MALATYA
oda

ÜCRETSİZDİR | SAYI:6 | YIL 2 | KASIM ARALIK 2012 | AYDA BİR YAYINLANIR

444 89 44 | MALATYA TİCARET VE SANAYİ ODASI YAYIN ORGANIDIR

Anadolu'nun Moda Perakendecisi: Vahap KÜÇÜK

THY GENEL MÜDÜRÜ KOTİL:
KAYISIYI YOLCULARIMIZLA BULUŞTURACAĞIZ.

muhteşem 3.yıl

Malatya Park 3. Yılını Muhteşem Hediyeler ve Etkinliklerle Kutluyor...

ALIŞVERİŞ · LEZZET · SİNEMA · OTOPARK · SÜPERMARKET · BUZ PİSTİ · BOWLING · GO KART · PAINTBALL

YÖNETİM VE KİRALAMA | A Centre Managed By Jones Lang LaSalle

0422 212 5566 İNÖNÜ CADDESİ NO: 192 MALATYA

MalatyaPark ALIŞVERİŞ VE YAŞAM MERKEZİ

www.malatyapark.com.tr

Malatya

1. ve 2. Organize Sanayi Bölgelerindeki İşletmeler

- Ne Üretiyor
- Nereye Satıyor
- Nasıl Çalışıyor
- Hedefleri Nelerdir

Daha Fazlası ve Kurumsal Kimlikler

BU ENVANTERDE TOPLANIYOR

Yerinizi Mutlaka Ayırınız.

İletişim.323 23 48

SAHİBİ
Malatya Ticaret ve Sanayi Odası
Adına
Yönetim Kurulu Başkanı
Hasan Hüseyin ERKOÇ

YAYIN KURULU
Sami PAYZA
Sıddık ÖZDEMİR
Yalçın GEYİK
Fatih ILICAK
Oğuzhan Ata SADIKOĞLU
Bülent GÖÇMEZ
Mustafa ÇEKİRDEK
Selahattin DAĞISTANLI
Hüseyin ÇINAR
Mehmet DURSUN
Halil İbrahim ŞİRECİ
Erkan GÖLGELİ

YAYIN YÖNETMENİ
Murat YÜREKLİ

YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ
Erkan GÖLGELİ

İnönü Cad. PTT Yanı
No:1 Malatya
Tel: 0422 323 74 78
Fax: 0422 323 77 76

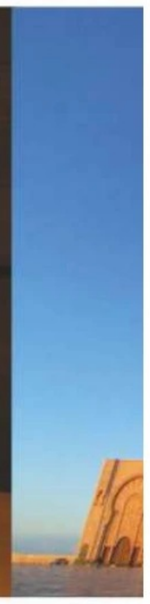
YAYINA HAZIRLIK
AJANS ROZA
Tel:0422 323 23 48 Malatya
www.roza.com.tr

REKLAM REZERVASYON
Tel:0422 323 23 48

BASKI
Fersa Ofset Baskı Tesisleri
Ostim 36. sok. No:5/C-D
Yenimahalle - Ankara
Tel:0312 386 17 00 (pbx)
Faks:0312 386 1704
www.fersaofset.com

www.malatyatso.org.tr

Dergimizde yayımlanan yazılardan yazarları sorumludur.



İçindekiler

04 **Bardağa Dolu Tarafından Bakmak**
başkandan

20 **Anadolu Markaları Gün Işığına Çıkıyor**
haber

22 **Anadolu'nun Moda Perakendecisi**
kapak

26 **Yeni TTK Notları**
vergi dünyası

29 **Muhtarlar İşsizlere Köprü Olacak**
haber

32 **36 Yıllık Tecrübe**
yaşam

34 **Hikmet Dağıstanlı**
portre

36 **Boyka Üretimde Büyüyor**
başarı öyküsü

40 **THY Genel Müdürü Kotil İle**
söyleşi

44 **Fas Türk İşadamlarını Bekliyor**
ülkeler

48 **Vatandaşın Malatya Karnesi**
kent

50 **Fırat'ın Kenarında Ticaret Vardı**
kültür

56 **Malatya Her Yönüyle Potansiyelli Kent**
haber

58 **Tempo Camın Hedefi Büyük**
şirket haberleri büyük

60 **Mekana Değil Lezzete Bakın**
leziz sayfa

62 **Yeni TTK Ceza Hükümleri**
tablo

Hasan Hüseyin ERKOÇ
Yönetim Kurulu Başkanı

BARDAĞA DOLU TARAFINDAN BAKMAK

Euro Bölgesinde yaşanan ekonomik çöküşe rağmen Türkiye'nin yıl sonu büyümesinin yüzde 3-3,5 seviyelerinde beklenmesi,'Sıçramaya kenetlenmiş" iş dünyasının beklentilerini karşılamasa da, makro ölçekte değerlendirildiğinde istikrarlı büyümenin sürekliliği açısından bu tablonun önemsenmesi gerektiğine inanıyorum. Bir ülkenin büyümesinde esas, elbette ki 3-5 ya da 10 yıl gibi kısa süreli büyüme değil, 100 yıl boyunca devam edecek bir büyüme yakalamasıdır.

Size, aslında ekonomimizin büyük risklere rağmen istikrarını sürdürdüğünü göstermesi açısından somut bir örnek vermek istiyorum. 2012 yılının ilk 8 ayında Suriye'ye sınırı olan veya civarında olan (ki buna Malatya'da dâhildir) en az 10 ilin toplam ihracatında, geçen yılın aynı dönemine göre 168 milyon dolar dolar bir gerileme söz konusudur. Sadece Gaziantep'in bu ülkeye olan ihracatı yüzde 30 oranında geriledi.

Ancak tüm bu olumsuzluklara rağmen beklentinin 2'nin üzerinde olması bile, ekonomik anlamda kendimize olan özgüveni fazlasıyla kazandığımızın bir göstergesidir.

Bardağın dolu tarafına bakmak gerektiğine inanıyoruz. "Sorunlu bir coğrafyada" bulunmasına rağmen Türkiye'de, 2012 yılının ilk yarısında toplam yatırım tutarı 21,5 milyar lira, öngörülen istihdamı 57 bin kişi olan bin 965 adet yatırım teşvik belgesi düzenlendi. Buna paralel şekilde yılın ilk altı ayında doğrudan yabancı yatırım girişi geçen senenin aynı dönemine göre yüzde 20 artışla 8,2 milyar dolara ulaştı.

Herkes elini vicdanına koysun. Biz elbette kimseye, "ekonomide yaşanan daralmayı görmeyin" demiyoruz. Ama yukarıda zikrettiğimiz rakamlar bile, Türkiye'nin artık rayda olduğunun en büyük göstergesidir.

2012 yılı süreci içerisinde fotoğrafa bakıldığında şu özeti yapmak mümkün; İç talep daraldı. TL bazında tasarruflarda bir artış söz konusu olmadı. Kapasite kullanımında bir düşüş yaşandı. Talebin daralmasına rağmen enflasyon beklentilerin üzerinde seyretti. Özellikle Turizm ve tarım sektöründe beklentilerin gerisinde kalındı. Bütçenin gelir kaleminde düşüş görüldü. Özel sektörün kredi riskindeki genişleme sürdü. Bu nedenle yeni yatırım projelerinin bekletilmesi söz konusu oldu.

Tüm bu saydıklarımız pek te iç açıcı gelişmeler değildir elbette...

Ancak bu süreç içerisinde İhracat artışı devam etti ve buna paralel ithalatımız düştü. Cari açık küçülmeye devam etti. Yukarıda zikrettiğimiz gibi, yabancı yatırım gelmeye devam etti. İşsizlik rakamları geriledi. Ve elbette her şeyden önemlisi büyümede durağanlık yaşanmadı.

Yaklaşık 10 yıl sonra 2 trilyon doların üzerinde bir ekonomik büyüklüğü kendine hedef koyan Türkiye'nin,2012 gibi zor bir yılda bile- birkaç puanlık da olsa- büyümesi demek; önümüzdeki 11 yılda bugünden 3 kat daha fazla büyüyecektir inancını bize veriyor. Bu süreç içerisinde Türkiye ile birlikte yerel dinamikler olarak daha çok markalaşıp yüksek bir katma değer oluşturmak adına inovasyon ve Ar-Ge'ye daha fazla önem vermemiz gerekiyor.

Türkiye'de artık sanayicinin bakış açısı değişiyor. Zira artık herkes geleceğin, İnovasyon ve Ar-ge üzerine kurulduğunu çok iyi biliyor. Devletin ekonomiye bakış açısının değişimine paralel, iş dünyasının da bir değişim sürecine girmesi bardağa dolu tarafından bakmamıza neden oluyor. O nedenle bu dar ve sıkıntılı zamanlarda büyüyen bir Türkiye'nin her zaman yolunun açık olacağına inanıyoruz.

Sami Payza
Meclis Başkanı

BÜYÜK GÜÇ OLMAK

Türkiye yaklaşık 30 yıldan beri hiç olmayacak kadar büyük bir bölgesel kaosun içinde yer alıyor. Suriye başta olmak üzere Irak ve diğer Arap ülkelerinde yaşanan sorunlar, ister istemez Türkiye'yi artık dolaylı değil direkt etkiler hale geldi. Bu kıskaca rağmen, Gerek siyasi gerekse ekonomik istikrardaki süreklilik ülkemizin bu kaostan azami derecede etkilenmesini engelliyor.

Şu gerçeğin altını çizmekte fayda var, "Türkiye bölgesel güç olmaya başladıkça, bunu engellemek adına yapılan girişimleri daha net görüyoruz" Bir taraftan Suriye bahanesiyle Rusya ve İran kıskacı, diğer taraftan ABD ve AB kıskacı altında yol almaya çalışıyoruz.

Gerek siyasi gerekse ekonomik parametreler, Türkiye'nin orta vadede bölgesinde etkin bir rol oynayacağı görüntüsünü veriyor. PKK'nın devreye sokularak ülkenin büyümesine engel olmak isteyen ülkelerin hesabının tutmaması için, bu iki önemli (Siyaset ve Ekonomi) başlığın mutlak süratle önümüzdeki süreçte daha da etkin bir hale getirilmesi gerekiyor.

Başbakan Recep Tayyip Erdoğan partisinin kongresinde önümüzdeki süreçte ekonomideki hedeflerini belirlerken; İşsizliğin yüzde 5'e indirilmesi, Bölgeler arsı gelişmişlik farkının indirilmesi, Yoksulluğun yok edilmesi ve gelir dağılımındaki dengesizliğin asgariye indirilmesi, Kamuya 15 bin engeli alınması, Kayıt dışı istihdamın yüzde 15 e düşürülmesi, İş ve meslek danışmanı sayısının 4 bine çıkarılması, Yeni bir kamu personel sistemi ve sosyal güvenlik açığının GSYİH'nin yüzde 1 ine düşürülmesi gibi önemli başlıkları belirleyerek yol haritasına dâhil etti.

Mevcut Türkiye fotoğrafında, yukarıdaki hedefleri gerçekleştirmek için, bölgemizde yaşanan terör sorununun bitirilmezse bile minimize edilmesi gerçeği yatıyor. Bu nedenle özellikle PKK terörüne yönelik yapılması düşünülen reformların mutlak süratle ekonomi ile ilişkilendirilmesi gerekiyor. Bölgesel gelişmişlik farklarının asgariye indirilmesi gibi bir hedefin altında da sanırım bu yatıyor.

Türkiye artık yüzünü AB'ye arkasını Arap ülkelerine dönmüş bir ülke değildir. Türkiye geniş vizyoner bakış açısı ile Doğusundaki ülkelere de yüzünü dönecekse, Bu coğrafyaya sınır kentlerinin ekonomik vizyonunu yeniden ele almak zorundadır. Yani ekonomik anlamda köklü bir bölgesel yapılanmanın temelleri tez elden artık atılmalıdır.

Tabir yerinde ise Türkiye, yüzyıldır gelişmemesi için, büyümemesi için her tarafına döşenen mayınları temizlemeye başlamıştır. Bu temizlik, Türkiye'nin önümüzdeki 50 yıla damgasını vurması açısından büyük önem taşımaktadır. Siyasi bir kırılma ya da ekonomideki hedeflerin yarıda bırakılması daha büyük vahametleri beraberinde getirecektir.

Çocuklarımıza güçlü bir ülke bırakmak istiyorsak artık Kürt ya da Türk olarak değil TÜRKİYE'nin vatandaşı olarak hepimiz BU TAŞIN ALTINA elimizi koymak zorundayız.

Saygılarımla

erkangolgeli@malatyatso.org.tr

İNOVASYON VAZGEÇİLMEZİNİZ OLMALIDIR - 2

Saygıdeğer okurlarımız ; Odamız dergisinin geçen sayısında, sizlere Şahsımın K.Maraş Sütçü İmam üniversitesinde, Yüksek lisans tezi olarak tamamladığım İnovasyon konusundan bahsetmiştim. Geçen sayımızda yarım kalan İnovasyon konusunu, bu sayımızda ise geçen hafta odamızı ziyaret eden, ülkemiz iş dünyasında büyük bir boşluğu dolduran Capital ve Ekonomist dergisi koordinatörü M.Rauf ATEŞ'in, inovasyon kitabındaki bazı konu başlıkları ile daha detaya inerek anlatmaya çalışacağım. İnovasyon yeniliktir ve zoru yeniliklerle başarmaktır.

Erkan GÖLGELİ
Genel Sekreter

İnovasyon, yeni veya iyileştirilmiş ürün, hizmet veya üretim yöntemi geliştirmekle birlikte, bunu ticari gelir elde edecek hale getirmek için yapılan tüm değer yaratma süreçlerini kapsamaktadır.
Ekonomik anlamda değer yaratmak 3 şekilde olur.

Üstün bir konum sayesinde değer yaratmak: Bir sektörde tek olan firma tek satıcı olarak piyasaya hükmedebilir.

Üstün Nitelikli kaynaklara sahip olunması ile değer yaratmak: 1886 yılında satışa sunulan Coca Cola bir saniyede 19.679 adet bardak tüketiliyor. Bu tüketim, günlük 1.7 milyar bardak satış demektir. Firma bu özelliği ile firma 2011 yılında yıllık 35 milyar USD civarında ciro gerçekleştirmiş ve Tüm dünyada, müşteriye ulaşabilecek lojistik güce ulaşmıştır.

İnovasyon ile değer yaratmak: Bu sebeple inovasyon; basit anlamlı bir yenilenme değil, yenilenmenin kurumsal aşamasından başlayarak, yenilik ürününü de içine alan ve pazarlanabilme niteliğini kabul eden bir süreçtir. İnovasyonu yenilikçi yapan değer, Açık İnovasyon ile mümkündür.

AÇIK İNOVASYON NEDİR:
Açık inovasyon, işletmelerde çalışanların veya müşterilerin, üretime konu ürüne yönelik fikir ve düşüncelerinin ortak bir havuzda paylaşılması sonrasında, işletme sahiplerinin bu fikir ve düşüncelere değer vermek suretiyle yenilikler yapmasıdır.
Dünyanın her yerindeki firmalar, dünyanın her yerinden inovasyoncularla internette buluşarak, onların beyinlerinden yararlanırlar. Bu duruma en güzel örnek, P&G (Procter & Gamble) firmasıdır. Firma 80 ülkedeki 98.000 çalışanıyla 140 ülkedeki dünya tüketicilerinin yaşamlarının iyileştirilmesi çabası içindedir. Sabun ve mum üreten küçük bir aile şirketinden, çok uluslu bir dünya devine dönüşen P&G (Procter & Gamble) firması, inovasyonunun yüzde 50'sinin, dışarıdan gelmesini hedeflemektedir. Arıel, İpana, Ace, Blendaks, Pantene, Prıma çocuk bezi temizlik grubu ile annelerden yararlanmaktadır.
Sizde firmanızın, acımasız rekabet ortamında ayakta kalmasını ve büyümesini istiyorsanız, hem bünyenizde çalışan personellerin görüş ve düşüncelerine, hem de müşterilerinizin görüş ve düşüncelerine önem vermeniz gerektiğini hatırlatmak istiyoruz.
Türkiye Ekonomi Bankası A.Ş. (TEB)'nin kendi çalışanları arasında aktif olarak kullanılan "Bir fikrinmi var" isimli platformunda, genel müdürlük bünyesine iletilen aylık fikirler değerlendirilerek, yeni ürünler ortaya çıkarmayı başarmışlardır. 2008 yılında bu platforma, TEB İstanbul Çiftehavuzlar şubesinde güvenlik görevlisi olarak çalışan bir personelin, yaz döneminde insanların tatile çıkmaları sebebiyle, kullanacakları tüketici kredisinin, yaz döneminde 3 ay ödenmeyen Molalı kredi fikrini ortaya atmıştır. Banka yetkilileri bu öneriyi alarak, banka genelinde bu krediyi kullandırmaya başlamış, banka güvenlik görevlisi sayesinde, o yıl rekor bir başvuru alarak büyük kar elde etmiştir.
P&G (Procter & Gamble) firmasının amacı, müşterilerin zorlandıkları konularda, global bir insan havuzundan yararlanarak, hazır çözümler yaratmak ve yeni bir fikir fabrikası değil, çözüm fabrikası kurmayı amaç edinmişlerdir.
Açık inovasyon fikrinin sahibi olan Harward Busines Scholl öğretim görevlilerinden Prof. Clayton Christensen'e göre yenilikçi olmanın beş temel özelliğinin olmasından

bahsetmektedir. Bunlar ;
1.KURAL: Piyasanın alt segmentindeki büyüme fırsatları, yukarıdakilerden daha fazladır. Bu nedenle pazarlamada bir ürünü hiç kullanmayanlar hedef olmalıdır. Örneğin cep telefonunu kullanmayan birine satış yapmak, kullanan birine göre kolaydır. Onun için zoru başarmak adına yenilikler yapılmalı ürüne özellikler katılmalıdır.
2.KURAL:Tüketilmeyen ürünlere yönelin.
3.KURAL:Müşteriyi anlamaya çalışın. İnovasyon temel ihtiyaçlardan çıkmaktadır.
4.KURAL:Öyle bir ürün üretilmeli ki, o ürünü alan müşteri kendini çevresindekilerden üstün hissetsin.
5.KURAL:Öyle bir ürün geliştirin ki, diğer şirketler sizin ürünlerinizden başka ürünler yaratabilsin. Taklit edilen her ürün iyi bir inovasyonun gerçeğini ortaya çıkarır.

Dünya'nın pazarlama konusunda ve inovasyon konusundaki uzmanlarından olan Phılıp KOTER, firmalar için inovasyonu üç temel şekilde açıklamaktadır.
Yeni fikir kaynaklarından faydalanmayı yönetme sürecidir İnovasyon.
En iyi fikirleri seçerken, piyasa odaklı kriterlerin uygulanması sürecidir inovasyon
En iyi fikirlerin, başarıyla uygulanmasına önderlik edecek, bağlantılı süreçler işletmeciliğidir İnovasyon diyerek tanım yapmştır.

Bu sebeple, her inovasyon bir yeniliğin sonucu olarak ortaya çıkarılmaktadır. Yukarıda verilen örnekteki gibi, cep telefonunun bulunuşu, Tecrübe, hayal gücü ve Üstün zeka kavramlarının yoğrulması ile ortaya çıkarılmıştır. İnovasyon da yenilik hep olmalı, değişim takip edilmelidir. Mevlana'nın söylediği gibi "DÜNLE BERABER GİTTİ, DÜNE DAİR NE VARSA, ARTIK YENİ ŞEYLER SÖYLEMEK LAZIM" O halde Bir buluşun inovasyon olarak adlandırılabilmek için "Firma için yeni" olması şartı vardır. Eski bir atasözü bu durumu daha güzel açıklayabilir. "ESKİ KÖYE, YENİ ADET GETİRMEKTİR İNOVASYON"

1950'li yıllardan itibaren dünyada konuşulan, ülkemizde ise 2000 yıllarda önemi ortaya çıkan İnovasyon sözcüğü aslında, Osmanlıdan günümüze kadar büyük mesafe kat etmiştir. Türk insanının Bilinen ilk inovasyonları şunlardır;
1632 yılında hazerfen Ahmet çelebinin, Galata Kulesinden Üsküdar'a 6 km uçması, ilk uçuşumuz oldu.
1867 yılında Hüseyin Haki Efendi Arabalı vapuru icat etti ve İngiltere'ye projesini götürdü. Dünyada ilk arabalı vapuru Türklere aittir.
1871 yılında Mehmet efendi kuru kahvesi ile Türklerin ilk inovasyonu olarak hafızlarda yer almıştır. Yapılan araştırmalarda Türk insanına Türk Kahvesi denilince, Mehmet Efendi Kahvesinin akıllara gelmesi, yeni bulunan ürün inovasyonunun aslında, ürünün bulunduğu sektörle de özdeşleşebildiğini ortaya çıkarmıştır.
1924'lü yıllarda eczacı Necip AKAR eczacılık fakültesi sonrasında Gripin ilacını bulmuştur. Sonra diş macunu, fay ve Puro El sabunu ile o dönemin büyük inovasyoncusu olmuştur.
1929 Yılındaki Dünyada yaşanan krizi ve buhran sonucu, Aşçı Halit kriz sebebiyle iş yapamamış, aşçılığı bırakarak, Eminönü – Nişantaşı arasında tek müşteri ile taksi Şoförlüğü yapmaya başlamıştır. Tek kişi ile taşımacılıktan para kazanamayan Aşçı Halit Eminönü - Nişantaşı arasında 4 kişiyi alarak fiyatı düşürerek taşımacılık yapması ile bugün kullanılan dolmuş bulunmuştur.
1960 İzmirli Öğretmen Tacettin HİÇYILMAZ yılmadan gırgır adını verdiğimiz süpürgeyi bulmuş ve 14 ülkeye ihracat gerçekleştirmiştir. "Gırgır giren eve dır dır girmez sloganı ile satış yapan Tacettin HİÇYILMAZ Daha sonra Vantilatör ve elektrikli süpürge imal etmeyi başarmıştır.

1980 yılında Erkan ZENGER Anfi adı verilen elektronik bir ses yükseltici cihazı bulmuş ve bu sayede, başta rahmetli Turgut ÖZAL olmak üzere siyasi partilerin seçim dönemlerinde seslendirme işlerini yürütmeyi başarmışlardır.
2000'li yıllarda simit saraylarının ortaya çıkması ile ülke genelinde yeni bir sektör ortaya çıkmıştır.
2012 yılında ilimiz Darende devlet hastanesinde Anestezi memuru olan Erkan DEMİR'in, hastanelerde ameliyat sonrasında daha erken uyanmayı sağlayacak, yeni bir maskeyi icat ederek tüm dünyaya ihraç edebilecek bir ürün ortaya koymayı başarmıştır. Bu veriler inovasyonun daha çok o sektörde faaliyet gösteren kişiler sayesinde ortaya çıkarıldığını göstermektedir.
Yukarıda yer alan örnekler incelendiğinde, İnovasyon, büyük firmalarda ve küçük firmalarda da başarıyla gerçekleştirilebilir olduğu ve mutlaka büyük paralar gerektirmeyen bir sürecide içinde barındırdığı söylenebilir.
Bu anlamda bakıldığında, şirketlerin dünyadaki var olma süresinin ortalama 17 yıl olduğu, ancak son dönemlerde bu ortalamanın giderek azaldığını ortaya çıkarmıştır. Şirketlerin yaşam süreleri Almanya da 45 yıldan 18 yıla, Fransa'da 13 yıldan 8 yıla, İngiltere de 10 yıldan 4 yıla indiği de bilinmektedir.

Türkiye de ise şirketlerin yaşam sürelerinin 5 yıl olduğu düşünüldüğünde, İnovasyon acımasız rekabet ortamında sizin ve şirketinizin hayatını kurtaracaktır.

Değişen ve Gelişen bir Malatya için el ele...

15. MESLEK KOMİTESİNDEN "DASK" TOPLANTISI

Malatya Ticaret ve Sanayi Odası 15. Meslek Komitesi, Tapu Dairesi, Su ve Elektrik İdaresi'nin de kayıt için zorunlu kıldığı Zorunlu Deprem Sigortası olan DASK ile ilgili yapılması gerekenler konusunda bir araya geldi.

Malatya Ticaret ve Sanayi Odası'nda Ayhan Altınok başkanlığında bir araya gelen Finans, Sigorta ve Kuyumculardan oluşan 15. Meslek Komitesi toplantısına Altınok'un yanı sıra, Emre Korkmaz,Abdulvahap Ortaç, Cebrail Aldı, Turan Gülek ile Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı Hasan Hüseyin Erkoç üye sıfatıyla katıldı. Toplantının açılışını yapan Komite Başkanı Ayhan Altınok, Sigortacıların fiziki şartlarının kontrol edilmesi için başlatılan çalışmalar hakkında bilgiler verdi.

DASK poliçelerinin 18 Ağustos 2012 tarihinden itibaren artık Tapu dairesi başta olmak üzere MASKİ VE TEDAŞ'ta yapılacak işlemlerde zorunlu hale geldiği hatırlatılarak vatandaşların bu işlemleri yapmadan önce DASK poliçelerini yapmaları istendi.

İlgili kurumların DASK poliçelerini isterken birim metrekare kontrollerinin sağlıklı yapılması gerektiği belirtilerek,"100 metrekare altında yer alan konutlarda DASK Poliçe metrekaresi konut sahibinin beyanı ile yapılmakta olup bu poliçeler tanzim edilirken eksik metrekare üzerinden tanzim edilmemesi için ilgili kurumların doğacak bir maddi hasarda poliçeyi yaptıran kişinin sıkıntı yaşamaması ve doğru bilgilendirme yapılması için acentelerin ve poliçe yaptıracak müşterilerin dikkatli olmalıdır" açıklamasına yer verildi.

Vali Şahin Malatya Ticaret ve Sanayi Odası'nı Ziyaret Etti

Malatya Valisi Vasip Şahin, Malatya Ticaret ve Sanayi Odası'na iade-i ziyarette bulundu.

Malatya Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı Hasan Hüseyin Erkoç, TSO Meclis Başkanı Sami Payza ve Yönetim kurulu üyeleri tarafından karşılanan Vali Şahin, Malatya'nın gelişiminde ve kalkınmasında Ticaret ve Sanayi Odası'nın büyük önemi olduğunu söyledi.

