olmaya nasıl karar verdiniz?

Gaziantep'in gelişen yapı sektörü ve modern mutfaklara olan ihtiyacı, kaliteli ve güvenilir çözümler sunan bir marka ile yola çıkma kararımızda etkili oldu. Mobilya ve iç mekân tasarımı alanına olan ilgim ve kalite odaklı bakış açım, Lineadecor ile yollarımızın kesişmesini sağladı. Lineadecor'un lider marka olması ve müşteri memnuniyeti odaklı yaklaşımı, bu iş birliğini tercih etmemizi sağladı. Bu yıl Lineadecor Gaziantep yetkili satıcısı olarak faaliyetlerimize başladık.

-Gaziantep'te nasıl bir müşteri kitlesine hitap ediyorsunuz? Bölgedeki pazar dinamiklerini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Gaziantep'te özellikle kaliteye, estetiğe ve fonksiyonelliğe önem veren bir müşteri kitlesi var. Mutfaklarını bir yaşam alanı olarak gören, kullanım kolaylığı ve şıklığı bir arada isteyen müşterilere hizmet veriyoruz. Şehrin dinamik yapısı ve konut projelerindeki artış, sektöre canlılık katıyor.

- Sizde bir mutfak tasarımında sizi ve hizmetinizi rakiplerinizden ayıran en önemli özellikler nelerdir?

Gaziantep mağazamızda her müşteriye özel, yaşam tarzına ve ihtiyacına uygun mutfak çözümleri sunmaya odaklanıyoruz. Tasarım, fonksiyonellik ve kaliteyi bir araya getiren; satış öncesinden satış sonrasında kadar güven veren bir hizmet anlayışı benimsiyoruz. Ayrıca lider bir markanın garantili ürünlerini sunmak da bizim



için önemli bir fark yaratıyor.

- Gaziantep mağazanızda müşterilerinize sunduğunuz hizmet yaklaşımını ve showroom deneyimini nasıl tanımlarsınız?

Showroomumuzda ziyaretçilerimize sadece ürünlerimizi değil, aynı zamanda bir yaşam alanı deneyimini sunmayı amaçlıyoruz. Müşterilerimiz, Lineadecor'un sunduğu tasarım zenginliğini ve kaliteyi birebir görme ve hissetme şansına sahip oluyor. Hizmet anlayışımızın temelinde ise güven, şeffaflık ve koşulsuz müşteri memnuniyeti yer alıyor.





-Yetkili satıcı olarak hizmet verdiğiniz süreçte karşılaştığınız en dikkat çekici müşteri beklentileri ve talepler neler oldu?

Gaziantep'te müşterilerimiz genellikle geniş ve fonksiyonel mutfak çözümleri talep ediyor. Özellikle dar alanları rahatlıkla kullanabilecek aksesuarlar gibi taleplerin ön plana çıktığını söyleyebilirim. Ayrıca son dönemde akıllı mutfak sistemleri ve çevre dostu malzemelere olan ilginin de arttığını gözlemliyoruz.

- İş dünyasında, mutfak sektöründe sürdürülebilir başarı için hangi ilkeler sizin için vazgeçilmezdir?

Kalite odaklı çalışmak, müşteri memnuniyetini her şeyin önünde tutmak ve yenilikçi çözümler sunmak başarıda kilit rol oynuyor. Ayrıca ekip ruhu ve sürekli gelişime açık olmak da iş anlayışımızın temel taşları arasında yer alıyor.





-Son olarak, okurlarımıza ve sektördeki genç girişimcilere neler tavsiye edersiniz?

Her zaman işinizi severek yapın, gelişime açık olun ve müşteri memnuniyetini öncelik haline getirin. Başarı; istikrar, sabır ve kararlılıkla geliyor. Özellikle bölgemizde doğru hizmet ve güvenle çok güzel işler başarmak mümkün.

“Gaziantep’te mutfak bir mabettir. En çok vakit geçirilen, en çok kullanılan yaşam alanınızın size fonksiyonel şekilde hizmet etmesi gerekmektedir. Siz mutfaklara değil, mutfak size hizmet etsin.” – Selim Haksal

-Gaziantep mağazanız için gelecek hedefleriniz ve projeleriniz neler?

Hedefimiz, Lineadecor kalitesini daha geniş bir kitleye tanıtmak ve müşteri memnuniyetini sürekli yukarı taşımak. Gelecek dönemde bölgede her muhitte, her hanede heyecanla talep edilecek ve kullandıkça herkesin tavsiye edeceği; toplu ve perakende projelerde vazgeçilmez olmak gibi yeni projelerle hem bölgesel hem de sektörel anlamda büyümeyi amaçlıyoruz.

- Gaziantep’te iş yapmanın size göre avantajları ve zorlukları nelerdir? Şehre katkı sağladığınızı düşündüğünüz yönlerinizden bahsedebilir misiniz?

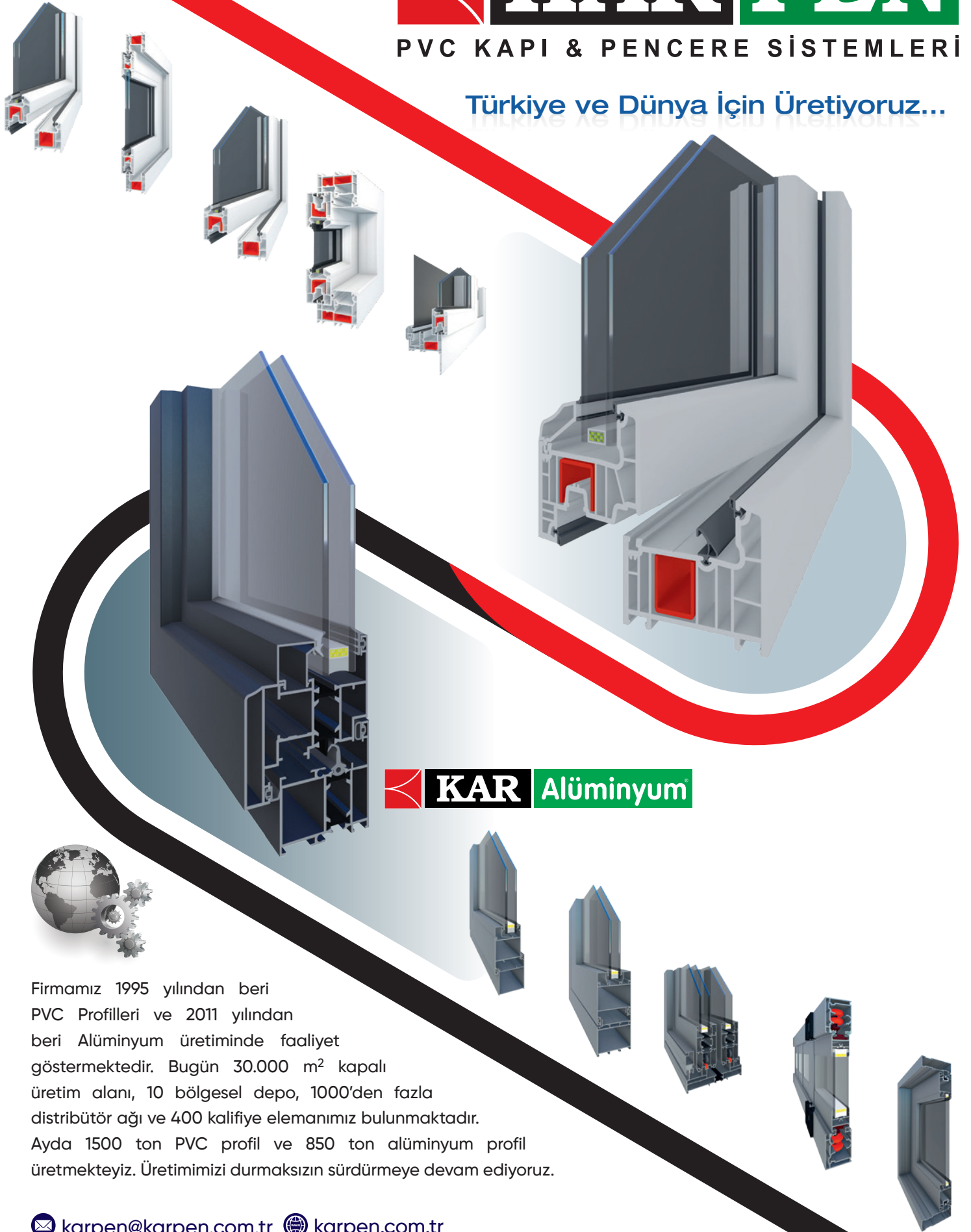
Gaziantep’in dinamik ve girişimci yapısı iş dünyası için büyük bir avantaj. Tabii rekabetin yoğun olması ve değişen müşteri beklentilerine sürekli uyum sağlamak da önemli bir sorumluluk getiriyor. Biz de hem istihdama katkı sağlayarak hem de kentimizin modern yaşam alanlarına değer katarak şehrimize katkıda bulunmaya çalışıyoruz.





PVC KAPI & PENCERE SİSTEMLERİ

Türkiye ve Dünya İçin Üretiyoruz...



KAR Alüminyum



Firmamız 1995 yılından beri PVC Profilleri ve 2011 yılından beri Alüminyum üretiminde faaliyet göstermektedir. Bugün 30.000 m² kapalı üretim alanı, 10 bölgesel depo, 1000'den fazla distribütör ağı ve 400 kalifiye elemanımız bulunmaktadır. Ayda 1500 ton PVC profil ve 850 ton alüminyum profil üretmekteyiz. Üretimimizi durmaksızın sürdürmeye devam ediyoruz.

✉ karpen@karpen.com.tr 🌐 karpen.com.tr

📍 Başpınar 5. Organize Sanayi Bölgesi 83514 Nolu Cd. No:5
Şehitkamil/GAZİANTEP-TÜRKİYE

☎ Tüketici Danışma Hattı
444 64 12



agim bigbag ve çuval



www.agimtekstil.com

BIGBAG

İHTİYAÇLARINIZDA

GÜVENİLİR

KURULUŞ...



HAKKIMIZDA

AGİM TEKSTİL LTD. ŞTİ Türkiye'nin üretici, satıcı ve ihracatçı firmalarından birisidir. 2006 yılında kurulan firmamız bigbag ve çuval sektöründe faaliyet göstermektedir.

Sanayi, tarım, inşaat, hizmet, maden sektörlerinin tamamının tedarikçi konumuyla sektörde yer alan AGİM TEKSTİL çalıştığı firmalara kıyasla koymaksızın aynı kalite ve hizmet anlayışı sürdürmeyi prensip edinmiştir.

VİZYONUMUZ

Yenilikçi, araştırmacı ve geliştirmeci yönetim politikasıyla, müşteri memnuniyeti odaklı, uluslararası pazarda değişen talep ve istekler doğrultusunda istikrarlı, kaliteli, hızlı üretim ve hizmet ile sektörde örnek ve lider bir kurum olmak. Amacımız sürekli gelişmek için kaynak yaratmaktır. Üstün iş ahlakı ve dürüst çalışma ilkelerine uymak varlığımızın taşıdır. Kararlılık ve zamanında karar alma vazgeçilmez davranış biçimimizdir.

ÜRÜNLERİMİZ

- PP Çuval
- PP Bag
- PP Kumaş
- İplikler
- AD Star Bag

2. Organize Sanayi Bölgesi Dursun Bak Bulvarı No:2
Başpınar / Gaziantep / Türkiye

+90 342 337 25 25
info@agimtekstil.com





Melike Köseoğlu

PSİKOLOG

LADİN PSİKOLOJİ

 psikolog.melikekoseoglu

Sınavın Gölgesinde Kalan Hayaller

Bir genç neden hayal kurmaktan vazgeçer? Neden geleceği ile ilgili heyecanlanamaz? Neden başarılı olabileceklerine dair umut taşımıyorlar?

Lise ve üniversite sınavına hazırlanan pek çok genç geleceğe dair kaygı yaşıyor. Onu nasıl bir geleceğin beklediğini hayal edemiyor ya da daha doğrusu umut dolu bir heyecan taşıyamıyor. Sanki genç yetişkinliğe adım atmalarının heyecanını değil başaramamanın ve geleceğin belirsizliğinin kaygısını yaşıyorlar.

