

PEN CE RE

34

Üstün Dökmen
“POZİTİF BİLİM GELİŞTİ”

Orta Doğu'nun Yıldızı

LÜBNAN

**DOĞRU LOJİSTİK, GIDA
İSRAFINI ÖNLÜYOR**

GANİ MÜJDE

*Komedi Yaşatır
Dram Öldürür*



HOROZ GRUP'UN SÜRELİ YAYINIDIR.
NİSAN-MAYIS-HAZİRAN 2018
YIL: 8 SAYI: 34



1998'den bugüne...
"Hayatımız Çocuklarımız"

20. YIL
LÖSEV
Lösemili Çocuklar Vakfı

Daha da Renkleniyor

turuncu İYİLİĞİN

YARATICILIĞIN

sarı

yeşil

ÜRETMENİN

KARDEŞLİĞİN

turkuaz

mavi

GÜVENİN

KARARLILIĞIN

kırmızı

rengi...

20 yıl önce bir masa ve bir sandalye ile başladığımız bu yolculukta bizi yücelten gerçek kahramanlarımıza minnettarız



HAKAN YAMAN
PENCERE DERGİSİ
GENEL YAYIN YÖNETMENİ

SAVAŞ VE BARİŞ

Uzun süredir yazmakta olduğum, henüz yayımlanmamış bir anlatı kitabım var; hayatı edebiyat penceresinden irdelemeye çalıştığım, bir yazar ama daha da önemlisi, iştahlı bir okur olarak kendi okuma serüvenimi, birikimlerimi aktarmayı denediğim bir edebiyat-seyahat anlatısı. Savaş ve edebiyat ilişkisi, bu kitapta uzunca yer ayıracağım bölümlerden biri olacak. Savaş edebiyatı üzerinden insanın birbirini yok etme güdüsünün nedenlerine inmek, savaşın yol açtığı yıkımlara edebiyat zaviyesinden bakmak, kolayca savaş çığırtkanlığı yapanların ruh hallerini bir kez de edebiyatla anlayabilmek için üzerinde çalıştığım bir yazı bu.

Önceki yazılarımda sıkça değiştiğim gibi edebiyat-hayat ilişkisine değer verdiğim kadar, yaşamı edebiyatın bronz imbiclerinden süzerek yaşamayı da seviyorum. Yaşamın ancak böyle zenginleşebildiğine, insanı ancak bu şekilde anlayabildiğime, insan ilişkilerinin şifresini böyle kırabildiğime inanıyorum.

Savaşlar, başlangıçtan beri, insanoğlunun uzun ve zor uygarlık yürüyüşünün sürekli önünü kesen en kötücül düşmanların başında geldi hep. Bu yüzden de Homeros'un "İlyada"sından, Vergilius'un "Aeneid"inden beri her zaman edebiyatın ana konularından biri oldu. Tolstoy'un, Rus-Fransız Savaşı sırasında geçen ünlü romanı "Savaş ve Barış" belki de savaş konu alan edebi örneklerin en ünlüsüdür. Burada, savaş daha çok arka planda bir fon görevi görürken, önde üç ailenin yaşadıklarını, aşk ve ihaneti okuruz. Daha sonra yazılacak örneklerle bakıldığında biraz masum kalır, ama yine de savaşın ardında bıraktığı yıkıma şahit olursunuz. Şolohov'un "Ve Durgun Akardı Don" romanında yine kalın ciltler boyunca savaşın çirkin yüzünü biraz daha yakından görme fırsatı buluruz. Bu kez arka planda olduğu kadar romanın her yanında savaş vardır. 1. Dünya Savaşı, Ekim Devrimi, İç Savaş, Don Bölgesi Kazakları'nın ayaklanmalarını okuruz.

Erich Maria Remarque'in "Batı Cephesinde Yeni Bir Şey Yok" romanı, genç bir delikanlının gözünden savaşın korkunçluğunu ve savaş anında askerlerin çaresizliğini en etkili anlatan romanlardan biridir. Joseph Heller'in kendi yaşamından yola çıkarak yazdığı "Madde 22" adlı romanı, 2. Dünya Savaşı sırasında geçen bir savaş kara komedisidir. Savaşın gereksizliğini etkili bir dille anlatır. Savaşın yol açtığı ruhsal yıkımı, en iyi yazan romancılardan biri de bir dönem Nazi üyesi olduğunu itiraf ettiği için çok eleştirilen Günter Grass'dır. Onun Danzig üçlemesinde yer alan "Teneke Trampet" ve "Kedi ve Fare" romanları da mutlaka okunmalı.

İki dünya savaşı arasında geçen ve diğer savaş romanlarının arasında özel bir yerde duran Louis-Ferdinand Celine'in "Gecenin Sonuna Yolculuk" da öncelikli savaş romanları arasında sayılmalı. Bunun dışında Hemingway'in en güzel romanlarından biri olan "Çanlar Kimin İçin Çalıyor?", Henri Barbusse'nün kendisinin de içinde yer aldığı 1. Dünya Savaşı'nda geçen romanı "Ateş", Kurt Vonnegut'un, tüm zamanların en iyi savaş karşıtı romanlarından biri kabul edilen "Mezbaha 5" romanı, Kosinkski'nin "Boyalı Kuş"u da mutlaka okunmalı.

Bu romanları okumadan savaşın insanlığa bıraktığı ağır yıkımı anlamamız, iyileşmeyen yaraların acısını hissetmemiz olanaksız. Dünyada savaş rüzgârları eserken bu yaz, belki de önceliği savaş romanlarına vermeliyiz. Yukarıda adları geçen romanların bazılarının oldukça kaliteli sinema uyarlamaları da var kuşkusuz. Ancak ben bir edebiyatçı olarak, her zaman önceliği romana veririm. Filmlerini izlemiş olsanız bile bir kez de romanlarını okuyun derim.

Savaşı yazabildiğimiz kadar barışı da anlatabilmek ümit ve beklentisiyle...

18

LOJİSTİK SOHBETLER
TURGUT ERKESKİN



56

EKO ANALİZ
AVRUPA'NIN ORTA DOĞU'YA
AÇILAN KAPISI
GAZİANTEP



46

BİR KİTAP & BİR YAZAR
ÜSTÜN DÖKMEN

42

YILDIZLARIN ALTINDA
GANİ MÜJDE



22

ORTAK SİNERJİ
OĞUZHAN İPEK



26

SEKTÖREL BAKIŞ
DOĞRU LOJİSTİK,
GIDA İSRAFINI
ÖNLÜYOR



50

SEYEHAT ROTASI
DOĞU
EKSPRESİNDE
YOLCULUK

06

HABERLER

14

BİZDEN

16

HOREV

30

İÇİMİZDEN BİRİ
TEKNOLOJİYİ KULLANARAK
KATMA DEĞER ÜRETİYORUZ

34

VİZYON
YEREL MARKETLER, ZİNCİR
MAĞAZALARA KARŞI
SAVAŞIYOR

36

ÜLKE ROTASI
ORTA DOĞU'NUN SÖNMEYEN
YILDIZI, LÜBNAN

58

SIRA DIŞI GÜNDEM
CRYONICS, BİLİM ÖLÜMÜN
SINIRLARINI AŞIYOR MU?

62

DEĞİŞİM
Y KUŞAĞI, İŞ DÜNYASINDAKİ
DENGELERİ DEĞİŞTİRİYOR

64

KÜLTÜR SANAT

65

KİTAP KOKUSU

PEN
CE
RE

İMTİYAZ SAHİBİ
Horoz Grup'u temsilen Hakan Yaman

GENEL YAYIN YÖNETMENİ
Hakan Yaman

EDİTÖR
Duygu Şafak

KATKIDA BULUNANLAR
Atilla Yıldıztekin, Aytüm Engerek,
Ecem Uçar, Hacı Ali Eroğlu

ADRES
Mahmutbey Mah., Taşocağı Yolu, Özlem Sk., Kısıklı Plaza,
No: 6, Kat: 1, Bağcılar/İstanbul
Tel: (0212) 456 10 00 Faks: (0212) 456 14 55
www.horoz.com.tr
pencere@horoz.com.tr

YAYINA HAZIRLAYAN

viyamedya

GENEL YAYIN YÖNETMENİ
Selda YEŞİLTaş

YAYINLAR KOORDİNATÖRÜ
Murat ERDOĞAN

GÖRSEL YÖNETMEN
Fatih HANÇER

EDİTÖR
Peri ERBUL

MUHABİR
Elif Nur BİLGİÇ

REKLAM SORUMLULARI
Dilber YAVUZ
Zeynep AKGÜN

İLETİŞİM
Rumeli Caddesi Rumeli Pasajı Yunus Apt.
No: 40 Kat: 3
Nişantaşı - Şişli / İSTANBUL
Tel: 0 (212) 236 00 50
www.viyamedya.com
viya@viyamedya.com

BASKI
Şan Ofset
www.sanofset.com
Hamidiye Mah. Anadolu Cad. No:50
Kağıthane/İstanbul
Tel: 0212 289 24 24
info@sanofset.com

LOJİSTİK VE BEYAZ EŞYA SEKTÖRLERİ 'ORTAK AKIL'DA BULUŞTU

HORUZ LOJİSTİK, HİZMET VERDİĞİ BEYAZ VE KAHVERENGİ EŞYA SEKTÖRÜNÜN İHRACATTA REKABET GÜCÜNÜ ARTIRMAK İÇİN DÜZENLENEN "ORTAK AKIL TOPLANTISI" NDA ÇÖZÜM ORTAĞI OLARAK ROL ALDI. TOPLANTIDA HAMMADDE TEDARİKİNDEN ÜRÜN MONTAJINA KADAR VERİLEN LOJİSTİK HİZMETLERİN, FİRMALARIN REKABET GÜCÜNDEKİ ÖNEMİNE VURGU YAPILARAK, SEKTÖRÜN DAHA VERİMLİ OLMASINA YÖNELİK ÇÖZÜM YOLLARI ARANDI.

Horuz Lojistik, hizmet verdiği beyaz ve kahverengi eşya sektörüne değer katmaya devam ediyor. UTİKAD öncülüğünde, Turkishtime Ekonomi Dergisi tarafından düzenlenen "Beyaz ve Kahverengi Eşya sektöründe Lojistik ile Rekabet Kazanma Stratejileri Ortak Akıl Toplantısı" Horoz Lojistik'in çözüm ortaklığı ile 5 Nisan Perşembe günü İstanbul Fairmont Quasar Hotel'de gerçekleştirildi. Altınbaş Üniversitesi Rektör Yardımcısı Prof. Dr. Emre Alkin'in moderatörlüğünü yaptığı oturuma, lojistik sektörünü temsilen Horoz Lojistik Yönetim Kurulu Başkanı Taner Horoz, Horoz Bollore Logistics Genel Müdürü Hakan Yaman, Horoz Lojistik Yurtiçi Taşımacılık Grup Başkanı Gürkan Gürbüz ve UTİKAD Yönetim Kurulu Başkanı Emre Eldener katılım sağlarken, beyaz ve kahverengi eşya sektörünü temsilen şu isimler katılım sağladı: Arçelik İhracat ve Lojistik Müdürü Tanzer Tunçalp, Miele Lojistik Müdürü Özlem Albayrak, BSH Lojistik Türkiye Dağıtım Direktörü Burçin Poyrazlar, Vestel Lojistik Operasyonel ve Planlama Müdürü Kıvanç Dalgıç, Sunny Yönetim Kurulu Başkanı Adem Atmaca, Silverline Satınalma Direktörü Erhan Esen ve Electrolux Satış Operasyonları ve Lojistik Müdürü Katarzyna Akdemir.

İstanbul Gümrük Müşavirleri Derneği Yönetim Kurulu Üyesi ve Gümrük Müşaviri Mustafa Sezen de oturumda yer alan isimler arasındaydı.

Taner Horoz ve Emre Eldener liderliğinde gerçekleştirilen ve yarım gün süren toplantıda lojistik sektörünün gündemi, geleceği, yurt içi ve yurt dışı lojistik başlıkları ele alındı. Konuşmacıların sektör sorunlarını ele aldığı ve çözüm önerilerinin değerlendirildiği toplantının içerik ve sonuç raporu, Turkishtime Ekonomi dergisinde hazırlanacak geniş bir haber dosyasıyla dergi okurlarının yanı sıra beyaz ve kahverengi eşya sektöründe faaliyet gösteren firmaların yönetim kurulu başkanları, finans sektörü yöneticileri, Cumhurbaşkanlığı, Başbakanlık, bakanlık ve müsteşarlıklar ile paylaşılacak.

SEKTÖRÜN YÜZDE 75'İ İHRAÇ EDİLİYOR

Türkiye beyaz ve kahverengi eşya sektörü, dünyanın en büyük ikinci üreticisi konumunda ve yüzde 75'i ihracat kaynaklı olmak üzere 30 Milyar TL'lik pazar büyüklüğüne sahip. Çoğunluğu AB pazarı olmak üzere dünyada 100'ü aşkın ülkeye ihracat gerçekleştiren sektörün lojistik gücü, küresel rekabette büyük önem taşıyor. Oturumda söz alan sektörün en büyük yüzdesini oluşturan firma yöneticileri, başta gümrükler olmak üzere yaşadıkları sıkıntı-

ları dile getirirken, lojistik anlamında ortak neler yapılabileceği noktasında fikir alışverişinde bulundular. Horoz Lojistik Yönetim Kurulu Başkanı Taner Horoz, lojistiğin maliyeti kadar tüm süreçte 'hatasızlığın' önemini de her geçen gün daha çok öne çıktığını belirterek, "Bu arada satış sonrası servis hizmeti ile lojistiği yakınlaştırarak, verimlilik anlamında önemli bir fırsat yakalanabilir" önerisinde bulundu.

LOJİSTİK HİZMETİ KENDİNİ DEĞİŞTİRİYOR

Uluslararası Taşımacılık ve Lojistik Hizmet Üretenleri Derneği Başkanı Emre Eldener, oturumda Türkiye lojistik sektörünün hızla büyüdüğüne dikkat çekerek, "Bugün 300 milyar dolar büyüklüğe ulaşan sektör, 2018'de yüzde 10 büyümeye bekliyor. Aslına bakarsanız lojistik sektöründe iş yapış şeklimiz değişiyor. Lojistik şirketleri birer yazılım şirketine dönüşecek, başka seçenek yok" dedi.