Ziyarette söz alan Malatya Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı Hasan Hüseyin Erkoç, Malatya'nın son yıllarda kalkınan bir kent görünümünde olduğunu belirterek, "Ancak bu istediğimiz seviyede değil. Bunun için tüm kurumlarımızla el ele vererek şehrimizi daha ileriye götürmeyi amaçlıyoruz "ifadesini kullandı. Kendi sektörlerinde marka olmuş iş adamlarının son yıllarda Malatya'da yatırım yaptığını belirten Erkoç sözlerini şöyle sürdürdü," Bu iş adamlarımızın Malatya'da olması kentimiz adına büyük önem taşıyor. Sayın valimizin bilgisi olduğu üzere kentimizin en önemli katma değerlerinden birini kayısı oluşturuyor. Kayısımız yıllık ortalama 400 milyon dolar gibi ciddi bir girdi sağlıyor. Türk Hava Yolları ile anlaşma yapıldı. Sayın Valimizden istirhamımız özellikle Milli Eğitim Bakanlığı ve Milli Savunma Bakanlığı'nın da kayısımızı alması yönünde girişimlerde bulunmasıdır"

VALİ ŞAHİN:YÖNETİŞİM BİLİNCİNİ HAKİM KILACAĞIZ

Göreve gelir gelmez kendisini ilk ziyaret eden kuruluşlardan birinin Malatya Ticaret ve Sanayi Odası yönetimi olduğunu belirten Vali Vasip Şahin, ziyaretler kapsamında kurumlarla ortak fikir alışverişinde bulunduklarını ifade etti. "Yönetişim" kavramının kentin yönetiminde önemli bir öneme sahip olduğunu belirten Şahin, "Tüm kurumların fikri alınarak, birlikte yönetmek ve yeni projeler üretmek adına Yönetişim bilinci ile hareket edeceğiz. Malatya Ticaret ve Sanayi Odası bu açıdan önemli bir kuruluşumuz. Anayasal bir kuruluşumuz. Bu çerçeveden baktığınızda sosyal ve iktisadi açıdan Malatya için büyük önem arz ediyor. Oda'nın Malatya'da önemli bir ağırlığı var. Benim özelimde de Oda'nın önemi büyük. Bu nedenle hep birlikte fikirler üretip bu kent için zamanımızı harcayacağız."şeklinde konuştu.

GİRİŞİMCİLİK OFİSİ AÇILDI

Malatya Ticaret ve Sanayi Odası ile İnönü Üniversitesi işbirliği ile Girişimcilik Ofisi açıldı.

İnönü Üniversitesi'nde öğrencilere yönelik faaliyet gösterecek olan Girişimcilik ofisi düzenlenen törenle hizmete açıldı. Açılışa Malatya Ticaret ve Sanayi Odası Yönetim Kurulu Başkanı Hasan Hüseyin Erkoç, İnönü Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Cemil Çelik'in yanı sıra Malatya'da bulunan 21 Ülkeden 31 iş adamı, Malatya TSO Genç Girişimciler Kurulu Başkanı Mahmut Tozal, Kadın Girişimciler Kurulu Başkanı Nursel Gökçe, Yönetim Kurulu üyeleri katıldı.

Açılışta konuşan Malatya Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı Hasan Hüseyin Erkoç, Üniversite- Sanayi işbirliği çerçevesinde üniversitede açılan Girişimcilik Ofisi öğrencilerin sanayi ile tanışması noktasında önemli bir boşluğu dolduracağını söyledi. Sanayi işbirliğine büyük önem verdiklerini belirten İnönü Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Cemil Çelik "Üniversitemizde iş adamlarının tecrübelerini öğrencilerimize ders olarak aktarmasını arzuluyoruz. Akademisyenlerimizin sadece teorileri anlatması yetmiyor. İş adamlarımızın da bu noktada ders vermesi bizim için çok önemlidir. Bu ofis ile birlikte önemli bir adım daha atılıyor" dedi.

Yapılan konuşmaların ardından Girişimci Ofisi açılışı gerçekleşti. Açılışın ardından Malatya Ticaret ve Sanayi Odası'nın misafiri olarak Malatya'da bulunan 21 ülkeden 31 iş adamına Rektör Prof. Dr. Cemil Çelik tarafından üniversite ile ilgili bilgi verildi. Turgut Özal Tıp Merkezi Başhekimi Doç. Dr. Mehmet Aslan tarafından da hastane hakkında detaylı bilgiler sunuldu

ERKOÇ: MALATYA ALDIĞI KREDİYİ ÖDÜYOR

Malatya Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı Hasan Hüseyin Erkoç, Malatya'nın 2012'nin ilk altı ayında en fazla kredi kullanan illerden biri olduğunu belirterek, ”Batık kredide Türkiye'nin ortalaması yüzde 2.8 iken Malatya'nın yüzde 1,8' lerde seyrediyor. Buda gösteriyor ki Türkiye ortalamasından iyi bir ortalamaya sahibiz. Kullandığımız 3.5 milyon TL'nin sadece 67 bin TL'si takibe düşmüş. Türkiye ortalamasına vurduğunuzda bu da çok iyi bir durumda olduğumuzu gösteriyor.” dedi.

Malatya Ticaret ve Sanayi Odası aylık olağan meclis toplantısı yapıldı. Ticaret ve Sanayi Odası Meclis salonunda yapılan toplantının açılışını yapan Meclis Başkanı Sami Payza, ABD'de geçtiğimiz aylarda çekimi yapılan ve internet sitelerinde ön gösterimi olan İslam dinine yönelik hakaretler içeren film

Erkoç ,”BDDK verilerine göre 2012 yılının ilk altı ayında Doğu Anadolu Bölgesi'nde en fazla konut kredisini yine Malatya kullandı. Bölgede 1. 7 milyon TL konut kredisi kullandırılırken bunun yüzde 27'sini Malatya tek başına kullanan bir il oldu. Yine taşıt kredisinde en fazla kredi kullanan illerden biri Malatya oldu. Şu an Malatya'da 120 bin taşıt bulunuyor”

sonrası gösterilen tepkilere değindi. Payza yaptığı konuşma da ”Tüm bu kınama ve gösterilere rağmen ne hikmetse hala film Youtube'dan kaldırılmadı. Bugün dikkat ederseniz İslam coğrafyalarında hep kaos, gözyaşı savaşlar var. Biz bu coğrafyada birbirimizi öldürürken gayri Müslümler kendi görevlerini yapıyor ve amaçlarına ulaşıyorlar. Kürdün, Türk'e, Türkün Araba hiçbir üstünlüğü yoktur. İslam değil kan dökmeyi kalp kırmayı bile yasaklamışken, bunca kanın dökülmesi karşısında 'Allah bizi ayıktırsın' diye dua etmekten başka bir şey demiyorum” şeklinde ifadelere yer verdi.
Daha sonra Yönetim Kurulu çalışmaları ile ilgili olarak Yönetim Kurulu Başkanı Hasan Hüseyin Erkoç tarafından bilgiler verildi. Geçtiğimiz ay içinde yapılan faaliyetlere değinen Erkoç, Malatya'nın kullanılan kredilerin geri dönüşlerinde ciddi bir sıkıntı olmadığını söyledi. Erkoç, Malatya'nın bankalardan altı ayda kullandığı kredi toplamının 3,5 milyon TL olduğunu belirterek, Bunun sadece 67 bin lirasının takibe girdiğini bunun ise yüzdelik oranının 1,8 civarında olduğunu söyledi. Erkoç,” Türkiye geneliyle kıyasladığımızda genel takip oranı yüzde 2,8 iken Malatya'nın 1,8 lerde olması kentimiz adına sevindiricidir ”dedi. Malatya'nın kullandığı Konut kredisinin de oldukça yüksek olduğunu belirten Erkoç şu ifadeleri kullandı,”BDDK verilerine göre 2012 yılının ilk altı ayında Doğu Anadolu Bölgesi'nde en fazla konut kredisini yine Malatya kullandı. Bölgede 1. 7 milyon TL konut kredisi kullandırılırken bunun yüzde 27'sini Malatya tek başına kullanan bir il oldu. Yine taşıt kredisinde en fazla kredi kullanan illerden biri Malatya oldu. Şu an Malatya'da 120 bin taşıt bulunuyor”
Türkiye'nin yüzde 3'ler civarında da olsa büyümesini sürdürdüğünü belirten Erkoç sözlerine şöyle devam etti.” Merkez Bankası'nın da durağan kararı ile piyasalarda bir daralma söz konusu olabilir. Bu nedenle iş adamlarımızın yatırımlarını yaparken daha temkinli hareket etmelerini istiyoruz. Malatya'da özellikle kayısı piyasasında yaşanan bir daralma söz konusu. Bu yıl ürün bol ancak oldukça ucuz. Kaliteli de olmayınca ister istemez üründeki fiyat düşüklüğü herkesi olumsuz etkiliyor” dedi.
ABD'deki İslam'a hakaret içeren filme de değinen Erkoç, Bu konuda Ulaştırma Bakanlığı'nın bir çalışma yaptığını ve bu ve buna benzer gösterilerin internette erişiminin yasaklanacağı haberini aldıklarını kaydetti. Erkoç sözlerini,”Hiç kimsenin başkalarının kutsalına hakaret etme gibi bir özgürlüğü olamaz” şeklinde tamamladı.

Müşteri Hayal Ediyor
MORMAŞ Üretiyor

Mormaş A.Ş ürün çeşitliliği, tasarım farklılıkları, kalite anlayışı ve satış sonrası hizmetleri ile Malatya 'nın saygın firmaları arasında yer alarak sektöre katma değer sağlamaya ve yeni açılımlar yaratmaya devam ediyor.

Şaban ALGÜL
MORMAŞ
Genel Müdürü

Algül, "Rahatlık ve kaliteden ödün vermeden tasarlanan ürünlerimiz ile evlerinde farklılık yaratmak isteyenler için şıklık ve konforla birleştiren firmamız, birbirinden özel modelleri geniş ürün gruplarında yansıtmaktadır " dedi.

Mormaş A.Ş Genel Müdürü Şaban Algül, Yenilikçi çizgisi ile modern üretim ve pazarlama anlayışını sektördeki deneyimi ile birleştirdiklerini ve Mormaş'ın aynı zamanda mobilya sektöründeki standartları sürekli yükseltmeyi hedeflediğini dile getirdi.

Malatya'da 1974 yılından bu yana, yılların tecrübesi ve 38 yıllık başarı hikayesi ile mobilya sektöründe kendini kanıtlayan bir marka olmayı başaran Mormaş A.Ş ürün çeşitliliği, tasarım farklılıkları, kalite anlayışı ve satış sonrası hizmetleri ile Malatya 'nın saygın firmaları arasında yer alarak sektöre katma değer sağlamaya ve yeni açılımlar yaratmaya devam ediyor.
Tüketici odaklı yaklaşımı ile sektörün ihtiyaç ve beklentilerini her noktada ürünlerine ve hizmetlerine en iyi şekilde yansıtan Mormaş A.Ş , ev dekorasyonunda yeni eğilim ve trendleri öngörerek tüm üretim ve hizmet süreçlerini sürekli geliştiriyor. Mormaş A.Ş Genel Müdürü Şaban Algül, Yenilikçi çizgisi ile modern üretim ve pazarlama anlayışını sektördeki deneyimi ile birleştirdiklerini ve Mormaş'ın aynı zamanda mobilya sektöründeki standartları sürekli yükseltmeyi hedeflediğini dile getirdi.
Şaban Algül " Rahatlık ve kaliteden ödün vermeden tasarlanan ürünlerimiz ile evlerinde farklılık yaratmak isteyenler için şıklık ve konforla birleştiren firmamız, birbirinden özel modelleri geniş ürün gruplarında yansıtmaktadır. Oturma gruplarından yatak odasına, yemek odasından panel mobilyaya, çocuk ve genç odalarından, mutfak banyodan, otel,cafe,restoran iç dekorasyonlarına ve bahçe mobilyalarından aksesuarlara kadar birbirinden özel koleksiyonlar sunarak binlerce ürünü farklı zevkler ve mekanlar ile buluşturmanın mutluluğunu yaşamaktayız" dedi.

Mormaş A.Ş Genel Müdürü Şaban Algül tüketicilerin hayatlarını kolaylaştıran uygulamaları ile de farklılık yaratan Mormaş'ın, mobilya dekorasyonuna yönelik her türlü ihtiyacı da aynı çatı altında sunan fabrika ve satış showroomu ile sektöre ivme kazandırmayı sürdürdüğünü ve mobilya konsept anlayışı çerçevesinde tüketici ile buluşturduğunu dile getirdi. Mobilya dekorasyonunun yönünü tüketicisi ile belirleyen Mormaş'ın, aynı zamanda her dönem sunduğu tasarımlarla tüketicisinin ihtiyaç ve talebine göre üretimini sürdürdüğünü vurguladı.

Misyonlarının, araştırma - geliştirme faaliyetlerimizle tüketicilerimizin farklı yaşam biçimlerine ve kullanım alışkanlıklarına uygun, dünya standartlarında, insan ve çevre dostu ürünler oluşturmak ve üretmek olduğunu belirten Algül Vizyonlarının da, yenilik ve teknolojik gelişmeleri takip ederek ürün kalitesinde çıtayı sürekli yükseltmek, marka olma yolunda emin adımlarla ilerletmek, bununla birlikte yaptıkları, yatırımlarla işgücü anlamında geniş istihdam avantajları yaratarak il ekonomisine destek olmak halkımıza iş olanağı sağlamak olduğunu önemle belirti. Ulusal ve uluslararası rekabet ortamında, müşteri isteklerinin karşılanmasında ürünün sadece ekonomik olması değil, aynı zamanda kaliteli, güvenilir olması ve zamanında karşılanması da önemli bir rol oynadığını, bu amaçla firmalarının "SİZ HAYAL EDİN, BİRLİKTE TASARLAYIP ÜRETELİM" sloganı ile, kendisini sürekli geliştirerek, müşteri isteklerinin ekonomik, kaliteli, güvenilir bir şekilde ve zamanında karşılanmasını temel kalite politikası olarak belirlediklerini dile getirdi.

BİLGİÇ'İN HEDEFİ BÖLGEYE AÇILMAK

Ali Bilgiç Malatya'dan çıkan bir firma olarak gerek il ekonomisine gerekse ülke ekonomisine sağladıkları destekle, yarattıkları istihdamla örnek bir firma olmanın çabası içerisinde olduklarını söyledi.

Ali BİLGİÇ
Bilgiç İnş.Malzemeleri
Ynt. Krl. Bşk.

Malatya'da İnşaat sektöründe 1996 yılından beri faaliyet gösteren Bilgiç İnşaat Malzemeleri Taah. San. Tic. Ltd. Şti her zaman ileriyi hedefleyerek sektöründe Malatya ve Bölgede lider konuma gelmek için çalışmalarını sürdürüyor.
Bilgiç İnşaat Malzemeleri Taah. San. Tic. Ltd. Şti. Yönetim Kurulu Başkanı Ali Bilgiç " Bilgiç ankastre ve banyo dünyası olarak 1996 yılından bu yana inşaat sektöründe faaliyetlerimizi sürdürmekteyiz. Başladığımız yıllarda yapı malzemeleri alanında ticari faaliyetlerimizi sürdürürken, konut sektöründeki canlılık ve hareketlilik kazanması ile kalite ve hizmet politikamızda gelişmelere sebep olarak bölgesel olarak bir ivme yakalamamıza vesile olmuştur. Yakalanan bu ivmeyi en iyi şekilde değerlendirmek için ve müşterilerimize daha iyi bir hizmet sunabilmek için sektöründe öncü markaların bayiliklerini alarak gücümüze güç kattık. Şirketimiz bünyesinde şu an itibari ile iki adet ankastre merkezi, bir banyo ürünleri satış merkezi olarak 3 mağazada ankastre, beyaz eşya, banyo ve elektronik alanda geniş ürün yelpazesi ile toptan ve perakende olarak müşterilerimize en iyi hizmeti sunmayı hedefliyoruz" dedi.

Ali Bilgiç İnşaat olarak sektöründe ünlü birçok markayı bünyelerinde bulundurduklarını, Malatya ve civar illerde hizmetlerini en hızlı ve en kaliteli şekilde sürdürdüklerini önemle belirtti. firma olarak her zaman kalitenin vazgeçilmez bir unsur olduğunu benimsemiş olsalar da hizmet sonrası da kalitenin en iyi ve en doğru şekilde müşteriye sunulması gerektiğini önemle vurguladı. Sadece ürün satışı yapıp daha sonra müşterinin karşılaştığı herhangi bir sıkıntı noktasında karşısında muhatap bulamamasının firmaları için büyük kayıplar oluşturacağını satış ve satış sonrası sattıkları ürünlerin her zaman arkasında durduklarını dile getirdi.

İnşaat sektörünün her geçen gün gerek ilimizde gerekse tüm Türkiye'de hızlı bir ilerleme kaydettiğini ve buna bağlı olarak ta firmalarını günün şartlarında en iyi ve en kaliteli hizmeti sunmaları için sürekli geliştirdiklerini, teknolojik gelişmeleri yakından takip ettiklerini belirten Ali Bilgiç" ekonominin lokomotifi olan inşaat sektörü hızlı bir gelişim göstermektedir. Bizlerde bu anda faaliyette olan firmalar olarak kendimizi sürekli yenilemek durumdayız ancak bu şekilde kalıcılık sağlayabiliriz. Bazen şartlar her ne kadar firmamızı zorlasa da gelişimden uzak kalamayız. 2012 yılında iç piyasada yaşanan sıkıntılardan dolayı firmamız istenilen hedeflere ulaşamasa da yıl sonuna kadar hedefimizi tutturma çaba ve gayreti içerisinde çalışmalarımız yoğun bir şekilde sürdürmekteyiz. En azından iyi bir yıl geçirdiğimiz 2011 yılı hedeflerine ulaşmayı planlamaktayız. Ayrıca 2012 yılı sonuna kadar bölgesel çalışmalarımızı daha da genişleterek ulaşamadığımız noktaları tespit edip buralara ulaşmayı hedeflemekteyiz. Böylelikle bölgede sektöründe adından söz ettiren bir firma olarak sektördeki yerimiz almak istiyoruz" şeklinde konuştu.

Ali Bilgiç Malatya'dan çıkan bir firma olarak gerek il ekonomisine gerekse ülke ekonomisine sağladıkları destekle, yarattıkları istihdamla örnek bir firma olmanın çabası içerisinde olduklarını ve her zaman gerek firmalarını gerekse ilin adını en güzel şekilde duyurmak ve Malatya'dan da bu kadar başarılı firmaların çıkabildiğini duyurmanın çaba ve gayreti içerinde çalışmalarını sürdürdüklerini belirtti.

Since 1920

çepomp®

POMPA ve MAKİNE

Pump And Machine

booster systems

Kullanım Alanları

Tarımsal Sulama, Yağmurlama, Hidrofor ve Damlama Sistemleri

Pompa Tipi : MFP
Motor Gücü : 3HP (monofaze)
Basma Yüksekliği : 22 - 45 m/ss
Debi : 15 - 5 m3/h

verimli pompalar serisi

kaliteli marka

mark of quality

MERKEZ : Sanayi Sitesi 7.Cad.3.Sk.No:1 - Tel/Fax: 0 422 336 31 63 / 0 422 336 30 37
FABRİKA : 2.OSB.Havaalanı Yolu 2.Km - Tel / Fax : 0 422 244 04 44 - 0 422 244 04 46
www.cepomp.com.tr MALATYA / TÜRKİYE

aktifiz REKLAM /326 46 44

Zengin Donanımıyla

Tüm Yolculuklar Birinci Sınıf

1.6 lt. 110 hp

37,950

Liradan başlayan fiyatlarla...

/renaultturkiye /renaultturkey YouTube/renaultturkey /+RenaultTurkiye www.renault.com.tr

RENAULT QUALITY MADE

FLUENCE 1.6 lt 110 hp

DRIVE THE CHANGE

RENAULT

ILICAK

ILICAK

Mot. Araç. Pet. San. ve Tic. Ltd. Şti.

Ankara Asfaltı 4. km. Şeker Fabrikası Karşısı

MALATYA

Tel.: (0422) 211 22 44

www.ilicak.net

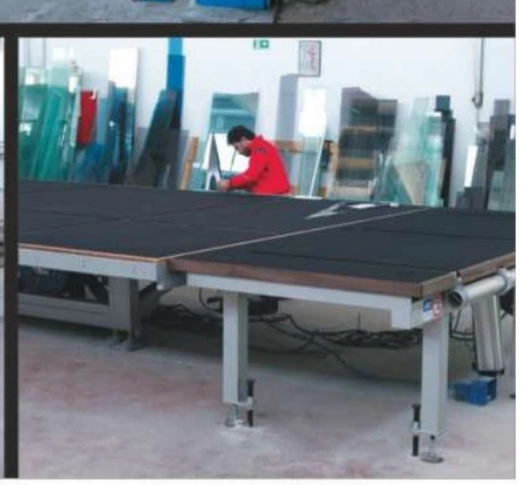
Renault'nun tercihi elf

MAİS YETKİLİ SATICISI

www.tempocam.com.tr

Tempocam
Temper Glass

Temperli Cam İşleme ve Isıcam Üretimi



2. Organize Sanayi Bölgesi
Havaalanı Yolu 4.km. Malatya

Telefon : 0422 244 01 30/31
Faks : 0422 244 01 32

Kayısı Kola'dan Yatırım Atağı

Malatya'da içecek üretim sektöründe 1971 yılından beri üretim yapan Kayısı Kola Meşrubat Sanayi üretimini gerçekleştirdiği içecek sektöründe büyümek istiyor ve devletten böyle bölgesel firmaların özel olarak desteklenmesini istiyor. İlde üçüncü kuşlağını yaşayan, dede Mehmet Yavaşlı tarafından kurulan ve yıllardır Malatyalılara farklı bir lezzet tattıran Kayısı Kola firması bu yıl içinde yatırımını büyütme kararı aldı.

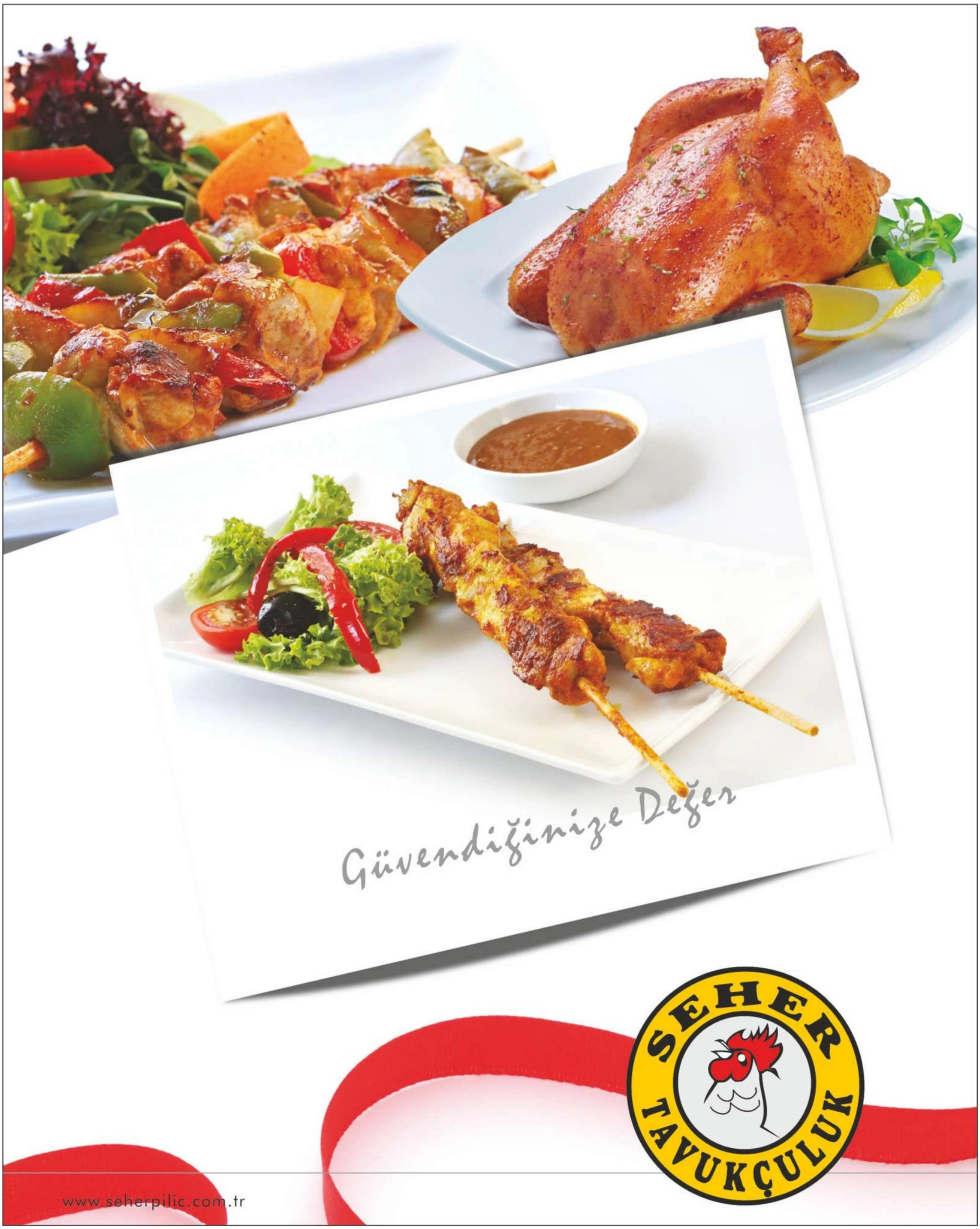
Kayısı Kola Meşrubat Sanayi Yönetim Kurulu Üyesi Reha Yavaşlı " Kayısı Kola markası olarak ürettiğimizi Malatya ve civar illere gönderimini gerçekleştiriyoruz. 3 çeşit ürün grubumuz bulunmakta olup, sade gazoz, portakallı gazoz ve kolamız olmak üzere üretim gerçekleştirmekteyiz. Fabrikamız toplamda 12 bin olmak üzere 5.000 metrekare kapalı alanda günlük 10 saat/ 75.000 lt. üretim gerçekleştirmektedir" şeklinde konuştu.

Reha Yavaşlı sektörel olarak artık eski cazibelerinin kalmadığını, sektörde rakiplerinin çok olduğunu ve bunların ulusal marka olmasının kendilerinin rekabet gücünü yavaşladığını belirten Yavaşlı " Her ne kadar haksız rekabetlere maruz kalsak ta yıllardır sürdürdüğümüz işimizi en iyi şekilde gerçekleştirmek için çalışmalarımızı hep aynı hassasiyette sürdürüyoruz. Hedef çıtamızı hiç düşürmeden her geçen gün artırarak üretim yapmamızın çaba ve gayreti içerisindeyiz. Üretim hattımızda hem şişeli hem de pet grubu olarak iki grupta üretim gerçekleştirmekteyiz. Şişeli grupta bölgeye hakim durumda olup pet grubunda da yükselen bir satış grafiğimiz mevcuttur" dedi.

Orhan Yavaşlı üçüncü kuşağını yaşayan Kayısı Kolanın gelecek nesillere devredilmesi için 2012 yılı itibari ile 3.000.000 tl lik bir yeni makine, yeni tesis ve şişe yatırımına girdiklerini belirtti. günümüz şartlarında artık rakipler ile daha iyi rekabet edebilmek için gerek bölgesel gerekse ulusal manada açılım için yenilenmenin ve teknolojiyi kullanmanın şart olduğunu önemle ifade etti. Orhan yavaşlı " bölgesel olarak üretim yapan firmalarımızı en iyi noktalara taşımak ve ulusal markalar ile rekabet edebilir hale getirmek için devletimizin işçi istihdamı, yatırım ve teşvik önceliklerinde finansal problemlerin önündeki engelleri kaldırıp merdiven altı imalat olarak adlandırdığımız üretimin muhakkak önüne geçilmeli ve haksız rekabet önlenmelidir. Böylelikle bizlerde daha rahat iş yapabilecek duruma geliriz ve bunu da iş istihdamımıza yansıtarak daha güzel ve verimli sonuçlar ortaya çıkarırız " dedi.