Yorgun, kaygılı ve umutsuz bir nesil mi yetiştiyoruz? Eğer öyleyse belki de kaygılanması gereken hayatının henüz daha 15-20 yılını yaşamış gençler değil biz olmalıyız...

Bir sınava hazırlanmak artık sadece “bilgi öğrenmek” değil. Aynı zamanda çevreden gelen beklentileri karşılamak, aileyi mahcup etmemek, arkadaşlardan geri kalmamak, bir yandan da kendi içindeki “yeterli olma” savaşını kazanmak. Bu kadar yükün altında, gençler yavaş yavaş hayallerinden uzaklaşıyor. Artık ne olmak istediklerini değil, ne olmaları gerektiğini düşünüyorlar. Çünkü belki de yıllardır başkalarının beklentilerini taşımaktan kendi sesini duyamamaya başlamış olabilir. Belki her düşündüğünde “Ama bu işte para yok”, “O mesleği kazanmak çok zor”, “Bunu istiyorsan daha çok çalışman gerekir” gibi cümlelerle karşılaştığı için hayalini söylemeye bile çekiniyordur. Gençlerin ne

olmak istediklerini bilmemesi, çoğu zaman bir yönüzlük değil, sessiz bir korunma çabasıdır. Çünkü bazen gençler, hayal ettiklerinde kırılmaktan korkarlar. Kırılmamak ve kendini korumak için ne istedikleri değil ne olmaları gerektiği önem kazanır; ne kadar para kazanmaları gerektiği, hangi liseyi ya da üniversiteyi kazanırlarsa geleceklerini garanti altına alabileceklerini düşünürler. Üniversite sınavını kazanmak için verdikleri çabanın ardından, onları buna değer bir hayatın beklediklerinden emin değiller. Çünkü hayal kurmak ve umut etmek için güven gerekir. Güven duygusu ise yalnızca çalışmak ve başarmakla ilgili değil. Koşulsuz kabul görmekle, hatalarının anlayışla karşılanmasıyla, yaşadıkları toplumda değerli olacaklarına ve adaletli şekilde değerlendirileceklerine inanmalarıyla mümkün.

Gençler artık sadece yoruldukları için ya da kuşak farkından değil, kendilerini ait hissetmedikleri bir yarışta oldukları için tükeniyorlar.

‘Kendin için değil, sistem için yaşa.’

Sistem için yaşamayı kabul etmekten çok daha fazla sorgulayan bir zihne sahipler. O halde gençler güven duygusu hissetmeden geleceğe dair umut dolu bir çaba göstere-meyebilir. Gençler hayal kurmaktan bir anda vazgeçmezler. Bu, zamanla biriken duyguların, kırılan umutların, duyulmayan ihtiyaçların bir sonucudur. Ve çoğu zaman farkında olmadan biz yetişkinler bu sürecin bir parçası oluruz.



Gençlerin Hayatına Dokunan Tüm Yetişkinlerin Sorumluluğu Büyük

•Geleceğin karanlık olmadığına dair umut beslemelerini sağlamalıyız. Değişen dünyayı, toplumları, çabanın her zaman kazandığını bilmeye ihtiyaçları var. Hangi bölümde daha az mezun olduğundan çok, her bölümden mezunun çok olduğunu ancak fark yaratmanın, çabanın hep kazandığını anlatmalıyız.

•Sadece başardıklarında sevdiklerini düşünenmemeliler. Deneme sınavlarına verdiğimiz tepkiler kadar, merak ettiği sorduğu sorulara, ilgi alanlarına da pozitif tepkiler vermeliyiz. Ne kadar eğlenceli olduğuna ya da ne kadar

güzel yemek yaptığına da deneme sınavları kadar tepki verebiliyor muyuz?

•Hatalarının bedelinin ağır olduğunu değil, her zaman yeni çözümlerin olduğunu öğrenmeliler.

•Ülkede yaşanan belirsizlikler ve ekonomik kaygıları onlara yansıtırken karanlık bir gelecekte değil; umut dolu bir sesin cesaretiinden bahsetmeliyiz. Çünkü bazen tek bir örnek, tek bir cümle bir gencin umudunu geri getirebilir.

Gelecek; keşfetmek, üretmek ve büyümek demektir, dayanılması gereken bir belirsizlik ve adaletsiz bir dünya değil...



Rad tekstil 4,76 mwp



Tat Makarna 10,02 mwp



Lidersan saęlık 7,37 mwp



Kara fiber 19,87 mwp



Ünal Sentetik 3,23 mwp



Özmen un 1,85 mwp





SAMLI
SOLAR
yenilenebilir enerji sistemleri

**GÜNEŞ ENERJİSİNDE
DOĞRU TERCİH**



info@samlisolar.com.tr

533 BİZE ULAŞIN
634 16 26



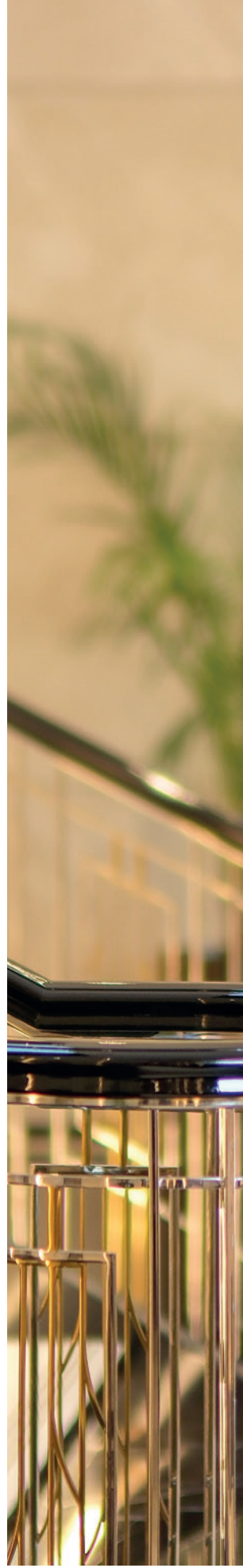
“İlk Günkü Heyecanla”

Geçmişten geleceğe bir başarı öyküsü

R Ö P O R T A J



1993 yılında Gaziantep’te genç sanayicileri bir araya getirmek, dayanışma ve ortak vizyon oluşturmak amacıyla kurulan GAGİAD’ın (Gaziantep Genç İş İnsanları Derneği) Kurucu Başkanı Adil Sani Konukoğlu ve halihazırdaki başkanı olan oğlu Yiğitcan Konukoğlu ile gerçekleştirdiğimiz bu özel röportajda; geçmişin tecrübesiyle geleceğin enerjisini nasıl harmanladıklarını, nesiller arası geçişte aidiyet duygusunun ne kadar kıymetli olduğunu ve GAGİAD’ın sürdürülebilirliğini sağlayan ilkeleri konuştuk.





Kuruluş
ruhunu bugüne
taşıyan ve yeni kuşaklara
örnek bir STK modeli sunan
GAGİAD, bu söyleşide iki kuşak
Konukoğlu'nun gözünden yeniden
şekilleniyor. Yeni nesilde bu sadece
bir görev değil; vizyon, sorumluluk,
sadakât ve Gaziantep'e duyulan güçlü
bir bağlılık. Adil Sani Konukoğlu'nun
"GAGİAD geçmiş, gelecek ve
şimdiki zamandır" sözü genç iş
insanlarına ilham verecek
nitelikte.

GAGİAD Kurucu Başkanı
Adil Sani Konukoğlu

GAGİAD Yönetim Kurulu Başkanı
Yiğitcan Konukoğlu





Adil Sani Konukoğlu:

GAGİAD'ı kurarken nasıl bir boşluğu doldurmak istediniz?

1993 yılında GAGİAD'ı kurma arzumuzun en büyük nedeni; o dönemde ve bugün de geçerli olmak üzere genç sanayicilerimizin birbirlerini tanıması, birlikte hareket edebilmesi ve birlikte nasıl bir sinerji yaratabileceklerini görmelerini sağlamaktır. GAGİAD'ı kurarken bu anlayışla yola çıktık.

GAGİAD bugün sizin gözünüzde ne ifade ediyor?

GAGİAD, bugün geldiğimiz noktada ne kadar doğru bir adım attığımızın en somut göstergesidir. Gençlerimizin şehrimizin sanayileşmesine ve kültür-sanat hayatına nasıl katkılar sunduğunu ortaya koymaktadır. Gençlerimizi ne kadar iyi yetiştirebilirsek, şehrimizi ve ülkemizi her alanda o kadar ileriye taşıyabiliriz.



GAGİAD

Geçmiş, gelecek ve şimdiki zamandır

Eğer GAGİAD'ı sadece 3 kelimeyle tarif etmeniz gerekseydi, bu kelimeler ne olurdu?

GAGİAD'ı üç kelimeyle tarif edecek olursam; geçmiş, gelecek ve şimdiki zamandır.

GAGİAD'ın 30 yılı aşkın yolculuğunda sizi en gururlandıran an neydi?

GAGİAD'ı ilk kurduktan sonra, o dönem Gaziantep'te bu kadar

yaygın bir iletişim ağı yoktu. İnsanlar toplantılar yapardı, konuşmacılar çağrılırdı. Biz ilk toplantıyı eşli yaptık. O dönemde, Allah rahmet eylesin, Kâmil Şerbetçi başkanımız, Sanayi Odası Başkanımızdı. Mehmet Aslan da Ticaret Odası Başkanıydı. Bana geldiler, dediler ki: "Toplantı başlamadan önce bir kokteyl vermişsiniz. Eski köye yeni adet getirme." Ben de dedim ki: "Biz gençlerin eşleri ekonomiden haberdar

olmazlarsa, ileride bize bir şey olduğunda bu insanlar bu işleri nasıl yönetecekler? Mutlaka bu konulara da dahil olmalılar. Evde tartışacak başka bir şey olmamalı. Ekonomi konuşulduğunda, haberler izlendiğinde birlikte tartışabilmeliyiz." O zamanlar eleştirildik ama iyi ki yapmışız. Bugün gururla görüyorum ki birçok arkadaşımız eşleriyle birlikte çalışıyor. Ya da eşleri farklı alanlarda faaliyet gösteriyor. Bu da Gaziantep için büyük bir kazanç.





Bu mirasın bana yüklediği sorumluluk bilinci çok yüksek



Yiğitcan Konukoğlu:

Babanızın kurduğu bir yapının bugün başkanı olmak size nasıl bir sorumluluk yüklüyor? Bu sadece profesyonel değil, aynı zamanda kişisel bir miras. Bunun ağırlığıyla nasıl baş ediyorsunuz?

Derneğimiz, büyük bir vizyon ve emekle kurulmuş, kurulduğu günden bu yana her başkanın özenle sahip çıktığı kıymetli bir yapı. Böyle güçlü bir mirası devralmak, karar alma süreçlerimde beni her zaman daha fazla düşünmeye, daha dikkatli hareket etmeye yönlendiriyor. Çünkü elimizde sadece bir kurum değil, aynı zamanda nadide bir değer var. Bunu, farklı şehirlerdeki benzer kurumlarla temas ettiğimizde daha da net hissediyoruz. Babamın bu derneğin kurucu başkanı olması, bu yolculuğun benim için sadece profesyonel değil, aynı zamanda çok derin bir kişisel anlam taşımasına neden oluyor. Bu mirasın bana yüklediği sorumluluk bilinci çok yüksek ama aynı zamanda bana büyük bir güven duygusu da veriyor. Onun desteğini ve inancını her zaman yanımda hissediyorum. Bu motivasyonla, elimden gelenin en iyisini yapmak için var gücümle çalışıyorum.





Sizce GAGİAD'ı kurulduğu günden bugüne taşıyan ama asla değişmeyen 'ruh' nedir?

GAGİAD'ı GAGİAD yapan en temel unsur, vatan ve memleket sevgisidir. Bu derneğin kapısından içeri girdiğinizde, ülkesine yürekten bağlı, üretmeye ve topluma değer katmaya inanan insanlarla karşılaşrsınız. Bu ortak bilinç; birlik, dayanışma ve dostluk ortamını doğal olarak oluşturur.