Ardından son dönemin en popüler konusu olan ve zincirleme bir modelle inşa edilen, takip edilebilen ancak kırılmayan Blockchain Teknolojisi'ne vurgu yapan Eldener, "Hatasız iş yapmak çok sayıda partinin yetki paylaşımını sağlamasından geçiyor. Bugün dünyada Blockchain'i, Endüstri 4.0'ın hayatımızın her alanında daha çok yer aldığını görüyoruz. Şunu net olarak söyleyebilirim, 10 yıl sonra biz ne yapıyorsak onlar yapılmayacak" ifadesini kullandı.

TÜKETİCİNİN BEKLENTİSİ DE ARTTI

Horoz Bollore Logistics Genel Müdürü Hakan Yaman, lojistik sektörünün hizmet kalitesi anlamında bugüne kadar önemli yol kat ettiğini belirterek, nesnelerin interneti, Blockchain ve Endüstri 4.0 ile çok farklı bir noktaya gideceğinin altını çizdi. Yaman, lojistik sektöründeki oyuncuların hizmet verdiği sanayilerdeki değişimi takip ederek, kendilerini yenilemeye devam etmesi gerektiğine dikkat çekti. Tüketicilerin de teknolojik gelişimi ve firmaların hizmetlerini yakından takip ederek beklentilerini arttırdığını ifade eden Horoz Lojistik Yurtiçi Taşımacılık Grup Başkanı Gürkan Gürbüz de tüketicinin satın aldığı andan itibaren ürünün hangi saatte kendisine teslim edileceğini bilmek istediğini söyledi.

GÜMRÜK BÜROKRASİSİ SÜRECİ UZATIYOR

Oturuma katılan yöneticiler ise beyaz ve kahverengi eşya sektöründeki firmala-



rın yurt içi lojistik ve dış ticarete en çok sıkıntı yaşadıkları konulara dikkat çekti. Tüm katılımcıların ortak sıkıntısı gümrüklerdeki bekleme süreleriydi. Gümrüklerde yaşanan sıkıntılardan ve limanların yeterli derinliğe sahip olmamasının sektöre olumsuz yansıdığı belirtilirken, gümrük bürokrasisinin ülkenin dış ticaretini yavaşlattığı ifade edildi. İstanbul Gümrük Müşavirleri Derneği Yönetim Kurulu Üyesi ve Gümrük Müşaviri Mustafa Sezen, bahsedilen sorunların nedenlerini katılımcılarla paylaşırken, hükümet cephesinde bu sorunları aşmak için atılması gereken adımları anlattı.



E-TİCARET ZİRVESİ, HORUZ LOJİSTİK SPONSORLUĞUNDA İZMİR'DE GERÇEKLEŞTİ

ADANA, BURSA VE ANTALYA'NIN ARDINDAN E-TİCARET ZİRVESİ'NİN YENİ DURAKI İZMİR OLDU. HORUZ LOJİSTİK SPONSORLUĞUNDA 5 MART PAZARTESİ GÜNÜ İZMİR HILTON OTEL'DE DÜZENLENEN HEPSİ BURADA E-TİCARET ZİRVESİ'NDE HORUZ LOJİSTİK YÖNETİCİLERİ E-TİCARETTE LOJİSTİK ÇÖZÜMLER KONUSUNDA BİLGİLER AKTARDI.



**YURTIÇİ DAĞITIM
OPERASYONLARI VE İŞ
GELİŞTİRME DİREKTÖRÜ
İLKER ÖZKOCACIK**

Horuz Lojistik sponsorluğunda düzenlenen e-Ticaret Zirvesi, İzmir Hilton Otel'de, 5 Mart Pazartesi günü gerçekleşti. Teknoloji ve finans sektörlerinin önde gelen şirketlerinin yöneticileri, e-ticaret potansiyelini artırma çözümlerini anlattı. Toplantıda sektör profesyonelleri bilgi ve deneyimlerini yerel marka sahipleriyle paylaştı. e-Ticaret Zirvesi'ne Horuz Lojistik'i temsilen katılan Yurtiçi Taşımacılık Grup Başkanı Gürkan Gürbüz ve Yurtiçi Dağıtım Operasyonları ve İş Geliştirme Direktörü İlker Özkocak, "e-ticarete lojistik" konu-

sunda bilgiler aktardı; katılımcılar, Horuz Lojistik'in bu alandaki tecrübelerinden yararlanma fırsatı yakaladılar. ETİD Genel Sekreteri Ömer Gürkan, İzmir Ticaret Odası Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Cüneyt Gülec, Hepsiburada Ticari Grup Başkanı Emre Ekmekçi, İzmir Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Zekeriya Mutlu ve İzmir Ticaret Odası Genel Sekreteri Dr. Erçin Güdücü'nün açılış konuşmalarını yaptığı etkinlik, İzmirlilerin yoğun ilgisiyle gerçekleşti. Buse Biçer moderatörlüğünde gerçekleşen zirvede; "e-ticarete nasıl başlanabilir,

daha fazla müşteriye nasıl ulaşılabilir, e-ticarete lojistik çözümler" gibi konular ele alındı. Ayrıca kârlılığı artırma, maliyeti düşürme ve toplu satış gibi başlıklar da gündem konuları arasındaydı. "Çözüm Odaklı Taşımacılık" konusu, İzmir Ekonomi Üniversitesi Öğretim Görevli-

si Taylan Demirkaya moderatörlüğünde, Horoz Lojistik Yurtiçi Taşımacılık Grup Başkanı Gürkan Gürbüz tarafından ele alınırken, "e-Ticarete Lojistik" başlıklı sunum ise Yurtiçi Dağıtım Operasyonları ve İş Geliştirme Direktörü İlker Özkocak tarafından gerçekleştirildi.



**YURTIÇİ TAŞIMACILIK
GRUP BAŞKANI
GÜRKAN GÜRBÜZ**



KISA KISA...

VATAN BİLGİSAYAR: Elektronik grubu ürünlerin parsiyel taşıması için Horoz Lojistik ile anlaştı.

RULOPAK HİJYEN SİSTEMLERİ: Beylikdüzü / İstanbul çıkışlı kâğıt ve temizlik ürünlerinin komple taşıması için Horoz Lojistik ile el sıkıştı.

RENAL İLAÇ KİMYA VE SAĞLIK ÜRÜNLERİ: Konya çıkışlı diyaliz suyu gurubu ürünlerinin komple taşıması için Horoz Lojistik ile anlaştı.

FLO: İstanbul Avrupa / Anadolu çıkışlı ayakkabı / terlik grubu ürünlerinin komple taşıması için Horoz Lojistik ile anlaştı.

FLO: İstanbul Gebze ve Kırac çıkışlı ayakkabı / terlik grubu ürünlerinin parsiyel taşıması için Horoz Lojistik ile anlaştı.

FİXA YAPI KİMYASALLARI: Adana çıkışlı yapı grubu ürünlerinin komple taşıması için Horoz Lojistiği tercih etti.

GENCER ALÜMİNYUM PROFİL'İN: Darıca /Kocaeli çıkışlı profil grubu ürünlerinin komple taşıması Horoz Lojistik tarafından gerçekleştirilecek.

TRENDYOL TERCİHİNİ HOROZ LOJİSTİK'TEN YANA KULLANDI

TÜRKİYE VE ORTA DOĞU BÖLGESİNİN EN HIZLI BÜYÜYEN VE EN BÜYÜK MOBİL TEKNOLOJİ ŞİRKETİ OLAN TRENDYOL, BEYAZ EŞYA VE SPOR ALETLERİ GRUBU ÜRÜNLERİNİN PARSEYEL TAŞIMASI İÇİN HOROZ LOJİSTİK İLE ANLAŞTI.



15 milyonun üzerinde üyesi bulunan, yılda 800 milyon ziyaret ile Türkiye'nin en fazla ziyaret edilen mobil teknoloji platformuna sahip Trendyol, müşterilerine teknoloji ile her zaman ve her yerde en iyi alışveriş deneyimini yaşıyor. Trendyol, en çok aranan marka ve tasarımcıları herkes için ulaşılabilir yapma hedefiyle Mart 2010'da yola çıktı. Kurulduğu günden itibaren moda öncülüğü ederek, bu doğrultuda Türk tasarımcılara

destek olma misyonu ile birçok Türk Tasarımcının ürünlerini internette satışa sunan ilk site oldu. 2011 yıl sonu itibarı ile 6,5 milyondan fazla üyesine 2 bin kişilik genç bir ekip ve binden fazla marka seçeneği ile hizmet veriyor. Türkiye'nin dört bir yanındaki her ürün ile ulaştıran Trendyol, 2018'de beyaz eşya ve spor aletleri grubu ürünlerinde lojistik iş ortağı olarak Horoz Lojistik'i seçerek yükünü hafifletti.

CEYSU, HOROZ LOJİSTİK İLE ANLAŞTI

Uluslararası Lezzet ve Kalite Enstitüsü tarafından 2013-2014-2015-2016 yıllarında üst üste Superior Taste Award'a layık görülen, Türkiye'nin ödüllü su markası Ceysu, 2018 yılında, Horoz Lojistik'i tercih etti. 2003 yılında Ceylan İnş. San. Tic. A.Ş. bünyesinde % 100 yerli sermaye ile kurulan Ceysu, her geçen gün büyüyen dağıtım ağı ve üretim kapasitesi ile sektörün köklü firmalarından biri olarak konumlanıyor. Yurt dışında, 5 kıtada 20'den fazla ülkeye ulaşan ve başarısını tüm ülkelerde sürdüren Ceysu, taşımalarını Horoz Lojistik güvencesiyle gerçekleştirme kararı aldı. Tarımsal arazilerden, yerleşim



yerlerinden uzakta, özü değiştirilmemiş, mineral yapısı hiçbir değişikliğe uğramayan, kaynağında temiz olan ve kaynağından çıktığı şekilde, en yüksek hijyen standartlarında, ileri teknoloji kullanılarak el değmeden üretim yapan Ceysu'nun Antalya fabrikası yalnız Türkiye'nin değil, Avrupa'nın sayılı üretim tesislerinden biri olarak varlığını sürdürüyor. Ceysu, tüketicisine sahip olduğu hijyenik ve en son teknolojiyle ürettiği ürünlerini ulaştırmada daha etkin çalışarak, daha fazla tüketicisinin minerali su tüketimi ile yaşam kalitesini artırmalarına yardımcı olmayı hedefliyor.



HOROZ BOLLORÉ LOGISTICS, YENİ YIL HEDEFLERİNİ MASAYA YATIRDI

Horoz Bolloré Logistics, 2 Mart Cuma günü, Clarion Hotel'de, 2018 yılının ilk geniş katılımlı satış toplantısını gerçekleştirdi. Tüm Türkiye ofislerindeki satış ekiplerinin ve Horoz Bolloré Logistics üst yönetiminin katıldığı toplantıda, yeni yıl projeleri ve hedefleri görüşüldü. Verimli geçen toplantı akşam yemeği ile sona erdi.



HOROZ LOJİSTİK HATAY'DA FAALİYETE BAŞLADI

Adana Lojistik Merkezimizin dağıtım ağına bulunan Adana, Osmaniye ve Hatay illerindeki ticari faaliyetlerin artışı ve sizlere daha iyi bir hizmet sunabilme hedefiyle, Hatay Lojistik Merkezimizi faaliyete geçirmiş bulunmaktayız.

Adres: Güzelburç Mahallesi Tabakhane Cad No: 336 Antakya-İskenderun yolu 8.km Hatay



HABER: HACI ALİ EROĞLU

TRABZON ŞUBESİ BÜYÜDÜ

Müşterilerimize sunduğumuz hizmetin verimliliğini arttırmak için Trabzon Lojistik Merkezimizi 800 metrekareden 2.000 metrekarelik yeni bir depoya taşıdık.

Adres: Erzurum yolu üzeri 12. Km Kenan Oltan caddesi Hekimoğlu Sanayi ve Lojistik bölgesi A blok No: 1-2 Trabzon

HORUZ LOJİSTİK BOWLING TURNUVASINDA KEYİFLİ ANLAR YAŞANDI

LOJİSTİK SEKTÖRÜNÜN ÖNDE GELEN FİRMASI HORUZ LOJİSTİK'İN, ÇALIŞANLARINA MOTİVASYON AMAÇLI DÜZENLEDİĞİ VE BU SENE ÜÇÜNCÜSÜNÜ GERÇEKLEŞTİRDİĞİ GELENEKSEL BOWLING TURNUVASINDA, EĞLENCELİ BİR REKABET YAŞANDI.



Horuz Lojistik'in bu sene üçüncüsünü düzenlediği "Horuz Lojistik Geleneksel Bowling Turnuvası", 21 Mart Çarşamba akşamı, yaklaşık 200 kişinin katılımı ile Mall of İstanbul, Atlantis Bowling'de gerçekleşti. Dörder kişilik 31 takımın yarıştığı turnuva, heyecan dolu dakikalara ve renkli anlara sahne oldu. İki etaptan oluşan turnuvada, tüm takımların yarıştığı ilk etabı başarıyla

tamamlayan 10 takım, finalde yarışma hakkını kazandı. Finalist takımları ise; Beyaz Ruslar, Çıtır Dörtlü, ALM City, Gri Alan, Höh, UKT Stars, Delta Team, Sigma, Yid Power ve Çiko ekipleri oluşturdu. Kıyasıya bir rekabetin yaşandığı final turu etabında birinciliği, ilk turun da galibi Beyaz Ruslar elde ederken, ikinciliği Sigma, üçüncülüğü ise Çıtır Dörtlü ekibi aldı. Ekiplerin yanı sıra bireysel başarıların da ödüllendirildiği gecenin en eğlenceli dakika-

ları ise, en az bireysel puanı alan yarışmacıların ödüllendirildiği anlar oldu. Gecenin en başarılı kadın ve erkek yarışmacıları "145" puan ile ALM City'den Şeyda Yıldız ve Höh takımından "146" puan ile Murat Tüysüz oldu. Kazananlar ödülleri Uluslararası Karayolu Taşımacılığı Grup Başkanı Savaş Yaşar, Satış Yönetici Berat Körkaya ve Yurtiçi Komple Taşımacılık Direktörü Metin Meriç'in elinden aldı. Keyifli gece fotoğraf çekimi ile sona erdi.