Orhan Yavaşlı devletten üretim sektöründekilere hassasiyetin yanı sıra ilde yaşayanlarında öz sermayeli ürünlerin üretimine destek olunması gerektiğini vurguladı. İldeki yerel marketlerin kendilerine destek olmalarını onlarda talep edilen raf bedellerinin firmaları yormayacak oranlarda olması gerektiğini, tercih söz konusu olunca ilde üretimi yapılan firmaların öncelikle tercih edilmelerini önemle belirtti. böylelikle hem il ekonomisine ciddi katkıların sağlanacağını ifade etti.

yıl 16



SEHER TAVUKÇULUK

www.seherpilic.com.tr

ANADOLU MARKALARI GÜN IŞIĞINA ÇIKIYOR

Vahap KÜÇÜK

Hasan Hüseyin ERKOÇ

Derya GÜRERK

Türkiye Finans Katılım Bankası'nın desteği ile düzenlenen "Anadolu Markaları 2012" Yarışmasının tanıtım toplantılarının üçüncüsü Malatya'da gerçekleştirildi.
Anemon Otel'de yapılan toplantıya Vali Vasip Şahin, Belediye Başkan Yardımcısı Ertan Mumcu, TSO Başkanı Hasan Hüseyin Erkoç, Türkiye Finans Katılım Bankası Genel Müdürü Derya Gürerk ve Malatya ABİGEM Direktörü Müjde Demirkazık ile çok sayıda kişi katıldı.
Türkiye'de 5 yıldan beri

ABİGEM'in 19 ilde faaliyet gösterdiğini belirten Malatya ABİGEM Direktörü Müjde Demirkazık, "ABİGEM'elirn öncelikli olarak görevi KOBİ'lerin piyasadaki rekabet güçlerini arttırmaktır. Bunu için markalaşma çok önemli" dedi.
Capital ve Ekonomist Dergileri Yayın Direktörü Rauf Ateş ise, Anadolu Markaları Yarışması'nın içeriği hakkında bilgi verdi.
Türkiye Finans Katılım Bankası Genel Müdürü Derya Gürerk, "Bizim markalaşmaya bakış acımız

şöyle olması gerekiyor. 3 ana ayağı var; birincisi insan, ikincisi çevre ve üçüncüsü ise ekonomik kaynakların gelişimi" dedi.
Malatya TSO Başkanı Hasan Hüseyin Erkoç ise, Türkiye Finans Bankası'nın Malatya'yı tercih etmesinden dolayı teşekkür ederek, Malatya'nı markalaşması ile ilgili olarak düşüncelerini aktardı.Malatya'nın markalaşma adına her türlü altyapıya hazır olduğunu belirten Erkoç şunları söyledi,"Bugün buraya gelmeden önce Tarihin çok derinliklerine

insanı alıp götüren ASLANTEPE HÖYÜĞÜNÜ ziyaret ettim. Anadolu'nun en eski yerleşim merkezlerinden biri burası. Bu coğrafyada belki de yeryüzünde ilk ticaretin yapıldığı bölgenin burası olduğuna dair önemli tarihi emarelere rastladım. Malatya'nın bu coğrafyalarda ticaretin ilk yapıldığı merkez olması, bizim marka şehir olmamız adına da önemli referansımızı oluşturuyor.Malatya içine kapanık bir şehir değildir. Sürekli yeniliğe açık, sosyal, kültürel, ekonomik ve eğitim altyapısını hızlı bir şekilde tamamlayan. Huzur ve güvenin hakim olduğu bir kenttir. Bu

nedenle keyifle yaşanacak bir kentin MARKA olmaması için hiçbir neden yoktur."Hazır giyim markalarından Tema Mağazacılık'ın Yönetim Kurulu Başkanı Vahap Küçük de, "Bir Ulusal Marka Nasıl Yaratıldı?" başlıklı konuşmasında, tekstil devi LC Waikiki'nin öyküsünü Malatyalı iş adamları ile paylaştı.

Bu arada, Anadolu Markaları 2012 Yarışması'nda, Anadolu çapında marka bilincini geliştirmek amacıyla markalaşma stratejisiyle fark yaratan kurumlar ödüllendirilecek.

Yarışmada kurumsal ve ticari firmalar, "Büyük Şirketler" ve "Küçük İşletmeler" olarak iki ana grupta değerlendirilecek.

"Büyük Şirketler" ve "Küçük İşletmeler" grupları içerisinde sektörlere göre ayrışan farklı kategorilerde, markalaşma konusunda en başarılı performansı sergileyen ilk 3 şirket ödüllendirilecek. 1 Haziran itibarıyla başvuruların başladığı Anadolu Markaları Yarışması'nda markaların başarı hikayeleriyle katılımı için son başvuru tarihi 25 Ekim. Yarışmaya başvurular www.anadolumarkalari.com adresinden yapılabilecek.

ANADOLU'NUN MODA PERAKENDECİSİ: LC WAIKIKI

Vahap KÜÇÜK
Tema Tekstil A.Ş.
Ynt. Krl. Bşk.

LC Waikiki'nin 2023 yılı hedefi Avrupa'nın en başarılı üç hazır giyim perakende firmasından biri olmak.
LC Waikiki Yönetim Kurulu Başkanı Vahap KÜÇÜK, başarının sırlarını anlattı. Türkiye'de şirketlerin yaşam sürelerinin kısaldığına dikkat çeken Küçük, "Ortalama ömür 8 yıla kadar geriledi. Üçüncü jenerasyona geçen şirket oranı yüzde 7-8 düzeyinde. Asırlık şirket sayısına bakarsanız %40'ı geçmiyor." dedi.

Türkiye'nin en büyük moda perakendecisi. Sokağı ve Türk ailesini en iyi analiz eden marka. Ve bu markanın Anadolu'nun iliklerine kadar işlemesini, sağlayan başarılı bir iş adamı Vahap Küçük.

1961 Malatya Doğanşehir doğumlu Vahap Küçük; ilk, orta ve lise eğitimini Doğanşehir'de tamamladı. Bir süre Doğanşehir ve Malatya'da ticaretle uğraştı.

1990 yılında İstanbul'a yerleşen Vahap Küçük, Tema Tekstil Pazarlama A.Ş.'nin kurucu ortakları arasında yer aldı. Bu süre zarfında Marmara Üniversitesi Stratejik İşletmecilik Yönetimi İhtisas Programı'nı tamamladı.

Vahap Küçük, Tema Tekstil Pazarlama A.Ş.'de 8 yıl Genel Müdürlük görevini sürdürdü. Bu dönemde LC Waikiki Türkiye'nin en seçkin ve en yaygın bayi ağına kavuştu ve yaklaşık 750 bayi ile birçok segmentte piyasa lideri haline geldi. Aynı dönemde LC Waikiki markasının dünyadaki tüm lisans hakları Tema Tekstil bünyesine geçti ve tamamen Türk markası haline geldi.

Vahap Küçük, 1988'den sonra grubun perakende şirketi olan LC Waikiki'nin Genel Müdürlük görevini yürütmeye başladı. 2003 yılına kadar bu görevi üstlendi. 2003 yılından sonra perakende şirketinin Yönetim Kurulu Başkanlığı'na geçen Vahap Küçük, aynı zamanda ortaklarının tamamını

Küçük Ailesi'nin oluşturduğu Küçükler Holding'in kuruluşunu gerçekleştirip Yönetim Kurulu Başkanlığı görevini üstlendi. Vahap Küçük, Taha Holding'de de Yönetim Kurulu Üyeliği görevini sürdürmektedir.

FRANSIZ MARKASI ÖNCE TÜRKİYELİ SONRA DÜNYALI OLDU

LC Wakiki'nin son 21 yılda geldiği nokta tam bir başarı öyküsü LC Waikiki, 1985 yılında bir Fransız markası olarak hayat buldu. Fransız tasarımcı George Amouyal ve ortağı yeni bir marka yaratarak Fransız hazır giyim pazarına girmeye karar verdiler. George ve ortağı, markalarının adını hazır giyim pazarına girmeye karar verdikleri dönemde gerçekleştirdikleri bir uçak seyahati sırasında buldu. Uçak yolculuğu sırasında okudukları dergideki ünlü Waikiki Plajı'nın tanıtımından büyük heyecan duyan iki ortak, hazırladıkları farklı tasarımlara Waikiki isminin çok uygun olacağını düşündü. Fransızca "arkadaşlar" anlamına gelen "Les Copains" kelimelerinin baş harflerinden oluşan "LC" kısaltmasını da eklediklerinde LC Waikiki markası yaratılmış oldu. Fransa'da kısa sürede adını duyuran ve önemli satış rakamlarına ulaşan marka, 1988 yılında artan üretim ihtiyacını karşılamak için Türk şirketi Taha Tekstil ile çalışmaya başladı. Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim sektöründe gelişme yaşadığı, dünya piyasasında üretim ve hammadde gücü ile adını duyurmaya başladığı bu yıllarda Taha Tekstil, LC Waikiki'nin beklentilerini fazlası ile karşılayarak işbirliğini güçlendirdi. Taha Tekstil, LC Waikiki'de yakaladığı başarı ile yatırımlarını artırarak büyümeye başladı ve ilerleyen yıllarda kurulan yeni üretim şirketleri ile dünyanın önemli markalarına fason üretim yapan Taha Grup oluştu. Taha Grup, toptan satış ve marka oluşturma hedefleri doğrultusunda 1991 yılında Tema Tekstil'i kurdu. Tema Tekstil, öncelikle Taha Grubu'nun en önemli ihracat müşterisi olan LC Waikiki'nin Türkiye lisansını alarak, LC Waikiki ürünlerinin toptan satış sistemine göre, bayiler aracılığı ile Türkiye'deki satışını başlattı. Başlangıçta LC Waikiki'nin tüm tasarımları Fransa'dan gelirken,

1993 yılında Tema Tekstil bünyesinde grubun ilk tasarım birimi kuruldu. Tema Tekstil, kuruluş amacı toptan satış olmasına rağmen genç ve çocuk giyim pazarı için hazırladığı başarılı koleksiyonlar ve etkin pazarlama yöntemleri ile kısa sürede hem girişimcilerin hem de tüketicilerin beğenisini kazanmayı başardı. Böylelikle corner bayi sayısı her geçen gün artmaya başladı. Bu başarıdan güç alan Tema Tekstil, 1995 yılında yetişkin hazır giyim pazarı için ayrı bir tasarım birimi kurdu. Grubun 2000 yılı ve sonrasındaki perakendecilik atağına dek, LC Waikiki Türkiye genelinde 700'e yaklaşan bayi sayısına ulaştı.

LC Waikiki bir Türk markası oldu

1997'de Taha Grubu'nun stratejik planları doğrultusunda kendi grup markasını oluşturma ile ilgili araştırma ve fizibilite çalışmalarının hız kazandığı bir dönemde Fransız LC Waikiki firmasının ortakları markayı satmaya karar verdiler. Bu dönemde, LC Waikiki'nin Türkiye'deki satışlarının hızla artmaya devam ediyor olması, Taha Grubu'nun bir markaya sahip olmak istemesi sonucu LC Waikiki'nin dünyadaki tüm isim haklarını satın alındı ve 1997 yılında LC Waikiki artık bir Türk markası haline geldi.
1998 yılında Taha Grubu'nun üretim ve perakende faaliyetleri birbirinden ayrıldı.
2000 yılından itibaren perakendeci kimliğini ön plana çıkarıp, sadece kendi mağazalarını açmaya yönelen Tema Mağazacılık, LC Waikiki koleksiyonlarını müşterileri ile buluşturabileceği çağdaş mağazalar açma projesine hız verdi.

Taha Grup, bu radikal kararını takiben üretim ve perakende şirketlerinin iki ayrı grupta faaliyet göstermesi yönünde karar aldı. Böylelikle üretim şirketleri Taha Grubu'nun, hazır giyim perakende sektöründe faaliyet gösteren şirketler Tema Grubu'nun çatısı altında faaliyet göstermeye başladı. Taha Grup üretim, Tema Grup ise perakende alanında büyümek üzere hızlı adımlar atmaya başladı.

Değişik hayat tarzlarına sahip kitlelere de hitap edecek koleksiyonları alt markalar ile LC Waikiki mağazalarında lanse etme kararı alan Tema Grup, 2000 yılında

Vahap Küçük, Taha Holding'de de Yönetim Kurulu Üyeliği görevini sürdürüyor.

Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim sektöründe gelişme yaşadığı, dünya piyasasında üretim ve hammadde gücü ile adını duyurmaya başladığı bu yıllarda Taha Tekstil, LC Waikiki'nin beklentilerini fazlası ile karşılayarak işbirliğini güçlendirdi.

LC Waikiki'ye ek olarak modayı takip eden 15 yaş üstü gençlere hitap eden XSIDE markasını tüketicisine sundu.

Hazır giyim sektöründe Türkiye'nin lideri…

Bugünlere geldiğimizde ise Tema Grup adını LC Waikiki Mağazacılık olarak değiştirdi ve LC Waikiki mağazalarında satışa sunduğu ürünlerin üretimini global bir tedarik zinciri ile gerçekleştiriyor. LC Waikikiki Mağazacılık, gerek Taha Grubu'ndan gelen üretim geçmişi, gerekse LC Waikiki markası ile moda perakende sektöründe kazandığı başarılar ile Türk moda perakende sektörünün lider gruplarından biri olma özelliğini taşıyor. LC Waikiki Mağazacılık, bugün Türkiye'de 71 ilde 375 mağazada ve yurtdışında 11 ülkede 37 mağazada LC Waikiki mağazası ile milyonlarca insana hizmet veren sektör lideri bir mağaza zincirini yönetiyor.
LC Waikiki, KMG tarafından hazırlanan ve 6 ayda bir yayınlanan Hazır Giyim Tüketim Endeksi Raporu'nda 2004 yaz döneminden bu yana pazar liderliğini koruyor.
LC Waikiki'nin 2023 yılı hedefi Avrupa'nın en başarılı üç hazır giyim perakende firmasından biri olmak.

İŞTE KÜÇÜK'E GÖRE BAŞARININ SIRLARI

LC Waikiki Yönetim Kurulu Başkanı Vahap KÜÇÜK, başarının sırlarını anlattı. Türkiye'de şirketlerin yaşam sürelerinin kısaldığına dikkat çeken Küçük, "Ortalama ömür 8 yıla kadar geriledi. Üçüncü jenerasyona geçen şirket oranı yüzde 7-8 düzeyinde. Asırlık şirket sayısına bakarsanız %40'ı geçmiyor." dedi. Bu nedenle şirket stratejisinde sürdürülebilirlik ve kalıcılığa çok çok önem verdiklerinin altını çizen Küçük sözlerini şöyle sürdürdü: "Bunların üzerinde çok düşünmemiz lazım. Biraz da bu nedenle başarısız modelleri incelememiz, bunların nerede hata yaptıklarını ele almamız gerekiyor. "

LC Waikiki'de kalıcılığı sağlamak için oluşturulan stratejinin temel taşları ise;
* Kurum kültürü ve temel değerler (ortaklık kültürü)
* Vizyoner olma
* Toplam Kalite Felsefesi
* Odaklanma
* Kurumsallaşma
* Sürdürülebilirlik

Yeterli sermaye olmazsa şirketlerin büyüyemeyeceğini ve fırsatları kaçıracağına da değinen Küçük, yeni, kurulan şirketlerin 3-4 yıl kar edemeyebileceği ihtimalinin göz önünde bulundurulması gerektiğini de belirtti. Mütevazılık, liderlik vizyonerlik, teknoloji ve insan kaynaklarına yatırım yapmanın önemini de anlatan KÜÇÜK, doğru kaynak kullanımının, performansı ve kârlılığı artırdığını da sözlerine ekledi.

mba444@mynet.com

ŞİRKETLER İÇİN YENİ TTK GEÇİŞ SÜRECİ NOTLARI

M.Bahadır ALTAŞ
S.M.Mali Müşavir

Yeni TTK'nu uygulaması ve geçiş süreci ile ilgili şirketlerin öncelikli olarak yapması gereken işlemler ve uygulama başlangıç süreleri aşağıda özet olarak çıkartılmıştır.

14.02.2011 Tarih ve 27846 Sayılı Resmi Gazete'de Yayımlanan 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu ve 6103 sayılı Ticaret Kanununun Yürürlüğü ve Uygulama Şekli Hakkında Kanun 01.07.2012 tarihinde yürürlüğe girmiş bulunmaktadır. 6102 sayılı kanunda değişiklik yapan 6335 sayılı Ticaret Kanununun yürürlüğü ve uygulama şekli hakkında kanunda değişiklik yapılmasına dair kanunda dikkate alınarak Yeni TTK'nu uygulaması ve geçiş süreci ile ilgili şirketlerin öncelikli olarak yapması gereken işlemler ve uygulama başlangıç süreleri aşağıda özet olarak çıkartılmıştır.

Ana Sözleşme Değişiklikleri

Anonim şirketler Ana (Esas) sözleşmelerini ve Limited şirketler sözleşmelerini 1 Temmuz 2013 Tarihine kadar Yeni TTK uygun hale getirilecekler buna göre; Tüzel kişi ortakların temsilcisi olan yönetim kurulu üyeleri 1 Ekim 2012 tarihine kadar istifa edecek ve yeni atamalar yapılacak. Yeni TTK'nun 8. maddesi uyarınca sözleşmelerden bileşik faiz öngören hükümler 1 Ekim 2012 tarihine kadar çıkartılacak. Anonim ve Limited şirketler 01.07.2013 tarihine kadar imtiyazlı hisse, karar nisabı, genel kurul yapılma şekli vb. gibi konularda ana sözleşmelerini yeni kanununa uyarlamalıdırlar.14 Şubat 2014 tarihine kadar mevcut sermayeler Yeni TTK'nda Belirtilen asgari sermayelere yükseltilecek. (Asgari sermaye anonim şirketlerde 50.000,00 TL. Limited şirketlerde 10.000,00 TL.'dır) Eski kanun uyarınca "Ultra Vires" Kuralı gereği, Limited ve Anonim şirketler ana sözleşmesinde bulunmayan işleri yaparlarsa işlemler yok hükmünde sayılırdı. Yeni kanununda bu hüküm kaldırdı. Şirketler Ana sözleşmede bulunmayan işleri de yapılabilecek. Bu işler Şirketi bağlayacak. Ancak bu işlerden zarar edilmesi durumunda Yönetim Kurulu veya Şirket müdürü Yönetim kuruluna veya ortaklar kuruluna karşı sorumlu olacak. Ana sözleşmelerde yapılacak değişiklikler nedeniyle damga vergisi doğmayacaktır. Buna ilişkin düzenlemeye 6103 sayılı yürürlük kanununun 9.maddesinde yer verilmiştir. Kuruluş aşamasında Anonim şirketlere tanınan Sermayenin ¼ 'ü kuruluş anında, kalan kısmının ise yirmi dört ayda ödenmesi İmkânı Limited Şirketlere de tanınmıştır.

Tek Ortaklı Şirket Kurulabilinecek

01 Temmuz 2012 tarihi itibariyle tek kişilik A.Ş veya Ltd Şti kurulabilecektir. Çok ortaklı kurulmuş bulunan mevcut anonim ve limited şirketlerin, herhangi bir sebeple yeni TTK'nun yürürlüğe girmesinden sonra tek ortaklı duruma gelmeleri halinde yapılacak işlemler (TTK'nun 338, 554 ve 574'üncü maddelerinde

belirtilmiştir.) pay sahibi veya ortak sayısı bire düşerse, durum, bu sonucu doğuran işlem tarihinden itibaren yedi gün içinde şirketin tek pay sahipli bir anonim şirket yada tek ortaklı limited şirket olduğunu tescil ve ilan ettirir. Ayrıca, hem şirketin tek pay sahipli olarak kurulması hem de payların tek kişide toplanması halinde tek pay sahibinin adı, yerleşim yeri ve vatandaşlığı da tescil ve ilan edilir.

Şirketlerin Eski Türlerine Dönmesine İmkân sağlanıyor

Yeni TTK'nun geçici 4'üncü maddesinde; "herhangi bir ticaret şirketi veya kooperatif bu Kanunun yayımı tarihinden itibaren iki yıl içinde eski türlerine dönmeleri halinde aşağıdaki hükümlere tabi olurlar." hükmü yer almaktadır. Bu hüküm ile ticaret şirketleri ve kooperatifler istemeleri halinde daha kolay usul ve esaslarla eski türlerine dönebilmelerine imkân getirilmiştir. Yeni TTK 14 Şubat 2011 tarihinde yayımlandığına göre, bu geçici madde hükmünden yararlanabilme imkânı 14 Şubat 2013 tarihinde sona ermektedir.

Bağımsız Denetçiler

Daha önceki düzenlemede anonim şirketler, şirketler toplulukları ve limited şirketlerin denetime tabi olması öngörülürken, yapılan yeni düzenlemeyle denetime tabi olacak şirketlerin Bakanlar Kurulunca belirlenmesi öngörüldü Bakanlar Kurulunca (ciro, aktif büyüklüğü v.b kriterler esas alınarak) belirlenecek Anonim ve Limited şirketler bağımsız denetime tabi olacak. (Md. 397/4). Buna göre denetçinin denetime tabi tutulan şirketlerin yetkili organı tarafından en geç 31.03.2013 tarihine kadar seçilmesi öngörülmüştür bağımsız denetçilerin seçilmesi ile birlikte eski kanuna göre görev yapan denetçinin görevi sona erecektir. Seçim yapıldıktan sonra, yönetim kurulu, gecikmeksizin denetim görevinin hangi denetçiye verdiğini ticaret siciline tescil ve Türkiye Ticaret Sicili Gazetesi ile internet sitesinde ilan edecektir. Kanunun, Bağımsız Denetime ve Finansal Tabloların Türkiye Muhasebe Standartlarına Göre Düzenlenmesine ilişkin hükümleri 01 Ocak 2013 Tarihinde Yürürlüğe girecek.

İnternet Sitesi

Yeni TTK göre Bakanlar Kurulu kararıyla bağımsız denetime tabi olması öngörülen sermaye şirketlerinin, kuruluşlarının ticaret siciline tescili tarihinden itibaren üç ay içinde bir internet sitesi açmak zorundadırlar. Mevcut şirketler için bu yükümlülük için son tarih 01 Temmuz 2013' tur. Bu tarihten itibaren üç ay içinde (30.09.2013) internet sitesi kurma zorunluluğunu yerine getirmeyenler için ise çeşitli hapis ve para cezaları öngörülmektedir. Buna göre bağımsız denetime tabi olacak olan şirketler 01 Ekim 2013 tarihine kadar internet sitesi açmak ve bu sitenin belli bir bölümünü belirlenen bilgilere ayırmak zorundadır. İnternet Sitesinde yayımlanacak bilgiler Gümrük ve Ticaret Bakanlığınca yayımlanacak bir yönetmelikle belirlenecek olup. İnternet sitesinde anonim şirketlerde yönetim kurulu başkan ve üyelerinin limited şirketlerde müdürlerin adları ve soyadları ile taahhüt edilen ve ödenen sermaye miktarı ile taahhüt edilen ve ödenen sermaye miktarı yer alacaktır. (Şirketlerin Bilânçosunun, Gelir Tablosunun, Yönetim Kurulu Faaliyet Raporunun ve Denetçi Görüşünün internet sitesinde ve ticaret sicili gazetesinde ilan edilmesine yönelik zorunluluk kaldırılmıştır.)

Şirket Evraklarındaki Bilgiler

(Ticari Mektuplarda ve Ticari Defterlere Yapılan Kayıtların Dayandığı Belgelerde Bulunması Gereken Bilgiler) 01.01.2014 tarihinde yürürlüğe girecek olan uygulamaya göre Fatura, Sevk irsaliyesi, Gider pusulası ve Müstahsil makbuzları vb. gibi evraklarda, Anonim, Limited ve Sermayesi paylara bölünmüş komandit şirketlerin kullandığı belgelerde. Ticaret Unvanı-İşletmenin Merkezi-Ticaret Sicili Numarası-İnternet Sitesi Adresi (İnternet Sitesi Oluşturmakla Yükümlü Olanlar) bilgilerin bulunması zorunlu hale gelmektedir. Bilgilerin belgelerde gösterilmemesi halinde bu hükme uymayanlar için idari para cezası kesilecektir.

Ortaklar Cari Hesapları

Anonim ve Limited şirket ortakları belirli şartlar altında şirkete borçlanabilecek. 01.07.2012 tarihinden itibaren ortaklar cari hesapları (Ortaklardan Alacaklar/Ortaklara Borçlar Hesabı) bulunması durumunda, en kısa sürede banka yoluyla tahsilât veya ödeme yapılmalıdır. Her ne kadar 1 Temmuz 2012 den önce alınan borçların üç yıl içerisinde kapatılması şartı kaldırıldı ve bu tarihten önce doğan borçlar eski hükümlere göre devam edebilecek olsa da (Ortakların şirketten aldıkları borç paralara VUK gereğince hesaplanana faiz ve faiz üzerinden ödenmesi gereken KDV'yi değiştiren bir düzenleme yapılmamıştır.) 30 Haziran 2012 tarihinde Türk Ticaret Kanunu'nun 358 inci maddesinde yapılan değişiklik ile ortakların şirketten borç para alabilmeleri iki temel şarta bağlandı. Buna göre "Pay sahipleri, sermaye taahhüdünden doğan vadesi gelmiş borçlarını ifa etmedikçe ve şirketin serbest yedek akçelerle birlikte kârı geçmiş yıl zararlarını karşılayacak düzeyde olmadıkça şirkete borçlanamaz." Hükmü ile ortakların şirkete borçlanmaları şarta bağlanarak sınırlandırılmıştır. Yapılan düzenleme ile ortakların şirketten borçlanmaları ile ilgili madde yumuşatılarak ancak "serbest yedek akçelerle birlikte kârı geçmiş yıl

zararlarını karşılayabilen şirketlerin" ortaklarına borç verebilmesine imkân sağlanmış oldu. Pay sahiplerine kar payı avansı ödemesi yapılması mümkün olup bu işlem borçlanma kapsamında değildir.