Bir diğer değişmeyen özelliğimiz ise ortak akılla hareket etme kültürümüzdür. Her kararın arkasında kolektif bir düşünce süreci, birlikte büyümek arzusu ve içten bir samimiyet vardır. Bana göre GAGİAD'ın değişmeyen ruhu; memleket sevgisi, ortak akıl, dayanışma ve dostluk ekseninde şekillenmiştir. 



FACE

R Ö P O R T A J

“Bu ruhun yeni kuşaklara aktarılabilmesi için en etkili yol, büyüklerimizi örnek alarak ilerlemek”



GAGİAD'ın dünü, bugünü ve yarını arasında bir köprü kuracak olsanız... Bugünkü gençlere bu yapıdan aldığımız en büyük dersi veya tavsiyeyi nasıl aktarırsınız?

Adil Sani Konukoğlu:

GAGİAD, kurulduğu günden beri Gaziantep'in gelişiminde büyük katkıları olan dernektir. Bugüne kadar genç sanayicileri bir arada buluşturup yeni nesil sanayiciliğin nasıl yapılması gerektiği konusunda sürekli bilgilendirerek şehrimizin sanayi, kültür ve sanat başta olmak üzere her alanda gelişimine katkı sunmak için çaba sarf eden bir oluşumdur. Organize Sanayide bugün çok sayıda GAGİAD'lı işverenimiz var.

Yiğitcan Konukoğlu:

Benim açımdan GAGİAD'dan edindiğim en kıymetli derslerden biri istişare kültürü oldu. Farklı bakış açıları ve tecrübelerin bir araya geldiği bu ortamda, ortak bir çözüme ulaşma sürecini defalarca tecrübe ettim. Bu

süreçte hem karşılıklı fikir paylaşımının gücünü gördüm hem de kolektif aklın nasıl daha iyi sonuçlar doğurduğunu birebir yaşadım.

Bu deneyimler bana, iş hayatında da başarının temelinde iletişim, saygı ve birlikte düşünme kültürünün yattığını öğretti. Bir gencin, sivil toplum kuruluşlarında aktif olması; farklı insanlarla tanışması, onlardan öğrenmesi ve kendi fikirlerini paylaşması, kişisel ve profesyonel gelişim açısından çok değerli. GAGİAD gibi bir yapıda yer almak, genç yaşta bu kazanımları edinmek için eşsiz bir fırsattır. 32 yıl önceki kuruluş ruhunu bugün de aynı kararlılıkla sürdüren GAGİAD, günümüz koşullarına başarıyla uyum sağlıyor.

Sizce bu ruhun gelecek kuşaklara da aktarılabilmesi için nasıl bir yol izlenmeli?

Adil Sani Konukoğlu:

1993'te GAGİAD'ı kurarken

vizyonumuz; gençlerin enerjisiyle Gaziantep'e, Türkiye'ye dinamik bir yapı kazandırmaktı. Bu ruhu gelecek nesillere taşımak için kurumsal hafızanın kayıt altına alınması, yazılı toplantı tutanakları, mentor-mentee programları ve kişisel gelişim odaklı projelerin sürekliliğinin sağlanması önemlidir. Böylelikle, değişen dönem koşullarına adapte olurken, özümüzdeki gençlik, yenilikçilik, birlik, beraberlik ve dayanışma ruhu korunur.

Yiğitcan Konukoğlu:

Bu ruhun yeni kuşaklara aktarılabilmesi için en etkili yol, büyüklerimizi örnek alarak ilerlemek. GAGİAD'da her zaman bir aile kültürü vardı. Etkinliklerde sadece üyeler değil, eşlerimiz ve çocuklarımız da bizimle birlikteydi. Benim kendi deneyimim de bu şekilde şekillendi: çocukluğumdan itibaren GAGİAD etkinliklerine katıldım, o ortamın parçası oldum ve bu aidiyet hissi yıllar içinde daha da güçlendi.



İki yıllık başkanlık dönemi, GAGİAD'ı bir okul gibi tanımlayan yaklaşımımızın bir parçası. Her birimiz, farklı dönemlerde daha fazla sorumluluk alarak hem kendimizi geliştiriyoruz hem de kuruma katkı sunuyoruz. Bizim anlayışımızda bu dernek hepimizin.

Bugün bizler de aynı anlayışla, eşlerimiz ve çocuklarımızla birlikte etkinlikler yapmaya özen gösteriyoruz. Bu sayede, derneğe dair bilinç çocuk yaşta başlıyor ve doğal bir aidiyet duygusu oluşuyor. Böylelikle gelecekte bu yapının bir parçası olacak yeni kuşaklar, GAGİAD ruhunu içselleştirerek büyümüş oluyor.

İki yıllık başkanlık dönemleri, liderlik değişimlerini sıklaştırıyor. Bu yapının proje sürdürülebilirliği açısından zorluk yaratmaması için GAGİAD'da nasıl bir sistematik oluşturulmuş durumda?
Adil Sani Konukoğlu:

Buradaki en önemli konu, bir iş insanının sivil toplum kuruluşlarında (STK) iki dönemden fazla görev almasının, zamanla iş hayatı ile STK sorumlulukları arasında bir tercih yapma zorunluluğunu

doğurabilmesidir. GAGİAD'da görev süresi iki yıldır. Hiç kimse, herhangi bir STK'da iki veya üç dönemden fazla görev almamalı ve bu yönde bir talepte bulunmamalıdır. Çünkü üç dönemi aşan görev sürelerinde kişi ya dernek faaliyetlerini bırakıp işine odaklanmak ya da işini geri plana atarak STK görevine devam etmek zorunda kalabilir. Bu da her iki alan için sürdürülebilir bir durum değildir. Bu nedenle biz GAGİAD olarak, görev süresinin ikişer yıldan en fazla iki dönemle sınırlandırılmasının daha sağlıklı olduğunu düşündük.

Yiğitcan Konukoğlu:

GAGİAD bu süreci yıllar içinde çok sağlıklı bir gelenek hâline getirmeyi başardı. Başkanlar, yönetim kurulu üyeleri ve komisyon başkanları genellikle dernekte çeşitli kademelerde görev almış, tecrübe edinmiş kişiler arasından seçiliyor. Bu da bilgi birikiminin ve iş yapış

kültürünün kuşaktan kuşağa aktarılmasını sağlıyor. İki yıllık başkanlık dönemi, GAGİAD'ı bir okul gibi tanımlayan yaklaşımımızın bir parçası. Her birimiz, farklı dönemlerde daha fazla sorumluluk alarak hem kendimizi geliştiriyoruz hem de kuruma katkı sunuyoruz. Bizim anlayışımızda bu dernek hepimizin. Sorumluluk almak isteyen herkes bu yapıda yer bulabilir. Çalışkanlık ve istek olduğu sürece, GAGİAD bu potansiyeli mutlaka değerlendirir.

Bazı üyelerin gold plaketi aldıktan sonra dernekle olan etkileşimlerini azalttığı yönünde bir algı var. Sizce bu durum, GAGİAD'ın sürdürülebilirliği açısından bir kan kaybı yaratıyor mu? Ayrıca, 45 yaş sonrası gold üyelerin deneyimlerini değerlendirecek, GAGİAD'ın devamı niteliğinde bir üst platform fikri bugüne kadar hiç düşünülmüştü mü?
Adil Sani Konukoğlu:



GAGİAD'ın üst platformunu şehrimizin Sanayi Odası, Ticaret Odası, Ticaret Borsası, Meslek Odaları ve diğer sivil toplum kuruluşları oluşturmaktadır. GAGİAD'ın bir üst kurulu, aslında bu yapılardır. Gençlerimizin GAGİAD'da kazandıkları deneyimleri bu kurumlara taşınması büyük önem taşımaktadır. Yalnızca Meslek Odaları değil, diğer sosyal faaliyet gösteren kurumlarda da görev almaları gerekir. Hep aynı yerde bulunmak doğru bir yaklaşım değil. Aksi takdirde gençlerimizin önü tıkanır. Gençlerimizin önünün tıkanmaması için gold üyelerimizin her zaman için buraya bağlı ama diğer taraftan da diğer sosyal faaliyetlerde kendilerine alan bulmalarında fayda var.

Yiğitcan Konukoğlu:

Evet, bu konu zaman zaman değerlendirilmeye alınmıştır. Ancak GAGİAD; gençlerin dinamizmiyle büyüyen, ortak akıl kültürüyle şekillenen ve belli bir süre sonra bir üniversite gibi mezun eden bir yapı olarak kurgulanmıştır. Gold üyelik sonrasında üyelerimizi elbette unutmayız, aksine saygı ve vefa kültürümüz gereği onlarla her zaman gönül bağımızı koruruz. Ancak yaş grupları arasında doğal olarak oluşabilecek bakış farklarını gözетerek, tüm yapıyı bir üst platforma taşımak yerine başkanlar kurulu gibi daha danışma odaklı mekanizmaları tercih ettik. Başkanlar kurulumuzla, derneği ilgilendiren stratejik konularda her zaman istişare ederiz. Onlarda bize yol gösterirler. Bu sayede, bilgi ve tecrübeyi içerde tutarken, gençliğin enerjisini de korumayı başardığımıza inanıyorum.





MULTIBRAND

“World of Fashion“

 *Gaziantep*



 *Officiall*



Banetti Suit Cadde,
Şehitkamil/GAZİANTEP



www.multibrand.com.tr

Bizi Takip Edin !



Dünyaca Ünlü Markalar Tek Çatı Altında !



GUESS®

Calvin Klein



MARIO VALENTINO

Justcavalli

BOSS

Calvin Klein Jeans

MICHAEL KORS

GANT



FRED PERRY



Banetti Suit Cadde,
Şehitkamil/GAZİANTEP



www.multibrand.com.tr

Bizi Takip Edin !

Yemeğin Ötesinde Bir Deneyim

Big Chefs Ruhunu Artık Prime Cadde'de

Gaziantep'in prestijli yaşam projelerinden Prime Cadde, gastronomi dünyasında güçlü bir markaya ev sahipliği yapıyor: Big Chefs. Türkiye genelinde kaliteli hizmet anlayışı ve özgün mutfak çizgisiyle tanınan Big Chefs, Gaziantep'teki bu yeni noktasıyla şehirdeki sosyal yaşamın merkezlerinden biri olmayı hedefliyor.



Big Chefs Prime Cadde, markanın franchise sistemiyle hayata geçirilen yeni halkalarından biri. Tüm tasarım, mutfak altyapısı ve hizmet süreci, Big Chefs'in kurumsal standartları

doğrultusunda oluşturuldu. Franchise modelinin sağladığı operasyonel destek ve marka bilinirliği, şubenin açıldığı ilk günden itibaren yoğun ilgi görmesini sağlıyor.



Big Chefs'in menüsü, Anadolu mutfağından ilham alan yaratıcı reçetelerle dünya mutfağını buluşturuyor. Sağlıklı, taze ve özenle sunulan tabaklar; kahvaltudan akşam yemeğine, atıştırmalıktan tatlıya kadar geniş bir yelpazede sunuluyor.

Sıcak ve Modern Bir Mekân

Big Chefs Prime Caddede, konforlu oturma düzeni, doğal materyallerle dekore edilmiş iç mekânı ve ferah açık alanlarıyla misafirlerine sıcak bir ortam sunuyor. Ahşap dokular ve loş ışıklar, restoran atmosferine zarif bir şıklık kazandırıyor, mekânın cazibesini artırıyor.





Yemeğin Ötesinde Bir Deneyim

Sadece lezzetli yemeklerle değil, aynı zamanda sosyal etkinliklerle de öne çıkan Big Chefs Prime Caddesi; Gaziantep sosyal hayatına da renk katmayı amaçlıyor. Restoran, aile buluşmalarından iş yemeklerine kadar her türlü buluşma için ideal bir adres sunuyor. Kaliteli hizmet, özgün lezzetler ve modern bir atmosfer arayan herkes, Big Chefs Prime Caddesi'nde, şehrin yeni sosyal durağında lezzetle buluşabilir.