GEÇENİN EN EĞLENCELİ BÖLÜMLERİNDEN BİRİ DE BİREYSEL BAŞARILARIN ÖDÜLLENDİRİLDİĞİ ANLARDI. ŞEYDA YILDIZ VE MURAT TÜYSÜZ GEÇENİN EN BAŞARILI İSİMLERİ OLDU.



Bireysel Şampiyonlar:
Şeyda Yıldız ve Murat Tüysüz
Ortada: Yurtiçi Komple
Taşımacılık Direktörü Metin Meriç



1.
Beyaz
Ruslar



2.
Sigma



3.
Çıtır
Dörtlü





MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ VE DEPOCULUK SAHA PERSONELLERİ İLE EĞİTİMLERE BAŞLADIK

Kişilerin duygusal farkındalığı, duygularını yönetebilme ve sağlıklı ilişkiler kurabilme becerileri, gelişmiş bir duygusal zekâyâ sahip olmaları, işyerlerinde başarının anahtarı olabiliyor. Bu minvalden yola çıkıldığında duygusal zekâyı kullanabilen, başka bir deyişle, kendi duygularını tanıyan ve yönetebilen, başkalarının duygularına, istek ve ihtiyaçlarına duyarlı olan yöneticiler ve çalışanlar işyerlerinde güvene dayalı ilişkiler kurabiliyor; kendilerini, birlikte çalıştıkları kişileri ve aynı zamanda ilişkide oldukları müşterileri de anlayarak, zor şartlar altında dahi, olumlu bakış açılarını koruyabiliyorlar. Bu becerilerle donatılmış çalışanlar, bulundukları organizasyonların başarısına önemli katkılar sağlıyor.

Geçtiğimiz iki yıl boyunca Kişisel Gelişim Eğitimleri kategorisinde yer alan, yönetmen ve direktör kadrolarımızı hedef aldığımız "Liderlik ve Yönetici Geliştirme Programları" düzenledik. Programlardaki temel yaklaşımımız "kendini tanıma, ekibini tanıma, müşterilerini tanıma ve duygusal zeka ve duygusal zekanın nasıl kullanılması gerektiği" üzerine kuruluydu. Yine, bu eğitimlerden yola çıkarak, 2018 yılı akademi takvimini oluşturma sürecinde, organizasyonun benzer bakış açısını kazanabilmesi, bütünsellik oluşturma amacı ile birbirlerini anlayabilen, empati kurabilen, müşterileri ile sağlıklı diyaloglar içerisinde

olan ekiplerin öneminin farkında olarak, iletişim eğitimlerini bu defa orta ve alt kademelerdeki çalışanlarımıza yönelik tasarladık ve organize etmeye başladık. Hedef kitlelerimizi belirlerken İnsan Kaynakları Müdürlüğü olarak Faaliyet Yöneticileri ile birlikte çalıştık. Program doğrultusunda yolumuza ilk olarak Çağrı Merkezi personellerine yönelik iletişim eğitimleri ile başladık. Devamında, Müşteri İlişkileri ve Depo Operasyon Saha çalışanlarımızı dahil ettiğimiz eğitim programlarını organize etmeyi sürdürüyoruz.

2018 yılı Horoz Akademi Eğitim Takvimimizde, "Kişisel Gelişim Eğitimleri" kategorisinde, yukarıda belirttiğimiz hedef kitlelerimize yönelik;

- İletişim - Empati
 - Zor Müşteriler ile Başa Çıkabilme
 - Zamanı Verimli Yönetme ve
 - Ekip Yönetimi eğitimlerini planladık.
- Yılın ilk çeyreğinde ilgili gruplardan; Çağrı merkezi çalışanlarımızdan 21'ine İletişim Empati, Müşteri İlişkileri çalışanlarımızdan 20'sine İletişim Empati Depo Operasyon Saha çalışanlarımızdan da 30'una İletişim Empati eğitimlerini verdik. 2018 yılını tamamladığımızda "Kişisel Gelişim Eğitimleri" kategorisinde yaklaşık 300 çalışanımıza, toplam 3 bin 200 saat eğitim vermiş olacağız.

AYTÜM ENGEREK
HORUZ LOJİSTİK İNSAN KAYNAKLARI YÖNETMENİ

ARAMIZA YENİ KATILANLAR



C.BERAT KÖRKAYA (03.02.2018)

Horoz Lojistik Kargo Hizmetleri ve TİC. A.Ş. şirketimizde Uluslararası Kara Taşımacılığı Grup Başkanlığı'na bağlı, İstanbul Anadolu Yakası Satış Direktörü pozisyonunda aramıza katılan C. Berat Körkaya; 2005-2008 yılları arasında Mars Lojistik'te Karayolu ithalat Satış Uzmanı, 2008-2011 yılları arasında Sertrans Lojistik'te Karayolu İthalat Satış Yöneticisi, 2011-2012 yılları arasında Adamar Lojistik'te Satış Müdürü, 2012- 2015 yılları arasında Borusan Lojistik'te Karayolu & Demiryolu Satış Yöneticiliği, 2015-01.2018 tarihleri arasında Borusan Lojistik'te Key Account Manager görevlerinde bulunmuştur.



GÜLŞAH AKPINAR (05.02.2018)

Horoz Lojistik Kargo Hizmetleri ve TİC. A.Ş. şirketimizde Uluslararası Karayolu Taşımacılığı İstanbul Anadolu Yakası Satış Direktörlüğü'ne bağlı "Satış Yönetmeni" pozisyonunda aramıza katılan Gülşah Akpınar; 02.2000- 04.2009 tarihleri arasında U.P.S. United Parcel Service' de Müşteri İlişkileri Sorumlusu, 04.2010-06.2013 tarihleri arasında Transalkım Uluslararası Nakliyat'ta Satış Pazarlama Müdürü, 08.2013-01.2018 tarihleri arasında Intermax Uluslararası Taşımacılık'ta Satış Pazarlama Müdürü görevlerinde bulunmuştur.



DİLARA DALGIN (05.02.2018)

Horoz Bollore Logistics Taşımacılık A. Ş. şirketimizin Marmara Bölge Direktörlüğü'ne bağlı Satış Yönetmeni pozisyonunda aramıza katılan Dilara Dalgın; 01.2012- 01.2014 tarihleri arasında Yapı Kredi Sigorta'da Danışman, 09.2014-11.2016 tarihleri arasında Nmt Cape Horn Lojistik'te Satın Alma ve İthalat Uzmanı, 03.2017-01.2018 tarihleri arasında Ekol Lojistik'te Deniz Satış Uzmanı görevlerinde bulunmuştur.



EVREN SIVRİ (05.02.2018)

Horoz Lojistik Kargo Hizmetleri ve Tic. A. Ş. şirketimizde Yurtiçi Taşımacılık Grup Başkanlığı'na bağlı "Operasyon ve Müşteri Hizmetleri Yönetmeni, YIKT" pozisyonunda aramıza katılan Evren Sivri; 21.04.2008- 03.10.2015 tarihleri arasında Horoz Lojistik Kargo Hizmetleri ve Tic. A. Ş. şirketimizde İş Geliştirme Yönetmeni, 2015- 2017 yılları arasında Loginn Lojistik'te Genel Koordinatör görevlerinde bulunmuştur.



İBRAHİM ERKAN ÖZYAZICI (06.02.2018)

Horoz Bollore Logistics Taşımacılık A. Ş. şirketimizin Akdeniz ve Güneydoğu Anadolu Bölge Müdürlüğü'ne bağlı "Bölge Satış Yönetmeni" pozisyonunda aramıza İ. Erkan Özyazıcı; 03.2007-03.2008 tarihleri arasında Citi Bank A. Ş.'de Aktif Pazarlama Sorumlusu, 04.2008-04.2010 tarihleri arasında UPS' de Bölge Pazarlama Sorumlusu, 04.2010-04.2011 tarihleri arasında Mars Logistics'de Saha Satış Müdürü, 05.2011-05.2013 tarihleri arasında Atako Atf'de Saha Satış Uzmanı, 05.2013-02.2014 tarihleri arasında Merden Lojistik'de Saha Etkinliği Müdürü, 02.2014-26.01.2018 tarihleri arasında Merant Logistics'te Yönetim Kurulu Başkanı görevlerinde bulunmuştur.



MELİH GÜRÇAY (13.02.2018)

Horoz Bollore Logistics Taşımacılık A. Ş. şirketimizin Marmara Bölge Direktörlüğü'ne bağlı Bursa "Satış Yönetmeni" pozisyonunda aramıza katılan Melih Gürçay; 06.2011- 09.2014 tarihleri arasında Arkas Ulaştırma A. Ş.'de Pazarlama Uzmanı, 10.2014-10.2015 tarihleri arasında Nora International Forwarding'de Pazarlama Uzmanı, 05.2016-08.2016 tarihleri arasında Karel Lojistik'te Satış Sorumlusu, 08.2016-04.2017 tarihleri arasında Mars Hava ve Deniz Kargo Taşımacılığı'nda Saha Satış Uzmanı, 05.2017-02.2018 tarihleri arasında DSV Hava ve Deniz Lojistik'te Satış Yöneticisi görevlerinde bulunmuştur.



BURAK SARI (01.03.2018)

Horoz Bollore Logistics Taşımacılık A. Ş. şirketimizde Antalya Lokasyonunda "Batı Akdeniz Bölge Yönetmeni" pozisyonunda aramıza katılan Burak Sarı; 09.2009-05.2010 tarihleri arasında Interline Int. Shipping and Forwarding'de Satış Pazarlama Yetkilisi, 06.2010-07.2010 tarihleri arasında Gökboro Uluslararası Nakliyat'ta Satış Pazarlama Uzmanı, 07.2010-07.2013 tarihleri arasında DHL Global Forwarding'de Satış Bölge Müdürü, 07.2013-06.2015 tarihleri arasında UTI Taşımacılık'da Akdeniz Bölge Satış Müdürü, 06.2015-02.2018 tarihleri arasında DHL Global Forwarding'de Satış Bölge Müdürü görevlerinde bulunmuştur.



YUNUS EMRE AZKIRAN (22.03.2018)

Horoz Lojistik Kargo Hizmetleri ve Tic. A. Ş. şirketimizde Uluslararası Karayolu Taşımacılığı İstanbul Anadolu Yakası Satış Direktörlüğü'ne bağlı "Satış Yönetmeni" pozisyonunda aramıza katılan Yunus Emre; 07.2010- 09.2012 tarihleri arasında Lemar Logistics & International Transportation Co. Ltd.'de Operasyon Yetkilisi, 10.2012-08.2013 tarihleri arasında Beta Mühendislik İmalat Ve Montaj A.Ş.'de Lojistik Sorumlusu, 08.2013-12.2015 tarihleri arasında ATF Forwarding Co.'da Saha Satış Uzmanı, 01.2016-11.2016 tarihleri arasında Kibar Holding - Assan Lojistik A. Ş.'de Satış Uzmanı, 11.2016-03.2018 tarihleri arasında Globelink Unimar Lojistik A. Ş.'de Satış Yönetmeni görevlerinde bulunmuştur.



MEHMET EMİN HOROZ MESLEKİ VE TEKNİK ANADOLU LİSESİ, 103. YILINDA ÇANAKKALE ZAFERİNİ VE ŞEHİTLERİMİZİ ANDI

Mehmet Emin Horoz Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, bu yıl 18 Mart Çanakkale Zaferi'nin 103. yıl dönümünü, tüm okulları temsilen, Avcılar ilçesinde bulunan Barış Manço Kültür Merkezi'nde gerçekleştirdiği törenle kutladı. Bu tören vesilesiyle, Kurtuluş Savaşı'nın kazanılmasında emeği geçen başta Mustafa Kemal Atatürk ve silah arkadaşları, saygı ve minnetle anıldı. Törene Avcılar Kaymakamı Hulusi Doğan, Avcılar Belediye Başkanı Handan Toprak Benli, Avcılar Garnizon Komutanı Albay Önder İrevül, Avcılar İlçe Milli Eğitim Müdürü Emin Engin, Muharip Gaziler Derneği'nden kıymetli gaziler, Mehmet Emin Horoz Eğitim Vakfı'nı (HOREV) temsilen Cengiz Atabay, Cemil Gül ve Duygu Şafak katıldı. İlçe okullarını temsilen okul müdürleri ve öğrenciler de bu anlamlı törende yerlerini aldı. Program, saygı duruşu ve İstiklal Marşı'nın ardından, Okul Müdürü Mahfuz Gönüllü'nün

açılış konuşması ile devam etti. Programda, günün anlam ve önemini belirten konuşmaları İlçe Milli Eğitim Müdürü Emin Engin, Avcılar Belediye Başkanı Handan Toprak Benli ve Avcılar Kaymakamı Hulusi Doğan yaptı. 18 Mart Çanakkale Zaferi kutlamaları, Mehmet Emin Horoz Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi idarecilerinden Nermin Çiğerci'nin katkılarıyla ve okul öğretmenlerinden Selma Kaya'nın hazırladığı "Çanakkale Geçilmez" temalı oratoryo gösterisi ile başladı. Zeybek oyunu ile devam eden gösteri, okul öğretmenlerinden Ali Efe Çınar ve Mahmut Güney tarafından hazırlanan okul korusu konseri ile devam etti. Program, izleyenlere duygu dolu anlar yaşattı. Bu kutlama vesilesiyle, Çanakkale Zaferi'nin 103. yıl dönümünde, gösterdikleri eşsiz mücadelenin bilinciyle, başta Büyük Önder Gazi Mustafa Kemal Atatürk ve silah arkadaşları olmak üzere, ebediyete intikal eden tüm şehitlerimizi ve gazilerimizi rahmet, minnet ve şükranla anıyoruz.

ÇANAKKALE ZAFERİNİN 103. YILI, MEHMET EMİN HOROZ MESLEKİ VE TEKNİK ANADOLU LİSESİ'NİN, AVCIILAR'DAKİ BARIŞ MANÇO KÜLTÜR MERKEZİ'NDE GERÇEKLEŞTİRDİĞİ ETKİNLİKLE KUTLANDI. KUTLAMALARA İLÇE KAYMAKAMI, İLÇE BELEDİYE BAŞKANI VE İLÇE MİLLİ EĞİTİM MÜDÜRÜNÜN YANI SIRA ÇOK SAYIDA KİŞİ KATILDI.