Avans Kar Dağıtımı

Şirket ortaklarının şirkete borçlanması ile ilgili getirilen sınırlama ve kamuoyundan bu konuda gelen yoğun istek ve baskı üzerine şirket ortakları/pay sahiplerinin şirketten kar payı karşılığında alacakları bedeller için Yeni TTK yer alan kar payı başlıklı 509 maddesine göre Gümrük ve Ticaret Bakanlığı tarafından yayınlanan kâr payı avansı dağıtımı hakkındaki tebliğ ile 'SPK na tabi olmayan anonim şirketler ile limited ve sermayesi paylara bölünmüş komandit şirketlerin ortaklarına yıl içinde kâr payı avansı dağıtımında uyacakları usul ve esaslar düzenlenmiştir. Şirketlerin kâr payı avansı dağıtabilmeleri için, şirket genel kurulunca kâr payı avansı dağıtılmasına ilişkin karar alınması ve kâr payı avansı dağıtılacak hesap döneminde hazırlanan üç, altı veya dokuz aylık ara dönem finansal tablolara göre kâr edilmiş olması gereklidir.(Avans kar payı dağıtımı GV.94.md. kapsamında stopaja tabidir)

Defterlerin Tasdikleriyle İlgili Kurallar

Şirketler tarafından tutulan yevmiye defteri, defteri kebir ve envanter defteri ile ticari defter olarak kabul edilen pay defteri, yönetim kurulu karar defteri ve genel kurul toplantı ve müzakere defteri gibi işletmenin muhasebesiyle ilgili olmayan defterlerin açılış onayları, kuruluş sırasında ve kullanılmaya başlanmadan önce noter tarafından yapılmalıdır. Yevmiye defteri ile yönetim kurulu karar defterinin kapanış onayının izleyen faaliyet döneminin üçüncü ayının sonuna kadar (31.Mart) notere yaptırılması gerekmektedir. Pay defteri ile genel kurul toplantı ve müzakere defteri yeterli yaprakları bulunmak kaydıyla izleyen faaliyet dönemlerinde de açılış onayı yaptırılmaksızın kullanılmaya devam edilebilecek. Ticaret şirketlerinin ticaret siciline tescili sırasında defterlerin açılışı ticaret sicili müdürlükleri tarafından da onaylanabilecek. Sadece yevmiye defteri ve yönetim kurulu karar defterinin kapanış onayı yaptırılması zorunlu. Ticari defterlerin elektronik ortamda tutulması hâlinde bu defterlerin açılışlarında ve yevmiye defteri ile yönetim kurulu karar defterinin kapanışında noter onayı aranmayacak.

Defterlerin Tutulma Esasları

Yeni TTK tabi gerçek ve tüzel kişilerin VUK' nunun defter tutma ve kayıt zamanıyla ilgili hükümleri ile aynı Kanunun 175 inci ve mükerrer 257 nci maddelerinde yer alan yetkiye istinaden yapılan düzenlemelere uymak zorundadırlar. Ancak; Finansal tablolar, Türkiye Muhasebe Standartlarına göre (TMS) Denetimde Türkiye Denetim Standartlarına yapılması gerekmektedir. Buna göre 31.12.2013 tarihinden itibaren Bilânço, Mizan ve Gelir tabloları TMS göre hazırlanacak olup bu tablolar karşılaştırmalı düzenleneceği için 31.12.2012 dönemine ilişkin tablolarında buna uygun hazırlanması gerekmektedir. Kamu gözetimi, Muhasebe ve denetim standartları kurumu tarafından belirlenen şirketler 01.01.2013 Tarihinde Münferit ve Konsolide Finansal Tablolarının Düzenlenmesinde, TMS' nı uygulamak zorundadır.

Finansal Tabloların Çıkarılması

Yeni TTK'na göre TMS uygun olarak düzenlenmesi gereken finansal tabloların, genel hesap dönemi itibariyle çıkarılma tarihi 31 Aralık 2013 tarihidir. Ancak geçmiş yıla ait finansal tablolar ile gerekli karşılaştırmayı yapabilmek için 31.12.2012 tarihli finansal tablolarında düzeltilmesi gerekecektir. Daha önce belirtildiği üzere, Kanunun 514'üncü maddesine göre; şirketlerin yönetim kurulları 2013 hesap dönemine ait, Türkiye Muhasebe Standartlarında öngörülmüş bulunan finansal tablolarını, eklerini ve yönetim kurulunun yıllık faaliyet raporunu, bilânço gününü (31.12.2013) izleyen hesap döneminin ilk üç ayı içinde hazırlayarak, genel kurula sunacaktır.

Ticari Defter ve Belgelerin Saklama Süresi

Ticari defterler, envanterler, açılış bilânçoları, ara bilânçolar, finansal tablolar, yıllık faaliyet raporları, topluluk finansal tabloları ve yıllık faaliyet raporları ve bu belgelerin anlaşılabilirliğini kolaylaştıracak çalışma talimatları ile diğer organizasyon belgeleri, Alınan ticari mektuplar, gönderilen ticari mektupların suretleri ve yapılan kayıtların dayandığı her türlü belgeler (fotokopi, karbonlu kopya, mikro fiş, bilgisayar kaydı veya benzer şekildeki bir kopyasını, yazılı, görsel veya elektronik ortamda) 10 yıl süre ile saklanmak zorundadır. Defterleri ve Belgeleri saklamayan, Defter onaylarını zamanında yaptırmayan, Defterleri usulüne uygun tutmayan, belgeleri yetkili kurumlara ibraz etmeyen şirketler adına idari para cezası uygulanacaktır. Saklamakla yükümlüğü olan defterler ve belgeler; tacirin iradesi dışında meydana gelen (doğan afetler) olaylar nedeni ile kanuni saklama süresi içinde zıyaa uğrarsa tacir bunu öğrendiği tarihten itibaren onbeş gün içinde ticari işletmesinin bulunduğu yer yetkili mahkemesinden kendisine bir belge verilmesini isteyebilecektir.

Siz
Hayal Edin,
Birlikte
Tasarlayıp
Üretelim

mormaş
mobilya

Malatya Orman Ürünleri ve Mobilya Tesisleri A.Ş
Okul Caddesi No:79 Battalgazi /MALATYA
Tel: 0 422 841 30 17 Fax: 0 422 841 38 36
www.mormasmobilya.com.tr

Çeşni Bahçe Bir Melika Gıda Tarım Ürünleri Tic. San. Ltd. Şti. Markasıdır.

Çeşn-i Bahçe

www.melikafood.com

KURUTULMUŞ SEBZELERİ 36 YILDIR MALATYALILARLA BULUŞTURUYOR

Ahmet Gür, kurutulmuş sebzelerden baharat çeşitlerine kadar yaklaşık 500 çeşit ürünü Malatyalılar ile 36 yıldan beri buluşturan bir isim. Dededen aldığı ahilik terbiyesini bugünlere kadar başarı ile getiren ve bunu Organize Sanayi Bölgesi'nde açtığı fabrika ile taçlandıran Ahmet Gür'e, Çarşı içinde tüm otantikliği ile müşterilerine hizmet veren işyerinde konuk oluyoruz.
Anadolu kültürü ile bütünleşmiş tüm ürünleri burada görmeniz mümkün. Taze kekik kokusundan, Kırmızı biber kokusuna, Kahve kokusundan Zerdeçala kadar yüzlerce çeşit ürünün yaydığı ferahlık sizi karşılıyor adeta.
Aynı zamanda Malatya Ticaret ve Sanayi Odası Meclis Başkan Vekilliği görevini de sürdüren İş Adamı Ahmet Gür ile baharatı ve sektörü konuştuk.

Malatya Oda Dergisi: Şüphe Yok ki baharat Anadolu için önemli bir yere sahip. Siz uzun yıllarınızı bu sektöre veren birisiniz. Bize geçmişten bugüne kendinizden ve bu sektörden biraz bahseder misiniz?

Ahmet Gür: Elbette, Anadolu'nun bereketli topraklarından sayamayacağımız kadar ürün yetişir. 1976 yılından beri bu sektörün içindeyim. Çarşı içindeki bu dükkânımızda yaklaşık 36 yıldan beri Malatyalılara hizmet veriyoruz. Taze kurutulmuş sebzeler başta olmak üzere bir çok baharat çeşidini halkımıza sunuyoruz. Aslında O dönemde bu sektöre girerken idealleri olan bir insandım. Bu sektörün gün gelecek Kayısıya alternatif olacağını düşünüyordum. Haklı gerekçelerim vardı. Çünkü bu sektör inanılmaz bir potansiyele sahip. Domatesinden biberine kadar yüzlerce ürünün hayat bulduğu bereketli topraklara sahip bir şehirde yaşıyorduk. Bu nedenle en az kayısı kadar Malatya ekonomisine katkı sağlayacak bir sektöre sahiptik. Ancak süreç içerisinde insanlarımız ekmemeye başladı. Düşünün biz tohumunu ücretsiz veriyoruz insanlar. Ancak onlar ektikten sonra bakımını bile yapmaya eriniyorlar. Durum böyle olunca da ürün azaldı. Binilen dalı kestiler.

M.O.D : Peki biraz Malatya'nın baharat kültüründen bahseder misiniz?

A.G.: Baharat tabii Anadolu kültürünü en iyi yansıtan argümanlardan biri. Malatya özelinde ciddi sayılacak bir baharat tüketim kültürü yok. Müşterilerimizin profiline baktığınızda onların alışlarından bile bunu anlayabiliyorsunuz. Mesela şöyle örnek vereyim, buraya gelen müşteri avuç avuç baharat alıyorsa

hemen anlıyoruz O'nun Malatyalı olup olmadığını. Doğudan, Güneydoğu'dan ya da civar illerden gelenlerin tüketimi daha fazla. Mesela bir Antepli, Adanalı, Urfalı avuç avuç baharat alırken Malatyalılar çok fazla almıyorlar.

"BİTKİLER FAYDALI AMA RASTGELE KULANILMAMALI"

M.O.D.: Son yıllarda bir de hani bu bitkiler revaçta gibi. Kimileri buna alternatif Tıp da diyor. Bu konuda sizin düşünceniz nedir?

A.G.: Açık konuşmak gerekirse son yıllarda bu bitkisel ot meselesi biraz sulandırıldı. İçeriğini bilmeden, Adamlar çıkıp TV'lere gazetelere, Şu ot buna faydalı bu ot buna faydalı deyip yeni bir furya başlattılar. Buna çok dikkat etmek gerekir. Bitkilerin elbette ki faydası var. Ama bunu iyi bilmeli, iyi kullanmalıyız. Öyle bir iki otla hemen her şey halledilmiyor. Tıp'ın referansı çok önemli. Hangi ot ve otun içeriğini iyi bilmeyenlerde oturup konuşup para kazanmanın peşinde. Oysa bizim geleneksel ürün dediğimiz ürünlerimiz var. Bunun faydalarını zaten atalarımız tescil etmiş. Bir Zerdeçalı, Bir Havlıcanı, Tarçını, çörekotu vb. gibi geleneksel ürünlerimiz zaten faydası olan ürünlerimizdir. Bu çok ciddi bir sorundur bana göre. Bilmeden söylemlerle ot deneniyor. Bilinçsizlik söz konusudur. Bu yüzden bildiğimiz otların tüketimi daha faydalıdır.

M.O.D: Peki size dönersek, Siz sektörü geliştirmek adına, Malatya'ya bir de Yaş Sebze Ürün İşleme tesisi kazandırdınız. Bunu biraz açar mısınız?

A.G.: Evet, Malatya'nın üretim noktasında ciddi bir potansiyeli olduğuna inananlardanım. Bu bilinç ile Malatya 2. Organize Sanayi Bölgesi'nde entegre diyebileceğimiz ve son derece modern cihazlarla donatılmış, Tamamen hijyenik şartlarda üretim yapan bir tesis kurduk. Burada ağırlıklı olarak yaş sebze işliyoruz. Biber salçası, kurutmalıklar, dolma, isot, pulbiber gibi sebzeye dair ne varsa üretiyoruz. Tabi bu ürünlerimizi başta bu işyerimizde olmak üzere diğer bölgelere de satıyoruz. Direkt bir ihracatımız yok ancak dolaylı olarak Almanya ve Rusya'ya bu taze ürünlerimizi gönderiyoruz.

M.O.D.: Üreticilerin genel yaklaşımı nasıl. Yeterince verim alabiliyor musunuz?

A.G.: Siz de çok iyi biliyorsunuz. Bu sektörde başarı ekip çalışması ile geliyor. Burada ekipten kastımız üreticilerimiz. Köylülerimiz. Köylülerimiz üretecek ki bizlerde işleyip satalım. Bu sektörün bel kemiği köylülerimizdir. Eğer köylü üretmezse, istediğiniz kadar dünya standartlında makinelere sahip olun bir anlam ifade etmez. Bu sektörün ayakta kalması ve ciddi bir yer etmesi için kollektif çalışmanın önemine inanıyoruz. Mesela Malatya son yıllarda ürün fakiri bir ürün fakiri haline geldi. Eğer köylülerimiz üretmiş olsa biz Gaziantep'i fersah fersah geçeriz. Düşünün ücretsiz tohum veriyorum. Adam alıp gidiyor. Ekiyor ama dönüp ürünle ilgilenmiyor. Ya da çok erken hasat yapıp yeşilken ürünü satıyor. Düşünün Malatya o hale geldi ki, 25 Eylül'e kadar biz biberin kilosunu 2 liradan aşağı yiyemedik. Açık konuşmak gerekirse üreticilerimiz de artık rahat alıştı. Düşünün size bir örnek vereyim. Kent merkezinden yaklaşık 6-7 kilometre uzaklıktaki bir köye gittim. Arkadaşımı bıraktım ve O'na neden bostanında bir şey ekmediğini sordum. Adam diyor ki, neden ekeyim, hazır alıyorum diyor.

'MALATYA'DA ÇOK ORTAKLI KÜLTÜR YOK"

M.O.D.: Kolektif çalışmadan bahsettiniz. Malatya'da birlikte iş yapma kültürünü nasıl değerlendiriyorsunuz?

A.G.: Malatya'da çok ortaklı yapı kültürü maalesef yok. Artık iki kişi bir araya gelmek zorundayız. Ortaklık kültürünü geliştirsek çok daha iyi büyürüz. Maalesef iki kişi fazla geliyoruz, Tek kişi az geliyoruz. Böyle olunca da başarıyı yakalayamıyoruz. Güç birliği olmalı. Güç birliği olsa biz daha iyi yerlerde oluruz. Kurumsal anlamda birlikteliğin gerçekleşmesi demek, Malatya'nın kabuğunu yırtması demektir. Şu anda burada iş sıkıntısı çekmiyoruz. Düşünün çok verimli topraklara sahibiz. Dört mevsim topraktan ürün alıyoruz. Toprağımız çok temiz. Yeter ki, kendimizi bu ürünlere verelim. Emin olun üreticide kazanır, satanda kazanır tüketici de kazanır.

MALATYA'NIN TİCARİ YAŞAMINDAN BİR HİKMET DAĞISTANLI GEÇTİ

Malatya devasa tesisleriyle, birçok kenti kıskandıran bir konuma doğru emin adımlarla yol alıyor. Kentin bugüne gelmesinde katkı sunanlara zaman zaman Oda dergisinde yer verip, Onları minnetle anmaya devam ediyoruz.

Hikmet Dağıstanlı da Malatya'ya sanayi kültürünü kazandıran önemli isimlerden biri. Geçtiğimiz yıl aramızdan ayrılan Hikmet Dağıstanlı ömrünün büyük bir bölümünde babasından devraldığı bayrağı çocuklarına büyük bir onur ile teslim etmiş, yüzlerce insana istihdam sağlayan tesislerin temelini atmış, azimli bir ticaret adamıydı.

Aslında Hikmet Dağıstanlı'nın başarı öyküsünün en büyük referans kaynağını hiç şüphe yok ki babası oluşturur. Dağıstan Cumhuriyetinden daha 12 yaşında iken Malatya'ya göç eden Abdulvahap Efendi ile başlar. Malatya'ya yerleştikten sonra bir kısım işlerde çalışan Abdulvahap efendi daha sonra Malatya'da evlenir. Aile soy adı kanunu ile birlikte Dağıstanlı soy ismini alır. Hikmet ve Ahmet Dağıstanlı kardeşler ise uzun süre babaları ile birlikte çalışır. 1934 yılında dünyaya gelen Hikmet Dağıstanlı daha 16 yaşlarında iken babası Abdulvahap Dağıstanlı ve diğer kardeşi ile uğraş alanları olan bakır işlerini büyütme kararı alır. Abdulvahap Dağıstanlı bugün hala binası yıkılmayan ve o dönemde (1950) Abdullah Zapçı'ya ait olan Eski Sanayi Sitesi'ndeki Fabrika binasını satın alır. Ailenin bir de Ermeni asıllı ortakları vardır. Ohannes Gökaslan ile birlikte Bakır ve Alüminyum Fabrikası da takvimler 1950'leri gösterdiğinde işletmeye açılır.

Bu fabrika sadece Malatya'nın değil bölgenin ilk bakır fabrikasıdır. Dönemin son teknolojisi ile donatılan fabrikada, Diyarbakır Ergani Bakır Tesislerinde alınan ham bakırlar işlenir ve levha haline getirilir. Üretilen ürünler ise Başta Gaziantep olmak üzere, Kahramanmaraş, Adıyaman, Elazığ, Kayseri, Erzincan gibi vilayetlere satılır. Bir süre sonra Baba Abdulvahap Dağıstanlı işleri iki oğluna devreder. Ermeni Ortakları ile birliktelikleri ise 20 yıla aşkın devam eder.

Tarihler 1973 yılını gösterdiğinde Ohannes Gökaslan Malatya'dan ayrılıp Amerika'ya yerleşir. Ortakları ile yollarını ayıran Hikmet ve Ahmet Dağıstanlı işlerini her geçen gün büyüterek devam ettirir.

1975'li yıllar gelindiğinde Hikmet Dağıstanlı'nın girişimi ile Nalburiye ve boya ticaretine girilir. Bir yandan Bakır tesisi işletmesi devam ederken diğer yandan Türkiye'nin tanınmış markası olan DYO'nun bölge bayiliğini alan Hikmet Dağıstanlı bir yandan da oğullarını yavaş yavaş ticarete ısındırmaya başlar.

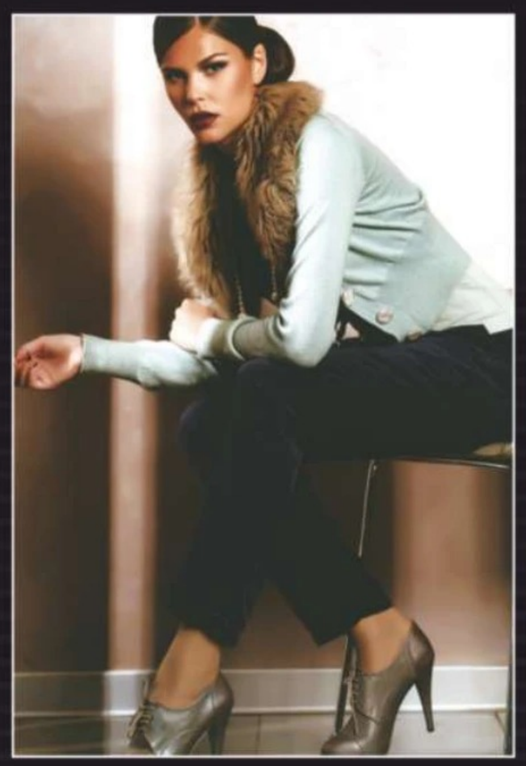
Nitekim 1983 yılında Hikmet Dağıstanlı bir ilke daha imza atar ve çocuklarını da teşvik amacıyla Malatya'nın ilk çivi fabrikasını kurar. Bu fabrikanın tesisi ile birlikte ailenin aldığı ticaret kültürü adeta pekişir. 1991 yılında Ahmet Dağıstanlı hayat veda eder. Hikmet Dağıstanlı ise çocukları İsmail, Selahattin, Faysal ve Mehmet ile yollarına devam eder.

Hayatı boyunca en önemli düsturu doğruluk olan Hikmet Dağıstanlı kardeşini kaybettikten sonra özellikle çocuklarının istihdam oluşturan projelerine desteğini sürdürür. Nitekim bu destek bir süre sonra semeresini verir. Ve Dağıstanlı grubu Mermer sektörüne girer. Yine bir süre sonra Ulusal bir marka olan Pınar'ın bayiliğini alan Dağıstanlı kardeşlerden Selahattin Dağıstanlı babasının girişimcilik kültürünü kardeşleriyle yaşatmak ve büyütmek adına bir ilke imza atar ve Organize Sanayi Bölgesi'nde günlük 150 kapasiteli Süt ve Süt Mamulleri Üretim tesislerini kurar.

Babasından aldığı bayrağı şanla şerefle 50 yıla aşkın taşıyan ve oğullarına aynı gururla teslim eden Hikmet Dağıstanlı 20 Ekim 2011'de yaşama veda eder. Dağıstan'dan başlayıp Malatya'da bir çok başarıya imza atan Dağıstanlı ailesinin, mihenk taşı olarak bilinen Hikmet Dağıstanlı'yı bir kez daha rahmetle anıyoruz.

GONCA

www.goncagiyim.com.tr



BOY-KA'NIN HEDEFİ
TÜRKİYE'DE SÖZ SAHİBİ OLMAK

Mahmut BOYRAZ
Ynt. Krl. Bşk.

Malatya 2. Organize Sanayi Bölgesi'nde 4 bin metrekarelik bir alanda hazır mutfak ve PVC Kapı ve Pencere üretimi yapan BOY-KA Türkiye'de söz sahibi olmak adına emin adımlarla yoluna devam ediyor. 2000 yılında Baba Lütfi Boyraz ile çocukları Mahmut, Battal ve Ali Poyraz ortaklığı ile 200 metrekarelik bir üretim alanında kurulan Boy-Ka bugün 4 bin metrekarelik bir üretim alanında üretim yapıyor.
Şirketin Yönetim Kurulu Başkanlığı'nı yapan Mahmut Boyraz, faaliyete başladıkları ilk yıllarda 200 metrekarelik bir alanda 4 personelle günlük 150 metre tül profil üretimi yaptıklarını belirterek, gelinen noktada günlük 2500 metre tül üretimi yaptıklarını ve 100 personelle hizmetlerine devam ettiklerini ifade etti.
Kurulduğu günden itibaren Marka olmak adına önemli atılımlar yapan BOY-KA geçen 12 yıllık süreç içerisinde baş döndürücü bir büyüme sağlayan şirketlerden birini oluşturuyor. Tek Kafa makineyle işe başlayıp bugün dijital kesim makinelerinin donatıldığı tesisteki başarının sırrını, "Birlikte düşünmek ve kolektif Hareket etmek" şeklinde özetleyen BOY-KA Yönetim Kurulu Başkanı Mahmut Boyraz, koşulsuz müşteri memnuniyeti bilinci ile çalışmalrını sürdürdüklerini kaydederek başarı öyküsünü şöyle anlattı, "Tesisimiz kurulduğu ilk yıllarda 200 metrekare alanda 4 personel ve bir takım tek makine ile üretime başladı. O dönemlerde günlük üretimimiz 150 metre tül profildi. Yaptığımız sıkı çalışma ile bir süre sonra mevcut üretim alanımıza artık sığmamaya başladık. Bu kez Sanayi Sitesi'nde 2005 yılında kendimize ait 800 metrekarelik üretim alanına sahip olan işletmeye taşındık. Üretim alanımızı genişlettik. Bufrada Çift kasa kesim, Çift kasa makineleri olmak üzere iki takım makineyle üretimimizi devam ettirdik. Yine bu aşamada personel sayısını 15'e,günlük üretimi de 500 metre tül'e çıkardık. Yine buradaki üretim alanımızda iken TSE Hizmet Yeterlilik Belgesi aldık. "

"2009'DAN İTİBAREN ÇITAYI YÜKSELTTİK"

2009 yılına gelindiğinde BOY-KA olarak çıtayı yükselttiklerini belirten BOY-KA Yönetim Kurulu Başkanı Mahmut Boyraz sözlerini şöyle sürdürdü,"2009 yılında hedefimizi yükseltme kararı aldık. PVC pencere sisteminde Türkiye'de söz sahibi olmayı kendimize hedef edindik. Bu doğrultuda 2010 yılında Malatya 2. Organize Sanayi Bölgesi'nde 10 bin metrekarelik bir arsa alarak bu hedef için ilk adımı attık. Yaklaşık 1 yıl boyunca burada inşaatımız devam etti. Bir yıl sonunda 4 bin

metrekarelik bir kapalı alanda üretime başladık. Yeni fabrikamızda CNC makineler alarak üretim kalitesini ve üretim miktarını artırdık. Yeni fabrikamızda günlük üretimi 2500 metre tül'e personel sayımızı da 100'e çıkardık. Bu personellerin 50'si PVC doğrama 50'side Mobilya ve kapı imalatında çalışmaktadır. “

PROFİL TÜKETİMİNDE TÜRKİYE'DE 13. SIRADA YER ALDI

2011 yılından itibaren şirket içi eğitim seminerleri düzenlediklerini belirten Boyraz sözlerini şöyle noktaladı,”Bu seminerler sonucunda pencere sektöründe CE Kalite Belgesini alan ilk firmalardan biri olduk. 2010 yılında profil tüketiminde Türkiye genelinde 17. Sırada yer aldık. 2011 yılında ise 4 basamk ilerleyerek 13. Olduk. Şu andaki hedefimiz ile Türkiye'nin en büyük 10 pencere üreticisi arasına girmektir. Değişmez prensibimiz daima kaliteli hizmet, zamanında teslim ve uygun fiyat olmuştur. Malatya'nın pek çok seçkin markasında bizim ürünlerimiz kullanılmıştır. Bayilik sayımız şu an 20 ancak Türkiye'nin her tarfına artık bayilik dağıtmaya başladık.

Türkiye'de bir marka olmak adına 2011 yılında ORMAKS ve BOY-KA çatısı altında NOVA Hazır Mutfak A.Ş.'yi kurduk. Bu şirket bünyesinde NOVADOOR markasıyla hazır mutfak üretimine başladık. Yine Nova bünyesinde ulusal marka olması adına yatırımlar yaparak CNC makine, PVC Balon kapak makinesi, Vaining, Kapı Presi, Kilit Kol Menteşe Açma Makinesi, Çift Kafa 45 derece kesim makinesi, , ebatlama ve bantlama makineleri alarak ulusal markalarla rekabet edebilecek bir altyapıya kavuştuk.

ERKOÇ: OSB'LERİMİZ BAŞARI ÖYKÜLERİYLE DOLU

Bu arada Malatya Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı Hasan Hüseyin Erkoç ile 2. Organize Sanayi Bölgesi Bölge Müdürü Vahap Erdem BOY-KA

tesislerinde incelemelerde bulundu. Malatya TSO Başkanı Erkoç'a fabrikaları ile ilgili detaylı bilgiler veren BOY-KA Yönetim Kurulu Başkanı Mahmut Boyraz, Organize Sanayi Bölgesi'ne yerleştikten sonra kurumsal yaklaşımlarında ciddi değişimler yaşadıklarını belirterek, "Biz burada üretime başladıktan sonra sanayici kimliğimize kavuştuk. Çünkü OSB'ler özellikle ticari vizyonunuzun gelişimine büyük katkı sunuyor. BOY-KA 2. OSB 'deki yatırımı ile markalaşma yolunda çok önemli sayacağımız adımları atmıştır" dedi. Organize Sanayi Bölgeleri'nde bulunan bir çok fabrikanın başarı öykülerinin bulunduğunu belirten Malatya Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı Hasan Hüseyin Erkoç ise, BOY-KA'yı bu başarısından dolayı kutladığını belirterek şu ifadeleri kullandı," Deyim yerinde ise tırnakları ile kazıyarak başarıyı yakalayan değerli iş adamlarımızı kutluyorum. BOY-KA'da başladığı küçücük bir atölyeden bugün onlarca insana istihdam sağlar hale geldi. OSB'ler firmaların bakış açısını ve vizyonunu değiştiriyor. Bugün BOY-KA'nın tesislerini gezdim. Değerli Yönetim Kurulu Başkanı bize çalışmaları hakkında bilgiler verdi. Şu ugördüm; Çalışkan ve azimli gençlerimiz var. Malatya ekonomisini büyütecek olan bu gençlerimiz. Biz Ticaret ve Sanayi Odası olarak iş adamlarımızın her zaman yanında olmaya devam edeceğiz."
Malatya 2. Organize Sanayi Bölgesi Müdürü Vahap Erdem ise, 2. OSB'de faaliyet gösteren BOY-KA'nın yatırımlarını takdirle izlediklerini belirterek bölge müdürlüğü olarak gece gündüz her zaman yanlarında olduklarını kaydetti.