Resmi ve Özel kurumların
Temizlik hizmetleri

BEKSA
TEMİZLİK

Professional
Cleaning Services

İletişim:

0 342 220 25 74

www.beksatemizlik.com



Bölgenin Filo İhtiyacına Kurumsal Çözüm

Acarsan Filo'dan yenilikçi filo çözümleri

IFACE

R Ö P O R T A J

Filo kiralamada güçlü altyapısı, geniş araç portföyü ve dijital yönetim sistemleriyle dikkat çeken Acarsan Filo, bölgeye örnek oluyor. Acarsan Holding Yönetim Kurulu Üyesi Hamza Acar, özellikle sanayi ve ihracat merkezi olan Gaziantep'in ihtiyaçlarına özel geliştirdikleri hizmet modellerini detaylandırdıklarını hem bireysel hem kurumsal çözümlerde müşteri memnuniyetini esas alan yapı, ikinci el değerlendirmelerinde de şeffaf süreçler sunduklarını anlattı. Elektrikli araç entegrasyonu, sürdürülebilirlik hedefleri ve müşteri portföyüne özel sistemler ile hizmet veren Acarsan Filo, sadece bugünün değil, geleceğin filo ihtiyaçlarını da planlıyor. Acarsan Filo'nun başarı yolculuğunu bizlerle paylaşan Hamza Acar, kurumsal filo hizmetlerinde Gaziantep'in gelişen ihtiyaçlarına nasıl cevap verdiklerini aktardı. Röportajımız sizlerle...

- Hamza Bey, sizi ve Acarsan Filo'nun kuruluş sürecini kısaca tanıyabilir miyiz?

Ben Hamza Acar, Acarsan Holding Yönetim Kurulu Üyesiyim. Bildiğiniz gibi Gaziantep ve yakın bölge, sanayicilik ve üretim yapan firmalar açısından oldukça zengin. Bu firmalar ulusal ve uluslararası düzeyde ciddi operasyonlar yürütüyor. Bu operasyonların en önemli ayaklarından biri de elbette lojistik. Acarsan Filo'yu kurarken amacımız, lojistik ihtiyaçlara cevap vermek; kurumsal filo kiralama da sistematik ve güvenilir bir çözüm sunmaktır. Acarsan Holding'in güçlü yapısı ve tecrübesi sayesinde kısa sürede ciddi bir araç portföyü ve müşteri ağına ulaştık. Ayrıca şirketlerin ihtiyaçlarının yanı sıra, müreffeh şehrimizde hane halkının da talebi yüksek. Yaklaşık 15 yıldır başarıyla yürüttüğümüz Audi Acarsan bayiliği ile bu alanda da şehrimizin taleplerine cevap veriyoruz.

-Acarsan Holding bünyesinde faaliyet gösteren Acarsan Filo, Gaziantep'te nasıl bir ihtiyacı karşılıyor? Bu hizmet ağı zamanla nasıl gelişti?

Bir önceki sorunuzla bağlantılı olarak şunu ekleyebilirim: Şehrimiz, bölgemizdeki en güçlü sanayici ve tüccar şehirlerden biri. Bu yalnızca Türkiye özelinde değil, Orta Doğu'nun kuzey kapısı açısından da böyle. Daha da ileriye gidersek, sanayicilerimiz burada ürettiğimiz ürünleri Amerika, Latin Amerika, Japonya gibi uzak pazarlara da ihraç ediyor. Bunu başarmak için yerel lojistik ihtiyaçlarını yakından takip edip hızlı



çözümler üretiyoruz. Lojistik süreçlerini güncel şekilde planlayıp, kendimizi sürekli geliştiriyoruz.

- Filo kiralama sisteminizde hangi segment araçlarla ve hangi müşteri profiliyle çalışıyorsunuz?

Araç portföyümüz; binek, SUV, hafif ticari ve orta segment ticari araçları kapsıyor. Kurumsal müşteriler öncelikli olmakla birlikte, uzun dönem kiralama hizmetine ihtiyaç duyan bireysel müşterilere de hizmet veriyoruz. İhtiyaca özel, esnek filo çözümleri sunuyoruz.

- Bölge dinamikleri açısından bakıldığında, Gaziantep gibi bir şehirde filo hizmeti vermenin avantajları ve zorlukları neler?

Daha önceki sorularınızda da belirttiğim gibi, Gaziantep'in yüksek ticaret hacmi ve dışa dönük karakteri bu alanda ciddi bir pazar oluşturuyor. Ancak rekabet de bir o kadar yoğun. Ayrıca bölgesel farklılıklar; araçların saha dayanıklılığı, bakım ihtiyacı ve hizmet sürekliliği konularında daha planlı bir yaklaşım gerektiriyor. Bu alanlarda yıllara dayalı bir tecrübemiz var ve kendimizi sürekli geliştiriyoruz.





-Acarsan Filo'nun teknolojik altyapısı ve yönetim sistemlerinden bahsedebilir misiniz?

Tüm araçlarımız dijital

takip sistemleriyle izleniyor. Araç bakımları, servis planlamaları, lastik değişimleri, yakıt alım periyotları ve muayeneler sistem üzerinden

otomatik olarak planlanıyor. Müşterilerimize özel hazırlanmış portal üzerinden hizmet takibini şeffaf bir şekilde sağlıyoruz.



Kısa vadede elektrikli araç yatırımlarımızı artırmayı, uzun vadede ise araç sayımızı ve hizmet ağıımızı genişletmeyi hedefliyoruz. Ayrıca dijital altyapımızı sürekli geliştirerek, kullanıcı deneyimini iyileştirmek için yeni yazılım yatırımlarımıza devam ediyoruz.

Özel istek ve talepler konusunda da oldukça açığız. İş ortaklarımızdan gelen geri bildirimler, bizi daha da geliştiriyor ve rekabet gücümüzü artırıyor.

- Elektrikli araçların filo sistemine entegrasyonu hakkında bir vizyonunuz veya adımınız var mı?

Evet, bu konuda vizyon sahibiyiz. Türkiye’de elektrikli araç altyapısının gelişmesiyle birlikte biz de bu araçları portföyümüze dahil etmeye başladık. Özellikle çevre bilinci olan kurumsal firmalar için bu araçlar hem ekonomik hem de sürdürülebilir çözümler sunuyor. Şehrimizde elektrikli araç kullanımı bölgeye kıyasla oldukça artmış durumda. Bu talepleri yakından takip ederek, doğru ve sağlıklı bir büyümeyi hedefliyoruz.

-Filo çıkışlı ikinci el araçları nasıl değerlendiriyorsunuz?

Satış sürecinizde güven ve şeffaflık nasıl sağlanıyor? Araçlarımızın düzenli bakımları ve muayeneleri sistem üzerinden takip edilip kayıt altında tutuluyor. Sözleşme bitiminde elimizde olan portföyü, başka müşterilerimizden talep varsa değerlendiriyoruz. Eş zamanlı olarak piyasa koşullarına göre, Acarsan Holding bünyesinde



hizmet veren DOD 2. El satış bayimizde satışa sunabiliyoruz.

- Acarsan Filo olarak önümüzdeki dönem hedefleriniz ve yeni yatırımlarınız nelerdir?

Kısa vadede elektrikli araç yatırımlarımızı artırmayı, uzun vadede ise araç sayımızı ve hizmet ağıımızı genişletmeyi hedefliyoruz. Ayrıca dijital altyapımızı sürekli geliştirerek, kullanıcı deneyimini iyileştirmek için yeni yazılım yatırımlarımıza devam ediyoruz.

- Son olarak, bölgedeki işletmelere veya filo kiralamayı düşünen

bireylere ne gibi önerilerde bulunmak istersiniz?

Filo kiralama; maliyet ve operasyonel verimlilik açısından büyük avantajlar sunuyor. Ancak bu hizmet alınırken sadece fiyat değil; hizmet kalitesi, araç bakımı, şeffaflık ve servis sürekliliği de göz önünde bulundurulmalı. Doğru partnerle çalışmak uzun vadede kazandırır. Lojistik, şirketlerin en önemli parçalarından biridir. Bu alanda iş ortağı seçilirken riskler göz önünde bulundurularak hareket edilmesi, firmalar açısından özellikle uzun vadede büyük fayda sağlar.



Türkiye'nin Makarna Üretim Şampiyonu Yine **Mutlu Makarna!**

IFACE

Mutlu Makarna, ISO Verilerine Göre Sektör Liderliğini Sürdürüyor Türkiye'nin %100 yerli sermayeli en büyük makarna üreticisi olan Mutlu Makarna, 2024 yılı ISO verilerine göre sektördeki liderliğini bu yıl da koruyarak bir kez daha başarısını tescilledi. Gaziantep ve Tekirdağ'daki yatırımlarıyla günlük 4.400 ton buğday kırma kapasitesine ulaşan şirket, günlük 1.850 ton makarna üretim kapasitesiyle dünyanın en büyük 10 makarna üreticisinden biri konumunda.



Yerli üretim gücüyle Mutlu Makarna, Türkiye'nin sanayi gururlarından biri olmaya devam ediyor. Mutlu Makarna, taş değirmenden ilham alan teknolojisiyle en kaliteli durum buğdayını seçerek hem Türkiye'de hem de dünya sofralarında lezzetle anılan bir marka haline geldi. "Kaliteli, çevreye duyarlı ve yenilikçi ürün" anlayışıyla hareket eden marka, bu yıl ayrıca günlük 1.200 ton kapasiteli Mutlu Un yatırımıyla ihracatta rekabet avantajı elde etti. "Bilinir, bulunur, beğenilir" olma hedefiyle sürdürülen güçlü pazarlama yatırımları sayesinde marka, hem Türkiye'deki tüketicilerle bağı

güçlendirdi hem de 6 kıtada 100'ün üzerinde ülkeye ihracat yaparak küresel ölçekte etkisini artırdı.

Sürdürülebilirlik vizyonunun da altını çizen Mutlu Makarna, güneş enerjisi yatırımıyla üretimini çevreci enerji kaynaklarıyla destekliyor. Gelecek nesillere daha yaşanabilir bir dünya bırakmayı hedefleyen firma, her aşamada çevreye duyarlı üretim politikaları izliyor. Mutlu Makarna, yenilikçi projeleriyle sektöründe öncü olmaya ve sofralara mutluluğu taşımaya devam edecek.

NK | nova
kapak

Nova Kapak ile Modern ve Şık Mutfaklar!

MEKANLARDA
YENİLİĞİN
GÜCÜ



www.
novakapak
.com.tr



Asım **MIHÇIOĞLU**

ARAŞTIRMACI YAZAR
asimmihcioglu@gmail.com

YORUM

FACE

Surp Asdvadzadzin Katedrali/Acer Kilise/ Hapishane/Kurtuluş Camii

Pazar günü çanlar çalmaya başlayınca, her semtten başı topuzlu, omzu şallı Ermeni kadınları, mor fesli erkeklerinin peşinden, yan başlarında dölüyle, döşüyle, tapınmaya yollanır; aynı saatlerde biz Türk çocuklar da, yokuş aşağı, Uzun Çarşıya doğru koşuşturur ve “Daann, daaann” “Kunduralarızı boyaaan” “Saçlarınızı taraaan” “Keşiş Amminiz sizi çağırın” diye bağırarak Ermeni komşularımızın Pazar ayinlerine, kendimizce katkıda bulunurduk. (Mithat Enç, Selamlık Sohbetleri, S 14)

Bu kilise 1700 lü yıllarda aynı yerde daha küçük bir şekilde vardı. Ancak kilise 30 Ağustos 1807 tarihinde bir anda yıkılır. Burası için anlatılan bir öyküye göre, 1870’lerde Acemistan’dan Bali isimli biri Kudüs’e hacca giderken Antep’e uğrar ve burada Ermenilerin ibadetlerini bu harabede ve altındaki mağarada yaptıklarını görünce üzülür ve Kudüs’e gitmekten vazgeçerek burada bir kilise yaptırmaya karar verir. Hemen Antep’te yaşayan Ermenileri toplar ve karar alınır. Bu arada Osmanlı Padişahından da gerekli izinler alınır.(II.



Sultan II. Abdulhamid Albümünden alınmıştır. 1890
Kilise inşaat halinde iken, daha kubbesi yapılmamış.