MEHMET EMİN HOROZ MESLEKİ VE TEKNİK ANADOLU LİSESİ ÖĞRENCİLERİNDEN, LOJİSTİK FAKÜLTESİ'NE ZİYARET

Mehmet Emin Horoz Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi öğrencileri, alanında Türkiye'nin ilk ve tek fakültesi olan İstanbul Üniversitesi Ulaştırma ve Lojistik Fakültesi'ni ziyaret etti. Lojistik Fakültesi ziyareti; Müdür Yardımcısı Burak Güzel, Ulaştırma öğretmenleri Ömer Sacar ve Harun Doğan, İngilizce öğretmeni Uğur Aslan önderliğinde

85 öğrenci ile gerçekleşti. Doç. Dr. Özgür Karagülle ve Araştırma Görevlisi Burak Deligönül tarafından gerçekleştirilen sunumda, lojistikte kariyer, Türkiye'de lojistiğin gelişimi, sivil havacılıkta kariyer başlıklarında çok faydalı sunumlar yapıldı. Ayrıca İstanbul Üniversitesi Lojistik Kulübü öğrencilerinin yaptığı mini bir sunum ile lise ve üniversite öğrencileri ortak, keyifli bir vakit geçirdiler.



İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ'NDEN MEHMET EMİN HOROZ MESLEKİ VE TEKNİK ANADOLU LİSESİ'NE İADE-İ ZİYARET



Mehmet Emin Horoz Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi; İstanbul Üniversitesi Ulaştırma ve Lojistik Fakültesi akademisyenlerini ağırladı. Mehmet Emin Horoz Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi tarafından 8 Mart Perşembe günü, üniversiteye yapılan geziye, iade-i ziyaret şeklinde gerçekleştirilen etkinlikte, Doç. Dr. Özgür Karagülle ve Araştırma Görevlisi Burak Deligönül'ün katılımları ile "Havacılıkta Kariyer" konulu panel düzenlendi. Panelde, sivil havacılık alanında uzman olan Özgür Karagülle tarafından 3. havalimanının sivil havacılığa etkisi, yer hizmetleri kuralları, havayolu taşımacılık prosedürleri üzerine bilgilendirme sunuldu. Araştırma Görevlisi Burak Deligönül ise lojistik alanında hava taşımacılığının rolü konusunda ve İstanbul Üniversitesi Ulaştırma ve Lojistik Fakültesi hakkında tanıtım gerçekleştirdi.

LOJİSTİK, TÜRKİYE EKONOMİSİNDE 2. SIRADA

Turgut ERKESKİN
FIATA Kıdemli Başkan Yardımcısı



FIATA gibi global bir organizasyonun parçası olmanın, Türkiye'nin ve lojistik sektörünün sahip olduğu değerlerin, dünya çapında tanıtılmasında da önemli bir adım olduğunu dile getiren Erkeskin ile Türkiye lojistik sektörünün bugünü ve yarınını konuştuk.

Küreselleşme ile birlikte Devlet kademesi ve iş dünyasının lojistik sektörüne bakışındaki değişimi nasıl değerlendiriyorsunuz?

Gelişen ve değişen sanayi ve ticaret yapısı çerçevesinde tüm ülkeler, dünyadaki değer zincirinden mümkün olan en yüksek payı alma ve üstün yönlerini ortaya çıkararak rekabette öne geçme gayreti içinde. Değer zincirinde mal hareketlerinin kesintisiz ve etkin akışı ancak kolay ulaşılabilen, verimli çalışan ve maliyet avantajları sağlayan lojistik sistemleri ile mümkün olabiliyor. Bu çerçevede uluslararası ticari faaliyetlerin tamamlayıcı ve vazgeçilmez bir unsuru olan lojistik sektörü, küreselleşmenin etkisiyle, ticari faaliyetlerin hacminde gözlemlenen artışlar sebebiyle gerek kamu idareleri gerekse özel sektör aktörlerinin önem vermesi gerektiği bir alana dönüşmüştür. Öyle ki, son 30 yılda küresel ihracat hacmi 8 kattan fazla artış gösterdi.

Salt anlamda bir noktadan diğer bir noktaya taşımacılık hizmeti sağlamaktan öteye giderek katma değerli hizmetlerin de lojistik hizmetler dahilinde sunulması, iş dünyasının faaliyetlerine entegrasyonu aşamasında, sektörümüzün vazgeçilmezliğini ortaya koymaktadır. Bunun yanı sıra, lojistik hizmet üretenlerin aynı çatı altında toplandığı ulusal düzeydeki sivil toplum kuruluşlarının etkinliklerini artırmaları ile birlikte, kamu idaresi birimlerinin de sektöre yönelik politika oluşturma aşamasında günden güne sektörümüzle iş birliği ve koordinasyon anlamında daha açık hale geldiği gözlemlenmektedir.

Küreselleşme ve teknolojik gelişimle birlikte, lojistik sektörü nasıl bir evrim geçiriyor? Lojistik şirketleri bu değişime ayak uydurabiliyor mu sizce?

Teknoloji ve iletişim dünyasındaki değişimlerin lojistik süreçlere uygulanması ile lojistik sektörü de günden güne kendini yenileyerek çağa ayak uydurmaktadır. Lojistik sektörü, teknolojik gelişmelere kendisini adapte ederken bir yandan da kişiselleştirilmiş hizmet taleplerini yerine getirmektedir. Yük hareketlerinin izlenebilirliği ve esnek teslimat

taleplerinin cevaplanması dahil olmak üzere, kişiselleştirilmiş süreçlerin yönetimi lojistik sektöründe faaliyet gösteren firmaların kendilerini kaynak planlama, depo yönetimi, taşımacılık sistemlerinin yönetimi, bilginin güvenliği ve yönetimi gibi pek çok alanda geliştirmesini ve değiştirmesini gerektiriyor. Türk lojistik sektöründe dünyadaki iş yapış pratiklerine örnek, değişimin öncüsü olarak tanımlanabilecek firmalarımız mevcuttur. Öyle ki, bu firmalar küresel çapta yaşanan evrimi yakalamaktan öteye giderek, bu evrimin öncüleri konumundadır. Ancak değişime ayak uyduramayan sektör paydaşlarımızın ne yazık ki, önümüzdeki süreçte zorlanacağını düşünüyorum.

Türkiye ekonomisinin büyümesi için öncelikli sektör sıralaması yapsanız, lojistiği kaçınca sıraya koyarsınız, neden?

Büyümenin, gelişmenin ve milletlerin en önemli hedeflerinden biri olan zenginleşmenin temeli, geçmişte olduğu gibi bugün de üretimdir. Globalleşme ve uluslararası değer zincirinden pay alabilme yarışı içinde, üretim artışı ile eş zamanlı olarak yeni pazarlara erişimin de mümkün kılınması gerekmektedir. Üretim hacmindeki artışın gerek var olan gerekse de yeni pazarlara ulaştırılmasında ve hatta yeni iş modelleri çerçevesinde sunulmasında ise lojistik hizmetler devreye girmektedir. Lojistik, Türkiye ekonomisinin büyümesi için öncelikli olarak değerlendirdiğimiz üretim sektörünün tamamlayıcısı niteliğine sahip bir sektördür.

DEİK Yürütme Kurulu Başkanlığına bu yıl yeniden seçildiniz. Lojistik sektöründen gelen bir yöneticinin bu gibi örgütlerde olmasının sektöre ne gibi katkıları oluyor?

Bugün, DEİK yenilenen konsey yapısı ile Türkiye'nin, dış ticaret hacmini geliştirmek için ihtiyaç duyduğu uluslararası ilişkileri geliştirme fonksiyonunu, her zamankinden çok daha etkili bir şekilde yerine getirmeye hazırlanmaktadır. Bir taraftan sektörel derneklerimiz firmalarımızın işlerini yaparken karşılaştıkları sorunların çözümü için özellikle, devlet kurumlarımız ile yakın çalışmalar yaparken, farklı bir yapının da mutlaka uluslararası arenada tüccarlarımızın lojistik talep ve sorunları ile yakından ilgilenmesi, lojistik firmalarımızın yurt dışı iş ve yatırım imkanlarını değerlendirmesi lazım. DEİK bunun için mükemmel bir platform. Şunun da altını önemle çizmek isterim ki; ülkemizin en güçlü hizmet ihracatçılarından biri

TÜRK LOJİSTİK SEKTÖRÜNÜ ULUSLARARASI PLATFORMLARDA TEMSİL ETME GÖREVİNİ BAŞARIYLA SÜRDÜREN UTİKAD'IN YÖNETİM KURULU BAŞKAN YARDIMCISI TURGUT ERKESKİN, GEÇTİĞİMİZ SENENİN EKİM AYINDA MALEZYA'DA DÜZENLENEN FIATA DÜNYA KONGRESİ'NDE GERÇEKLEŞTİRİLEN SEÇİMLERDE KIDEMLİ BAŞKAN YARDIMCISI OLARAK, FIATA BAŞKANLIK DİVANI'NA GİRMEYE HAK KAZANDI.



olan lojistik sektörünün hala tam olarak değerlendirilmeyen büyük bir potansiyeli vardır. Bu potansiyelin ortaya çıkartılmasında DEİK ile Ekonomi Bakanlığı arasındaki iş birliği, sektörümüz için büyük önem taşıyor. Hedefimiz, bu yakın çalışma ve iş birliği ile sektörümüzü Türkiye'de bir numaralı hizmet ihracatçısı pozisyonuna getirmek. Yeni oluşturduğumuz Yürütme Kurulumuzda, lojistik sektörümüzün tüm paydaşlarını bir araya getirmeye gayret ettik. UTİKAD ve UND zaten konseyimizin doğal üyeleri. Bu noktada, Türk lojistik sektörünü yakından tanıyan, sektörün artılarını ve geliştirilmesi gereken eksi yönlerini bilen bir yapı oluşturduk. Kurulan bu güçlü yapı ile ülkemizin ve DEİK'in stratejik hedeflerine ulaşabilmesi için büyük bir gayret ve azimle çalışacağız.

Geçen yıl FIATA Genel Kurulu'nda Kıdemli Başkan Yardımcısı seçildiniz. Bu görev, Türk lojistik sektörü için ne ifade ediyor?

FIATA, 150 ülkeden 40 bin lojistik firması ve yaklaşık 10 milyon istihdam ile dünya lojistik endüstrisini temsil ediyor. FIATA gibi global bir organizasyonun parçası olmak, ülkemizin ve sektörümüzün sahip olduğu değerlerin, dünya çapında tanıtılmasında da önemli bir adım olarak görülebilir.

Bunun yanı sıra lojistik sektörü uluslararası konvansiyonlar, anlaşmalar ve gelişmelerden fazlasıyla etkilenen bir sektör. FIATA lojistik konusunda en büyük ve etkili fede-

rasyon olmasından dolayı lojistik ile ilgili tüm uluslararası kuruluşlarla, Dünya Ticaret Örgütü, Dünya Gümruk Örgütü, Dünya Bankası, Birleşmiş Milletler ve onun içindeki değişik bölümler ile her zaman iş birliği içinde. Tabii yapılan çalışmalar ve bunların sonuçları ülkemizi de doğrudan etkiliyor. Bu çerçevede, lojistik sektörünün dünya çapında paydaşlarının bulunduğu bir ortamda söz hakkımızın olması, çalışmalara yön vermemiz ve ülkemiz perspektifinden de görüşlerimizi sunmamız büyük önem taşıyor.

Artan lojistik eğitim kurumları ile birlikte, bu örgütlerde görev alan lojistik yöneticilerini daha çok görmeye başlar mıyız?

Lojistik bölümü mezunlarının sektörün ihtiyaçlarına cevap verecek nitelikte yetişmiş insan gücü olarak sektöre dahil olmaları, ülkemizin lojistik sektörünün daha hızlı gelişmesine olanak sağlayacaktır. UTİKAD olarak, uzun yıllardır yaptığımız çalışmalar sonucunda, lojistik eğitimin; teorik ve pratiğin iç içe geçmesiyle oluşan ikili bir eğitim sistemi şeklinde kurgulanması gerektiğini düşünüyoruz. Çünkü sadece teorik bilgiyle donatılmış lojistik mezunları, aktif iş hayatına geçiş yaptığında zorlanıyor. Firmalar ise genellikle, eleman alımlarında deneyim arıyor. İşte bu noktada çözüm, lojistik eğitimi alan öğrencilerin akademik programlarına uygun olarak, firmalarda pratik eğitim alması olacaktır. Bildiğiniz üzere UTİKAD olarak, İstanbul Teknik Üniversitesi Sürekli Eğitim Merkezi desteği ile FIATA Diploma Eğitimi programını bu yıl Türkiye'de üçüncü kez gerçekleştiriyoruz. Bu eğitimin programı oluşturulurken de teorik ve pratik eğitimler iç içe planlandı. Aynı zamanda programın birçok eğitimi, sektör yöneticileri tarafından veriliyor, başarılı ve verimli neticeler alıyoruz.

İstanbul 3. Havalimanı, liman yatırımları ve demiryolundaki serbestleşme... Yurt dışı iş ve lojistik dünyası, Türkiye'de yapılan ve devam eden lojistik altyapı yatırımlarını nasıl değerlendiriyor?

Dünya'nın üretim merkezi durumuna gelmiş Uzakdoğu ülkeleri ile tüketim merkezi halindeki batı ülkeleri arasındaki özel konumu Türkiye'yi küresel ticaret açısından ayrıcalıklı kılıyor. Söz konusu yatırımlar, Türkiye'nin, küresel ticari faaliyetlere ve lojistik akışlara entegre olması yönünde atılmış önemli adımlardır. Şurası bir gerçek ki; küresel mal hareketlerinden pay alabilmemiz, alt yapımızın kapasitesinin büyüklüğü ve

etkinliği ile doğru orantılı. Bugün İstanbul, global ölçekte çok büyük bir yük hareketine ev sahipliği yapıyor. Yeni havalimanımızın devreye girmesi, uçak filomuzun büyüklüğü ve yakın coğrafyaya diğer taşıma modları ile entegre hizmetler vererek çok daha fazla bir paya sahip olacağız.

Bir Kuşak Bir Yol projesinin orta koridorunda önemli bir geçiş noktası olan Türkiye'nin, söz konusu proje ile doğu ve batı ülkeleri arasında gerçekleştirilecek yük trafiğinden daha fazla pay alabilmesinin, yani Türkiye'nin bu yük hareketleri için transit bir nokta olabilmesinin uluslararası taşımacılık açısından önemli bir hedef olduğu kanaatindeyiz.