İş adamı BOYRAZ, TSO Başkanı ERKOÇ ve 2.OSB Müdürü ERDEM'e Üretimleri hakkında bilgiler verildi.

Roza'nın işlerini hemen tanırsınız.

İşine verdiği önemden.

Yaptığı işi önemseyenler her zaman kalite ve samimiyet dedi.
Daima diğerlerinden farklı olmak istedi aldığı hizmette.
Doğru bilgilendirlerek karlı çıkmayı bekledi.
Ofisinde bir birim kurmak istedi
tabela hizmetinden
matbaa hizmetine kadar.
İşte bütün bu sebeplerden dolayı
kurumlarımız tam on yedi yıldır Roza dedi.

İyi iş isteyin lütfen, iyi iş herkesin hakkı.

roza®

KAYISIYI YOLCULARIMIZLA BULUŞTURMAMIZ BİZİM İÇİN ÖVÜNÇ KAYNAĞI

Temel KOTİL
THY Genel Müdürü

Anadolu zengin ve binlerce yıllık tarihi olan bir coğrafya. Bu coğrafyadaki zenginlikleri dünyaya ne kadar taşıyabilirsek Türkiye'ye, Türkiye'nin tanıtımını da o kadar katkıda bulunabiliriz diye düşünüyoruz. Bugün Türk Hava Yolları'nın pek çok hizmetinde, ürününde, servisinde Anadolu'nun zenginliğini, güzelliğini görebilirsiniz. Anadolu bizim için de bir zenginliktir ve biz de bu zenginlikte olabildiği ölçüde yaralanıyoruz.'

Malatya şu günlerde büyük bir kazanımın mutluluğunu yaşıyor. Tarımsal ürün noktasında Türkiye'nin yüz akı olan Malatya kayısısı yapılacak bir anlaşma ile önümüzdeki günlerden itibaren Türk Hava Yolları'nın yurt içi ve yurt dışı uçuşlarında yolculara ikram edilecek.Malatya kayısısının yerli ve yabancı yolcularla buluşmasının sadece Malatya adına değil, Türkiye'nin tanıtımına da büyük bir katkı sunacağını belirten Türk Hava Yolları Genel Müdürü Temel Kotil, Malatya Oda

zenginlikte olabildiği ölçüde yaralanıyoruz.

-Türk Hava Yolları'nın Dünya arenasındaki bugün ki konumunu ve hedeflerini nasıl değerlendiriyorsunuz?

-Türk Hava Yolları, son yılarda havacılık sektöründeki daralma ve küçülme trendininin aksine bir büyüme trendi yakalamıştır. Örneğin geçtiğimi yıl (2011) Türk Hava Yolları açısından başarılı bir yıl olmuştur. Yolcu sayımız yüzde 17 civarında bir artışla 32,6 milyona ulaşmıştır. Hat sayındaki artış ile dünyanın en geniş 7. uçuş ağına sahip havayolu şirketi olduk. 2011'de 20 yeni hat açtık. Uçak sayımız 179'a çıktı. Havacılık sektörünün Oskarı sayılan Skytrax tarafından "Avrupa'nın En İyi Havayolu" seçildik.
2012'de benzer başarılarımız devam ediyor. Şu ana kadar 17 yeni hat açtık, yıl sonuna kadar 16 hat daha açacağız. Yolcu sayımız artmaya devam ediyor. Uçak sayımız 186'ya çıktı. Uçuş yaptığımız nokta sayısı 200 oldu. Kısaca 2011 gibi 2012'nin de bizim açımızdan iyi sonuçlanacağını düşünüyorum. Türk Hava Yolları olarak hedefimiz dünyanın en iyi 10 hava yolundan biri olmak. Küresel marka gücümüzü perçinlemek ve Avrupa'nın da en iyisi olmak. Bunu başarabileceğimize inanıyoruz.

-Bugün ekonomisi hızla büyüyen Malatya barındırdığı taşımacılık potansiyeli ile THY için ne anlam ifade ediyor?

-Malatya Türkiye'nin ticari, kültürel ve sosyal açıdan en gelişmiş illerinden birisi. Türk Hava Yolları olarak Malatya'dan İstanbul'a günde 2, Ankara'ya ise 1 uçuş gerçekleştiriyoruz.
Biz Malatya'nın potansiyelinin daha fazla olduğunu düşünüyoruz. Bunu harakete geçirmek için bazı çalışmalarımız var.
-Malatya ekonomisi için önem arz eden kayısının THY'de yolculara ikram edilmesi gündemde. 80'den fazla ülkeye ihraç edilen kayısının THY'de yolcularla buluşacak olmasını nasıl değerlendiriyorsunuz?

-Türkiye'nin küresel bir markası olan Türk Hava Yolları'nın dünyanın 200'e yakın noktasına Türkiye'den kültürel, doğal ürünler sunması kadar doğal ne olabilir. Bu ürünler aynı zamanda Türkiye'nin tanıtımı içinde bir fırsat. Malatya gibi kayısısıyla ünlü bir şehrimizin bu güzel ürününü yolcularımızla buluşturmamız bizim için tabi ki bir gurur ve övünç kaynağı. Bunu sağladığımız için gururluyuz.

TEMEL KOTİL KİMDİR

1959 yılında Rize'de doğdum. İstanbul Teknik Üniversitesi (İTÜ) Uçak Mühendisliği bölümünden 1983'te mezun oldum. 1986'da ABD'de Michigan Üniversitesi'nin "Uçak Mühendisliği" bölümünde yüksek lisans, ardından 1987'de de aynı üniversitede Makine Mühendisliği dalında ikinci yüksek lisansımı yaptım. 1991'de de yine Michigan Üniversitesinde "Makine Mühendisliği" bölümünde doktoramı tamamladım. 1991-93 yılları arasında İTÜ Uçak ve Uzay Bilimleri Fakültesinde Havacılık ve İleri Kompozit Laboratuarlarının kuruculuğu ve yöneticiliğini yaptım. İTÜ Uçak ve Uzay Bilimleri Fakültesinde Yardımcı Doçent ve Doçent olarak hizmet ettikten sonra aynı fakültede Bölüm Başkan Yardımcılığı ve 1993–94 yıllarında da Fakülte Dekan yardımcılığı görevlerinde bulundum.
Daha sonraki yıllarda İstanbul Büyükşehir Belediyesi Araştırma, Planlama ve Koordinasyon Daire Başkanı olarak görev yaptım. 2001 yılında ABD'de Illinois Üniversitesinde misafir profesör olarak çalıştım.

2003 yılında Türk Hava Yolları'nda Teknik Genel Müdür Yardımcısı olarak göreve başladım. 2005 yılından bu yana da Genel Müdürlük görevini yürütüyorum.

Dergisi'ne çok özel açıklamalarda bulundu.
Türkiye'nin doğal ürünlerinin tanıtılmasının Türkiye'nin tanıtımı için de bir fırsat olduğunu belirten Kotil,"Türkiye'nin küresel bir markası olan Türk Hava Yolları'nın dünyanın 200'e yakın noktasına Türkiye'den kültürel, doğal ürünler sunması kadar doğal ne olabilir. Bu ürünler aynı zamanda Türkiye'nin tanıtımı içinde bir fırsat. Malatya gibi kayısısıyla ünlü bir şehrimizin bu güzel ürününü yolcularımızla buluşturmamız bizim için tabi ki bir gurur ve övünç kaynağı. Bunu sağladığımız için gururluyuz" ifadesini kullandı.

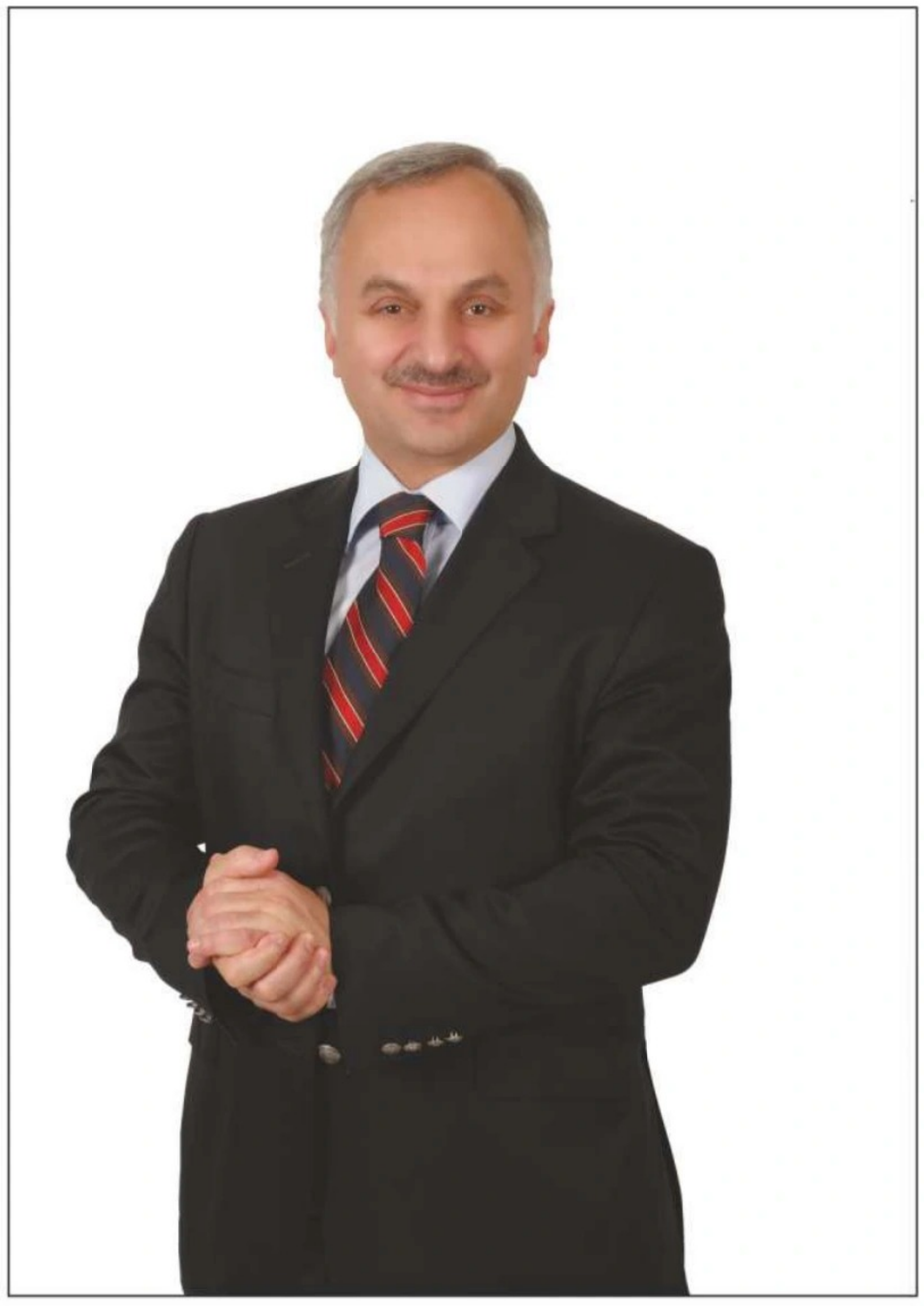
Malatya'nın sosyo-ekonomik açıdan çok daha ciddi bir potansiyele sahip olduğunu belirten Kotil, "Malatya Türkiye'nin ticari, kültürel ve sosyal açıdan en gelişmiş illerinden birisi. Türk Hava Yolları olarak Malatya'dan İstanbul'a günde 2, Ankara'ya ise 1 uçuş gerçekleştiriyoruz.
Biz Malatya'nın potansiyelinin daha fazla olduğunu düşünüyoruz. Bunu harekete geçirmek için bazı çalışmalarımız var" dedi.

Türk Hava Yolları Genel Müdürü Temel Kotil Türk Hava Yolları'nın son yıllardaki atağından Kayısıya, Malatya Oda Dergisi'nin sorularını yanıtladı.

-Hızlı bir kalkınma trendi yakalayan Türkiye'nin bu dinamiği oluşturmasında Türk Hava Yolları'nın katkısı şüphe yok ki tartışılmaz. Daha önce "Seçkinlerin" kurumu olarak algılanırken, "Halkın" kurumuna dönüşüm süreci size göre tamamlandı mı? Bu dönüşüm sürecinin ekonomik ve sosyolojik yansımalarını nasıl değerlendiriyorsunuz?

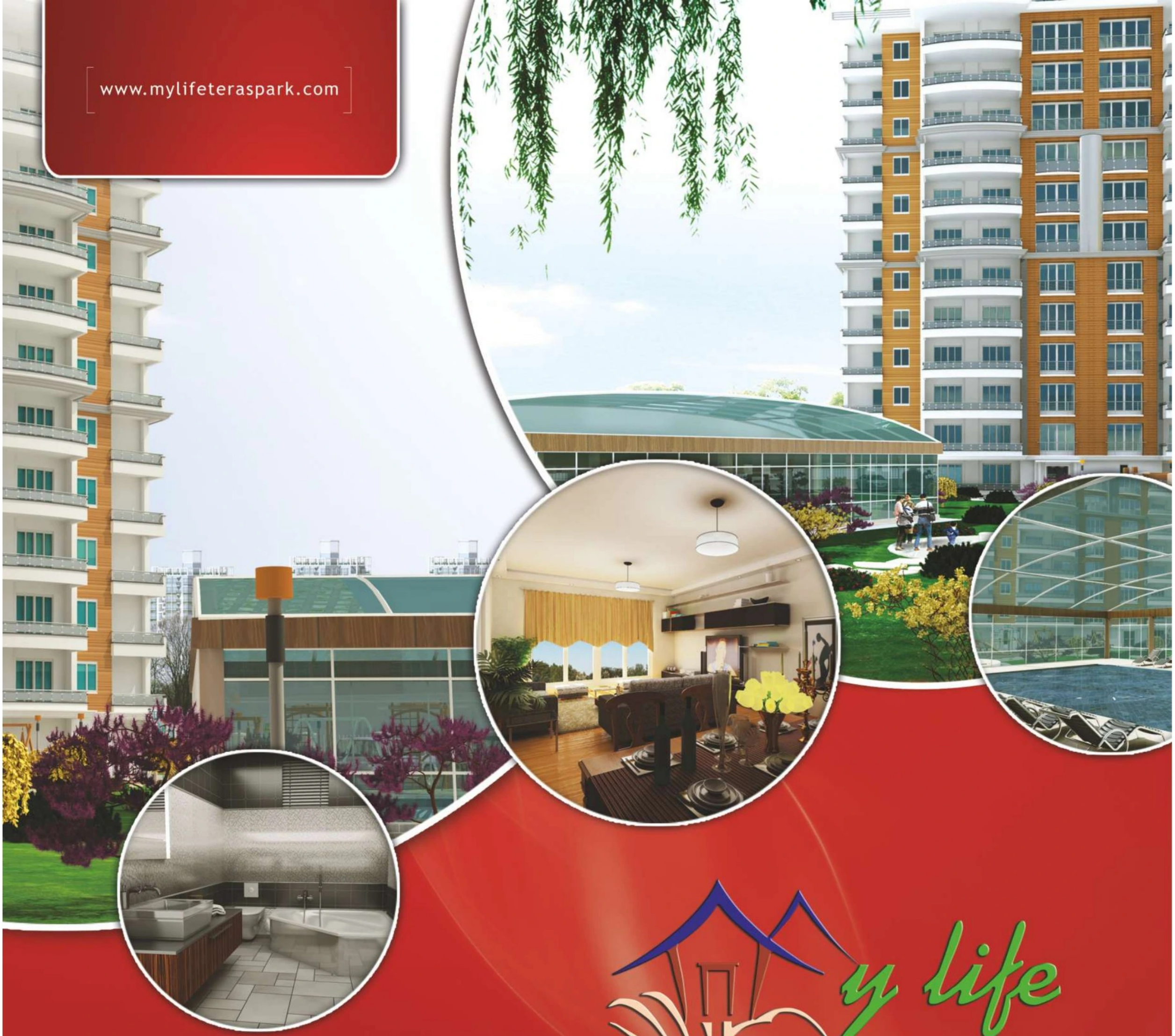
-İfade ettiğiniz gibi, havayolu kullanımı 10 sene önceye kadar ancak belli bir toplumsal grup tarafından kullanılıyordu. Şimdi havayolu artık "halkın yolu" oldu. Bunda hükümetin izlediği ulaşım politikasının önemli rolü vardır. 2003 yılına kadar havayolu ulaşımı bir anlamda devlet tekili altındaydı. 2003 sonunda özelleşme ile birlikte farklı havayolu şirketleri pazara girdi. Bu süreç Türk Hava Yolları'nın müşteri sayısını azaltmadı. Tam tersine daha fazla yolcu taşımaya başladık. Bunda yeni açılan hatlar kadar, serbest piyasanın getirdiği rekabetin önemli etkisi oldu.
Havayolu taşımacılığının serbest bırakılması ile sektöre gelen rekabet halka yansızdı ve sivil havacılık son 7-8 sene içinde büyüdü. Bu süreçte Türk ekonominsin gelişmesi havayolu kullanımını arttırdı. Eskiden "lüks" olarak algılanan havayolu ulaşımı hem hızlı hem güvenli bir ulaşım yolu oldu. Toplumda havayolu kullanan insanların artması toplumun değişmesi, kendine güvenmesi ve güçlenmesi açsından da çok önemli sonuçlar yarattı.

-Özellikle Doğu ve Güneydoğu Anadolu başta olmak üzere Anadolu'nun iç kesimlerinde Türk Hava Yolları sadece bir uçuş firmasından ziyade bir "KÜLTÜR ÖĞESİ" olarak algılanıyor. Örneğin, Anadolu'nun kültürel öğelerini THY kendisi ile bütünleştiriyor. Kurum dünyaya açılımda da bu kültür öğelerini kullanıyor. Bu pencereden baktığınızda THY'nin Anadolu'nun bu yakası ile ilgili bakış açısını nasıl değerlendiriyorsunuz?



-Türkiyeli bir şirket olarak Türk Hava Yolları son yıllarda yaptığı yatırım, büyüme stratejisi ile küresel bir marka oldu. Bugün 200'yakın uçağı ile dünyanın 200'den fazla noktasına uçuyoruz. İfade ettim, biz bir Türk şirketiyiz ve küresel marka olma gücümüzü bu özelliğimizle kazandık. Doğal olarak bu yolculukta yerel değerlerimizi, kültürel öğelerimizi Türk Hava Yolları bünyesine ne kadar katabilirsek Türkiye'nin tanıtımına da o kadar katkıda bulunabiliriz diye düşündük. Anadolu zengin ve binlerce yıllık tarihi olan bir coğrafya. Bu coğrafyadaki zenginlikleri dünyaya ne kadar taşıyabilirsek Türkiye'ye, Türkiye'nin tanıtımını da o kadar katkıda bulunabiliriz diye düşünüyoruz. Bugün Türk Hava Yolları'nın pek çok hizmetinde, ürününde, servisinde Anadolu'nun zenginliğini, güzelliğini görebilirsiniz. Anadolu bizim için de bir zenginliktir ve biz de bu

www.mylifeteraspark.com



my life

TERASPARK
KONUTLARI

AK&TO
İNŞAAT-TAHAHHÜT-ENERJİ
TİC. VE SAN. A.Ş.

Malatya Yeşilyurt Yolu Üzeri
Meyvecilik Araştırma
Enstitüsü Yanı
Tel : 0422 322 40 13
Gsm: 0532 311 44 27

www.aktoinsaat.com

YER ALTI VE ÜSTÜ ZENGİNLİKLERİYLE FAS TÜRK İŞ ADAMLARINI BEKLİYOR

Dünyanın en büyük fosfat yataklarına sahip olan Fas, ekonomisini tarım, imalat, balıkçılık ve turizm sektörü gelirleri ve dış ülkelerde çalışan Faslıların ülkeye getirdikleri dövizlerle ayakta tutmaktadır.

1980'li yıllardan itibaren Fas, IMF ve Dünya Bankası ile işbirliği içinde başarılı bir ekonomik reform sürecine girmiş, bu çerçevede, dış ticaret rejiminin liberalleştirilmesi, yeni yatırım kanunu, özelleştirme programı ve bankacılık sisteminin iyileştirilmesine gidilmiştir. Fas ekonomisinin son 10 yılda tarım ve fosfat sektörlerine olan bağımlılığı azalarak imalat ve hizmet sektörlerinin GSYH'daki payları artmıştır. Ancak, tarım sektörü halen GSYH'nın %10'una tekabül etmektedir. GSYH, tarım sektörünün performansına göre yıllar itibariyla değişkenlik göstermektedir.

2005 yılında tarım sektöründeki küçülmeye bağlı olarak ekonomik büyüme %2,2 oranında gerçekleşmiştir. 2006 yılında ise tarım sektöründeki iyileşmeye paralel olarak ekonomik büyüme %7,8'e yükselmiştir. 2007 yılında ekonomik büyüme oranı kuraklığın da etkisiyle %3,2'ye düşmüştür. 2008 yılında büyüme %6,2 oranında gerçekleşmiş, 2009'da 4,9'a gerilemiştir. 2010'da Fas ekonomisinin %3,2 oranında büyüdüğü tahmin edilmektedir.

Hükümetin önceliği gayri resmi verilere göre %23 civarında seyreden işsizlik oranını düşürmek ve ekonomik durgunluğa bağlı olarak artan fakirliği azaltmaktır.

Resmi adı:	Fas Krallığı
Yönetim Şekli	Anayasal Monarşi
Devlet Başkanı	Kral VI.Muhammed
Yüzölçümü	446,550 km²
Nüfusu	31, 968, 361 (Temmuz 2011 tahmini)
Okuma yazma oran ı	%52,3
İklim	Akdeniz
Konuşulan Diller	Arapça, Fransızca, Berberi
Başlıca Şehirler	Rabat, Kazablanka, Fes, Marakeş
Para Birimi	Fas Dirhemi (MAD)
Zaman Dilimi	GMT+0
Kur:	1 ABD Doları = 8.3619 MAD

TEKSTİL VE HAZIR GİYİM

Tekstil ve hazır giyim sektörü Fas ekonomisi içinde stratejik öneme sahip bir sektördür. İmalat sanayi içinde toplam işgücünün yüzde 44'ünü (206 bin kişi) istihdam eden yaklaşık 1500 işletme ile bu sektör;

GSYİH'nin yüzde 5'ini,
Sanayi sektörü üretiminin yüzde 12'sini,
Sınai katma değerin yüzde 16'sını,
İhracatın yüzde 24'ünü,
Yatırımların yüzde 10'unu temsil etmektedir.

Üretim içinde, iş gücünün daha yoğun olduğu hazır giyimin payı 979 işletme ile tekstil sektörüne göre daha ön plandadır. Hazır giyim imalatında gömlekten, erkek takım elbisesine, etekten tişörte kadar değişik ürünler yabancı yatırımcı ile birlikte fason olarak veya doğrudan faslı firmalarca gerçekleştirilmektedir. Ancak en önemli üretim faaliyeti blucin ve spor giyim

imalatıdır. Genel olarak bakıldığında ülkenin iplik, kumaş ve benzeri mensucat ürünlerini hammadde ve ara mamul olarak ithal edip hazır giyim mamulü olarak ihraç etme üzerine dayalı bir modeli benimsediği görülmektedir.

Bu nedenle tekstil ve hazır giyim sektörü ülke dış ticareti içinde önemli bir paya sahiptir. Sektör ihracatının yüzde 70'i hazır giyim, yüzde 26'sı mensucat mamulleri, kalan yüzde 4'ünü de diğer temel tekstil maddeleri oluşturmaktadır.

YATIRIM ORTAMI

Fas Hükümeti, ülkeye yabancı sermaye çekmek üzere yatırım ortamının iyileştirilmesine yönelik adımlar atmaktadır. 1995 tarihli Yatırım Kanunu'na göre yerel ve yabancı yatırımcı eşit haklara sahiptir. Sözkonusu Kanuna göre yabancı yatırımcı tütün ve fosfat sektörleri dışında her sektöre yatırım yapabilmektedir. Kanunla birlikte hukuki uygulamalar çerçevesinde, bürokratik işlemler azaltılmış olmasına rağmen bürokrasi halen yatırımcının önündeki en önemli engel olarak görülmektedir. Yurtdışına para transferi konusunda ise hiçbir kısıtlama bulunmayan Fas'ta asgari ücret 165 dolardır. Ülkedeki belli başlı yabancı yatırımcılar Goodyear, Procter & Gamble, Coca-Cola, Kraft Foods, Renault, Bouygues, Pechiney ve Hoechst olarak sıralanabilir. Bunların yanısıra son yıllarda Fas'ta yatırım yapan firmalar arasında TV montaj tesisi ile Güney Koreli Daewoo, elektronik alanında Fransa-İtalyan ortaklığı SGS Thomson, Microsoft, Oracle, Compaq, HP ve İngiltere menşeli Glaxo Smith Kline Firması yer almaktadır.

2002 Ağustos ayından bu yana; Fas'ın farklı yörelerinin geliştirilmesi ve yatırımların teşviki amacıyla, şirket kuruluşlarında idari prosedürlerin sadeleştirilmesi görevini de üstlenen "Bölgesel Yatırım Merkezleri" hayata geçirilmiştir.

Ülkedeki yabancı sermayenin ülkelere göre dağılımına bakıldığında Fransa birinci sırada yer alırken, bunu sırasıyla İspanya, ABD ve Almanya takip etmektedir.

Ofis Kurma İşlemleri;

Ofis kurmak için Bölgesel Yatırım Ofislerine başvurulması gerekmektedir. Ofis kuruluşunda başvuru formu doldurulması, pasaport veya kimlik ve 16 Dolarlık bir ödeme ile başvurduktan sonra bir hafta içinde sertifika alınması gerekmektedir. Sözkonusu sertifika alındıktan sonra Ticari Sicil'den bir kayıt belgesi, mali tablo ve sosyal sigortalar kurumu'na bir başvuru formu verildikten sonra ofis kurulabilmektedir.

DIŞ TİCARET

2010 yılında Türkiye'nin Fas'a ihracatı bir önceki yıla nazaran %3,9 oranında

artışla 624 milyon dolar olarak gerçekleşirken ithalatı %70 oranında artışla 396 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir.
Fas'a ihracatımızda başlıca maddeler demir-çelik, motorlu kara taşıtları, makine ve cihazlar, pamuk ve pamuk ipliği, örme eşya, elektrikli makine ve cihazlar olurken, ithalatımızda ise inorganik kimyasallar, motorlu kara taşıtları, odun hamuru, örülmemiş giyim eşyası başlıca maddeler olmuştur.