بنای آسودزادین ۹۰۱

Abdulhamit)
Kilise 1873 – 1893 yılları arasında Osmanlı saray mimarı Sarkis Balyan tasarımına göre ve taş ustası Sarkis Taşçıyan tarafından inşa edilmiştir. Meryem Ana Kilisesi olarak bu yapı 1100 m2 alan üzerinde kurulu olup yerden yüksekliği 30 metredir. Antep/Halep bölgesinin taş mimarisini başarıyla Ermeni kilise mimarisinin

çokköşeli Kümbet sistemiyle bütünleştirmekle beraber, 1800 lü yılların Avrupa kiliselerinden de biraz feyz almış olup, çok ilginç bir sentezdir. Kilisenin 5 kapısı vardır. Ana kapı batıdadır. İki kapı kuzeye, iki kapı da güneye açılır. Ana kapının batıya bakıyor olması, Ermenilerin kiliseye girerken yüzlerine güneşin vurması içindir.



Kurtuluş Camii

Modern Ermenî mimarisinin Dünya içindeki en güzel örneklerinden birini teşkil eder. Çanı Brezilya'da yaşayan bir Ermenî olan Hrant Köşkeryan tarafından Güney Amerika'da özel olarak döktürülmüştür; 3 ton civârındadır; ve şu an Gaziantep Müzesindedir. 1980 tarihine kadar hapishane olarak kullanılmıştır. 1984 yılında tamirata alınan kilise, 1988 yılında ise Kurtuluş Camii olarak ibadete açılmıştır. Antep'te yer alan yirmi beş eğitim kurumu arasında

Vartanyan Okulu (1882), Mesropanyan Enstitüsü (1874), Hayganuşyan (1877), Haygazyan (1884) liseleri, Nersesyan Okulu (1856) Kilikya Enstitüsü olarak da anılan Cemarın (1912), Toplamda yaklaşık 5.000 öğrenciye eğitim veren okullardı. tamamı 1830 lu yıllarda Anadolu'ya gelen ajan ve misyonerler tarafından finanse edilmiş ve işletilmişti. O zamana kadar Ermeniler kendi dillerini bile konuşmuyor,

Türkçe biliyorlardı. Bu İngiliz Amerikan ajanları bunlara ermeni ve üstün oldukları fikrini yerleştirdi.

Bundan 4 sene önce Halepte yaşlı bir Antep Ermenisi kadının evine misafir olmuşuk. Kadın - Ben Ermenice bilmem, aha bu kızlar, gelinler benim yanımda benden gizli birşey konuşacakları zaman ermenice konuşurlar, ben de kızarım. "Türkçe konuşun Türkçeee" diye bağırırm demişti.



SYR KİMYA

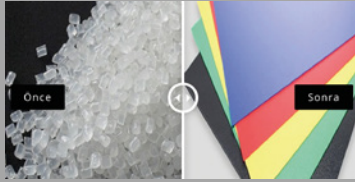
POLİETİLEN



PE LDPE



PP (POLİPROPİLEN)



PE LLDPE



PPRC (RANDOM KOPOLİMER)



E-PVC EMÜLSİYON PVC



ALÜMİNYUM



S-PVC SÜSPANSİYON



HAMMADDE ÇÖZÜM ORTAĞINIZ

15 TEMMUZ MAH. ALPARSLAN TÜRKEŞ CAD. A BLOK NO: 100 İÇ
KAPI NO:, D:1, 27000 Şehitkamil/Gaziantep

☎ 0 342 339 00 99

📷 syrkimya

www.syrkimya.com



ÇOPUROĞLU
— baklava —

Instagram: copuroglubaklava Facebook: Çopuroğlu Baklava

0 532 172 23 03 / 0 342 232 20 27



G.Hülya AKKAYA

akort@akort.com

“Alevlerin ve Dumanın Ötesindeki Çıglık”

TOBB FUARCILIK SEKTÖR MECLİSİ BAŞKAN VEKİLİ

Bu yıl Türkiye, akıl almaz büyüklükte ve yürek sızlatan yangınlarla karşılaştı. İzmir’den Hatay’a, Mersin’den Muğla’ya, yangınlar sadece ağaçlarımızı değil; kentlerimizi, köylerimizi, gönüllerimizi de yaktı. Yangınlar sonucu iki kişi öldü ve 50 binden fazla kişi tahliye edildi. Yangınlardan dolayı 80 bin hektardan fazla alan kül oldu ve yerleşim yerlerine yangınlar sıçradı. Çıkan yangınlardan en çok etkilenen il İzmir’de 26 bin 260 hektarlık alan kül oldu. Bu alan İzmir’in Buca ilçesinin iki katı büyüklüğüne sahip. Şimdiye kadar 44 farklı

şehirde orman yangını çıkmasına rağmen yanan 80 bin hektarın dörtte biri İzmir’e ait.

Ben de bu yangınların olduğu dönemde İzmir’deydim. Yeşil örtünün cayıp cayıp yandığına, hem ağaçların hem de hayvanların çıgıklarına şahit oldum. Gaziantep ve bölgede yaşanan 6 Şubat depreminden sonra bu yakım bu yıkım beni çok üzdü.

Sevgili okuyucum, küllerin arasında yolunu arayan bir ağaç fidanı gibi düşün kendini: nazikçe ama cesurca toprakla temas eden köklerin, takip eden yıllarda bütün vadide oksijenle dans edecek...





Yangın sadece ormanı değil, umudu da yakar. Ama bir nefes de sen taşırsan, o umut yükselir. Felaketlerin orta yerinde filizlenen en büyük umut: “toplumsal dayanışma”. Yangınlarla mücadele artık sadece devletin işi değil; halkın, STK’ların, yerel liderlerin, kadın ve erkeğin el ele verdiği bir seferberlik sahnesine dönüşüyor.

“Yangının ardından ne yapacağız?” demek yerine, “Nasıl baştan durdururuz?” diye sormak gerek.

Ne yapabiliriz?

Çöp bir çalı büyüğü bir nefes olabilir; her plastik, her istifli dal bir yangına davetiye çıkarır.

“Orman Benim” kampanyalarına katılabilir, çöp-yanııcı atık temizliğine destek olabiliriz.

Sosyal medyada çağrı yaparak farkındalığı artırabiliriz.

İlgili Sivil Toplum Kuruluşlarına orman yangını gönüllüsü olmak için başvuru yapıp, sahada aktif olmak için eğitimlere katılarak ilk adımı atabiliriz.

Çocuklar için “Küçük Orman Bekçileri” atölyesi düzenleyebiliriz : fidan dikmek,

çöp toplamak, “yeşil vatan” dersi gibi etkinliklerle.

Sevgili Küçük Orman Bekçileri, Bu masalın gerçek olması senin elinde. Küçük bir çalı, bir çöp parçası, bir gönüllüye dönüşen damla... Hepsi bir umut fidanı eker. Bir zaman sonra, güzel ülkemizin yeniden mavi gökyüzü, yeşil vadiler ve kuş cıvıltılarıyla dolduğunu görmek, hepimizin kalbini titretecek.

Düşün: senin diktiğin minik bir fidan, ağaç olduğunda gölgesinde çocuklar koşacak; senin çöp topladığın orman yolunda kuşlar yeniden şarkı söyleyecek. Bu masalı birlikte yazalım. Her gönüllü, her fidan, her imza bir kahramanın adımdır.

Küller içinde kaybolan bir masal değil, küllerden doğan gerçek bir masal bu. Sen de o masalın kahramanı ol. Gel, birlik olalım, umut fidanlarımız bizlerle yeşersin.

Gelin; kampanyalarla, gönüllülükle, eğitimle bu masalı hayata geçirelim. Her fidan bir nefes, her gönüllü bir kahraman.

Sağlıkla kalın..



SÖYLEŞİ | FACE

“Lüks, sadece bir ürün değil; bir tavidir”

Riva Optik Kurucusu
Erkan **Kanalıcı**

R Ö P O R T A J

Riva Optik'in kurucusu Erkan Kanalıcı, lüksü yalnızca bir ürün değil, karaktere yansıyan bir duruş olarak tanımlıyor. Dünyaca ünlü markaları Gaziantep'le buluşturan Kanalıcı, alışverişini özel bir deneyime dönüştüren butik anlayışıyla fark yaratıyor. Gözlüğün ötesinde bir yaşam tarzı sunan Riva Optik'in hikâyesi, vizyoner bir bakışın izlerini taşıyor. Kanalıcı ile gerçekleştirdiğimiz röportajımız sizlerle..

-Riva Optik'i kurarken sizi en çok motive eden şey neydi? Bu markanın arkasındaki kişisel hikâyeyi bizimle paylaşır mısınız?

Optik sektörüne adım attığım ilk günden beri amacım hep fark yaratmaktır. Riva Optik'i kurarken yalnızca bir mağaza açmak değil, Gaziantep'te lüks ve stil sahibi bir yaşam tarzının da temsilcisi olmak istedim. İnsanların sadece gözlük almadığı, aynı zamanda kendilerini özel hissettikleri bir alan yaratmak en büyük motivasyonumdur.

-Butiğinizde Maybach, Zilli, Cartier gibi dünyaca ünlü markaları görmek mümkün. Bu markaları seçerken hangi kriterlere dikkat ediyorsunuz?

Seçim yaparken yalnızca markanın popülerliğine değil, tasarım felsefesine, üretim kalitesine ve temsil ettiği değere odaklanıyorum. Riva'da yer alan her marka, kaliteyle özdeşleşmiş olmalı. Maybach gibi bir markanın el işçiliği ve Zilli'nin özgün tarzı, bizim müşterimize hitap eden detaylar.

-Sizce premium gözlük ve optik ürün tercih eden müşteri nasıl bir vizyonla alışveriş yapıyor?

Riva Optik bu beklentilere nasıl yanıt veriyor? Bu müşteri kitlesi, ürünün sadece işlevine değil, arkasındaki hikâyeye ve marka duruşuna da bakıyor. Kendi tarzını yansıtmak, farklı olmak ve özgünlüğü yaşamak istiyor. Biz de her müşterimize kişisel danışmanlık sunuyor, onların yaşam stiline uygun en doğru ürünü bulmalarını sağlıyoruz.

-Gaziantep gibi gelişen bir şehirde, üst segment ürünlerle butik hizmet vermek nasıl bir strateji gerektiriyor? Lokasyonla ürün uyumunu nasıl sağlıyorsunuz?

Gaziantep'in ekonomik gücü ve modernleşme hızı, aslında bu tarz bir butik hizmeti destekleyecek altyapıya sahip. Ancak stratejik olarak doğru ürün, doğru zaman ve doğru anlatım çok önemli. Biz kendimizi sadece gözlük satan bir yer olarak değil, stil danışmanlığı sunan bir yaşam markası olarak konumladık. ...►





-Riva Optik, klasik bir gözlük mağazasının çok ötesinde. Sizce bir müşteri mağazanıza ilk adım attığında onu nasıl bir deneyim bekliyor?

Mağazamıza gelen biri, klasik bir alışveriş değil; bir keşif süreci yaşar. İçeri adım attığı andan itibaren kişiye özel ilgi, kahvesinden ürün sunumuna kadar özel bir atmosferle karşılaşır. Hedefimiz, her müşteriyi bir misafır gibi ağırlamak ve ona “Ben buraya aitim” duygusunu yaşatmaktır.

-Lüks segmentte müşteri sadakati nasıl kazanılır? Bu konuda Riva'nın özel olarak uyguladığı yöntemler var mı?

Sadakat lüks segmentte güvenle başlar, özenle devam eder. Satış sonrası desteğimiz, ürünlerle ilgili kişisel takiplerimiz, özel günlerde hatırlanmak gibi detaylar, müşterilerimizle bağ kurmamızı sağlıyor. Biz sadece gözlük değil, bir tecrübe satıyoruz.

Önümüzdeki dönemde yurtdışından özel koleksiyonları sınırlı sayıda getirerek çok daha niş bir müşteri profiline hitap etmeye hazırlanıyoruz. Ayrıca kişisel stil danışmanlığı hizmetimizi dijital platforma taşıyacak yeni bir projeyi de hayata geçireceğiz.

-Instagram gibi dijital mecraları çok aktif kullandığınızı görüyoruz. Sosyal medya sizin için sadece vitrin mi, yoksa aynı zamanda bir danışmanlık kanalı mı?

Kesinlikle sadece vitrin değil. Sosyal medya üzerinden müşterilerimizle birebir iletişim kuruyor; sorularını yanıtıyor ve çoğu zaman alışveriş öncesi bir yönlendirme yapıyoruz. Aynı zamanda yenilikleri duyurduğumuz ve tarz yansıttığımız bir mecra.