Çevre duyarlılığı birçok sektöre yön vermeye başladı. Lojistik performans değerlendirmelerinde, çevre yatırımları şu an ne kadar etkin ve gelecekte, performans ölçümlerinde sizce ne kadar rol oynayacak? Ülkelerin lojistik performanslarını ortaya koyan ve Türkiye'nin de sıralamada yer aldığı Lojistik Performans Endeksi (LPI) kapsamında, henüz çevresel duyarlılıkla ilgili bir kıstas mevcut olmasa da biliyoruz

ki, taşımacılık sektörü karbon salınımı en yüksek sektörlerin başında geliyor. Çevresel duyarlılık, hizmet satın alanların bu konuda gelişen algıları neticesinde, sektörün önemli bir parçası haline gelmektedir. Kamuoyunun çevresel duyarlılığa yönelik algısındaki gelişmeye bağlı olarak, çevre yatırımları ve bu yatırımların çevresel sürdürülebilirliğe katkıları, kısa vadede lojistik sektörüne yönelik yapılan değerlendirmelerde önemli bir kıstas olarak karşımıza çıkacaktır.

Son olarak, sektörün gelecek 10 yılda üç ana gündem maddesi, sizce, ne olacak?

Lojistiğin belki de hiçbir zaman önemini kaybetmeyecek en temel gündemi gelecekte de hız, maliyet, izlenebilirlik ve bunu mümkün kılacak yapı ve teknolojik sistemlerin kullanımı olacak. Bu çerçevede en temel ve radikal değişimi, iş yapış şekillerimizde göreceğiz. İnsan bilgisi, tecrübesi ve el emeği marifetiyle yaptığımız birçok iş ve işlem, teknoloji kullanımı ve robotlar marifetiyle yapılacak. Bunun zaten örneklerini görmeye başladık. Tabii, tüm çalışmaların en temel ortak noktası "sürdürülebilirlik" olacaktır.

150 ÜLKE
40 BİN FİRMA
10 MİLYON İSTİHDAM



FIATA GİBİ GLOBAL BİR ORGANİZASYONUN PARÇASI OLMAK, ÜLKEMİZİN VE SEKTÖRÜMÜZÜN SAHİP OLDUĞU DEĞERLERİN, DÜNYA ÇAPINDA TANITILMASINDA DA ÖNEMLİ BİR ADIM OLARAK GÖRÜLEBİLİR.

PETKİM TEDARİK ZİNCİRİ GENEL MÜDÜR YARDIMCISI OĞUZHAN İPEK



PETKİM, TÜRKİYE SANAYİSİNİN DİNAMOSU

2

008 yılında Azerbaycan Devlet Petrol Şirketi SOCAR tarafından Özelleştirme İdaresi'nden alınan Petkim, son 10 yıldır sürekli bir gelişim halinde. Bu

süre zarfında, Petkim'e yaklaşık 800 milyon dolarlık bir yatırım gerçekleştirildi.

Diğer yandan Petkim'in en önemli lojistik avantajı olan Petkim Limanı'nda, toplamda 400 milyon dolarlık yatırım ile tüm bölgeye hizmet verebilecek, 1,5 milyon TEU kapasiteli Petkim Konteyner Terminali faaliyetlerine başladı. Petkim'in çevreye olan duyarlılığının bir göstergesi olarak, doğalgaza dayalı mevcut enerji santralinin yanı sıra, enerji ihtiyacının yenilenebilir kaynaklardan temin edilmesi amacı ile Petkim Rüzgâr Enerji Santrali devreye alındı.

Son olarak, 6.3 milyar dolar yatırım değeri bulunan STAR Rafineri, SOCAR grubunun Petkim Yarımadası'nda 2018 yılının son çeyreğinde hizmete girecek. Böylelikle, yıllık 10 milyon ton ham petrol işleme kapasiteli rafineri yatırımının tamamlanması ile Petkim'in ana hammadde olan "nafta"nın tamamı STAR Rafineri'den karşılanacak.

Petkim, Türkiye'de onlarca sektörün tedarikçisi olmasının yanı sıra gerçekleştirdiği yatırımlar ve iş ortaklıklarıyla Türkiye ekonomisine önemli katkılarda bulunuyor. Yaklaşık 2500 kişinin doğrudan çalıştığı şirket, Aliağa Kompleksi'nde yarattığı iş hacmiyle 5 bin kişiye istihdam olanağı sağlıyor. Horoz Bolloré Logistics de 2012 yılından bu yana, Petkim'in, özellikle ihracat taşımacılığındaki operasyonlarına destek veriyor. "Horoz Bolloré Logistics, 2017 yılında Avrupa destinasyonlarımızda kaliteli ve sorunsuz operasyonu ile ihracatımıza güç verdi" diyen Petkim Tedarik Zinciri Genel Müdür Yardımcısı Oğuzhan İpek ile Petkim'in lojistik sürecini konuştuk.

2017 yılını rekor bir performans ile kapatan Petkim, lojistik faaliyetleri kapsamında nasıl bir yıl geçirdi?

Bir önceki yıla göre, katı ürün satışlarımız yüzde 16,27 artarak 890 bin tona ulaştı; ürünlerin yurt içi ve ihracat sevkiyatını gerçekleştirdik. 2017 yılı sevkiyatlarımızın yüzde 12,5 oran ile 111 bin tonunu ise, bir önceki yıla göre yüzde 70,64 artışla, yurt dışı katı ürün sevkiyatları oluşturdu.

Yurt içi demiryolu taşımacılığımız, istikrarlı bir yükselişle, 2015 yılında 6 bin 900 ton, 2016 yılında 15 bin 500 ton olarak gerçek-

leşirken; 2017 yılında yüzde 29,26 artış ile 20 bin ton gerçekleşti.

2018 yılında hedefimiz; ağırlıklı alan olan karayolu taşımacılığının araç arz-talep dalgalanmasından etkilenmemek için demiryolu ve kabotaj taşıma alternatiflerini geliştirmek, yurt dışı sevkiyat oranımızı artırmaktır. Ayrıca, lojistik maliyetlerimizin ürün fiyatındaki oranını stabil tutmak ve düşürmeye yönelik iş geliştirme projelerimizi hayata geçirmek suretiyle, rekabetçi ve sürdürülebilir kârlılık ile şirketimizin hedeflerine emin adımlarla ilerlemesini sağlayamıyoruz.

Petkim, iş süreçlerinde tedarikçilerini nasıl belirliyor, bugün itibarıyla kaç tedarikçisi bulunuyor?

Şirketimiz, müşteri memnuniyetini en üst seviyede tuttuğundan, hem FOB hem CİP teslim şekliyle ürün alımı gerçekleştirebilmektedir. Müşteri siparişi ile oluşan CİP teslimli sevkiyat talebinin karşılanması için (ihtiyaç duyulan taşıma moduna göre) oluşturulan katı ve sıvı ürünler için ayrı ayrı R1 ve C1 belgeli yurt içi karayolu, demiryolu, kabotaj yoluyla sevkiyat yapabilen firmalarla; ihracat sevkiyatlarımızda ise R2 ve C2 belgeli, katı ve sıvı ürünler için ayrı ayrı, denizyolu, karayolu, isotank, flexi ile sıvı sevkiyat yapmaya yetkin firmalarla çalışılmaktadır. Teklif alınan yurt içi ve yurt dışı firma sayısı yaklaşık 55 adet olmakla birlikte, 2017 yılında, verdikleri teklifte bizim için en uygun şartları sağlayan 20 firma ile beraber çalıştık.

Kullandığınız hammadde ve ürünleriniz gereği, lojistik yönetiminiz oldukça uzmanlık gerektiriyor. Bu süreci nasıl yönetiyorsunuz? Daha çok hangi ulaşım modlarını tercih ediyorsunuz?

Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı'mızdan gerekli yetki belgeleri olan ve alanında uzman personel bulunduran profesyonel tedarikçilerle çalışmaktayız. Süreçlerimizi, değişken müşteri taleplerini karşılayacak şekilde -esneklik, yenilik ve sürekli iyileştirme konularına odaklanarak- hem şirketimize hem tedarikçimize değer yaratmak felsefesiyle geliştirerek yönetmekteyiz.

Ağırlıklı satışlarımızın yurt içinde yapılmasından dolayı 2017 yılı karayolu taşımacılığımızın payı yüzde 85,26 gerçekleşmiştir.

ARA HAMMADDE ÜRETİCİSİ OLARAK, TÜRKİYE EKONOMİSİNDE STRATEJİK ROL OYNAYAN TÜRKİYE'NİN İLK VE TEK ENTEGRE PETROKİMYA ŞİRKETİ PETKİM, 2017 YILINDA GÖSTERDİĞİ YÜKSEK PERFORMANS İLE DİKKAT ÇEKTİ. GEÇEN YIL YÜZDE 97 ÜRETİM KAPASİTESİNE ULAŞAN ŞİRKETİN NET SATIŞLARI DA AYNI DÖNEMDE YÜZDE 62 ARTARAK, 7,4 MİLYAR TL OLARAK GERÇEKLEŞTİ. HOROZ BOLLORÉ LOGISTICS'İN 2012 YILINDAN BU YANA LOJİSTİK HİZMETİ VERDİĞİ PETKİM'İN ÜLKE EKONOMİSİNDEKİ KONUMUNA MERCEK TUTARAK, PETKİM TEDARİK ZİNCİRİ GENEL MÜDÜR YARDIMCISI OĞUZHAN İPEK İLE PETKİM'İN TEDARİK VE LOJİSTİK SÜRECİNİ KONUŞTUK.

3 MART 2017 TARİHİNDE DÜZENLEDİĞİ BASIN TOPLANTISIYLA, 2017 FİNANSAL SONUÇLARINI AÇIKLAYAN PETKİM, NET KÂRINI BİR ÖNCEKİ YILA GÖRE YÜZDE 90 ARTIRARAK, 1 MİLYAR 389 MİLYON TL'YE YÜKSELTİRKEN, 2017 YILINDA YÜZDE 97 ÜRETİM KAPASİTESİNİ YAKALADI. PETKİM'İN NET SATIŞLARI, GEÇEN YILIN AYNI DÖNEMİNE KİYASLA YÜZDE 62 ARTARAK, 7 MİLYAR 364 MİLYAR TL OLDU.

Lojistik hizmeti aldığınız Horoz Bolloré Logistics ile iş ortaklığınız ne zamandır devam ediyor? Sizce Horoz Bolloré Logistics'i rakiplerinden ayıran farklar ya da sizin Horoz Bolloré Logistics'i seçme sebepleriniz nelerdir?

2012 yılından beri Horoz Bolloré Logistics ile iş ortaklığımız artarak devam etmektedir. Horoz Bolloré Logistics'i rakiplerinden ayıran en önemli özelliği; çalışanlarının uzmanlığı, sorunların çözümüne yönelik gösterdiği çaba ve özveri. Ayrıca kurumsal yapı ile yönetilmesi, şirketimiz ile uyumlu çalışmasını, birbirimizi anlamamızı kolaylaştırmaktadır. Horoz Bolloré Lojistik'i, ihracatımıza lojistik hizmeti ile güç vermekte olan, uzun vadeli iş ortağımız olarak görmekteyiz.

Lojistik süreçlerin hangi alanlarında Horoz Bolloré Logistics'ten hizmet alıyorsunuz?

2017 yılında gerçekleştirdiğimiz katı ürün ihracatımıza ait denizyolu taşıma-larımızda, (La Spezia, Salerno, Genoa, Barcelona, Liverpool, Casnigo, Mozirje, Lexioes, Cerea, Gdynia, Antwerp gibi ağırlıklı Avrupa destinasyonlarımızda) kaliteli ve sorunsuz operasyonu ile ihracatımıza güç vermiştir.



TÜRKİYE SANAYİSİNİN DİNAMOSU

Petkim, ara hammadde üretmesi sayesinde; ambalaj, otomotiv, inşaat, ilaç, tarım, tekstil, elektrik, elektronik, boya, deterjan, kozmetik gibi tüm sektörlerle girdi sağlıyor.

Petkim, ürettiği petrokimyasal ürünler bazında 3,6 milyon ton üretim kapasitesi ve 2017 yılı 7,4 milyar TL satış cirosu ile Türkiye'nin tek entegre petrokimya tesisi olarak yurt içi ekonomisine ve cari açığın azaltılmasına önemli katkı sunuyor. Türkiye'nin ilk ve tek yerli petrokimyasal ürün üreticisi olarak, iç pazarda yüzde 18 pazar payına sahip.

Ayrıca yurt içinde tüketimi olmayan ürünleri ihraç ederek, yıllık yaklaşık 700 milyon doları aşan ihracat hacmi ile ülke ekonomisine döviz kazandırıyor. Türkiye'nin petrokimya alanında ürettiği ürünlerde tek üretici konumunda olan Petkim, ortalama fiyatı yaklaşık 500 dolar/ton naftayı işleyerek, her yıl, ortalama 600 milyon dolarlık dövizin ülkede kalmasını sağlayan stratejik bir kuruluş olarak öne çıkıyor.

DOĞRU LOJİSTİK, GIDA İSRAFINI ÖNLÜYOR

LOJİSTİK, SADECE YÜKÜN BİR NOKTADAN BAŞKA BİR NOKTAYA GÖTÜRÜLMESİNDEN ÇOK DAHA FAZLASIDIR. ÖZELLİKLE GIDA SÖZ KONUSU OLDUĞUNDA LOJİSTİĞİN ÖNEMİ DAHA ÇOK ARTIYOR. ÇÜNKÜ GIDA LOJİSTİĞİNDE SÜRECİN PROFESYONEL YÖNETİLMESİ, GIDA İSRAFINI ÖNLERKEN, ÜLKE EKONOMİSİNE VERİLEN HİZMETİN DIŞINDA DA BÜYÜK KATKI SAĞLIYOR. DOĞRU YAPILAN BİR LOJİSTİK HEM ÜRETİCİYİ HEM DE TÜKETİCİYİ KORUYOR. ÇÜNKÜ İSTATİSTİKLER, ÜRETİLEN SEBZE VE MEYVELERİN YAKLAŞIK YÜZDE 25'İNİN TÜKETİCİYE ULAŞMADAN ZAYİ OLDUĞUNU GÖSTERİYOR. BU NEDENLE, LOJİSTİK SÜRECİNİ YÖNETECEK ŞİRKETLERİN DOĞRU SEÇİLMESİ GEREKİYOR.