TÜRK –FAS İŞ KONSEYİ

Muhatap Kuruluş : Fas Firmalar Konfederasyonu
Türk Tarafı Başkanı : Banu Anıl
Firma ve Ünvanı : Koçlu & Antonetti Hukuk Bürosu, Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı
Karşı Kanat Başkanı : Abdelhak El Khettar
Firma ve Ünvanı : Mac İnternational Başkanı

İş Konseyi, Fas ile Serbest Ticaret Anlaşması imzalanmasının öncesi ve sonrasında Türk firmalarının Fas'a yönelik ihracat ve yatırımlarının artırılması yönünde desteklerini sürdürmektedir.

EKONOMİK İLİŞKİLERİN GELİŞTİRİLMESİNE DAİR GÖRÜŞLER

Öncelikle elektronik, kimya / ilaç, yarımamul tekstil ürünleri, demir-çelik, çimento, tarımsal-gıda, makine, oto yan sanayi, inşaat malzemeleri gibi sektörler ülkede Türk firmaları için önemli ticaret imkanları sunmaktadır. Ayrıca Fas'ın Gabon, Sudan gibi bazı Afrika ülkeleri ile tercihli ticaret anlaşmaları bulunmaktadır ve Fas Eximbank'ı SMAEX bu ülkelere yönelik ihracatın % 75'ini sigortalamaktadır. Bu itibarla iki ülke arasında ticaretin yanısıra sınai işbirliğinin de teşvik edilmesinde yarar görülmektedir.

Bu çerçevede, Türk firmalarının Faslı firmalar ile kuracakları ortaklıklar sayesinde bu imkandan da yararlanmaları sözkonusudur. Bu tür ortaklıklar aynı zamanda Türk firmalarına pazarı yerinde izleme ve böylece Fransız, İtalyan, İspanyol ve Portekizli firmalar ile daha rahat rekabet edebilme imkanı verecektir.

Fas'da halihazırda toplu konut projeleri Türk taahhüt firmaları açısından önem arzedebilecek fırsatlardır. Fas'ta taahhüt alanında karlı bir diğer konu da çok teşvik sağlanması nedeniyle turizm projeleridir. Fas'da devlet projelerinden çok, özel yatırımlar ve imtiyaz projeleri firmalar açısından fırsatlar sunmaktadır. Özellikle şehirlerin su, elektrik dağıtım, çöp yönetim konularının özelleştirilmesi yönünde ihaleler açılmaktadır.

İki ülke arasında doğrudan deniz taşımacılığının olmaması navlun fiyatlarını ve sevkıyat süresini yukarı çekmektedir. Bu çerçevede, doğrudan deniz hattının kurulması yolunda girişimde bulunulmasının ticaret hacmini arttırıcı bir rol oynayacağı düşünülmektedir. Öte yandan Fas ile gemi inşa, bakım onarım gemi sökümü, makine teçhizat konularında işbirliği firmalarımız için iyi bir fırsat olarak görülmektedir.

İnşaat demiri sevkıyatlarında malzemelerden limanda numune alınması ve bunların teste gönderilmesi gerekmekte olup test sonuçlarına göre malzemelerin Fas'a girişine onay verilmekte, söz konusu test sonuçlarının gelişi uzun sürebildiğinden malzemelerin limanda bekletilmesi yüksek ardiye maliyetlerine yol açmakta, ihracatçı firmalarımız da gerek malzemelerin red riskinden gerekse yüksek ardiye maliyetlerinden dolayı inşaat demiri sevkıyatlarına yanaşamamaktadır.

Faydalı Olabilecek Internet Adresleri:

Fas Gümrükler İdaresi:
http://www.douane.gov.ma/web/guest
Fas Yatırım İdaresi
Fas Kamu İhaleleri
Sitesi:www.marchespublics.ma
Fas Yatırım Geliştirme Ajansı (AMDI):
www.invest.gov.ma
Fas Firmalar Konfederasyonu:
www.cgem.ma

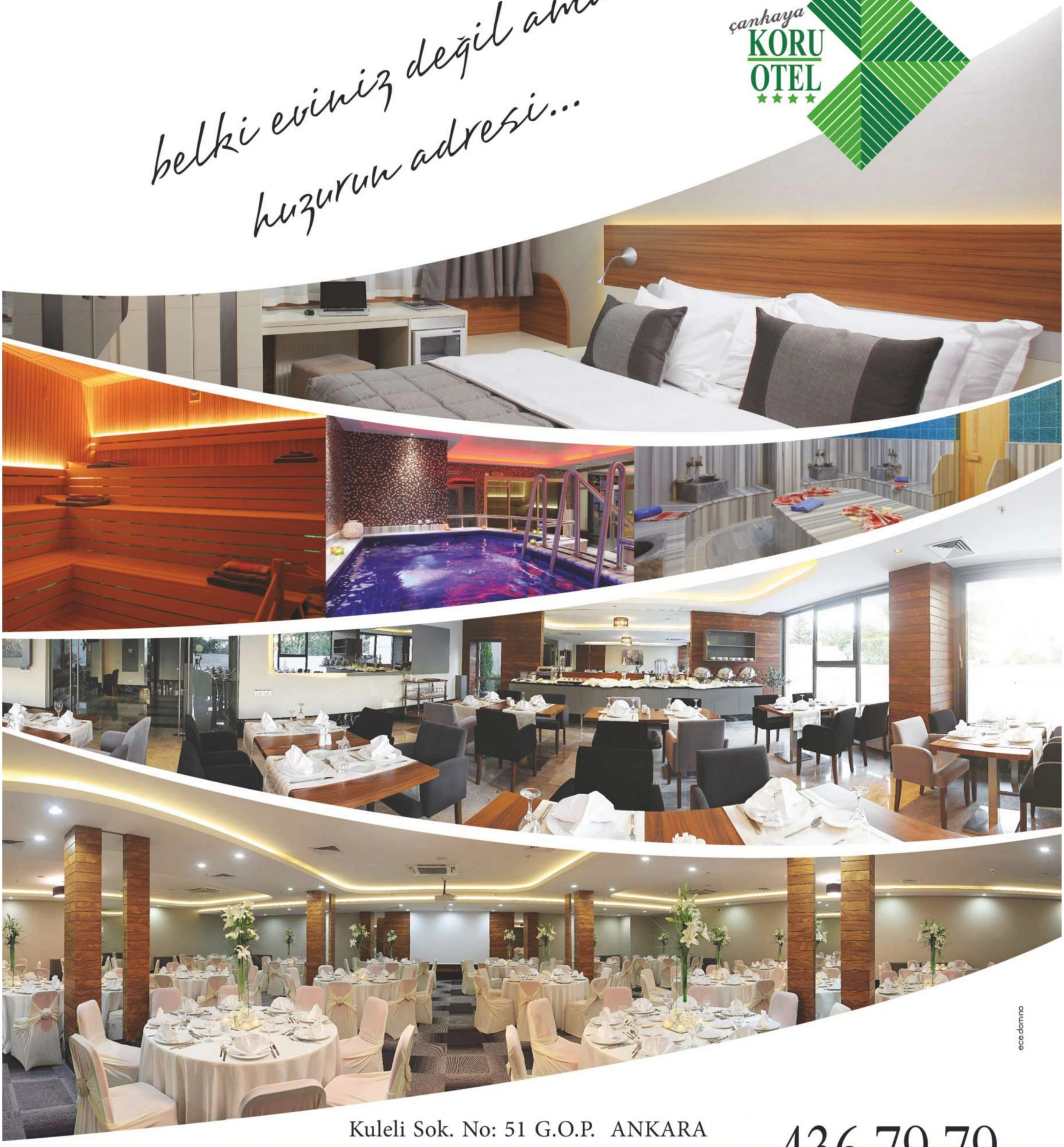
Faydalı Adresler:

T.C. Rabat Büyükelçiliği
Büyükelçi Tunç Üğdül
Tel: :+212 537 66 15 22
Faks: 212 537 66 04 76
E-mail: ambassade.rabat@mfa.gov.tr

çankaya KORU OTEL ★★★★

belki eviniz değil ama

huzurun adresi...



ece domino

Kuleli Sok. No: 51 G.O.P. ANKARA

www.koruhotel.com.tr (0312) 436 79 79

İŞTE VATANDAŞIN MALATYA KARNESİ

Stratejik Yerel Yönetişim Projesi kapsamında Vatandaş Karnesi çalışmasının uygulandığı altı ilden birisi de Malatya.. Vatandaş Karnesi çalışması için Malatya Valiliği, Malatya Belediyesi, İnönü Üniversitesi ve Malatya Kent Konseyi ortaklığında yapılan çalışma ile Malatya'da kamu hizmetlerinin performansının ölçüldüğü "Vatandaş Karnesi" açıklandı.

Buna göre, vatandaşlar kentte en çok sağlık, acil sağlık ve güvenlik hizmetlerinden memnun. Tesadüfi örneklemle kentteki 2 bin hanede 18 yaş üstü vatandaşlarla yapılan çalışmanın sonuçlarına göre, vatandaşlar, sağlık hizmetlerine 100 puan üzerinden 78, acil sağlık hizmetlerine 74 ve güvenlik ve asayiş hizmetlerine 73, eğitim hizmetleriyle mezarlık ve cenaze hizmetlerine de 71'er karne notu verdi. Vatandaşların en düşük karne notu verdiği 5 hizmet ise imar, iskan ve ruhsat hizmetleri, kentsel dönüşüm çalışmaları, hava kirliliğiyle mücadele, gürültü kirliliğiyle mücadele ve otopark olarak sıralandı.

Çalışma sosyo-ekonomik durum ve yaşam kalitesi konusunda çeşitli veriler sağlıyor.

Buna göre Genel sağlık sigortası primlerinin devlet tarafından ödenmesi için belirlenen limit olan kişi başı gelirin 290 TL ankette bir yoksulluk göstergesi olarak alındı. Malatya'da kişi başı geliri 290 TL'nin altında olan hane oranı %47 olarak belirlendi.

Ankete göre Malatya'da hanehalkı ortalama geliri ise 1.330 TL..

Bölgeler bazında ele alındığında ise en yüksek hanehalkı ortalama geliri 1.863 TL ile 14.Bölge(Şeyh Bayram Mahallesi; en düşük hanehalkı ortalama gelir ise 803 TL) ile 8.Bölge (Beydağ ve Yamaç Mahalleleri) oldu. Hanelerin %66'sı hanelerinde yaşayanlara ait otomobil, %40'ı ev olmadığını belirtiyor, Ankete göre işsizlik oranı %20. Ankette halkın %14'ü' Malatya'nın çocuk büyük büyütmek için iyi bir şehir olmadığını, %14'ü yaşlılık dönemini geçirmek için iyi bir şehir olmadığını, %26'sı engellilerin rahat edebilecekleri bir şehir olmadığını düşünüyor. Buna karşılık halkın %81'i Malatya'da yaşamaktan memnun olduğunu belirtiyor.

KENTİN EN ÖNEMLİ 3 SORUNU…

Malatyalıların %19'u yaşadıkları mahalleyi güvenli bulmuyor. Vatandaşlar açık uçlu olarak sorulan kentin en önemli sorunları konusunda ilk üç sırayı trafik-ulaşım, yol kaldırım bakım ve altyapı-kanalizasyon konularına verirken mahallelerinin en önemli sorunları ile ilgili ilk üç sırada yol kaldırım bakım, park-bahçe-yeşil alan ve çöp ve temizlik ilgili sorunları dile getirdi.

Ankete katılanların %61'i son bir yıl içinde aile hekimine; %67'si devlet hastanesine; %17'si üniversite hastanesine; %39'u da özel hastaneye başvurduğunu belirtiyor. Aile hekimine başvuranların %8'si doktorun güven vermediğini ifade ediyor.

EĞİTİMDE ENDİŞELER VAR

Hanelerin %42'sinde devlet okulunda ilköğretim; %30'unda ortaöğretim kurumlarına giden öğrenci bulunuyor. İlk ve ortaöğretimde çocuğu olan hanelerin okullardaki eğitim hizmetleriyle belirttikleri sorunların başında öğretmenlerin sık değişmesi geliyor. Bu görüşe katılan velilerin oranı ilköğretimde %60 ortaöğretimde %48. Dikkate değer başka bir oran ise sınıfların kalabalık olması. Devlete ait ilköğretim kurumlarında öğrencisi bulunan hanelerin %51'i; ortaöğretim kurumlarında öğrencisi bulunan hanelerin ise %34'u derslerin boş geçmesinin çok olduğunu belirtiyor. Ayrıca ortaöğretim ile ilgili dile getirilen önemli sorunlardan biri de okulların ısınması .Bu konuda olumsuz görüş bildiren velilerin oranı %73. Okulda çocukları geleceğe hazırlayan iyi bir eğitim verilmediğini düşünenler ilköğretim için %23, ortaöğretim için %25.

TOPLU TAŞIMA KULLANMAYAN VAR!

Malatyalılar'ın %51'i 5 dk. veya daha kısa sürede bir toplu taşıma aracına eriştiklerini belirtirken, %34'ü son bir yıl içinde toplu taşıma araçlarını nadiren veya hiç kullanmadıklarını belirtiyor. Bu grubun %28'i her güzergâha yeterli araç bulunmadığını ifade ediyor. Toplu taşıma araçları ile ilgili Malatyalılar'ın en çok şikâyet ettikleri konuların başında fiyatların makul olmaması (otobüsler için %61, dolmuşlar için %56) ve araçların kalabalık olması (otobüsler için %68, dolmuşlar için %67) geliyor. %50'ye yakın veya üzerinde memnuniyetsizlik belirtilen diğer konularda ise sonuçlar şöyle: Cevap verenlerin %51'i otobüsler için, %46'sı dolmuşlar için araca binmek için çok beklemek zorunda kaldığını belirtiyor.%47'si otobüslerde %55'i de dolmuşlarda kendini güvende hissetmediğini belirtiyor. Otobüslerin dolmuşlardan kalite konusunda en çok farklılaştığı konu araçların temiz ve düzenli olması yatıyor. Malatyalıların %35'i dolmuşları temiz ve düzenli bulmazken bu oran otobüsler için %15.

"KALDIRIMLARI ARAÇLAR İŞGAL EDİYOR"

Malatyalılar'ın cadde ve sokaklardaki yol kaldırım hizmetleri ile ilgili olarak şikâyet ettikleri konuların başında araç yolu üzerinde tamir gerektiren çukur, kırık ve benzeri hasarların bulunması geliyor. (%78). Görüşülen hanelerin %68'i yaya yollarının park eden araçlar yüzünden işgal edildiği ifadesine katılıyor. Halkın %52'si kaldırımlarda engelli, yaşlı ve bebek arabalarının kullanabilecekleri uygun rampa düzenlemeleri olmadığını belirtiyor. Malatyalıların %7'si musluktan akan suyu içmediğini belirtiyor. Hanelerin %40'ı musluktan kullandıkları suyun tadında, %44'ü kokusunda, %37'si renginde sorun olduğu belirtmektedir. Hanelerin %41'i suların ayda 1-2 kez ya da daha sık kesildiğini belirtmektedir. Bunun yanı sıra haneleri %60'ı su kesintilerinden önceden haberdar olamadığını belirtiyor.

Hanelerin %55'i elektriklerinin ayda 1-2 kere veya daha sık kesildiğini, %32'si ise sokağındaki aydınlatmanın yetersiz olduğunu belirtmektedir. %71 ise elektrik kesintilerinden önceden haberdar olamadıklarını kaydediyor.

Temizlik ve çevre sağlığı konusu ile ilgili olarak hanelerin %51'i sokağında sivrisinek, sinek sorunu olduğunu, %55'i mahallesinde rahatsızlık yaratan başıboş hayvan olduğunu, %57'si çöpler alındıktan sonra etrafının temizlenmediğini, kirli bırakıldığını ifade ediyor.

PARK VE YEŞİL ALAN YETERSİZ

Mahallelerinde yeterli büyüklük ve sayıda park olmadığını belirten hanelerin oranı %63 ve yeterli yeşil alan olmadığını paylaşan hanelerin oranı %66.. Hanelerin %31'i evinin yakınındaki park olduğunu ve kullandığını, %29'u ise evinin yakınında park olduğunu ama kullanmadığını belirtiyor. Parkları kullananların % 46'sı parkın güvenli olmadığını, %42'si park mobilyalarının yeterli olmadığını ifade ediyor.

FIRAT'IN KENARINDA 5 BİN YIL ÖNCE TİCARET VARDI

Her yıl yapılan kazılarla Arslantepe herkesi şaşırtıyor. Bugüne kadar yapılan Kazılarda MÖ 3.600-3.500 yıllarından bir tapınak, MÖ 3.300-3.000 yıllarından bir saray, çok sayıda mühür ve ustalıkla yapılmış madeni eşyalar bulundu. Tüm bu buluntular o tarihlerde yerleşimin, aristokratik siyasi, dini ve kültürel ve ticari bir merkez olduğunu gösteriyor. Uzmanlara göre Anadolu'da ilk ticaret merkezinin de burası olduğu yolunda kesine yakın ifadeler kullanılıyor. Öyle ki daha yazı icat edilmeden siyasi, ekonomik ve sosyal hayat yönelik uygulanan sistem herkesi şaşkına çevirmeye yetiyor.

Arslantepe'da bugüne kadar yapılan kazılarda tam 6 bin adet mühürün bulunması, bu bölgenin İlkler noktasında önemli kalıntılara sahip olduğunu bir kez daha ortaya çıkardı. Fırat'ın doğu kıyısı ve modern kent arasındaki verimli bir vaha görünümündeki Orduzu beldesinde görkemli bir tarih hazinesi gibi yükselir. Binlerce yıllık süreç içinde gelişen yerleşmeler, yaklaşık 40m yüksekliğinde ve toplam 4 hektarlık bir alanda geçmişi aydınlatan bir arşiv gibi üst üste tabakalanmıştır.

Höyük adını 18.yy gezginleri tarafından keşfedilen Geç Hitit dönemi aslan heykellerinden almıştır. Kazılar ilk olarak 1930'lu yıllarda Fransız araştırmacılarla başladıktan sonra 1961 yılından bu yana İtalyan arkeologlar tarafından sürdürülmekte. İtalyan arkeologlar Salvatore M.Pugliesi ve Alba Palmieri ile başlayan kazı heyecanı günümüzde Marcella Frangipani'nin çalışmalarıyla tüm canlılığını korumakta.

İlk kent ve devlet

Roma La Sapienza Üniversitesi profesörü Marcella Frangipa'nin kazıları, özellikle de "kent"in ve ilk "devlet" organizasyonunun ortaya çıktığı dönemde oynadığı kilit rolü ortaya koydu. Arslantepe yerleşmesi, IV.bin yılda devlet öncesi ve Yakındoğu'daki kentleşme sürecini yansıtan önemli merkezlerden biridir.

Tarihi an

7 Ekim gününün coşkusu hala taptaze: "Yıkılmış duvarların altından yine başka yıkıntılar çıkıyordu. İlk başta kazının diğer günlerde olduğu gibi "olağan" bir şekilde süreceğini sanmıştık. Oysa bir müddet sonra peş peşe üç kılıç ve son olarak da sapı gümüş işlemeli olanı ve mızrakları bulduk. Olağanüstü işçilik gösteren tam 12 mızrak! "

Frangipani'nin bulduğu kılıçlar Tunç Çağı'nın en eski kanıtlarından biri. "İ.Ö. 3350-3000 yıllarına ait bu kılıçlar, savaşa yönelik geliştirilmiş metalürjinin dünya çapındaki en eski örnekleri. "Anadolu'nun kaderini değiştiren teknolojik bilgiler Kafkasya üzerinden gelmiş" diyor Frangipani.

Ve bu önemli buluntulardan tam 20 yıl sonra bir de kral mezarı bulunuyor Arslantepe'de. Mezarın içinde gömülü olan beş iskelet adeta bir detektiflik araştırması gibi incelendikten sonra mezarın ortasındaki çukurdaki taçlı iskeletin kral olduğu anlaşıldı. Kral, omuzlarının etrafında vazolar ve 65 metal objeyle birlikte gömülmüş.

Diri diri gömülme

Diğer iskeletler genç bir erkeğe, bir genç kıza ve iki küçük kız çocuğuna ait. Bu iskeletler belki de bir kurban geleneği veyahut da yabancı bir kralla birlikte soyunun yok edilmesi çabasını yansıtıyor olabilir. Çünkü analiz raporları iki gencin diri diri gömüldüklerini ve genç kızın ölümünden birkaç gün önce travma ve kanama geçirdiğini göstermekte.

Arslantepe kazılarıyla ortaya çıkarılan buluntular dendroloji, paleobotanik ve arkeozooloji gibi bilim dallarının ortak çabalarıyla aydınlatılmakta. Kuzu ve domuz eti yiyen Arslantepeliler, erkek domuzları fazla büyümeden keserken, dişilerini yavrulamaya bırakıyorlardı. Kim bilir yemekte neşelenmek için şarap bile içmişlerdi. Kazılarda bulunan kültüre alınmış asma kalıntıları İ.Ö.3000 yıllarına ait.

İlk küreselleşme olgusu

Kentin kuruluşunu, ilk heykelleri, bin yıllık evreleri, İ.Ö.3000-2700 yılları arasındaki göçleri ve yıkımları teker teker canlandırıyor. Açıklamalar ve krokiler, yerleşmenin daha sonra güç sahibi rahiplerin monopolü "Sancta Sanctorum'a" dönüştüğünü gösteriyor.

Arslantepe buluntularını değerlendiren Frangipani, dünyadaki ilk küreselleşme olgusunun kapitalizmle değil, dominant ekonomilerin ve politik sınıfların yok edilmesiyle doğduğuna inanıyor.

Elde edilen güçle birlikte daha fazla yayılma ihtiyacı doğuyordu. Kişiyi gösterişli gösteren lüks malların elde edilmesi için kurulan ekonomik ilişkilerle önemli bir ticaret ağı gelişmiş ve böylece IV.bin yılda savunma stratejileriyle elde edilen servet daha fazla zenginliğin kaynağı haline dönüştürülmüştür.

Ne kadar varlıklısın?

Arslantepe buluntuları geçmişteki kopuklukları birleştirmeye yaran yapboz parçaları gibi. Mesela 3-15cm'lik bulleler. Bulleler, mühürlerin kil üzerindeki baskılarıdır.

Arslantepeliler mühürleriyle kentlerini güvence altına alıyorlardı ki bu da dünyadaki ilk saray sistemlerinden biri olsa gerek. İlk başlarda "derebeyleri", sonra rahipler ve en sonunda da rahipler ve "asiller" olmak üzere yedinci bin yıldanitibaren vatandaşların mallarını

tıpkı bankerler gibi üçüncü şahısların hesabına onaylayarak güvence altına alıyorlardı. İnsanların ne kadar varlıklı oldukları boyunları asılı mühürlerle anlaşılıyordu.
Frangipani'nin ekibi 1979 yılında tüm bunları kanıtlayan dev bir ambar ve altı bin tane bulle bulmuştu. Bullelerin üzerindeki işaretleri çözme çalışmaları yirmi yıldan bu yana devam ediyor.

TİCARETİN EN BÜYÜK DELİLİ MÜHÜRLER

Ürünlerin hareketi zaten bin yıldır kullanılan bir araç olan mühür baskıları ile kontrol ediliyor ve kayıt altına alınıyordu. Mühür baskısının tüm olması, ürünün tüm olmasının da bir garantisiydi ve baskısının kırılması, meydana gelen hareketi ve bu yetkiye sahip kişiyi belgeliyordu. (Mühür ürünü olan kişinin imzasıydı) Bu nedenle mühür baskıları bir kere kırıldıktan sonra ürün açıldıktan sonra makbuz olarak belli bir süre muhafaza ediliyordu.
Sarayda 6 bin adet mühür baskısı parçaları saptanmıştır. Bunlardan 2 bin 200 adedin üzerinde 220 mühre ait olduğu anlaşılan baskılar tespit edilmiştir. Baskıların kullanımının ardından odanın dolgu malzemesi olarak ya da özel çöplük alanı gibi artık kullanılmayan bir bölgede toplanılıyordu.
Yaklaşık 5 bin parça saray koridorundaki bölmeye peş peşe kümeler halinde atıldı. Bu kümelerin her biri aynı mührün baskısını taşıyor ve mühürlenen aynı eşyayı temsil ediyordu. Bu eşyalar arasında çömlekler, çuvallar, hasır kaplar ve kapılar yer almaktaydı. Mühür baskılarının atıldığı çöplük gerçekleştirilen işleve ve bunu gerçekleştiren memura göre düzenlenen ve büyük olasılıkla önceden yapılan sayımın ardından atılmış baskıların bir çeşit arşivlendiği son evreydi. Böylelikle ürünleri almak için sorumlu olan çok sayıdaki memurlardan oluşan bir bürokrasi doğdu. Hiyerarşik bir organizasyonu işaret ederek memurlardan küçük bir kısmı günlük depoların kontrolünü daha az sayıda bir kısmı ise seferde birden fazla deponun kontrolünü yönetiyordu. Yazının icadından önce erken yönetim sistemi vasıtası ile makbuz belgelerinin en erken hali olan mühür baskılarının kullanımı ile ürünlerin hareketi kontrol ediliyordu.

EMEĞİN KARŞILIĞI SARAY'DAN DAĞITILAN YİYECEKTİ

Ekonominin merkezileşmesinin yönetimi, iş gücünün kullanılmasına dayanıyordu. Yeni seçkin sınıf kabilelerden ve vergilerden daha fazla toplumdan işi güçle talep ediyor ve emeğin karşılığını yiyecek ile ödüyordu. Bu durum saray depolarının küçük boyutlarından ve içinde tahıl tohumlarının olmamasından da anlaşılabilir. Çünkü, bu mekanlar ürünlerin uzun süre depolanması için uygun yerler değildi. Burada saptanan çok sayıda kaplar, işlenmiş yiyecek ya da un ve sıvı gibi geride iz bırakmayan yiyecek maddeleri ile dolu olmalıydı. Aynı zamanda çok sayıda hayvan kemiklerinin gösterdiği gibi eti de dağıtılan yiyecekler arasında yer almalıydı; özelikle yemek dağıtımı için tahsis edilen en küçük depo odasında küçük baş hayvan kemiklerinin işaret ettiği gibi…
Bu odada yöneticilerin kontrolü altında gerçekleşen yoğun bir günlük yiyecek dağıtımı faaliyeti vardı. Bu kontrolün belgelenmesi ve kaydı için yöneticiler mühür baskıları kullanıyorlardı. Sözü edilen depoda bir kısmı odanın tabanı üzerinde, , mühürlenen kaplar yakın biçimde, bir kısmı odanın bir köşesinde toplanmış bir biçimde, bir kısmı ise üst kattan düşen yıkıntıların arsında geçici olarak toplandıkları 130 adet mühür baskısı tespit edildi. Yüzlerce seri üretim çanaklar da yemek dağıtımı için kullanılıyordu. Çok sayıda kişi düzenli olarak yiyecek tayınlarını ya da günlük yemeklerini almak için saraya gidiyordu. Bu durum ara sıra meydana gelen bir olay ya da törensel bir etkinlik değil emeğin ücretlendirilmesi biçimindeydi.