-Lüks markaları temsil etmek, aynı zamanda o markaların ruhunu da taşımayı gerektiriyor. Sizce bu duruşu sahaya nasıl yansıtıyorsunuz?

Her markanın kendine has bir karakteri var. Örneğin Bvlgari'nin zarafetle harmanlanmış ihtişamını ya da Prada'nın rafine ve entelektüel şıklığını, mağaza atmosferimizde, sunum tarzımızda ve personel iletişimimizde birebir yansıtmaya özen gösteriyoruz.

Biz sadece ürünü değil, o markanın temsil ettiği kültürü ve duruşu da müşteriye aktarıyoruz.

-Önümüzdeki dönemde Riva Optik'i hangi yenilikler, projeler ya da sürprizler bekliyor?

Önümüzdeki dönemde yurtdışından özel koleksiyonları sınırlı sayıda getirerek çok daha niş bir müşteri profiline hitap etmeye hazırlanıyoruz. Ayrıca kişisel stil danışmanlığı hizmetimizi dijital platforma taşıyacak yeni bir projeyi de hayata geçireceğiz.

Son olarak; lüks bir gözlüğe yatırım yapmak isteyen ama kararsız kalan biri size gelse, ona ne söylersiniz?

Lüks bir gözlük, sadece bir aksesuar değil; sizin kendinizi nasıl görmek istediğinizin bir yansımasıdır. Kaliteye, detaylara ve zamansızlığa yatırım yapmak, her zaman doğru bir tercihtir. Çünkü stil geçici değil, kişisel bir imzadır.



İnsan Kaynakları Yeni Bir Rol Üstleniyor; Z Kuşağı



Zeynep ÖLÇAL

İNSAN KAYNAKLARI PROFESYONELİ

Her kuşak, iş dünyasına kendi izini bırakır. Çünkü katma değeri, işler değil insanlar yaratır. Buna rağmen, pek çok şirketin katmanlarını biraz sıyırdığınızda, İnsan Kaynakları işlevine mesafeli duran CEO'lar görürsünüz. Dünyanın her yerinde, insan sermayesinin, iş dünyasında sıkıntılara sebebiyet verdiğini düşünen ve İK'yı önem bakımından son sıralara koyan bir mekanizma vardır. Ve artık bunun değişim ve dönüşüm vakti gelmiştir. İş hayatında gördüğümüz Z Kuşağı, sadece çalışma şekillerini değil, iş yerinin anlamını ve dinamiklerini de kökten değiştiriyor. 1997 ve sonrası doğumlu bu yeni nesil, iş gücüne sağlam bir şekilde destek verirken, İnsan Kaynakları alanı da bu değişimin merkezine yerleşiyor. Onlar için iş, kimliklerinin bir parçası. Değerleriyle uyumlu, anlamlı ve gelişim fırsatları sunan bir ortam istiyorlar. Bu durum geleneksel İK uygulamalarının yeniden düşünülmesini zorunlu kılıyor.

Z kuşağı teknolojinin içine doğdu, doğal olarak dijitalleşmeye olan yatkınlıkları onları daha hızlı, daha çözüm odaklı ve daha sorgulayıcı hale getiriyor. Esnek çalışma saatleri, uzaktan erişim, dijital iletişim araçları onlar için bir lüks değil, birer gereklilik. Z kuşağı çalışanları, çalıştıkları kurumların, değer odaklı, toplumsal konulara duyarlı, çevreye ve insana saygılı politikalar izlemesini bekliyorlar. Kariyer basamaklarını tırmanırken sadece terfi ya da maaş değil; gelişim, mentorluk ve anlam arıyorlar. Tüm bu değişim, İK departmanlarını pasif uygulayıcı olmaktan çıkarp aktif kültür tasarımcılarına dönüştürüyor. Artık işe alım süreçlerinden çok daha fazlası söz konusu. İnsan Kaynakları şirketin iç iletişimini yöneten, çalışan deneyimini tasarlayan, esenliği gözetken, bağlılık oluşturan bir stratejik ortak haline geliyor. İnsan Kaynakları departmanının bugün geldiği nokta, artık yalnızca çalışanı seçip işe yerleştirmek



değil; onu tanımak, anlamak, gelişimini desteklemek, ve şirket kültürüne bağlamaktır.

Z kuşağını anlamayan ve bu dönüşüme ayak uyduramayan kurumlar, yetenek savaşında ciddi kayıplar yaşayacaktır. Yenilikçi kurumlar içinse bu nesil, iş yerlerine tazelik, yaratıcılık ve derin bir vizyon getirebilir.

Bu yenilikçi ve yaratıcı kuşak, iş dünyasında köklü bir değişime kapı açmıştır. Yeni nesili doğru okumak ve karşılık vermek, sadece İnsan Kaynakları departmanlarını değil, kurumun tamamının geleceğini şekillendirecektir.

Z kuşağını anlamak, geleceği yönetmenin anahtarıdır. Ve İnsan Kaynakları, artık bu kapının anahtarını elinde tutan stratejik bir aktördür.

TÜRKİYE MAKARNA İHRACAT ŞAMPİYONU

OBA Makarna olarak günlük 3000 ton buğday kırma ve 2000 ton makarna üretimi ile 6 kıtaya, 100'den fazla ülkeye gerçekleştirdiğimiz ihracat sayesinde **makarna sektöründe 11 yıldır Türkiye İhracat Şampiyonu*** olmaktan gurur duyuyoruz!



1200+
ÇALIŞAN



GÜNLÜK 2000 TON
MAKARNA ÜRETİM KAPASİTESİ



100+
ÜLKEYE İHRACAT



%70'İ AŞAN
DÖVİZ GELİRLERİ

TİM

TÜRKİYE
İHRACATÇILAR
MECLİSİ

*Top 1.000 Exporters Research
<https://tim.org.tr/tr/raporlar-ilk-1000-ihracatci-arastirmasi>

OBA[®]
Makarna



Kaliteli hizmetin adresi

Shell ipekyol
HİZMETİNİZDE..



Shell Petrol A.Ş. ipekyol İstasyonu

☎ 0342 360 4 360 📷 ipekyolpetrol

Mücahitler, 52010 Nolu Sk D:No:28/A, 27010
Şehitkamil/Gaziantep

www.ipekyolpetrol.com





ŞEKERCİ PETROL

Güveninizle Buradayız...

İLETİŞİM

Sani Konukoğlu Bulvarı Küşet Girişi Şehitkamil / GAZİANTEP

0.342 235 10 27 • 0.342 235 17 06

info@sekercipetrol.com • www.sekercipetrol.com

AKARYAKIT



KÜŞET ŞUBESİ



BAŞPINAR ŞUBESİ



MEZARLIK KAVŞAĞI ŞUBESİ

İNŞAAT



TAŞIT TANIMA
SİSTEMİ



Commercial Fleet
PREMIUM RESELLER

**SHELL TTS'E DAHİL OLMAK
ARTIK ÇOK KOLAY**



MADENİ YAĞ



Quality Endurance Passion



Otomobil ve Hafif Ticari
Araç Motor Yağları



Ağır Hizmet Dizel
Motor Yağları



Otomotiv Dişli ve
Transmisyon Yağları



Motosiklet
Yağları



Araç Bakım Ürünleri



Endüstriyel Ürünler



Gresler



Yardımcı Ürünler



YORUM

IFACE



Selin Canatar

MİMAR

Dopamin Dekor

SELİTA DECOR  selitadecor

Evinizi Mutluluk Hormonu ile Boyayın!

Yeni sezonun en parlak, en enerjik, en kendine özgü trendiyle tanışın: Dopamin dekoru! Estetik kuralların ikinci planda kaldığı, kişisel zevklerin ve duyguların başrol oynadığı bu anlayış; sadece bir dekorasyon stili değil, aynı zamanda bir yaşam biçimi. Artık yaşam alanlarımızdan beklediğimiz şey sadece şıklık değil. Enerji, neşe ve pozitif bir ruh hali... Dopamin dekor da tam olarak bu ihtiyaca cevap veriyor. Renkleri, dokuları, objeleri kullanma şekliyle hem göze hitap ediyor, hem de iç dünyamıza.

Renklerin Gücüne Yeniden İnan

Dopamin dekorunun merkezinde renkler var. Ama bu sefer pastel ve nötr değil, canlı ve cesur tonlar! Mandarin turuncusu, fuşya, limon sarısı, parlak yeşil, kobalt mavisi... Her biri bulunduğu mekâna dinamizm katarken, kullanıcıya da enerji ve ilham veriyor. Bu akımda renk seçiminde önemli olan şey “moda” değil, “modun”. Yani hangi renk seni daha canlı hissettiriyorsa, evinde ona yer açmak ilk adım.

Trend ipucu: Tek bir canlı renk değil, birkaç enerjik tonu birlikte kullanmak dopamin etkisini artırıyor.

Dekoratif Kurallar Yerine Ruh Halini Takip Et

Uzun yıllardır iç mimarlıkta duyduğumuz “uyum”, “denge”, “minimal çizgiler” gibi kavramlar dopamin dekorunda arka planda kalıyor.

Buradaki temel ilke şu:

“Beni mutlu ediyorsa doğrudur.”

Birbirine zıt gibi duran desenleri bir araya getirmekten çekinme.

Eski bir masa lambasını parlak bir renk sprey boya ile boyayıp yeniden kullan.

Duvara asacağın objeler illa çerçeve olmak zorunda değil. Şapka, çanta, hatta rengarenk kupalar bile bu stile dâhil olabilir.

Fonksiyon Değil, Hissiyat

Dopamin dekor bir iç mimari plandan çok bir ruh haline dayanır.

Mekânın nasıl kullanılacağından çok içinde nasıl hissedileceği önemlidir.

Bu nedenle dekorasyon süreci “kurallı” değil, “özgür”dür.

Köşeleri kişiselleştirmek, objelere hikâyeler yüklemek, alışılmışın dışına çıkmak bu anlayışın yapıtaşlarını oluşturur.

Maksimalizmin Yumuşak Hali: Soft Maximalism

Minimalizmin soğuk ve uzak havası son dönemde yerini “soft maksimalizm” anlayışına bırakıyor. Yani bol detaylı ama sıcak, renkli ama karmaşık olmayan, neşeli ama yorucu olmayan bir yaşam alanı...

Dopamin dekor da bu anlayışla kesişiyor.

Renkli yastıklar, duvar kolajları, vintage objeler, nostaljik doku ve formda tasarımlar evin her köşesini görsel bir terapi alanına dönüştürüyor.

Dopamin Dekor: 5 Adımda Uygulama Rehberi

Hazırsanız, bu stili evine taşımak için harekete geç!

1. Cesur Renklerle Başla

Parlak sarı, mercan, fuşya, mavi... Hangisi seni heyecanlandırıyorsa, küçük bir obje ile başla. Bir duvar, sandalye ya da sadece bir vazo bile olur.

2. Seni Gülümseten Objeleri Topla

Fonksiyonel değil, duygusal bak. Pazardan aldığın seramik bir tabak ya da eski bir radyo bile duygusal değer taşıyorsa dekoratif hale gelebilir.

3. Desen Korkusunu Bırak

Çizgiler, puantiyeler, floral desenler... Birbiriyle yarışan değil, dans eden dokular yarat. Uyumsuzluk, bu akımda yeni uyum.

4. Kendine Özel Bir Köşe Yarat

Kahve içtiğin, müzik dinlediğin, sadece nefes aldığın bir alan... Dopamin dekor bu tür ritüel alanlarını önemsiyor. Ruhunu besleyecek köşeyi güzelleştir.

5. Kendin-Yap Ruhunu Kucakla

Elin boya fırçası tutmasa da, eski bir çerçeveyi renklendirmek veya ikinci el bir objeyi dönüştürmek bu akımın tam kalbinde. Pahalı değil, yaratıcı ol!

- Son Söz:

Dopamin dekoru bir trend değil, bir his.

Ev artık sadece barınma alanı değil; yeniden şarj olma, neşeyi çoğaltma ve ruh halini yükseltme merkezi.

İç mimarlık çizgilerinin ötesinde, sana ait bir dünya yaratmak istiyorsan, dopamin dekoru tam sana göre.

Renklerle barış, kuralları unut, neşe veren objelerle alanını kişiselleştir.

Ve unutmayın ‘Estetik geçici, mutluluk kalıcı.’