Gıda sektörü, Türkiye'de cari açık yaratmayan hatta dış ticaret fazlası vermeyi başaran nadir sektörlerin başında geliyor. Başbakanlık Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı'nın verilerine göre; Türkiye, ülkedeki çalışan nüfusunun yaklaşık yüzde 20'sine istihdam sağlayan ve 2016 yılında ülke GSYİH'nin yüzde 6,1'ini oluşturan güçlü bir tarım ve gıda endüstrisine sahip. Sektörün GSYİH'ye olan mali katkısı 2016 yılında 52,3 milyar ABD dolarına ulaştı. Türkiye, dünyanın en büyük 7. tarım üreticisi olmakla birlikte kuru incir, fındık, kuru üzüm ve kuru kayısı üretiminde dünya lideridir. 2016 yılında 190'ı aşkın ülkeye bin 781 tür tarım ürünü ihraç ederek 16,9 milyar ABD doları ihracat geliri elde etti. Gıda ve içecek sanayisi de eklendiğinde sektörün yarattığı ekonominin çok daha büyük olduğu görülüyor. 42 bin 500'ün üstünde işletmenin faaliyet gösterdiği gıda ve içecek sanayisinin üretim değeri, 2015 yılı itibarıyla 78 milyar doların üstüne çıktı. Türkiye Gıda ve İçecek Sanayi Dernekleri Federasyonu (TGDF), sektörün 27 milyar TL katma değer yarattığını söylüyor. TGDF verilerine göre, gıda ve içecek sanayinin 2016 yılı ihracatı, 11 milyar dolar olurken, ithalatı 5,6 milyar dolar olarak gerçekleşti. Dış ticarete fazla veren sektörün, mücadele ettiği sorunların başında gıda israfı geliyor. Çünkü yaş sebze ve meyveler, tarladan sofralara gelene kadar ciddi kayıplara uğruyor. Yapılan araştırmalar, kayıpların ürün çeşidine göre ortalama yüzde 15 ile 40 arasında değiştiğini gösteriyor. Yaş sebze kadar dondurulmuş gıda ve raf ömrü olan gıda ürünleri için de lojistik süreç büyük önem taşıyor. Tarladan veya üretim tesisinden sofraya kadar uzanan sürecin tüm aşamalarında gıda güvenliği, belirleyici bir et-

ken olarak öne çıkıyor.

Taşınan gıdanın raf ömrüne göre düzgün bir şekilde paketlenerek korunması ve sağlıklı bir şekilde taşınması gerektiğini söyleyen Horoz Bolloré Lojistik Batı Akdeniz Bölge Yönetmeni Burak Sarı, Türkiye'de özellikle meyve ve sebzede ihracat yapmak isteyen çoğu firmanın, ilk aşama olan soğuk zincirin korunması için gerekli paketleme sürecini sağlıklı yapamadığından, ihracatın birkaç denemeden sonra karşı taraftaki müşterinin memnuniyetsizliğinden dolayı bittiğinin altını çiziyor.

"Ürünlerin taze, bozulmadan, belirli bir ısı aralığında, zamanında sevk edilmesi gerekiyor. Konteynerle sevk edilirse konteynerin temiz, kokusuz, gıda taşımaya uygun özellikte olması lazım" diyen Horoz Bolloré Lojistik Marmara Bölge Direktörü Yeşim Örnekler, ancak bu sayede ihracatın sürdürülebilir olacağını söylüyor.

Türkiye, coğrafik konumundan dolayı gıda ihracatında büyük potansiyele sahip. Üç saat uçuş uzaklığındaki coğrafyada bulunan ülkeler, toplam 27 trilyon dolar GSYH'ye sahip ve bu ülkelerin 8 trilyon dolarlık dış ticaret hacmi bulunuyor. Bu coğrafyada bulunan 1,6 milyar tüketici, Türk gıda sanayisi için önemli bir pazar oluşturuyor.

105 ÜLKEDE, 600'Ü AŞKIN BOLLORÉ OFİSİ VAR Marmara Bölge Direktörü Yeşim Örnekler, gıda sektörünün bu pazara ulaşma noktasında Horoz Bolloré Logistics'in rakiplerinden ayrıldığını belirterek şöyle devam ediyor. "Türkiye'de ve dünyada 105 ülkede, 600'ü aşkın Bolloré ofisi ile sektörlere özel hizmetleri, uzman kadrolarla sunabilmesi Horoz Bolloré Logistics'i rakiplerinden öne geçiriyor. Afrika gibi bir coğrafyada özel hizmetler sunabildiğimiz için Afrika'yı, sağ-



TÜRKİYE GIDA VE İÇECEK SANAYİİ DERNEKLERİ FEDERASYONU (TGDF), SEKTÖRÜN 27 MİLYAR TL KATMA DEĞER YARATTIĞINI SÖYLÜYOR. TGDF VERİLERİNE GÖRE, GIDA VE İÇECEK SANAYİİNİN 2016 YILI İHRACATI, 11 MİLYAR DOLAR OLURKEN, İTHALATI 5,6 MİLYAR DOLAR OLARAK GERÇEKLEŞTİ.



**BATI AKDENİZ
BÖLGE YÖNETMENİ
BURAK SARI:**
GIDA LOJİSTİĞİNDE
İHRACAT RAKAMLARININ
ARTMASINI SAĞLAYACAK
EN ÖNEMLİ ETKEN LOJİSTİK
HİZMETLERİDİR. BU
HİZMETTE UZMANLIK
ARTARSA KATMA DEĞERİ
HERKESE YANSIR.



lık sektörünü, gıda sektörünü, havacılık sektörünü ve denizciliği ayrı birer uzmanlık alanı olarak belirledik." Yeşim Örnekler, dondurulmuş gıdalardan meyve ve sebze taşımacılığına kadar her türlü gıdayı taşıyabildiklerini söyleyerek, ağırlıklı olarak Ortadoğu ve Afrika ülkelerine gıda ihracatı yaptıklarını sözlerine ekliyor.

HOROL BOLLORÉ LOGISTICS, YURT DIŞINDA DA GENİŞ AĞA SAHİP

Gıda lojistiğinde dahili taşıma, deniz yolu nakliyesi ve kapıdan kapıya taşıma hizmetleri verdiklerini söyleyen Doğu Akdeniz ve Güneydoğu Anadolu Bölge Yönetmeni Ömüden Demirasal, "Ağırlıklı olarak makarna, çikolata ve şekerleme taşımaları yapmaktayız. Bunların dışında sebze, meyve ve balık taşıması da yapmaktayız. Gıda lojistiği firmamızda yoğunluklu olarak ihracat yapılmaktadır. Uzak Doğu'ya ve Afrika'ya makarna, Uzak Doğu'ya sebze ve meyve taşınırken, Orta Doğu ülkelerine ise meyve, sebze, balık ve çikolata taşınmaktadır. Ayrıca Amerika'dan ceviz ithalatı taşımaları da yapmaktayız" bilgisini veriyor.

Batı Akdeniz Bölge Yönetmeni Burak Sarı da Horol Bolloré Logistics'in yurt dışındaki geniş ağı sayesinde yaş sebze ve meyve ürünlerinin taşımalarında da uzman olduğunu belirterek şunları söylüyor: "Gıda lojistiği alanında, hava kargo taşımacılığını tercih ederek, özellikle, hızlı bozulabilir ve mal bedeli yüksek kolay bozulan ürünlerde taşıma süresini en aza indirerek, raf ömrünü artırıyoruz. Deniz reefer konteyner taşımalarında ise soğuk zinciri kapıdan başlatıp soğuk zincir bozulmayacak şekilde teslimat yapmaktayız. Reefer taşımalarında en hızlı servisi seçerek ve operasyon sürecini sıkı takip ederek, ürün kalitesini değiştirmeyecek şekilde teslimatını güvenli bir şekilde sağlamaktayız."

GIDA TAŞIMACILIĞINA YÖNELİK YENİ TEDBİRLER GELİYOR

Türkiye, ATP Konvansiyonu'na (Bozulabilir Gıda Maddelerinin Uluslararası Taşımacılığı ve Bu Taşımacılık Faaliyetlerinde Kullanılacak Özel Ekipmana İlişkin Anlaşma) 2012 yılında taraf oldu. Fakat gıda sektörü temsilcileri de lojistik sektörü de Türkiye'nin bugün dahi, tam olarak ATP Konvansiyonu'na uyum sağlayacak konumda olmadığını düşünüyor. Bunun nedeni olarak da taşımalarda standart dışı araçların kullanılması ve denetimlerin yetersizliği gösteriliyor. Denetlemelerin özellikle gümrük kapsamında sıkı olduğu bilirse de Türkiye'deki koşullar çerçevesinde, arada suistimaller olduğunu söyleyen Ömüden Demirasal, bu noktada tedarikçi seçiminin büyük önem arz ettiğini belirterek şöyle devam ediyor: "Gıda şirketleri, lojistik firmalarda öncelikle kurumsallığa, firmaların bu konuda uzman olup olmadığına, bu işi bilen insanların firmada ne düzeyde olduğuna bakmalıdır. Çünkü, gıda çok hassas bir ürün olduğu için öncelikle konteynerin düzgün, pas tutmayan ve koku barındırmayan türde seçilmesi gerekiyor. Yükleme boşaltma anındaki süreçler çok önem arz etmekte. Soğutuculu konteynerlerle yapılan taşımalarda derecenin doğru ayarlanması çok önemli. Özellikle yaş sebze ve meyve taşımalarında bazı hassas noktalar var. Bunları iyi bilmek ve ona göre çözüm üretmek gerekiyor." Ürünlerin taze, bozulmadan, belirli bir ısı aralığında, zamanında sevk edilmesi gerekiyor. Konteynerlerle sevk edilirse konteynerin temiz, kokusuz, gıda taşımaya uygun özellikte olması lazım. ATP Konvansiyonu kapsamında, Türkiye'deki uygulamaların ve denetimlerin yeterli düzeyde olmadığını düşünen Burak Sarı, yükü kendi yüküymüş gibi takip eden, konusunda

uzman personellere sahip lojistikçilerin tercih edilmesi gerektiğini belirterek nedenini şöyle açıklıyor: "Paketleme sürecini iyi yapan bir ihracatçı, soğuk zinciri koruyan bir lojistik partnerle işini devam ettirdiğinde süreklilik sağlanmış olup bu da hem ülkemizin prestiji için hem de döviz girdisi için büyük katkı sağlamaktadır. Gıda lojistiğinde ihracat rakamlarının artmasını sağlayacak en önemli etken lojistik hizmetleridir. Bu hizmette uzmanlık artarsa katma değeri tüm firmalara, tüketicilere ve de ülkeye yansır." Hava Kargo Ürün Geliştirme Direktörü Leyla Koç, Horol Bolloré Logistics'in gıda lojistiğinde çalıştığı iş ortaklarında ATP sertifikası şartı koştüğünü belirterek "Biz firma olarak, iş ortaklarımız olan tedarikçilerimizin seçimlerinde ve değerlendirmelerinde yasal mevzuat ve uygulamaları dikkate alıyor ve uyumlu olanlar ile çalışmayı tercih ediyoruz" diyor.

SEBZE VE MEYVE TAŞIMALARI İÇİN YENİ TEBLİĞ YAYINLANDI

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre, 2016 yılında, yaklaşık 50 milyon ton sebze ve

meyve üretilmiş olsa da bunun 10 milyon tondan fazlasının israf olduğu tahmin ediliyor. Bu durum, sebze ve meyve fiyatlarındaki dalgalanmalara da neden oluyor. Bu fiyatların enflasyon üzerine olumsuz etkisinin en aza indirilmesini sağlamak ve yüksek zayıyatın azalması için Gümrük ve Ticaret Bakanlığı tarafından bir tebliğ yayınlandı. 3 Ekim 2017 tarihinde Resmi Gazete'de yayımlanan Sebze ve Meyvelerin Toptan ve Perakende Ticaretinde Uyulması Gereken Standart Uygulamalara İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Tebliği, hem gıda üreticilerine hem de lojistik sektörüne yeni yaptırımlar getiriyor. Bu tebliğ ile sebze ve meyvelerin taşınmasında kullanılan ambalajlara, üretim ve kullanım şekilleri ile ebatları açısından standart getirilmiş olup, sebze ve meyve ticaretiyle uğraşan kişilerin bu ambalajları kullanması zorunlu kılındı. Ayrıca standart ambalajlara konulmuş bu ürünlerin olumsuz hava koşullarından etkilenmemelerini teminen frigorifik araçlarla taşınması gerekecek. Yine sebze ve meyvelerin depolanacağı depolama alanları için de zorunlu standartlar belirlendi. Piyasanın bu standart uygulamalara adaptasyonu için de 2019 yılı başına kadar bir geçiş süresi öngörüldü.



**MARMARA BÖLGE DİREKTÖRÜ
YEŞİM ÖRNEKLER:**
TÜRKİYE VE DÜNYADA 105
ÜLKEDE, 600'Ü AŞKIN BOLLORÉ
OFİSİ İLE SEKTÖRLERE
ÖZEL HİZMETLERİ, UZMAN
KADROLARLA SUNABİLMESİ
HOROL BOLLORÉ LOGISTICS'İ
RAKİPLERİNDEN ÖNE ÇIKARIYOR.



**HAVA KARGO ÜRÜN
GELİŞTİRME DİREKTÖRÜ
LEYLA KOÇ:**
LOJİSTİĞİ EN ZOR OLAN ÜRÜN
GRUBU, GIDA ÜRÜNLERİDİR.
BU ÜRÜNLER, İNSAN SAĞLIĞINI
DOĞRUDAN ETKİLER. BU DA
GIDA LOJİSTİĞİNİ DİĞER KARGO
SÜREÇLERİNDEN AYIRAN EN BÜYÜK
ÖZELLİKTİR. GIDA ÜRÜNLERİNİN;
KONTROLLÜ, ŞEFFAF, KAYIT
ALTINDA, KURALLARA GÖRE
TAŞINMASI, DEPOLANMASI VE
HİZMETE SUNULMASI
UZMANLIK GEREKTİRİR.