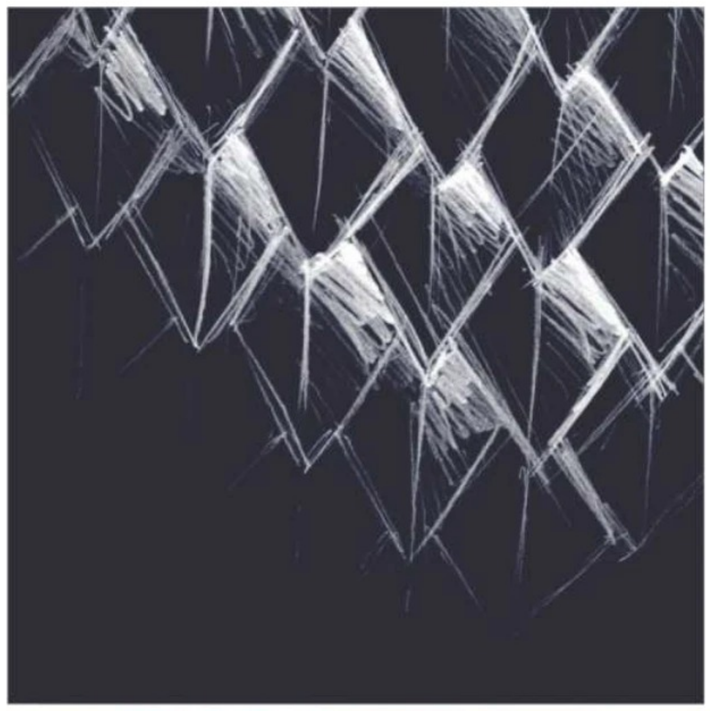
SOSYAL EŞİTSİZLİKTEN EKONOMİK EŞİTSİZLİĞE...

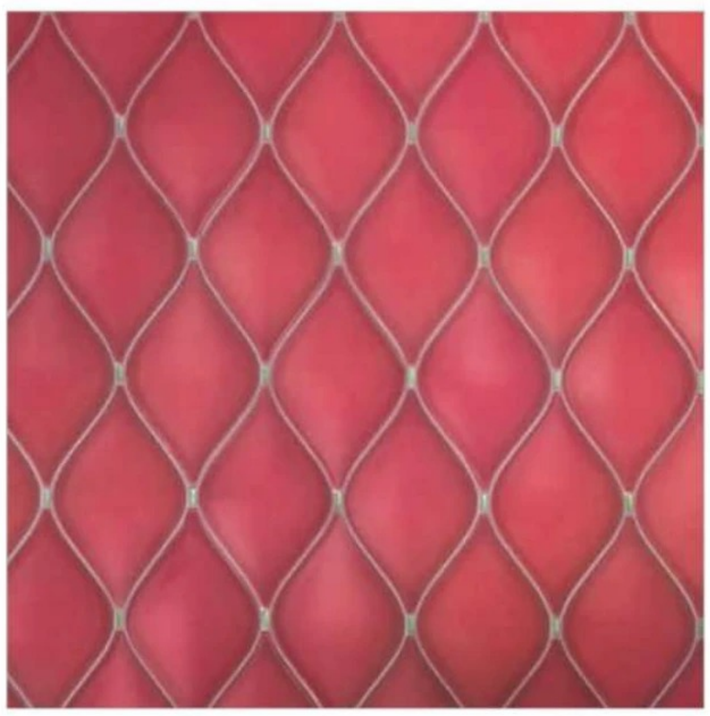
Halka dağıtmak için ayırılan gıda maddeleri öncelikle vergi ve adak olarak tapınaklarda toplanıyordu. Bunlar tapınaktaki ve bunu temsil

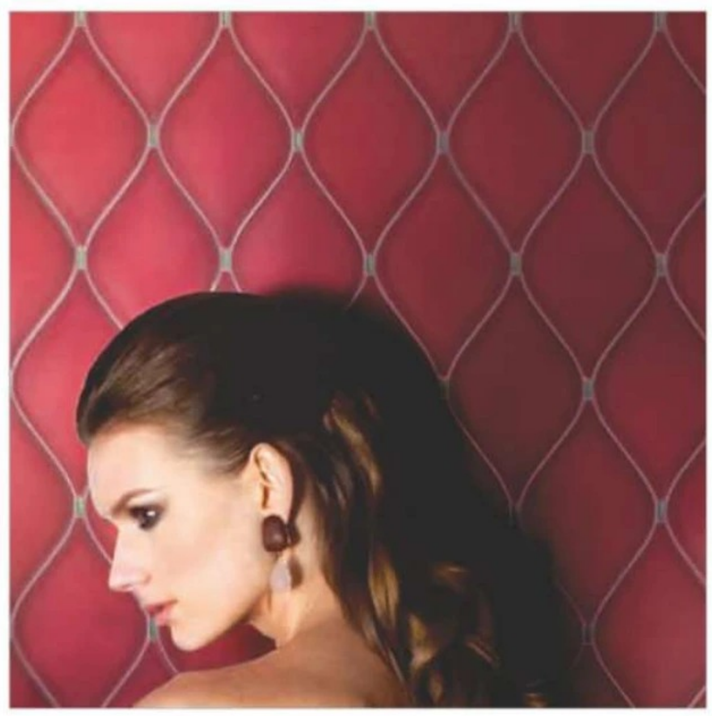
eden ve olasılıkla hizmete ihtiyacı olan ve toplumda yönetici konuma sahip rahiplerin üretim faaliyetlerini artan bir şekilde finanse eder hale geldi. Her ne kadar yiyecek dağıtımı törensel aktivitelerin bir parçası olarak meydana gelse de, aynı zamanda emeğin ücretlendirilmesinin bir yoluydu. Bu durum dikkatlice mühürlemenin yapılması ve bunun düzenlenmesinden de anlaşılır. Tanrılarla halk arasında aracılık etmeleri sayesinde yüksek mevkie sahip liderler sadece saygınlık ve politik yetkinlik değil aynı zamanda işçiler arasında besin dolaşımını kontrol eder hale geldiler. Sosyal eşitsizlik zamanla ekonomik eşitsizliği yarattı. Bu ciddi değişiklik toplum tarafından nasıl kabul edilmişti. Liderler tarafından zenginliğin birikimi bir taraftan ideolojik olarak ilahilerin cömertliğini elde etmek için yapılan aracılığın, geri ödemesi olarak görünürken diğer taraftan toplumun üretim etkinliklerini ile ilişkili ve emeklerinin karşılığı yiyeceklerle ödenen bazı üyelerini desteklemek için kullanılıyordu. Bütün bu süreç kendisini devam ettiren ayrıcalıklar sistemi yarattı.

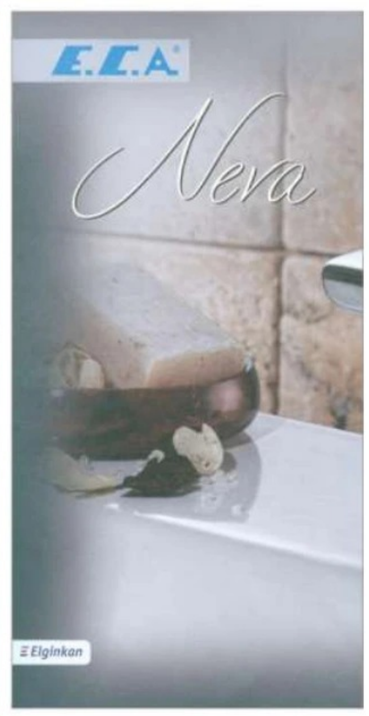
METAL İŞLERİ ÖNEMLİ ÖRNEKLER ARASINDA

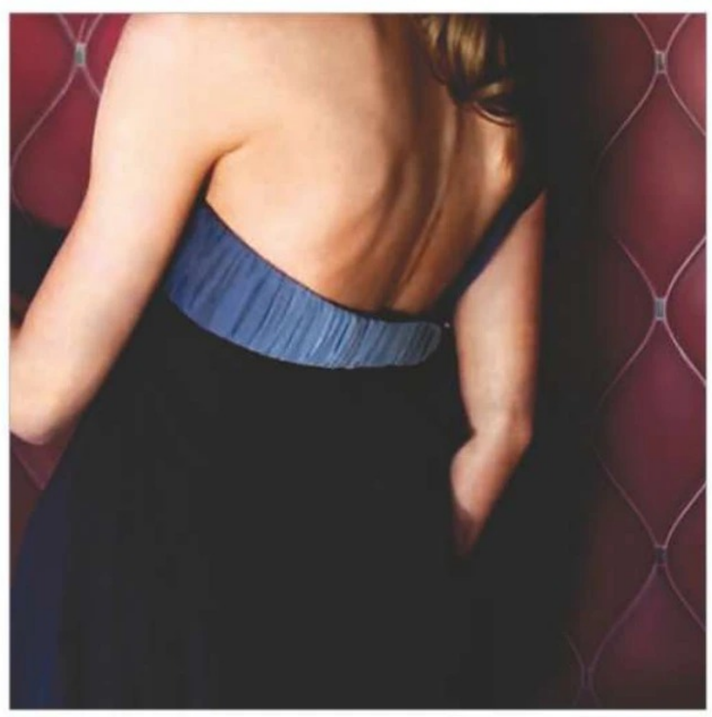
Arslantepe de metal eserler saray döneminde olağan üstü bir gelişme gösterdi. Aynı zamanda bu dönemdeki Mezopotamya merkezlerinde de metal işlerini karşılama konusunda bir artış meydana geldi. Seçkin bir buluntu grubunu oluşturan bu yeni nesneler farklı metallerden yapılıyordu. Bunların arasında 12 mızrak 9 kılıç özellikle dikkat çekmektedir. Arsenikli bakırdan yapılan bu objeler bir gurup olarak, saray odalarından birinin içinde belki bir kemer tokası olabilecek üzerinde 4 lü spiral motifi bulunan bir plaka ile tespit edildi. Aslında silahlar temsili ya da törensel bir özelliğe sahip olduğunu düşündürücü olarak yapının duvarına asılıydı. Günümüzde sözü edilen bu yapının kuzeyi kısmen tahrip edilmiştir. Eğer mızraklar bir sonraki dönem 3 bin yılda yaygınlaşacak olan, yeni bir tipolojiyi temsil ediyorsa kılıçlar kesinlikle silah kullanımının ilk örneğini oluşturuyordu. Bundan sonraki yaklaşık 1000 yıllık zaman dilimine tarihlenen başka bir yerleşim yerinde böyle buluntular tespit edilmedi. Bu kılıçlardan üçünün kabzası gümüş kakmalıdır. Bir örnekte ise kazı bezeme ile yapılmış motifler bulunmaktadır. Kılıç ve mızrak bezeme formlarının birleşimi, askeri aletlerin gelişmekte olduğunu ve savaşmak için gerekli kesin formlarının tasarlanmasında başlangıç evresinin yaşandığını gösterir. Güç doğasını değiştirmeye ve isteklerini yerine getirmeye başlar.



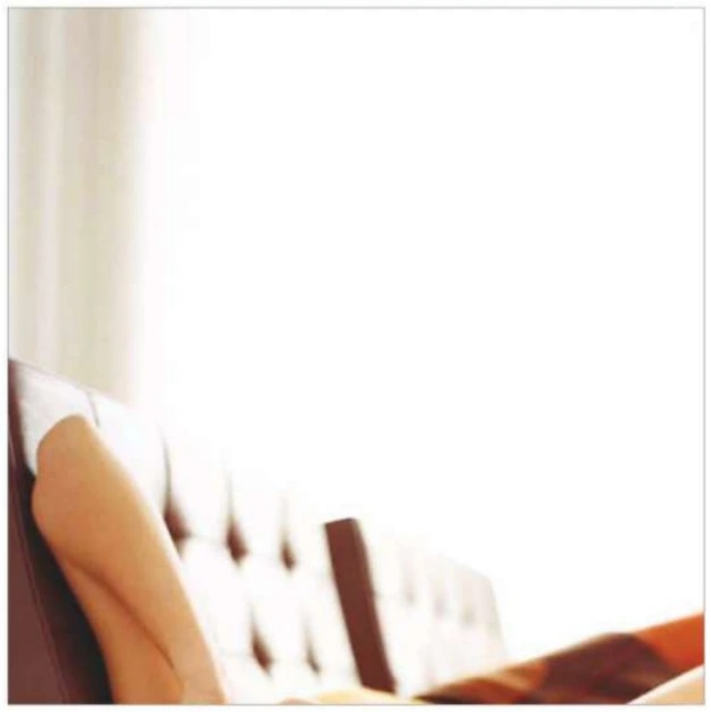


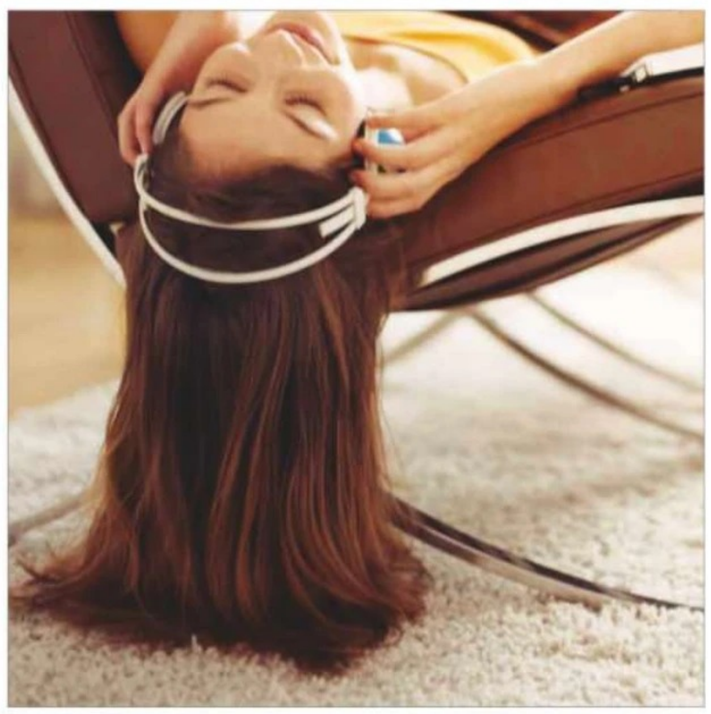






Ağbaba
inşaat ltd. şti.





E.C.A®

Kalebodur

FIRATBORU

BORUSAN MANNESMANN

KRONOswiss®
MADE IN SWITZERLAND

www.agbaba.com.tr

GÜNGÖR: MALATYA HER YÖNÜYLE POTANSİYELİ YÜKSEK BİR ŞEHİR

ibrahim GÜNGÖR
MASİAD Başkanı

Malatya Sanayiciler ve İş Adamları Derneği (MASİAD) Başkanı İbrahim Güngör, Malatya'nın çok ciddi bir ekonomik altyapıya sahip olduğunu belirterek, kentin yatırım yapılmay elverişli bir iklime sahip olduğunu söyledi.

Malatya'da tüm etnik kökenlerin asırlardır barış içerisinde kardeşçe yaşadığını belirten Güngör," Malatya, doğunun batısı, batının doğusu olarak anılan, sadece Doğu Anadolu'yu batıya bağlayan değil, aynı zamanda Ortadoğu'yu Avrupa bağlayan önemli bir kavşakta yer alan, tarım, hayvancılık,sanayi ve turizm alanlarında gelişen, yalnız kayısısı ile değil artık sanayisi ve yetiştirdiği sanatçılar, siyasetçiler, bilim ve devlet adamları ile ünlenen bir şehirdir. Öyle ya, Cumhuriyetin kurulmasında önemli rolü olan İsmet İnönü'de 12 Eylül 1980 Darbesinin ardından yeniden sivil demokratik düzene geçilmesinin önemli aktörlerinden Turgut Özal'da hemşerisi olmaktan gurur duyduğumuz isimlerdir. Tüm etnik kökenlerin asırlardır barış içersinde, kardeşçe yaşadığı ilimiz hoşgörü konusunda örnek oluşturmaktadır. "dedi.

İkibinli yıllarda Malatya'nın tarımda, sanayide, turizmde sıçramalar yaptığını belirten Güngör sözlerini şöyle sürdürdü," Son 30 yılda ilimiz demografik yapısında da önemli değişiklikler meydana gelmiş, girişimci insanlarımıza dar gelmeye başlayan şehrimiz, önemli ölçüde sermaye ve beyin göçü yaşanmasına tanık olmuştur. Malatya nüfusundan daha fazla hemşerimiz artık İstanbul, Ankara, İzmir, Adana, Mersin başta olmak üzere yurt çapına, hatta dünya çapına yayılmışlardır. Gittikleri yerlerde önemli girişimlerde bulunmuş, özellikle inşaat, tekstil, gıda alanlarında öncü işletmeler oluşturmuşlardır.Malatya, eğitim, sağlık, iletişim, inşaat, sanayi ve tarım alanlarında girişimcilere olanaklar sunan güvenli, stratejik önemi yüksek bir il olarak tüm yatırımcıları ama özellikle il dışında yatırımları olan Malatyalı girişimcileri beklemektedir. Bunun için alt yapı sorunları çözülmüş olan 1. ve 2. OSB ile yeni

oluşturulan 3. OSB. ve ilçelerimizde gelişen OSB'ler ile imkanlarını yatırımcılara sunmaktadır.”
Cumhuriyetin ilk yıllarında ülke ve bölge ekonomisi için önemli yatırımlar alan Malatya'da son dönemde Sümerbank ve Tekel gibi önemli kamu kurumlarının kapatılmasına, Şeker Fabrikası gibi önemli bir işletmenin daraltılmasına rağmen ilimiz özel sektörünün girişimleri ile yaratılan istihdam olanakları, işsizlik sorununun aşılmasını sağladığını belirten Güngör açıklamalarında şunlara değindi, ” Artık ilimizde işsizlik sorunu yerine özellikle yaş ve kuru kayısı işlenmesi ile ilgili nitelikli mevsimsel işçi eksikliği sorunu yaşanmaktadır. İnönü Üniversitesi 30 bini aşan öğrenci kapasitesi ile bilime, eğitime katkı sağlarken Turgut Özal Tıp Merkezi'de bölgenin önemli bir sağlık merkezi konumundadır. Özellikle alanında dünya liderliğine yaklaşan Karaciğer Nakil Enstitüsü'nün değerli ekibi ve diğer birimleri ile gurur kaynağımızdır. Eğitim alanında önemli projelere imza atan ilimiz sağlık sektöründe de gerek devlet hastaneleri, gerek üniversite hastanesi ve gerekse nitelikli özel hastaneler ile bölgede öncü rolünü başarı ile yürütmektedir.Battalgazi Surları, Ulu Cami, Silahtar Mustafa Paşa Kervansarayı, Kanlı Kümbet, dünyanın ilk site devleti kalıntıları ile Aslantepe höyüğü, Nemrut Dağı Milli Parkı, Venk Kilisesi, Hekimhan Taşhan, Darende Somuncu Baba Külliyesi, Beşkonaklar ile tarih sevenleri, Günpınar Şelalesi, Tohma Çayı, Fırat Nehri, Karakaya Baraj Gölü, turizme yani kazandırılan Levent Vadisi ile doğa severleri beklemektedir. Nitelikli turizm tesisleri ve artan yatak kapasitesi ile kültür ve inanç turizminde iddiamız artmaktadır. 1991 yılından bu yana faaliyet göstermekte olan Malatya Sanayici ve İşadamları Derneği (Masiad) olarak her türlü olumlu çabayı destekliyoruz ancak; özellikle bazı konularda ilimizin haksızlığa uğradığı, yeterince hizmet alamadığını da üzülerek izliyoruz. Şöyle ki son yıllarda pek çok kamu kurumu bölge müdürlükleri başka yerlere kaydırılmış ya da kapatılmış; Teşvik sisteminde alt sıralara kaydırılmış ve yeni yatırımların başka bölgelere kaymasına sebep olunmuştur. Bölgede tekstil üssü olmasını önerdiğimiz ve hızla gelişebilecek Tekstil sektöründe fabrika taşınmalarına engel olunamamıştır. Ulaşım alanında Uluslararası Havaalanımızın işlerliğinin arttırılması, uçak seferlerinin ve destinasyonun arttırılması, toplu taşımacılığın Üniversite- Organize Sanayi arasında hafif raylı taşımacılık sistemleri ile geliştirilmesini öneriyoruz. Ayrıca sıkışan şehir içi trafik sorununu çözmek için başlanılan Kuzey ve Güney Çevreyolu projelerinin hızlandırılmasını istiyoruz.Büyükşehir olmayı pek çok yönü ile öteden beri hak eden güzel kentimizi altyapı, tarım, sanayi, sağlık, eğitim yanında sosyal yaşam ile de geliştirilip gelişmiş ve yaşanabilir şehirler sıralamasındaki yerini hak ettiği konuma getirmek için gerek resmi kurumların, belediyenin öncülük yapmasını, sivil toplum kuruluşlarının desteklenmesini ve yüreklendirilmesi gerekmektedir. Masiad, girişimcileri özellikle Malatya'da doğup büyüyen, gelişen ve sonra başka bölgelerde girişimlerde bulunan hemşerilerimizi ,hızla gelişen, büyüyen, ilerleyen ilimize yatırımlar yapmaya davet ediyor. “

Malatya Şanayiciler ve İş Adamları Derneği (MASİAD) Başkanı İbrahim Güngör, Malatya'nın çok ciddi bir ekonomik altyapıya sahip olduğunu belirterek, kentin yatırım yapılmay elverişli bir iklime sahip olduğunu söyledi.

Malatya'da tüm etnik kökenlerin asırlardır barış içerisinde kardeşçe yaşadığını belirten Güngör,” Malatya, doğunun batısı, batının doğusu olarak anılan, sadece Doğu Anadolu'yu batıya bağlayan değil, aynı zamanda Ortadoğu'yu Avrupa bağlayan önemli bir kavşakta yer alan, tarım, hayvancılık, sanayi ve turizm alanlarında gelişen, yalnız kayısısı ile değil artık sanayisi ve yetiştirdiği sanatçılar, siyasetçiler, bilim ve devlet adamları ile ünlenen bir şehirdir.” dedi

Tempo Cam da Hedef Ulusal Markalar Arasına Girmek

Öz Ekin Pvc ve Tüm Anadolu Cam firmalarının ortaklığı ile 2010 yılında Malatya 2. Organize Sanayi Bölgesinde 17. 000 metrekare açık alanda, 2500 metrekare kapalı alanda üretime başlamıştır.
Tempo Cam İnş. Tic. Ltd. Şti. Yönetim Kurulu Üyesi Basri İlhan tempo cam olarak üretime Temperli cam üretimi ile başladıklarını ve kurdukları makineler ve sistemler ile doğu ve güneydoğu da ilk ve tek olan bir sistem ile üretime geçtiklerini dile getirdi. Üretime başladıkları 2010 yılında üretim ile birlikte müşteri portföyü oluşturma çalışmalarına girdiklerini bölgesel olarak da çalışmalarına devam ettiklerini dile getirdi. 2011 yılında temperli cam yanında, ISICAM, CNC de işlenmiş şekilli cam ve lamine kesili cam üretimine de giriş yaptıklarını dile getirdi. Basri ilhan şu an günlük olarak 8 istasyonlu çift taraflı çalışan düz ve lamine cam kesim hattında 2.000 metrekare, full ısıcam üretim hattında 60.000 metrekare, 3 eksen CNC cam işleme makinesinde ise yılık 100.000 metrekare üretim gerçekleştirildiğini ifade etti. Bunun yanı sıra Tempo Cam İnş. Tic. Ltd. Şti. olarak ürettikleri ürünleri tüm doğu ve güneydoğu anadolu bölgesine ürün sattıklarını, 4 mm den 10 mm kalınlığına kadar tüm düz ve renkli camların üretimini yaptıklarını, Trakya Cam patentli olarak da 3,21 x 2,50 m ölçülerine kadar da düz n,ve nitelikli ısıcam üretimi gerçekleştirildiğini bunun yanı sıra her türlü 3 eksen de işlem yapılacak şekli camlar ve her kalınlıkta düz ve lamine cam kesimi 8 istasyonlu hatta tam otomatik olarak üretildiğini belirtti.

Basri İlhan firma olarak her zaman büyümeyi ön planda tutarak hedeflerine yaklaşmak için çalıştıklarını, üretime geçtikten sonraki zaman içerisinde müşteri portföyünde yeni oluşumlar gerçekleştirdiklerini ve bölgesel tanıtımlar ile kendilerine yatırım yaptıklarını belirtti. 2011 yılı itibari ile bu alt yapı çalışmalarını gerçekleştirirken yine üretim kapasitesini ve cirosunu artırarak yılı kapattıklarını vurguladı. Bundan sonraki süreçte 2012 yılını daha verimli geçirmek ve yılı en iyi şekilde kapatmak için çalışmalarının sürdüğünü belirten İlhan " 75.000 metrekare olan 2011 yılı üretimini 2012 yılında 100.000 metrekareye çıkarmak istiyoruz, bunun yanında çift cam bölümüne yeni yatırımlar yaparak 1 mayıs 2012 itibari ile Trakya Cam patentli ısıcam üreticisi olup, bu alanda her geçen gün kapasitemizi artırarak ilerlemekteyiz. Yine firma olarak yatırımların bize kazanç ve dönüş olduğunun bilincinde olarak 2012 yılı sonuna kadar mevcut olan rodaj hattına ilave bir Double Edger Rodaj makinesi ve ısıcam hattına ek olarak ta ikinci bir Bonding Silikon makinesi yatırımı yapmayı planlamaktayız" şeklinde konuştu. Sektörde ilerlemek, daha seri üretim yapmak ve bunlara bağlı olarak Pazar payını artırmak için sektörleri ile ilgili tüm teknolojik gelişmeleri yakıdan takip ettiklerini ifade eden Basri İlhan, teknolojiyi bünyelerine katmayan firmalar geleceğe taşınamayacak ve olduğu yerde kalacak firmalar olarak kalacaktır dedi. yeni yatırımların kendileri için her zaman önemli olduğunu ve 2013 yılına yaklaşırken plan ve programlarını şimdiden hazırladıkları söyledi. 2013 yılı için 2.500 metrekare olan kapalı alanlarını 5.000 metrekareye çıkarmak istediklerini 2. bir Temper makinesi ile hem büyük ölçekli camlar için hem de bombeli ürünler için kullanacaklarını bununla beraber kapasitenin artacağını ve buna bağlı olarak ta low-e nitelikli camları temperleyebilen konvensiyel fırın yatırımında yapılacağını, ve devamında da hattın ihtiyacı olan yıkamalı, rodaj hattı ilave edilerek tam bir sistem gerçekleştireceklerini dile getirdi.