ROZE

diamond

Senin İçin

ADRES



SOSYAL MEDYA



0 546 968 19 86



Batıkent Mah. Adnan İnanıcı Cd.
09132 Nolu Sok. Şehitkamil/Gaziantep





Gonca TOKUZ

Sözlü kültürden elektronik kültüre

OKUNTU'DAN DAVETİYE'YE

ARAŞTIRMACI YAZAR
gtokuz@gmail.com

www.goncatokuz.com



Ok, oku, okı, okuntu, okuyulu sözcükleri bilindiği gibi “davetiye, mektup ve tezkere” anlamında kullanılan öztürkçe sözcüklerdir. Anadolu’nun pek çok yöresinde 1970’lere kadar kullanılan bu ve benzer sözcükler hızla günlük konuşma dilimizden uzaklaşmıştır ama halkın ortak belleğinde hala yaşamaya devam etmektedir. Da’vetiye ise bilindiği gibi Arapça da’vet sözcüğünden türetilen (da’vet-da’veti yani davetle ilgili’den Türkçe’de türetilmiş) bir sözcük olup bir toplantıya, bir etkinliğe, bir yere çağırmak anlamlarını taşır. Bir de da’vetnâme var tabii. Burada da işin içine Farsça giriyor ama davetiye kadar yaygınlaşmıyor bu sözcük. Bugün hala Anadolu’nun bazı yörelerinde kullanılan sözcüklerden önce okuntu (davet/davetiye ve hediye) ile okuyucu (düğünlerde, çağırıcı, davet edici) karşılığı kullanılan kelimelerinin kökenine bakalım. Sözcüklerin kökeni ile farklı görüşler öne sürülmektedir. Kubilay Fener (<https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/2183142>) bu konuyla ilgili makalesinde görüşleri üç grupta toplamaktadır:

- *Birinci grup; okı- fiilinin savaş aleti okun davet etme geleneğinden kaynaklanarak {+I-} isimden fiil yapım ekiyle türediğini düşünenler,
- *İkinci grup; okı- fiilinin ok kökünden türemediğini, doğrudan okı- köküne dayandığını düşünenler,
- *Üçüncü grup; çalışmalarında herhangi bir fikir belirtmeyenler..”

Peki sözlüklerimizde neler yazılmış sözcükler açıklanırken? Orta Türkçe Sözlükte (k harfinin altında nokta olacak yani kalın k ile söyleniyor) okı=çağırmak ve okumak anlamlarında, okın=okunmak, çağırılmak, okıcı veya okıgıcı=davetçi,



tellal, okuğsa=davet etmek, istemek, çağırmak, okun-okunmak, çağırılmak, davet edilmek karşılığında kullanılmaktadır. (Bayat, 2008:375,376) Türk Dil Kurumunun Türkçe Sözlüğünde okumak sözcüğü on maddede açıklanmış olup, onuncu maddesinde halk ağzında “Bir yere çağırmak, davet etmek, okuntu göndermek olarak açıklanmaktadır. (Türkçe Sözlük, 2019: 1793). Ayverdi’nin Misalli Büyük Türkçe Sözlüğünde okutmak sözcüğünün karşısında “Eski Türkçe Halk ağzındaki bir anlamı da “çağırtmak, davet etmek” yazılmıştır.

(Ayverdi. 2011:947). İsmet Zeki Eyüpoğlu'nun Türk Dilinin Etimoloji Sözlüğünde halk ağzında oku (çağrı), okuma (düğüne çağırma), okuyucu (düğüne çağırarak görevli kimse), okuntu (bir toplantı için gönderilen çağrı ve düğüne çağırarak için gönderilen armağan).. olarak açıklanmıştır. (Eyüpoğlu, 2004:503).

Amacım sözcüklerinin etimolojisini incelemek değil elbette. Sadece Ülkemizin birçok yöresinde karşımıza çıkan öz Türkçe okuntu/ohuntu (h boğaz h sesi altında nokta olacak) adı verilen sözlü davete ve bu daveti ileten okuyuculara ilgi çekmektir. Yıllarca önce okuduğum Sadi Yaver Ataman'ın "Eski Türk Düğünleri" eserinde düğün bölümünde bir dip not gördüm. Düğünün başlamasını "okunan davetli kalabalığı huzurunda şenlikle" başladığından söz ederken "okunan" sözcüğünü dip notla açıklamak gereği duymuş. "Burada okuma; davet anlamındadır. Okuyucu denilen kadın, kapı kapı dolaşarak hatırı sayılır kimseleri "düğünümüze buyrun" diye davet ederdi" diye açıklamıştır. (Ataman,1992:11). Bu cümlelerini okuduğumda "20. Yüzyılda Gaziantep Eğlence Hayatı" kitabım üzerinde çalışıyordum ve bu sözcük kaynak kişiler tarafından çok ama çok kullanılıyordu. Sevindim, heyecanlandım. "Aaaa Gaziantep'te hala biliniyor bunlar.. Öz Türkçe ne güzel!" dedim. Çünkü yaptığım derlemelerde okuntu denilen sözlü davet genelde evlilik faaliyetlerinin birçok aşamasında gerçekleşmekteydi. Okuyucu olarak kadınlar görevlendiriliyordu. Kadınlar genelde maddi durumu iyi olmayan aileyi ve ailenin yakınlarını, görüştüğü kişileri biliyorlardı. Ağzı laf yapan, yolu yordamı bilen bu kadınlar yalnız gidebildikleri gibi genelde kendilerine eşlik eden bir çocuk da oluyordu. Bazen davet tek bir etkinlik olabildiği gibi evlilik takviminin bir kısmı ya da tamamı karşıya iletilebiliyordu. Örneğin: "İsneyn (pazartesi) günü yatak biçilecek, ehad (pazar) günü çeyiz gidecek, isneyn (çarşamba) günü çeyiz serilecek, gelecek hamis(perşembe) günü de düğün olacak." deniliyor, yer ve saat gibi ayrıntılar veriliyordu. Gidilen ev sahibi okuyucu kadına bulgur, simit (köftelik bulgur) gibi her evde bulunabilececek zahirelik malzemenin yanı sıra gönlünden kopan başka şeyler de verebiliyordu. Okuyucu kadının görevi çok ama çok önemliydi. Çünkü yanlış bir bilgi ortaya tatsız durumlar, küskünlükler, kırgınlıklar çıkarılabilecekti. Gaziantep'li durumla hazırlıklıydı. Çünkü "Düğünü okuyucu boklar" kalıplaşmış sözü



nesilden nesile aktararak dimağlara iyice yerleşmişti. Kadın davetçi bir tane idi, ona okuyucu deniyordu(bazı yerler hariç) ama erkek davetçiler birden fazla oluyordu. Damadın arkadaşları ve kardeşleri, babası, amcası bu görevi üstlenebiliyordu. Aileden veya aile yakınlarından bir erkek -davet edilecek kişinin konumu, statüsü, yaşı, yakınlığı vs göz önüne alınarak belirleniyordu. Bir sigara veya şeker ikramının ardından davet gerçekleştiriliyordu. Gaziantep kırsalında özellikle köylerde durum biraz farklıydı. Davet edilen- hatırlı- kişilere ayrıca hediye de götürülmekte idi. Hediye genelde bir top (4.5 m) kumaş olup, genelde Gaziantep'in yöresel ipekli kumaşlarından kutnu, meydaniye ve alaca tercih ediliyordu.

Elbette başka kumaşlar da verilebiliyordu. Davetlerde ortak nokta iletişimin hemcinsler arasında gerçekleşmesiydi. Ülkemizin birçok yöresinde karşımıza çıkan davet/davetçi/hediye üçlüsü yörelerde farklı adlarla anılabilmekte idi. Aynı sözcükten türetilen okunculuk, okuma, oku, okuyuculuk, okunculuk sözcükleri davetiyenin yanı sıra davet edilirken gönderilen/verilen hediye/ armağan anlamlarında kullanılmakta idi. Sivas'ın bazı ilçelerinde erkek okuyucuya "mumcu" denildiğini yazılı kaynaklardan öğrenmekteyiz. Yakın akrabadan durumu iyi olmayan bir erkek düğünden bir hafta önce eline kağıt verilerek civar köylere davet için gönderilmektedir. Gönderilen bu kağıta "mum", getirene de "mumcu" adı verilmektedir. Mumcu'ya herkes kendi durumuna göre bahşiş vermektedir.



Düğünün yapıldığı köyde ise mumcu erkek ile aşağı yukarı aynı özelliklere sahip bir kadın düğün ekmeğinin yapıldığı gün-ki perşembe gününe denk gelmektedir- çantasında veya heybesinde taşıdığı kesme şekerleri dağıtarak “Düğünümüz var, buyurun diyerek kadınları davet etmektedir. (Boyraz, 2009:84) Özetle kişiler hem cinsleri tarafından davet edilmektedir. Bir örneğimiz de Ülkemizin batısından İzmir’in köylerinden verilmiştir. Verimli (eski adı Tekke) ve Örencik köylerinde yapılan derleme çalışmasında düğüne çağrının “Bulaşıkçı Kadın” adı verilen kişiler tarafından yapılmasıdır. 1980’li yıllarda kart ile çağrının yaygınlaşmasından sonra bulaşıkçı kadınlar ortadan kalkmamış ikisi birlikte kullanılmıştır. (Balaban, 1983:140) Yazı uzadıkça uzuyor. Davetiyeleri biliyorsunuz. Şimdilerde nasıl davet edildiğini de.. O zaman yazıyı bitireyim ama nasıl? Acaba yapay zekaya bir davetiye hazırlatsam nasıl olurdu? Ne okuyucu, ne okuntu, ne baskı masrafı, ne kağıt israfı diye düşündüm. Bir tuşla gönderin

tüm davetlilere. Altına da bir not ekleyin gelip gelmeyeceklerini iletinler organizasyon şirketine.

Yaşam kolaylaştı mı? Zorlaştı mı?

Hemen ChatGPT’den bana bir düğün davetiyesi metni hazırlamasını istedim. Birkaç saniye sonra davetiyem hazır. “Birlikteliğimizi sonsuza dek taçlandıracağımız bu özel günde, mutluluğumuzu sizinle paylaşmaktan onur duyarız.” Düğün yeri, nikah yeri ve saati vs eksiksiz yazılmıştı elbette. Daha şiirsel bir metin istedim şöyle bir metin geldi: Bir sevdaya açıldı iki yürek /Bir ömre söz verildi sessizce../Şimdi vakit, dostlarla bu sevdayı kutlama vaktidir./Hayatlarımızı birleştirdiğimiz bu özel günde, siz değerli dostlarımızı aramızda görmekten mutluluk ve onur duyarız.” Ardından “İsterseniz Antep ağzıyla neşeli bir şey hazırlayayım” diye teklif gelince önce şaşırdım sonra “Lütfen!” dedim. Antep ağzıyla hazırlanan davetiye beni epey neşelendirdi. “Evleniyik.. Oynayak, gülek, doyak..Oynayacan yoksa küserik..”

Kaynaklar:

Ataman, S.Y. Eski Türk Düğünleri, Kültür Bakanlığı.
Ayverdi, İ. Misalli Türkçe Büyük Sözlük.
Balaban, A.R. Gelenekler töre ve Törenler

Bayat, F. Orta Türkçe Sözlük.
Boyraz, Ş. “Okuntu’dan Davetiye Bir Dönüşümün Anatomisi”.
Eyüpoğlu, İ. Z. Türk Dilinin Etimoloji Sözlüğü.