HOROZ BOLLORÉ LOGISTICS MÜŞTERİ ÇÖZÜMLERİ VE OPERASYONLAR DİREKTÖRÜ UFUK ÖZTURGUT: TEKNOLOJİYİ KULLANARAK KATMA DEĞER ÜRETİYORUZ

Yaklaşık bir yıl önce Horoz Bolloré Logistics Ailesi'ne katılan Müşteri Çözümleri ve Operasyonlar Direktörü Ufuk Özturgut, geçtiğimiz sene 75.

yılıni kutlayan Horoz Grubu ve yaklaşık iki asırlık bir dünya markası olan Horoz Bolloré Logistics'in sektörün en büyük oyuncularını arasında yer aldığını belirtiyor. Müşteriye sunulan her hizmette yenilikçi, hızlı ve esnek olmayı sürdürdüklerinin altını çizerek, müşteri memnuniyeti ve sadakatının kendilerinin odak noktası olduğuna ve müşterilerinin başarılarının, kendilerinin başarısı olduğuna vurgu yapıyor.

Müşteriye entegre çözümler sunabilmek adına geçtiğimiz aylarda dünyanın en başarılı Bulut CRM platformu Salesforce ile anlaştıklarını dile getiren Özturgut ile Horoz Bolloré Logistics'i ve yeni planlarını konuştuk.

Yaklaşık bir senedir Horoz Ailesi'nin bir parçasısınız. Neler kattı size Horoz Bolloré Logistics'te geçirdiğiniz süre?

Evet, yaklaşık bir sene oldu. Aslında başlangıç, Bolloré'nin global bir pozisyonu olan Customer Business Solutions (CBS) içindi. CBS, tam anlamıyla müşteriye özel çözümler ürettiğimiz nokta: Özel beklentileri karşılayacak özel süreç tasarımları, teknik sistem ve IT ara yüzlerinin kurgulanması, servis performansını sürekli olarak yükseltecek aksiyonların planlaması ve takibi, özel raporlamalar... Bunlarla eş zamanlı olarak bir başka görevim de şirketin iş süreçlerinin revize edilmesi, standardizasyon ve iyileştirmelerle birlikte yürütülecek olan değişimin yönetimi idi. Kısa bir süre içinde, bu alanlarda kaydedilen ilerlemelerle beraber, deniz ve havayolu operasyonlarının yönetimi de görev ve sorumluluklarımız arasına eklendi. Bu değişikliklerle birlikte, şirket kuruluşundan bu yana farklı iki departman ve farklı iki yönetim altında yürüyen deniz ve hava faaliyetleri, tek birim olarak, tek bir yöneticinin sorumluluğuna verilmiş oldu.

İşinin ehli, güçlü ve iyi organize olmuş bir ekibe sahibiz. Geliştirmeye ve iyileştirmeye yönelik çalışmalarımız sürüyor. Ekip

içinde hem yeni hem de 15-20 senelik kıdeme sahip arkadaşlarımız bulunuyor; herkes, en başarılı olduğu pozisyonda birbiriyle uyum içinde çalışarak, şirkete maksimum katkı sağlıyor.

Şirketin satış yönetiminde ve politikasında Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM) nasıl bir fayda sağlıyor? Başarılı bir müşteri hizmet yönetimi nasıl olmalıdır?

Satış ve servisteki birliktelik; doğru bilgi akışı ve takip çok önemlidir, CRM veya benzeri araçların etkin kullanımı da akışkanlığı, hızı ve başarıyı artıran unsurlardır.

Biz satış ve operasyon ekiplerimiz arasında yer alan Müşteri Hizmetleri birimlerimiz sayesinde öncelikle, müşterilerimizi doğru anlamayı, satış temsilcilerimizin kurduğu ilişkileri geliştirerek, kendilerine en iyi hizmeti sunabilmeyi hedefliyoruz. Bu yaklaşımla, müşteri sadakati kısa sürede kendiliğinden oluşuyor. Bu konudaki çalışmalarıyla tanınan Bain & Company araştırma sonuçlarına göre, mevcut müşteri tutma oranlarındaki yüzde 5'lik bir artış, kârlılıkta yüzde 25 ile yüzde 95 arasında bir artışa karşılık gelebiliyor. Başka bir deyişle, satış ve servis ekiplerinin sürekli olarak mükemmel bir müşteri deneyimi sağlamak için birlikte çalıştığında, ticari başarı ve müşteri memnuniyeti kendiliğinden geliyor.

"Müşteri sadakati" konusunda, müşteriye asıl ilgilendiren unsurların değer ve fayda olduğunu düşünürsek; Horoz Bolloré Logistics, müşteri tatmini için hangi değerlere odaklanıyor?

Müşteri memnuniyetini oluşturmak, sürdürülebilir kılmak ve artırmak için işletmeler, satış temsilcileriyle olan ilk etkileşimden itibaren müşterinin tüm operasyonel süreçler içinde mükemmel bir deneyim yaşamasını sağlamalıdır. Bu, hizmet sektöründe uzun bir yolculuktur. Bir yüklemenin başlangıcıyla birlikte, kargonun tüm hareketi esnasında bilgi akışı, sürat ve isabet, dokümantasyon, faturalama, müşteri şikayet ve endişelerini saptamak, gidermek gibi birçok konu, bu yolculukta önemli duraklardır. Bugün yapılan araştırmalar

İTİBARLI BİR MARKA OLMAK VE ÖYLE KALABİLMEK ÖNEMLİ. HOROZ LOJİSTİK 2017 YILINDA 75.YILINI GURURLA KUTLADI; BOLLORÉ NEREDEYSE 200 YILLIK BİR DÜNYA MARKASI. BU BİRLEŞİMİN GÜCÜYLE HOROZ BOLLORÉ LOGISTICS YILLARDIR SEKTÖRÜN ÖNDE GELEN, SÖZ SAHİBİ OYUNCULARINDAN BİRİ.





Güvenilir bir marka olmak ve kalıcılık için bu formanın hakkını vermek gerekiyor. Az önce bahsettiğim müşteri memnuniyeti ve sadakatı, bizim için en önemli hedef. Bunu sağlamak için servisimiz sürdürülebilir olmalı, şeffaf olmalı, kesintiye uğramamalı, hızlı ve verimli olmalı, devamlı gelişmeli ve iyileşmeli. Takımımızdaki her çalışanımız bu bilinçle, sadakatle, fedakârca gayret gösteriyor, hizmet üretiyor. Türkiye ve dünya devi markaların tercihi olduğumuz için de haklı olarak gururlanıyoruz.

CRM sistemlerinde Salesforce değişikliğini gerektiren nedenler nelerdi?

Horoz Grubu şirketleri farklı iş birimleri tarafından yönetilen geniş bir satış kadrosuna sahip. Satış ekiplerin birbirleriyle iyi koordine olması, birbirlerinin aktivitelerinden ve müşteri deneyimlerinden haberdar olması, ortak bir platformda tüm güncel bilgilerin paylaşılması farklı iş birimlerinin ortak ihtiyacı. Salesforce ile bir araya geliyoruz aslında tam da bu ihtiyacımıza en uygun çözümü bulma noktasında gerçekleşti. Müşteri verilerinin doğru bir şekilde analiz edilmesi ve etkin kullanımı, sadece şirket mirası oluşturmak adına değil; yeni satış kanalları oluşturmak, büyüme, müşterilerimizle olan ilişkilerimizi geliştirmek, entegre hizmetler üretebilmek, katma değerli işler yapabilmek açısından da son derece önemli. Bizi esasen yeni bir CRM kullanmaya yönelten ana unsur; daha müşteri odaklı ve daha proaktif bir uygulamayla satış ekiplerimizin desteklenmesi stratejimizdi. Bugün, müşterilerini yaptıkları işin merkezine yerleştiren şirketler, artık ciddi rekabet avantajlarına sahip olabiliyorlar.

Bu yeni CRM değişikliği, şirketin iş yapış şeklinde nasıl bir yenilik ihtiyacı doğurdu?

En büyük yenilikler belki de mobilite, doğru bilgiye hızlıca ulaşma imkanı ve koordinasyon kabiliyeti. Günümüzde sert rekabet şartları içinde hem satış yapmak hem de müşteri memnuniyetini sağlamak için sahada olan arkadaşlarımız, Salesforce sayesinde bulundukları her yerden diledikleri müşterinin bilgilerine anında ulaşabilecekler. Yeni CRM, satış işini bizzat yapanlar ve yönetim yönetenler için birçok kolaylık getiriyor. Satış kadrolarımız, müşteri beklentilerini kullanıcı dostu bir platform üzerinden hemen paylaşacak, geçmiş aktivitelerden haberdar olacak, pratik bir şekilde raporlayacak ve hem kendi takım arkadaşlarıyla hem de farklı iş birimleriyle hızlıca koordine olacaklar. Aslında, belki de, en çok "birlikte başarmak" noktasında bir

aksiyon söz konusu. İşinin uzmanı satış temsilcilerimiz bilgi ve deneyimlerini paylaştıkça, ortak akıl devreye girecek ve müşteriye özel çözümü üretmek daha az zahmetli, daha profesyonel ve daha hızlı hale gelmiş olacak.

Yakın zaman içinde yeni girişimler olacak mı?

Sistemsel anlamda Satış, Müşteri Hizmetleri, Operasyon ve Finans birimlerimizi etkileyecek büyük projelerimizden bahsettik. Bunların her aşamada kontrolleri, ince ayarları ve iyileştirmeleri yapılıyor, yıl boyunca da sürecek. Arka planda çalışan sağlam proje ekiplerimiz, konusunda uzman danışmanlarımız var. Müşteri Çözümleri tarafında, bu yıl için projelendirilen birkaç yeni çalışmamız daha var. Fransa ile koordinasyon halinde eş zamanlı yürüyor. Müşteri implementasyonları hızlı ilerliyor. Antalya'da yeni açılan bir ofisimiz var. Batı Akdeniz bölgesindeki çalışmalarımızı genişletiyoruz, aynı şekilde Karadeniz bölgesi devreye alındı. Büyüyoruz, yeni servislerimize yoğunlaşıyoruz. Hem hava hem de denizyolu olarak ağırlık ve öncelik verdiğimiz yeni ürünlerimiz bulunuyor. Bunlara odaklanmış durumdayız.

MÜŞTERİLERİMİZİN ALDIĞI SERVİSLE İLGİLİ OLARAK MALİYET DIŞINDA 4 ÖNEMLİ BEKLENTİSİ VAR: YÜKÜN ZAMANINDA, GÜVENLİ BİR ŞEKİLDE, HATASIZ ELLEÇLENMESİ VE TAKİP EDİLEBİLİRLİĞİ. OPERASYON EKİPLERİMİZ, BİRBİRLERİYLE GÜZEL BİR UYUM İÇİNDE BU BİLİNÇLE KATMA DEĞER SAĞLIYOR.

göstermiştir ki, müşterilerin kabaca yüzde 78'i servis hataları ve tutarsız hizmet düzeyi sebebiyle marka değişikliğine gitme yolunu seçiyorlar. Elbette, hatalar yaşanabiliyor. İşimizin doğası gereği, başarı bazen sizden bağımsız pek çok parametreye bağlı olabiliyor ancak biz muhtemel hataları bertaraf etmek, proaktif bir yaklaşımla müşterilerimize yansımaları önlemek için buradayız. Müşterilerimiz, bizim yaptığımız işin odak noktası. Her biri çok değerli ve onların başarısı bizim başarımız aslında.

Endüstri 4.0'a hazırlandığımız bu dönemde Horoz Bolloré Logistics için ne gibi yenilik ve değişikliklerden söz edebiliriz?

Gelişen ve değişen teknolojilere ayak uydurabilmek için Horoz Bolloré Logistics olarak, geçtiğimiz yıldan başlayarak bir değişim ve yeniden yapılanma sürecine girdik. Bu proje, üç temel nokta üzerinde şekilleniyor: İnsan, süreç ve sistem. Bu üç temel kriter insan tarafında kaynak yönetimi, çalışan bağlılığı ve gelişimi; süreçlerde optimizasyon, standartizasyon ve iyileştirmeler; kullandığımız sistemlerde ise yenilikler ve değişiklikler üzerinde belirleyici etkilere sahip. Bunların

hepsini aynı anda, verimli bir şekilde ve başarıyla yürütmeye çalışıyoruz. Geçtiğimiz aylarda, satış tarafında CRM yazılımımızı yeniledik, dünyanın bu alanda en önde gelen ürünlerinden Salesforce'u kullanmaya başladık. Operasyon ve finans tarafında daha modern, hızlı ve verimli olabilmek amacıyla iş yapış şeklimizi gözden geçirdik. Departman yapılanmalarında bazı revizyonlara gittik, özel çözüm birimleri oluşturduk. Süreç haritalarımızı yeniden düzenledik, bazı süreçleri birleştirdik, bazılarını ise ayırdık. Yeni sistemlerle birlikte iş yapışımızda ve oyun düzenimizde bazı değişiklikler öngörüştük, bunları sonuçlandırdık. Bu yenilikleri tüm bölge ve şubelerimize de uyarlamış ve uygulamış durumdayız. Sonuçta, servis kalitemiz yükseldi. Bu noktada müşterilerimizden, tedarikçilerimizden ve diğer paydaşlardan aldığımız olumlu geri bildirimler de bizi mutlu ediyor, motive ediyor.

Ülkemizde yaşanan sorunlardan biri de markalaşamamak. Horoz Bolloré Logistics bunu başarmış bir firma. İtibarlı bir marka olmak ve kalıcı olabilmek için sizce neler yapılmalıdır?

KISA KISA UFUK ÖZTURGUT

- **Son okuduğunuz kitap nedir?**
Thinking, Fast and Slow (Hızlı ve Yavaş Düşünme) – Daniel Kahneman
- **En son ziyaret ettiğiniz şehir hangisi?**
Paris
- **Ziyaret etmeyi planladığınız yeni yer neresi?**
Katmandu
- **İlgi duyduğunuz sporlar hangileri?**
Yüzme, basketbol
- **Hangi takımı tutuyorsunuz?**
Fenerbahçe
- **En sevdiğiniz yöre mutfağı hangisi?**
Ege mutfağı
- **Dinlemeyi sevdiğiniz sanatçılar kimler?**
Chopin, Depeche Mode
- **En beğendiğiniz filmler hangileri?**
The Shawshank Redemption, Godfather, Star Wars
- **Şu an olmak istediğiniz yer neresi?**
Kesinlikle deniz, üstü ya da kıyısı fark etmez, sakinlik ve su olsun yeter.
- **En büyük keyfiniz nedir?**
Kızım

YEREL MARKETLER, ZİNCİR MAĞAZALARA KARŞI SAVAŞIYOR

YEREL MARKETLER, ZİNCİR MAĞAZALARLA GİRİŞTİKLERİ REKABETTE GERİDE KALMAKTADIR. KENDİ BÖLGELERİNDEKİ MAĞAZA SAYISINI ARTIRMAYA ÇALIŞMAKTA. ANCAK YETERLİ KAYNAK BULAMADIĞINDAN, HIZLI BİR BÜYÜME YAKALAYAMAMAKTADIRLAR. ASIL ÇIKIŞ YOLU İSE ZİNCİRLERE KARŞI BİRLİKTE HAREKET ETMEKTİR.