Tempo cam İnşaat Tic. Ltd. Şti Yönetim Kurulu Üyesi Basri İlhan sektörde büyük bir iş potansiyeli olduğunu, bu potansiyel inşaat sektörü devam ettikçe süreceğini ve giderek daha nitelikli işere dönüşeceğini ve bu potansiyeli en iyi şekilde değerlendirmek için özellikle kalite ve farklı ürünlere yönelerek gerçekleştirileceğini, müşterinin tüm ihtiyaçlarını karşılamak ve müşteriyi yönlendirerek çözüm ortağı olarak potansiyelden en iyi şekilde yararlanılacağını belirtti. firma olarak müşteride farkındalık yaratabilecekleri özelliklere sahip olduklarını, şirket ortaklarının sektördeki yerlerinden dolayı bu potansiyeli iyi değerlendirecek bir pozisyonda olduklarını, Öz Ekin Pimapen PVC pencere ve kapı sistemleri, Çuhadaroğlu Alüminyum Doğrama ve Cephe Sistemleri, Alusel Panjur ve Kepenk sistemlerinin üretici ve uygulayıcı bayisi, Tüm Anadolu Cam firması ise Trakya Cam üreticisi ve satıcı bayisi olarak 20 yılı aşkın süredir ilde ve bölgede hizmet verdiklerini ve Tempo cam için ciddi bir referans oluşturduklarını önemle belirtti.

ATAKÖY PARK

➤www.bilgenart.com.tr

BİLGEN ART

YAPI • MİMARLIK • ENERJİ

Rüyalarınız Ataköy Park'ta Yükseliyor

MEKANA DEĞİL LEZZETE BAKIN!

Malatya mutfağını tanımlarken genelde fırın yemeklerimizden kağıt kebabı, tava, kaburga kuzu dolma, geleli kebabı gibi yemeklerimizin lezzetini anlatırız.

Oysa güney mutfağının yemeği olarak bilinen Adana kebabının bizdeki adıyla zırh kebabının İlimizde de hatırı sayılır lezzette yapıldığını artık belirtmek ve tanıtmak gerekiyor.Aslında son üç yıllık süre içerisinde İlimize gelen gurmeler, lezzet yazarları yemek program yapımcıları tarafından keşfedilen zırh kebabı Malatya yemek kültürünün bir parçası olarak damaklara lezzet vermeye il dışından gelen konuklar tarafından ismen aranmaya başlanmıştır.

Malatya da iyi zırh kebabı yapan 10'dan fazla lokanta bulunmaktadır. Hepsinin de kendine özgü lezzeti vardır. Ancak ben leziz sayfanın konuğu olarak Özgüngör zırh kebap salonunu seçtim

Çünkü Ülkemizin ünlü lezzetçilerinden Mehmet YAŞİN, Vedat MİLOR,Sahrap SOYSAL ile Kanal D Mutfağım program yapımcıları tarafından programlarına konu edilen özellikle Vedat MİLOR tarafından 5 yıldızlı not alıp Türkiye'de sadece Adana,Urfa ve Malatya da lezzetli Adana kebap yedim övgüsü ile mazhar olan ve yine bir süre önce Malatya yemek kültürünü araştırmak için İlimize gelen Japon Shinya OKAZAKİ'nin çok sevdiği zırh kebabını içerisine konulan kuyruk yağının kokusu nedeniyle yiyemediğini belirtirken , Özgüngör'deki zırh kebabının kokusunun kendisini rahatsız etmemesi nedeniyle çatalı bırakıp elleri ile iştahla zırh kebabını yemesi Malatya da kağıt kebabından sonra birde zırh kebabının varlığından bahsedilmesi gerektiğini işaret etmektedir.

Gelelim sade, gösterişten uzak dükkanı, damaklara tat bırakan lezzeti ve müşteri odaklı hizmet anlayışıyla hizmet veren Özgüngör kebap salonunun hikayesine;

12 yaşında çırak olarak mesleğe başlayan İbrahim GÜNGÖR (62) 1976 yılında bakırcılar çarşısında Yunus kebap salonunu açıp kendi işinin patronu olarak hizmet vermeye başlamış, Yunus kebap salonunu açtığında şu an 36 yaşında ki oğlu Yunus dünyaya gelmiş, 1979 yılında PTT karşısında Parlak Pasajı girişinde Güngör kebap salonunu açtığında ise 33 yaşındaki oğlu Mehmet dünyaya gelmiş. Her iki oğlu da baba mesleğini sürdürme azmiyle özgüngör kebabı bu günlere taşıyarak usta olan babayı emekliye ayırmışlar.

Mekana değil, lezzete bak düsturu ile 1989 yılından beri bakırcılar çarşısında hizmet veren iki kardeş sabah 06 da dükkanı açıyor, 5 saatlik et temizleme ve satırla et kıyma işleminin ardından saat 11.00 de servise başlıyorlar. Hafta içi saat 16.00, cumartesi saat 17.30 a kadar hizmet veren lokanta Pazar günleri ve Ramazan ayında hizmet vermiyor.

Yunus mutfakta Mehmet ise müşteri karşılama ve uğurlamada uzmanlaşmış, Yunus'un her gün 3-5 saatlik et işleme uzmanlığı Mehmet'in ise müşteriye gösterdiği hürmet ve saygı görülmeye değer. Aslında iki kardeş baş aktör ama lokantada çalışan diğer 8 kişi yani toplam 10 kişilik bir takım oyunu sonucu ortaya doyumsuz lezzet çıkıyor. Üç katlı küçücük dar lokanta da et işlemek, pişirmek ve üç katta müşteriye sıcacık kebap yetiştirmek her babayiğidin harcı değil aslında. Lokantaya gelen müşteriye tek şey soruluyor 1'mi, 1,5'mu, ondan sonra hemen küçük masa ve kürsülerle donatılmış iç içe müşterilerin oturduğu üst katların aile salonu olarak kullanıldığı, ama insanların kebap yemek için sabırsızlandığı, yer bulunca hemen ilişiverdiği samimi doğal ortamda, sipariş alınır alınmaz masaya nar ekşili roka salatası, çoban salata ve

közde pişmiş biber ile kulplu bakır taslarda köy yoğurdundan yapılmış ayran geliyor. Ve ardından biraz sabredince mis gibi kokusuyla 130 gr ağırlığında zırh kebap geliyor.1,5 porsiyon kebap söylemişseniz servis elemanları önce 1 porsiyon sonra diğer kalan kebabı servis ederek sıcak sıcak yemenizi sağlıyor. Eğer vaktiniz varsa, ayakta sizin masadan kalkmanızı dört gözle bekleyen müşteri yoksa gelsin çaylar. Bütün bu saydıklarımın bedeli sadece 11 TL. Lokantadan dışarıya elemanlar tarafından servis yok. Ama gelen müşterilere paket servisi var.

Devamlı şükreden gayet mütevazi iki kardeş ağız birliği etmişçesine kapasiteyi artırmak şubeler açmak düşüncesine pek sıcak bakmıyor, biz tezgahın ocağın başında durmazsak verim alamayız diyorlar. Peki lezzetin sırrı ne diye sorduğumda; 13-14 aylık kuzuların etini saatlerce işleyerek sinirini, yağını ayıklıyoruz ondan sonra bileğimize kuvvet zırhtan geçiriyoruz, %20 oranında kuyruk yağı katıp kaya tuzu ile yoğurup pişirilmeye hazır hale getiriyoruz cevabını alıyorum.Ben ilave olarak birde meslek aşkı ve sevgilerini katıyorlar diye düşünüyorum.

İki kardeş kendilerine il içinden ve il dışından gelen daha geniş mekanlarda ortaklık teklifini ise kibarca reddettiklerini, kendi güçleriyle kazandıkları yorucu ama buna rağmen az kazancın kendileri için en büyük mutluluk olduğunu ve bu işi çocukluktan itibaren zevkle yaptıklarını belirtiyorlar.

Bakırcılar Çarşısı E Blok No: 74 de 3 katlı daracık bir mekanda hizmet veren Özgüngör zırh kebap salonu için bende, kebapta damağın doyuma ulaştığı mekan diyorum.

MUHTARLAR İŞSİZLERE KÖPRÜ OLACAK

Malatya'da işsiz kadınların istihdam edilmesi için muhtarlara yönelik bilgilendirme toplantısı yapıldı.

TSO ile Çalışma ve İş Kurumu işbirliğiyle TSO Salonu'nda "Malatya'da İstihdamı Arttırmak Amaçlı Muhtarlar Toplantısı" yapıldı. Toplantıya TSO Başkanı Hasan Hüseyin Erkoç, Çalışma ve İş Kurumu Müdürü Vahap Toman, muhtar dernekleri başkanları ile mahalle muhtarları katıldı. TSO Başkanı Hasan Hüseyin Erkoç, "Son yıllarda Malatya ciddi anlamda sanayileşen bir kent. Sanayi ve ticaretin gelişmesi ile birlikte özellikle de fabrikalarda işçi bulmakta da zorlanır olduk. Rakamlara baktığınız zaman Türkiye'de yüzde 8 oranında bir işsizlik var, bu sevindirici bir olay. Malatya ise, Türkiye ortalamasını biraz gerilerde takip ediyor. Ama İşkur kayıtlarına baktığımız zaman işsizlik sayısı 26 bin olarak ifade ediliyor. Bir tarafta bu kadar sayı yüksekken, diğer tarafta fabrikalarımızda işçi bulmakta zorlanıyoruz. Bunu Malatya açısında değişik faktörler var. İşletmelerimiz özellikle mevsimlik işçileri konusunda ciddi anlamda sıkıntı yaşıyor. Malatya'da kayısı sezonu başlayınca fabrikalarda ciddi anlamda işten çıkmalar oluyor. Daha sonraları işverenin işinde ciddi anlamda sıkıntılar oluyor. Son dönemde özellikle tekstil sektöründeki bu istihdam açığının önüne geçmek için İşkur ve TSO olarak muhtarlarla bir toplantı yapıp, kenar semtlerde bayan istihdamı arttırmayı amaçlıyoruz. İş ihtiyacı olan bayanların tespit edilerek, istihdamı için biz de üzerimize düşeni yapacağız" şeklinde konuştu.

Çalışma ve İş Kurumu Müdürü Vahap Toman, "Ülkemizde kadınların işgücüne katılım oranları erkeklere oranlara oldukça düşük bir seviyededir. TUİK'ten alınan Mayıs 2012 verilerine göre Türkiye geneli kadınların işgücüne katılım oranı yüzde 30,2 olup, kent düzeyinde yüzde 26,3, kır düzeyinde ise yüzde 38,7'dir. İlimiz Malatya'da ise söz konusu oran Temmuz 2012 itibariyle yüzde 33,9 olarak Kurum istatistiklere yansımaktadır" dedi.

Toman şunları söyledi:"Toplantıda muhtarlarımıza İşkur hizmetleri hakkında bilgi verildikten sonra mahallelerinde ikamet eden ve

işgücü piyasası dışında kalmış olan kadınlarımızı tespit ederek bir araya getirmeleri ve Kurumumuza bilgi vermeleri istenilecektir. Muhtarlarımız ile daha öncesinden belirlenecek olan tarihlerde Kurumumuzda görev yapan iş ve meslek danışmanlarımızı söz konusu mahallelere göndermek suretiyle kadın iş arayanlarımız ile bir araya gelmeleri sağlanarak, danışmanlık hizmetlerimizden faydalanmaları amaçlanmaktadır. Malatya Ticaret ve Sanayi Odası verilerine göre halen ilimizde ve başta OSB bölgesinde açık olan 2 bin kişilik istihdam için işçi bulunamaması ve sektörün özelikle de kadın çalışanlar için cazip olması sebebiyle kadın istihdamının bu sektörde yoğunlaşmasını amaçlıyoruz. Böylelikle iş arama kanalları hakkında yeterli bilgisi olmayan, Kurumumuza ulaşamamış veya herhangi bir nedenle Kurumumuza ulaşma imkanı olmayan kadın iş arayanlar için Kurum hizmetleri vatandaşlarımızın ayağına götürülmüş olacaktır."

YENİ TÜRK TİCARET KANUNU CEZA HÜKÜMLERİ

CEZA GEREKTİREN FİİLLER	UYGULANACAK CEZA
Tescil ve Kayıt icin gerceğe aykırı bevanda bulunmak (38/1)	İkibin Türk Lirası İdari ara Cezası
Tacirin, Ticari işletmesine ilişkin işlemleri, Ticaret unvanıyla yapmaması ve İşletmesiyle ilgili senetlerle diğer belgeleri bu unvan altında imzalamaması (39/1)	İkibin Türk Lirası İdari Para Cezası
Tescil edilen Ticaret unvanının, Ticari işletmenin görülebilecek bir yerine okunaklı bir sekilde vazılmaması (39/2)	İkibin Türk Lirası İdari Para Cezası
Ticari mektuplarda ve Ticari defterlerin dayanağını oluşturan belgelerde Ticaret unvanının, İşletmenin merkezinin, Ticaret sicil numarasının ve Şirket internet sitesi oluşturma yükümlülüğüne tabi ise internet sitesi adresinin gösterilmemesi (39/2)	İkibin Türk Lirası İdari Para Cezası
Belgelerde gösterilecek bilgilerin internet sitesinde yayınlanmaması (39/2)	İkibin Türk Lirası İdari Para Cezası
Tacirin, Ticari işletmenin açıldığı günden itibaren onbeş gün içinde, Ticari İsletmesini ve Sectiği ticaret unvanını Tescil ve ilan ettirmemesi (40/1)	İkibin Türk Lirası İdari Para Cezası
Tacirin kullanacağı ticaret unvanını ve Bunun altına atacağı imzayı notere onaylattırdıktan sonra sicil müdürlüğüne vermemesi(40/2)	İkibin Türk Lirası İdari Para Cezası
Merkezi Türkiye'de Bulunan Ticari İşletmelerin Şubelerinin Ticaret Siciline Tescil ve İlan Ettirilmemesi (40/3)	İkibin Türk Lirası İdari Para Cezası
Merkezleri Türkiye dışında bulunan ticari işletmelerin Türkiye'deki şubelerinin tescil ettirilmemesi, Bu şubeler için yerleşim yeri Türkiye'de bulunan tam vetkili bir ticari mümessil atanmaması (40/4)	İkibin Türk Lirası İdari Para Cezası
Gerçek kişi tacirin ticaret unvanındaki adının ve soyadının kısaltılarak vazılması (41)	İkibin Türk Lirası İdari Para Cezası
Kollektif şirketin ticaret unvanında, Bütün ortakların veya ortaklardan en az birinin adı ve soyadıyla şirketin ve türünü gösterecek bir ibareye yer verilmemesi (42/1).	İkibin Türk Lirası İdari Para Cezası
Adi veya Sermayesi paylara bölünmüş komandit şirketlerin ticaret unvanlarında, Komandite ortaklardan en az birinin adının ve soyadının, Şirketin ve türünün gösterilmemesi, Bu şirketlerin ticaret unvanlarında komanditer ortakların adları ve sovadlarına ver verilmesi (42/2).	İkibin Türk Lirası İdari Para Cezası
Anonim, Limited ve Kooperatif Şirketlerin, Ticaret Unvanlarında İşletme Konusunun Gösterilmemesi, Ticaret Unvanlarında, "Anonim Şirket", "Limited Şirket" ve "Kooperatif" Kelimelerinin Bulunmaması, Bu Şirketlerin Ticaret Unvanında, Gerçek Bir Kişinin Adı veya Soyadı yer aldığı takdirde, Şirket türünü gösteren ibarelerin, Baş harflerle veya başka bir şekilde kısaltma yapılarak vazılması (43).	İkibin Türk Lirası İdari Para Cezası
Ticari işletmeye sahip olan dernek, Vakıf ve diğer tüzel kişilerin ticaret unvanlarında adlarının bulunmaması, Donatma iştirakinin ticaret unvanında, Ortak donatanlardan en az birinin adı ve soyadının veya deniz ticaretinde Kullanılan geminin adının yer almaması, Ticaret unvanındaki soyadların ve Geminin adının kısaltılması, Ticaret unvanında donatma İştirakinin Belirtilmemesi (44)	İkibin Türk Lirası İdari Para Cezası
Bir Ticaret unvanına Türkiye'nin herhangi bir sicil dairesinde daha önce tescil edilmiş, Bulunan diğer bir unvandan ayırt edilmesi için gerekli olduğu takdirde, ek yapılmaması. (45)	İkibin Türk Lirası İdari Para Cezası
Her şubenin, Kendi merkezinin ticaret unvanını, Şube olduğunu belirterek, Kullanmaması. (48)	İkibin Türk Lirası İdari Para Cezası
Merkezi yabancı ülkede bulunan bir işletmenin Türkiye'deki şubesinin ticaret, unvanında, Merkezin ve şubenin bulunduğu yerlerin ve şube olduğunun gösterilmemesi. (48)	İkibin Türk Lirası İdari Para Cezası
İsletme Adının tescil ve ilan ettirilmemesi (53)	İkibin Türk Lirası İdari Para Cezası

01.Temmuz.2012 tarihinde yürürlüğe giren 6102 sayılı Yeni Türk Ticaret Kanununda; Kanuna uygun olmayan işlemlerin uygulanması halinde bunlara sebebiyet veren Tacir, Tüzel kişi ve Yöneticilere (Kanuni Temsilci) çeşitli cezalar uygulanması öngörülmüştür. 6102 sayılı kanunda değişiklik yapan 6335 sayılı kanunla yapılan düzenlemeler sonrasında Yeni Türk Ticaret Kanununda yer alan maddelerde yapılacak ihlallerde öngörülen cezalar idari para cezası olduğu gibi hapis cezası olarak uygulanabilecektir. Yeni Türk Ticaret Kanununda yer alan cezalar aşağıdaki tabloda çıkartıldığı şekli ile uygulanacaktır.

Kanunda belirtilen suçlardan birinin idari yaptırım kararı uygulanıncaya kadar birden fazla işlenmesi halinde, idari para cezası bir kere uygulanır, ancak ceza iki kat artırımlı uygulanır. Kanunda yer alan suç eyleminin işlenmesi suretiyle bir menfaat sağlanmış veya bir zarara sebebiyet verilmiş ise verilecek idari para cezasının miktarı sağlanan menfaat veya uğratılan zararın üç katından az olamaz şeklinde

Yeni Türk Ticaret kanunun uygulamasının yeni olması ve geçiş sürecide dikkate alındığında iş dünyasının ilerde cezalı duruma düşmemeleri için bu konuya önemle dikkat etmesi gerekmektedir.Yeni Türk Ticaret kapsamındaki para cezaları, aksine hüküm olmadıkça mahallin en büyük mülki amiri tarafından verilir.

CEZA GEREKTİREN FİİLLER	UYGULANACAK CEZA
Ticari işlemleriyle malvarlığı durumunu kanuna göre açıkça görülebilir bir sekilde ortava kovmamak (562/1-,64/1)	Dörtbin Türk Lirası İdari Para Cezası.
Defterlerin üçüncü kişi uzmanlara, Makul bir süre içinde yapacakları İncelemede işletmenin faaliyetleri ve Finansal durumu hakkında fikir verebilecek sekilde tutulmaması (562/1-A,64/1)	Dörtbin Türk Lirası İdari Para Cezası.
İşletme faaliyetlerinin oluşumunun ve gelişmesinin defterlerden izlenememesi (562/1-A,64/1)	Dörtbin Türk Lirası İdari Para Cezası.
Tacirin, İşletmesiyle ilgili olarak gönderilmiş bulunan her türlü belgenin, Kopyasını, yazılı, görsel veya elektronik Ort. Saklamaması (562/1-B, 64/2)	Dörtbin Türk Lirası İdari Para Cezası.
Ticari Defterlerin Acılıs veya Kapanıs onaylarının yaptırılmaması	Dörtbin Türk Lirası İdari Para Cezası.
Defterlerin Türkce tutulmaması	Dörtbin Türk Lirası İdari Para Cezası.
Kısaltmaların kullanılması halinde bunların anlamlarının acıkca belirtilmemesi	Dörtbin Türk Lirası İdari Para Cezası.
Bir yazımın veya kaydın, Önceki içeriği belirlenemeyecek şekilde çizilmesi ve değiştirilmesi	Dörtbin Türk Lirası İdari Para Cezası.
Defterlerin ve Diğer kayıtların elektronik ortamda tutulması durumunda, Bu bilgilerin her zaman kolaylıkla okunmasının temin edilmemis olması.	Dörtbin Türk Lirası İdari Para Cezası.
Kayıt sırasında mı yoksa daha sonra mı yapıldığı anlaşılmayan değiştirmelerin yapılması.	Dörtbin Türk Lirası İdari Para Cezası.
Defterlere yazımların ve diğer gerekli kayıtların eksiksiz doğru, Zamanında ve Düzenli olarak yapılmaması	Dörtbin Türk Lirası İdari Para Cezası.
Hileli Envanter cıkarılması (562/1-E, 66)	Dörtbin Türk Lirası İdari Para Cezası.
Elektronik ortamda saklanan belgelerin ibraz edilememesi (562/1-F, 86)	Dörtbin Türk Lirası İdari Para Cezası.
Defterlerin TMS göre tutulmaması, Finansal tabloların bu standartlara göre düzenlenmemesi (562/2,88)	Dörtbin Türk Lirası İdari Para Cezası.
Şirketler topluluğuna dâhil bağlı şirketler tarafından Hâkim şirketle yapılan İşlemler Hk. Rapor düzenlenmemesi, Hâkim şirket Yönetim kurulunca bağlı sirketlerle olan iliskilere vönelik raporun düzenlenmemesi (562/3, 199)	İkiyüz Günden Az Olmamak Üzere Adli Para Cezası.
İnternet sitesi oluşturmamak (562/12)-Bakanlar kurulunca belirlenen denetime tabii sirketler icin	Yüz Günden Üçyüz Güne Kadar Adli Para Cezası
Kanunda belirtilen icerikleri internet sitesinde vavımlamamak (562/12)	Yüz Güne Kadar Adli Para Cezası
Ayni sermayenin veya devralınacak işletme ile Ayınların değerlemesinde emsaline oranla yüksek fiyat biçmek, İşletme ve Aynın niteliğini veya Durumunu farklı göstermek ya da Başka bir şekilde yolsuzluk yapmak (562/10, 551)	Ceza, Doksan Günden Az Olmamak Üzere Adli Para Cezası
Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Denetim elemanlarınca istenilen bilgi ve Belgelerin verilmemesi veya denetimin engellenmesi (562/4)	Üçyüz Günden Az Olmamak Üzere Adli Para Cezası.
Tacirin Ticaret Unvanına, Kimliği, İşletmesinin Genişliği, Önemi ve Finansal Durumu Hk. Üçüncü Kişilerde Yanlış Bir Görüşün Oluşmasına Sebep Olacak Nitelikte, Gerçeğe ve Kamu Düzenine Aykırı Olarak Ekler Yapması (46/1).	Üç Aydan İki Yıla Kadar Hapis veya Adli Para Cezası
Tek başlarına ticaret yapan gerçek kişilerin Ticaret unvanlarına bir şirketin var Olduğu İzlenimini Uyandıracak Sekilde ek Yapmaları (46/2)	Üç Aydan İki Yıla Kadar Hapis veya Adli Para Cezası
"Türk","Türkiye", "Cumhuriyet" ve "Millî" Kelimelerinin bir ticaret unvanına bakanlar kurulu kararı olmaksızın ek yapılması (46/3).	Üç Aydan İki Yıla Kadar Hapis veya Adli Para Cezası
Ticaret unvanının, İşletmeden ayrı olarak başkasına devredilmesi İ(49).	Üç Aydan İki Yıla Kadar Hapis veya Adli Para Cezası
Kurucular tarafından düzenlenen beyanın doğru ve eksiksiz düzenlenmemesi (562/5-A,349)	Üçyüz Günden Az Olmamak Üzere Adli Para Cezası
Ticari sırların izinsiz kullanılması veya açıklanması (562/7, 527)	Bir Yıldan Üç Yıla Kadar Hapis ve Besbin Güne Kadar Adli Para Cezası
Sermaye tamamıyla taahhüt olunmamış veya Karşılığı kanun veya Esas sözleşme hükümleri gereğince ödenmemişken, Taahhüt edilmiş veya ödenmiş gibi göstermek (562/9,550)	Üç Aydan İki Yıla Kadar Hapis veya Adli Para Cezası

ANATEKS Ç

KALİTE VE HIZMETTE DAİMA İLERİ...

Malatya'nın Yeşiyurt ilçesinde 1930'lu yıllarda bir çift el tezgahı ile kumaş üretimi yapan Mahmut ÇALIK 1972'li yıllarda bölgenin ilk ve en büyük sanayi tesisini Malatya'da kurmuştur.
188 bin metrekaresi kapalı olmak üzere 337 bin metrekarelik alana kurulu Anateks Grubu 350 milyon dolarlık yatırımları, 11 üretim işletmesi, 2000'in üzerindeki çalışanı ile Türkiye ekonomisinin lokomotif firmalarından biri olmuştur.
Grupta 207.400 iğlik ring, 10 bin rotorluk Open end, 161 adet yuvarlak örgü makinesi, 1760 iğlik büküm, günlük 10 ton kapasiteli boyalı iplik, günlük 25 ton kapasiteli boyalı ve kasarlı kumaş üretim kapasitesine sahiptir.

- Penye İplik
- Karde İplik
- Open End İplik
- Melanj İplik
- Sentetik Karışımlı İplik
- Elyaf Boyama
- Boyalı İplik
- Bükümlü İplik
- Ham Örgü Kumaşı
- Boyalı Kumaş
- Kasarlı Kumaş

Sosyal Sorumluluk Alanındaki Hizmetlerimiz...

Malatya'da 40 bin m2 lik alan üzerine yapılan 32 derslikli 1000 öğrenci kapasiteli Mahmut Çalık Eğitim Kompleksi 2012 - 2013 eğitim ve öğretim döneminde hizmetie başlamıştır.

Malatya'nın Yeşilyurt ilçesinde 1993 yılında yaptırıp Sağlık Bakanlığına hediye ettiğimiz Hasan Çalık Devlet Hastanesi 211 personeli ile yılda 150 bin hastaya çağın gerektirdiği yüksek teknoloji ile hizmet vermektedir.

Merkez / İSTANBUL Keresteciler Sitesi Fatih Cad. Yıldırım Sok. No 18 34010 Merter / İSTANBUL
Tel : +90 212 644 02 88 (Pbx) Fax : +90 212 644 02 85-86-87 E-Mail : istanbul@anateks.com.tr

Satış Ofisi / DENİZLİ Saray Mah. Selçuk Cad. Musaoğlu İş Mrk. A B. Kat2 D.11 Bayramyeri / DENİZLİ
Tel : +90 258 241 36 63 - 39 Fax : +90 258 241 80 81 E-Mail : denizli@anateks.com.tr

Fabrika / MALATYA Karakavak Mevki Polis Okulu Karşısı P.K. 102 44000 MALATYA
Tel : +90 422 238 01 62 Fax : + 90 422 238 11 77 E-Mail: info@anateks.com.tr

Satış Ofisi / BURSA Yeni Yalova Yolu Buttim İş Mrk. A Blk. Kat:3 No: 668 OSMANGAZİ / BURSA
Tel : +90 224 211 23 88 – 89 Fax : +90 224 211 23 09 E-Mail : bursa@anateks.com.tr

ERKEN SATIŞ AVANTAJLARI
VE SÜRPRİZ HEDİYELER

Ve karşınızda her detayı ile kusursuz **Favori Evleri...**

Mutluluğun adresi artık Fahri Kayahan'da. Üstelik Malatya'nın en mutlu 96 ailesi için hazırladığımız örnek daireyi ailesi ile gezen **ilk 1000 kişiye sürpriz hediyeler**...

Malatya modern yaşamla buluşuyor

www.favorievleri.com

FAVORİ EVLERİ