Tokuz, G. 20. Yüzyılda Gaziantep’te Eğlence Hayatı.
Kaynak Kişiler: B.Kazaz, N.Sancılı, A.Sancılı, A.Mihçioğlu (Değerli dostlarıma çok teşekkür ediyorum)



Lezzetlin
Yeni Durak
15 Temmuz
Mah'de açıldı



Yaz sıcaklarında Beslenme önerileri



Dyt. Işıl TURGAY CANBOLAT

Esse Psikoloji Beslenme ve Diyet Uzmanı

dytisilturgaycanbolat

Aşırı sıcak havalarda doğayı korumayı ciddi anlamda başaramazken, bir beslenme uzmanı olarak bedenimizi korumanın öneminden bahsetmek istiyorum bu yazıda sizlere. Beslenme ile ilgili türlü türlü bilgilerle donatıldığımız şu dönemde farklı bir konuya değinmeksizin aşırı sıcakların insan bedninde yaratabileceği yan etkilerden korunmanın basit ama çok etkili yolları mevcuttur. Yeni doğmuş bir bebeği gündeme alacak olursak vücudunun yüzde 75'i sudur ve bu oran yıllar geçtikçe erişkin dönemde %60'a, yaşlılık döneminde %50'ye kadar düşer. Aşırı sıcak havalarda vücut terleme ile beraber su kaybına başlar, dehidrate olur ve vücut mineral düzeyinde düşme yaşanır. Bunun önlenmesi önemlidir. Öncelikle bir bednin kg başına ortalama 30 ml su tüketmesi gerekirken yaz aylarında terleme ile beraber kg başına 35 ml kadar su tüketmek daha doğru olacaktır. Buna herhangi bir hastalığınız mevcut değil ise 1 şişe maden suyu eşlik edebilir. Tüketeceğiniz suyun sıcaklığı önemsiz olmakla beraber, gün içerisinde ne yaymak içerisinde tatlandırmak için limon dilimi, çubuk tarçın vb. tatlar katılabilir. Sıvı desteğinizse şekersiz soğuk meyve kompostosu, soğuk demleme yeşil çay gibi ürünler de eşlik edebilir.

Güne başlarken, taze mevsim sebzelerini kullanarak hazırlanmış bir soğuk tabağı ile yanında tokluk düzeyinizi arttıracak proteinlerden kullanmanız önemlidir. Yumurta sıcak havalarda ağır geliyor ise bunu haftada 2 kez tüketip, diğer günlerde yumurta proteini yerine peynir de tercih edebilir, kahvaltınıza meyve desteği de sağlayarak serinleyebilirsiniz.

Günün sıcak saatlerinde dışarıya çıkarken dikkatli olmalı, terlemeyi azaltan pamuklu kıyafetler tercih edilmelidir. Beslenmenizde daha hafif zeytinyağlı sebze yemeği, salata grubu ile yanında yoğurt/ayran/kefir gibi süt grubundan bir besin tercih etmelisiniz. Aşırı yağlı, tuz içeriği yüksek ve sindirimi zor besin gruplarına yer vermemeli, hafifleten pratik besinlere yer vermelisiniz. Örneğin baklagilli bir salata yoğurt, zeytinyağlı sebze yemeği yoğurt ince bir dilim esmer ekmek gibi.

Akşam havaların biraz serinlemesi ile porsiyon



kontrolü sağlanabilecek protein alımı ile salata veya yoğurtlu mezelere beslenmenizde yer verebilirsiniz. Buna eşlik edecek karbonhidratların tam tahıllı tok tutan karbonhidratlardan olması önem taşır. Tam tahıllı ekmekler, tam buğday makarna veya bulgur gibi.

Ara öğün sayısı sizin güne ne kadar erken başlayıp ne kadar geç bitirdiğinizle ilişkilendirilir. Ara öğün alternatifi olarak şekersiz soğuk meyve kompostosu, meyve grupları ve yağlı tohumlar tercih edilebilirken, hiç tatlı kullanmayacağız mı dediğinizi duyar gibiyim. Tatlı tercihlerinizde şeker oranı düşük sütlü tatlılar veya dondurmaya yer verebilir, yoğurtlu meyve kullanarak daha sağlıklı bir tatlı alternatifi yaratarak diyetinize destek olabilirsiniz.

Zamanlama her zaman önemli olup erken saatlerde yapılabilen bir kahvaltı ve erken saatlerde biten bir akşam yemeği sindirimi tamamlayarak günü sonlandırmayı sağlarken, günün sıcak saatlerinde ağır yemeklerden mutlaka kaçınmalısınız.

Keyifli bir yaz geçirmeniz dileğiyle.

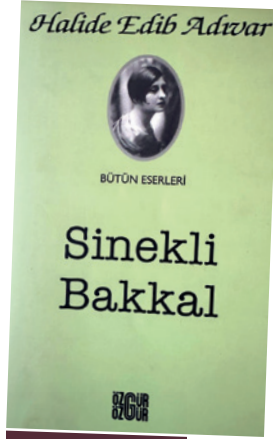
KİTAP ÖNERİSİ

okudumyazıyorum



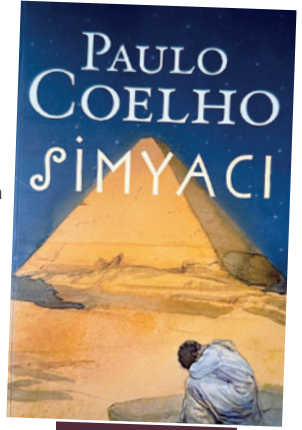
Halide Edip Adıvar

Bu sayının kitaplarını ağırlıklı olarak eskilerden seçtim; ilk kitabımız Türk Edebiyatı klasiklerinden, Osmanlı imparatorluğunun son zamanlarını anlatan, anne babası ayrılmış Rabia'nın büyüdüğü ortam ve yaşam tarzının yanında bir mevlit vesilesiyle gittiği Selim Paşa konağında tanıştığı diğer kahramanlar ile birlikte hayatını sorguladığı bir açmazın içinde dönemin tüm siyasi, iktisadi ve sosyolojik etmenleri ile birlikte anlatıldığı bir kitaptır. Bu konakta tanıştığım kişiler ile birlikte kaderinin de değiştiğini düşünen Rabia "Sinekli Bakkal'ı" işletmeye devam etmiş, hayatın sürprizlerini yaşamaya devam etmektedir. İnsan bazen ne kadar yaşamını değiştirmeye çalışsada ona biçilen çerçevenin dışına çıkamaz, çerçevenin dışına çıkmak herkese yazılmamıştır.



Paulo Coelho

Çevremizde gördüğümüz insanların herhalde %90'ı mutluluğu arıyor, kimi parada, kimi aşta, kimi makam mevkide, kimi çocukta... Gördüğümüz kitap Santiago'nun mutluluğu aramak için binlerce km yol katederek Mısır'a hazine aramaya gidişini anlatıyor, başka bir kitapta okumuştum, "Aramakla bulunmaz ama bulanlar arayanlardır." Mutluluğu arayan insanların aslında mutluluğu ararken yaşadıkları mutluluğun kendisidir, o yüzden belirli bir yaş grubu sürekli geçmişe özlem duyar. Kitap bu konular çerçevesinde mutluluğu arayan Santiago'nun başından geçenleri anlatmaktadır.



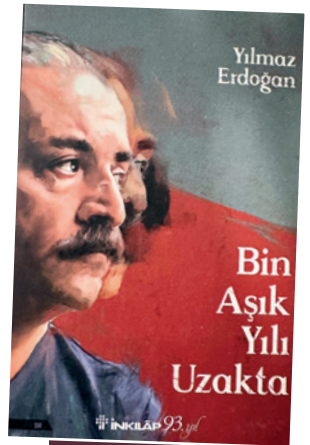
Latife Tekin

Türkiye'de köyden kente göçün hızlandığı yıllarda yayımlanan kitabımızın ana teması bugünde geçerliliğini korumaktadır. Yazar kitabın kahramanlarını fantastik isimlerden seçerek okuyucuyu kitaba farklı şekilde bağlamaktadır. Romanın en küçük çocuğu Dirmit'in dünyasından köyden kente göçen ailesinin köy-kent arasında yaşadığı hüznü ve sevinçli olayların derlendiği, ailenin kente tutunma çabalarının işlendiği, hızlı değişen yaşamın akışında kahramanlarımızın başından geçenlerin anlatıldığı keyifli, öğretici bir kitaptır.



Yılmaz Erdoğan

Uzun yıllar şiir kitabı yayımlamayan Türkiye'nin en ünlü yazarlarından olan Yılmaz Erdoğan'ın son şiir kitabıdır. Bu şiir kitabı; yazarın eski kitap ve şiirlerini de okumuş biri olarak bir miktar hafif kalmış gözüküyor, bazı yazarların bir tane kötü karalama yapma hakkı vardır, sanırım benim içinde bu şiir kitabı bu çerçevede değerlendirilebilir. Tavşan dağa küser; dağ buna gülümser...



Saint Petersburg

Kuzeyin Zarif Mirası

Rusya'nın kuzeybatısında yer alan Saint Petersburg, 6 milyonluk nüfusuyla ülkenin en büyük ikinci şehri. Avrupa'ya olan yakın konumu sayesinde hem kültürel hem de coğrafi olarak Rusya'nın en "Avrupalı" kenti sayılıyor. Finlandiya'ya ve Baltık ülkelerine yalnızca birkaç saatlik mesafede.

Kanallar, Köprüler ve Adalar Şehri

Neva Nehri'nin üç koldan şehri böldüğü Saint Petersburg, 42 ada, 500'e yakın köprü ve 55 kanal ile adeta "Rusya'nın Venedik'i" olarak anılıyor. Şehir, zarif mimarili evleri, köprüleri ve sahil şeritleriyle büyüleyici bir görsellik sunuyor.

Beyaz Gecelerin Büyüsü

Yaz aylarında güneş neredeyse hiç batmaz. Mayıs – Temmuz arasında gökyüzü gece yarısı bile aydınlıktır. Bu döneme "Beyaz Geceler" denir ve şehir müzik festivalleri, ışık gösterileri ve sokak etkinlikleriyle adeta hiç uyumaz.



Yaşam Kalitesi Yüksek, Maliyet de Öyle

Şehir, mimarisi ve sosyal yaşamıyla öne çıksa da yaşam pahalı. Ortalama iki odalı bir dairenin kirası 1000 dolar civarında. Pek çok kişi, geçinebilmek için ailede birden fazla çalışan olmak zorunda.

Ulaşım ve Modernlik El Ele

Şehirde 54 metro istasyonu bulunuyor. Metro ağı hem turistik hem de ulaşım açısından çok gelişmiş. Moskova'dan trenle 5 saatte ulaşılabilen şehir, gemiyle gelen turistler için 72 saat vizesiz kalma imkânı da sunuyor.

Kuzeyin Işıltılı Yüzü

Saint Petersburg, zarif sokakları, kültürel yapıları, deniz kıyısındaki konumu ve geceyle birleşen gündüzleriyle ziyaretçilerine hem tarihi hem de modern bir dünya sunuyor. Beyaz geceleri, sanatla iç içe yaşamı ve canlı sokaklarıyla hafızalara kazınıyor.

Tarihin içinde Bir Sanat Kenti

1703 yılında Rus Çarı Petro tarafından kurulan şehir, 200 yıl boyunca Çarlık Rusya'ya başkentlik yaptı. Sovyet döneminde "Leningrad" adını aldı, 1991'de tekrar Saint Petersburg oldu. Bugün şehir; Ermitaj Müzesi, Kazan Katedrali ve Peterhof Sarayı gibi anıtsal yapılarıyla bir açık hava müzesi gibi. Nevski Bulvarı, şehrin kalbi sayılır.



3M

Authorized Applicator

renkligaraj
exclus

TÜRKİYE'NİN EN RENKLİ



renkligaraj
exclus

GARAGE34

3M

Authorized Applicator

**YETKİLİ UYGULAMA
MERKEZİ**



INSTAGRAM



raaj
sive

GARAJI

GARAGE342



T

EL

araj
clusive
342

AVİT



ARAÇ RENK DEĞİŞİMİ
BOYA KORUMA FİLMİ
ISI KONTROL FİLMİ
DETAYLI İÇ TEMİZLİK

renkligaraaj
GARAGE342



Güneşle 13. yıl



ENERJİNİZ Güneş Olsun

Yenilenebilir enerji alanında gerçekleştirdiğimiz projelerle, Türkiye'nin dört bir yanında iş dünyasını güneşin sınırsız gücüyle buluşturuyoruz. Geleceği şekillendiren bu dönüşümün içinde yer almak, bize hem ilham hem de sorumluluk duygusu kazandırıyor.



GEÇMİŞTEN GELEN *geleneksel lezzet*



MEKİK BAKLAVA BİR
GÜLLÜOĞLU ŞİRKETLER GRUBU
MARKASIDIR.



Online Sipariş
mekikbaklava.com

KOZA HOME

Dış mekan halı koleksiyonu kozahome.com'da.