Güçlüler ile güçsüzlerin savaşının sonu bellidir. Güçlüler kazanır, güçsüzler kaybeder. Büyükler ile küçüklerin savaşı da buna benzer. Büyükler kazanır, küçükler kaybeder. Ticarete de böyledir. Güçlüler ve güçsüzler vardır. Güçlüler; ölçek büyüklüğünün getirdiği avantajlarıyla, yüksek verimlilikle, yönetim kalitesiyle, hizmet veya ürünleri daha hızlı, daha uzun vadeli ve daha düşük bir maliyetle temin edebilmekte, lojistik giderlerini yönetebilmekte ve daha yüksek kâr marjıyla, daha büyük ölçeklerde, daha ucuza satabilmektedirler. Geçmişte "malı satın alırken kâr edilir" diye öğrendiğimiz ticaret; bugün, lojistik giderlerimizi minimize ederek kâr yaratmaya evrilmiştir. Serbest ekonomide ürünlerin satış fiyatı artık "maliyet artı kâr" sistemi ile belirlenmemektedir. Kâr, "satış fiyatı eksi maliyet" olarak tanımlanmaktadır. Satış fiyatı, pazar fiyatı olup sabit değildir, önceden belirlenemez ve değişkendir. Yıl içinde sezona göre, aylar itibarıyla tüketime göre, haftalar olarak günlük olaylara göre satış fiyatları değişmektedir. Maliyetlerimizde ise; toplamda ürünün üretim maliyeti ile lojistik giderler söz konusudur. Lojistik giderler, hammaddeden üretime

ve üretimden tüketime kadar olan lojistik operasyonların maliyetlerinin toplamı olmaktadır. Üretim fiyatının değişmediği ve minimuma indiği serbest ekonomik ortamda kâr, ancak lojistik giderlerin azaltılması ile sağlanmaktadır. Ucuza nakliye, ucuza depolama hizmeti almanın karşılığı da bir avantaj değil, kalitede kayıp yarattığı için müşteri memnuniyetsizliği olarak geri dönmektedir. Nakliye-yi ucuzlasın diye büyük ölçeklerde yaptığımız sistem değişikliği, öte yandan depolamanın maliyetini artırmakta, depolamanın maliyetini düşürmek için yapacağımız çalışmalar ise elleçleme maliyetlerini artırmakta, nakliye fiyatını yükseltmektedir. Zincir mağazalar, sattıkları ürünleri yüksek adetlerde aldıkları için satın alınabilecek en ucuz fiyata sahiptirler. Yüksek cirolar, büyük satış alanları, otomasyon, doğru lojistik ortaklarla çalışmak, az sayıda personel, holdinglerinde kredi kartı dağıtan bankaların olması, destek hizmetlerinin outsource edilmesi gibi avantajları kullanmakta ve satılan birim ürün üzerindeki işletme ve lojistik giderlerini düşürebilmektedirler. Bu da hem perakende satış fiyatının geriye çekilmesine hem de ürün başına kâr marjlarının artmasına olanak sağlamaktadır. Zincir mağazalar birleştikçe, birbirlerini satın aldıkça, Anadolu'ya yeni mağazalar

açtıkça daha da büyümektedirler. Yeni depolama sistemleri, yeni yazılımlar kullanılmakta, depo optimizasyonları yaratılmaktadır.

REKABET İÇİN BİRLEŞMEK GEREKİYOR

Yerel marketler ise bu savaşta geri kalmaktadır. Ülkeyi işgal eden yabancı orduların tanklarına, uçaklarına, topalarına karşı hâlâ kılıçla savaşmaya çalışanlar gibiler. İstanbul, Bursa, İzmir, Ankara, Adana gibi merkezlerde bulunan yerel marketler, bölgelerindeki mağaza sayılarını artırmaya çalışmaktadırlar. Birin ikiye çıkması, üçün beşe çıkması zordur ve kaynak gerektirmektedir. Büyüme yavaştır. Her bir yerel market sahibi bir yandan zincir mağazalarla savaşmakta bir yandan da komşusu yerel marketle rekabet etmeye çalışmaktadır. Satın alma koşullarında zayıf kalmaktalar, stok kontrolleri yetersiz olmakta, satın alma koşulları küçük ölçekli olduğu için cazibesini kaybetmektedir. Çok azı profesyonel yönetici kullanmakta, genellikle akrabalarla yönetilmeye çalışılmaktadırlar. Savaşta başarı için barış zamanı eğitimler, ekip çalışmaları, manevralar gereklidir. Bunlar bazı şirketler tarafından kurum içi eğitimlerle sağlanmaktadır; ancak başka uygulamaların tecrübesi, büyük ölçekli çalışma bilgisi, kurum içinde olmadığı için yetersiz kalmaktadır. Burada eksik olan stratejidir. Kurumlar uzun dönemli stratejilerle değil; kısa dönemli öngörülerle yönetilmektedir. Zincir mağazaların Anadolu'ya açılmaları başlamıştır. Savaş, büyük şehirlerden orta ve küçük boy Anadolu şehirlerine sıçramakta-

dır. Yerel marketler artık odalarında, derneklerinde ve federasyonlarında bir araya gelip zincir mağazalarla olan savaşlarında neler yapacaklarını belirlemek zorundadır. Savaşta başarı için silahın doğru seçilmesi, düşmanın silahına aynı tarz silahla karşılık verilmesi önemlidir. Yerel marketlerin, zincir mağazalarla giriştikleri savaşa; yüzlerce markası, binlerce şubesi olan, ancak kılıçla savaşan bir ordu olamayacakları için farklı stratejilerle yaklaşmaları şarttır. Savaşmak için bir araya gelmiş, nasıl savaşacağını planlamış, ortak üniforma giymiş, lojistik desteği tam, bir güç görüntüsü ile hazır olmaları gerekmektedir. Bu savaşta kritik nokta da lojistik hizmetlerin dikey olarak ölçek büyütmesi ve/veya yatay olarak birleştirilmesidir. Ortak satın almadan başlayan, ortak depolama, dağıtım, ortak geri dönüşler, ortak finansman, ortak eleman kullanımı, yazılımda birleştirme, teknolojik destek, ortak eğitim planlaması savaşta başarıya götürecek olan unsurlardır. Birkaç sahibini, üst yöneticisini tanıdığım, derneklerinde seminerler verdiğim bu pazarın, bugün için yaşadıklarından şikayet etmeye hakları yoktur. Gelecekte üyelerinin sektörlerinin, hatta ülkemiz insanlarının yarınları için bugünden çalışmaya başlamaları ve ordularını güçlendirmeleri gerekmektedir. Anadolu, büyük zincirlerin 3 bin, 5 bin, 7 bin mağazasıyla dolmaktadır. Yerel olmanın, aynı coğrafyayı paylaşmanın avantajını kullanmak üzere yerel marketlerin birleşmesi gerekmektedir. Bir işgalle karşı karşıya kalıyoruz. Safları sıklaştırmanın zamanıdır artık.

HER BİR YEREL MARKET SAHİBİ BİR YANDAN ZİNCİR MAĞAZALARLA SAVAŞMAKTA, BİR YANDAN DA KOMŞUSU YEREL MARKETLE REKABET ETMEYE ÇALIŞMAKTADIR. SATIN ALMA KOŞULLARINDA ZAYIF KALMAKTALAR, STOK KONTROLLERİ YETERSİZ OLMAKTA, SATIN ALMA KOŞULLARI KÜÇÜK ÖLÇEKLİ OLDUĞU İÇİN CAZİBESİNİ KAYBETMEKTEDİR.



ATILLA YILDIZTEKİN
LOJİSTİK YÖNETİM DANIŞMANI

ORTA DOĞU'NUN SÖNMEYEN YILDIZI

KÜÇÜK BİR AKDENİZ ÜLKESİ OLAN LÜBNAN, ORTA DOĞU VE BATI ARASINDA ÖNEMLİ BİR BAĞLANTI NOKTASI. GÖRKEMLİ DAĞ MANZARALARI, EŞSİZ TARİHİ KALINTILARI, ENFES MUTFAĞI, KONUKSEVER İNSANLARI VE SINIRSIZ EĞLENCE HAYATI İLE MİSAFİRLERİNE BENZERSİZ BİR KEYİF SUNUYOR.

B

inlerce yıldır, onlarca medeniyete mesken olmuş, Lübnan. Dinleri, ırkları, kültürleri birbirinden farklı insanların bir arada yaşadığı kozmopolit bir yer. Yerel ile küreselin, savaş ile barışın, geleneksel ile modernin, varlıkla yokluğun, eski ile yenin iç içe yaşadığı Lübnan, farklı bir kimyaya sahip. Ülkede senelerdir var olan düzensizliğin yarattığı alışkanlık "kendince bir düzen" oluşturmuş ve bunu kimse yadırgamıyor.

Anadolu ve Mısır arasında bir geçiş yeri olan Lübnan, tarih boyunca bu önemini korudu. Tam da bu durumdan dolayı, Fenikelilerden Romalılara, Bizanslılardan Osmanlılara kadar pek çok büyük medeniyet, hakim olma savaşı verdi bu topraklarda. 1941'de bağımsız olmadan önce de son kez (I. Dünya Savaşı'ndan sonra) Fransızların hakimiyetine girdi ve batı etkisinin kendini göstermesiyle, batı doğu sentezi bir yaşam tarzı geliştirdi.

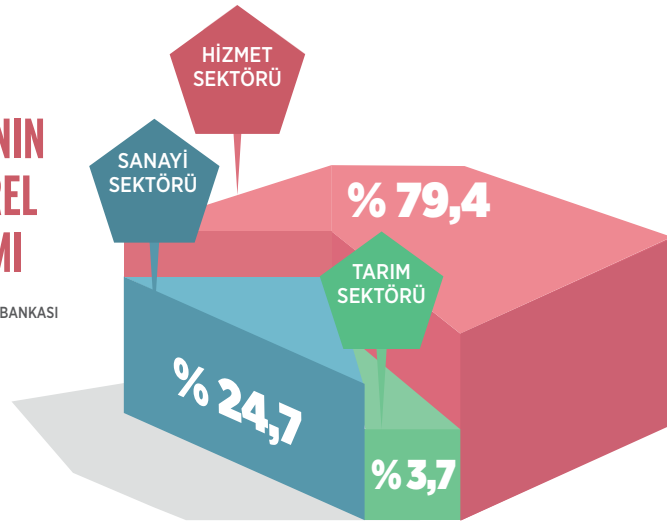
PETROL ZENGİNİ LÜBNAN

Yeraltı kaynaklarından mahrum olan Lübnan'ın topraklarının yüzde 20'si tarım için elverişli. Lübnan da diğer Orta Doğu ülkeleri gibi petrol zengini ülkelerden biri. İki büyük petrol boru hattı Lübnan'da son buluyor. Bu nedenle petrol ve transit taşımacılıktan büyük kârlar elde ediliyor.

Lübnan, bölgenin en gelişmiş ekonomilerinden birine sahip ve önemli bir ticaret merkezi. Milli hasılanın yüzde 40'ına yakını ticaretten elde ediliyor. Tarıma elverişli alanların miktarı çok fazla olmasa da halkın büyük çoğunluğu tarım ile uğraşıyor. Temel ihrac ürünlerini de tarım ürünleri oluşturuyor, bunun yanında elmas, mücevher, inşaat malzemeleri ve hurda demir de ihrac kalemleri arasında yer alıyor. Buna karşılık dışarıdan endüstri hammaddeleri, araç, makine, çeşitli eşyalar ve hayvani gıdalar temin ediyor. Gelişmekte olan bir ekonomiye sahip Lübnan, ekonomisinin yüzde 75'inden fazlası ise en gelişmiş sektörü olan bankacılığa borçlu. Endüstriyel sektörlerin en büyüklerini metal ürünler, tarım, kimya ve ulaşım ekipmanları üretimi oluştururken, rekabetçi ve serbest ekonomiye dayalı bir modele sahip olan ülkenin ekonomisi hizmet odaklı olduğundan, turizm ve finans, ekonominin amiral gemileri. Lübnan, mükemmel bir karayolu şebekesine sahip. 420 kilometrelik demiryolunun yanında, Sayda, Beyrut ve Trablus limanlarına her türlü gemi yanaşabiliyor. Beyrut havaalanı ise Orta Doğu'nun işlek hava limanı.

GSYİH'NİN SEKTÖREL DAĞILIMI

2016 VERİLERİ
KAYNAK: DÜNYA BANKASI



1950'LERDEN SONRA GELİŞME GÖSTEREN LÜBNAN EKONOMİSİNE SERBEST PİYASA HAKİM, BU DA ÜLKEYİ ORTA DOĞU'NUN MALİ VE TİCARİ MERKEZİ HALİNE GETİRMİŞ.

ORTA DOĞU'NUN TİCARET MERKEZİ

1950'lerden sonra gelişme gösteren Lübnan ekonomisine serbest piyasa hakim, bu da ülkeyi Orta Doğu'nun mali ve ticari merkezi haline getirmiş. Ekonomi, 1975 yılında başlayan ve 1990'da sona eren iç savaşa rağmen kendini hızla toparlayıp yeniden büyüme sürecine girmiş.

Yaşadığı onca savaş, çatışma, siyasi gerginlik ve krize rağmen ülke, canlılığını korumayı başarmış. Her yıl milyonlarca insan ülkenin tarihi ve doğal güzelliklerini görmek için Lübnan'ı ziyaret ediyor. Bankacılık, ticaret ve turizm ekseninde dönen bir ekonomiye sahip Lübnan'da çok fazla zengin var. İç savaş öncesine dek Orta Doğu'nun Paris'i olarak anılan Beyrut, yaşadığı tüm tahribata rağmen hâlâ dünyaca ünlü otelleri ve markaları ile kalitesini ortaya koyuyor. Kendi ülkelerinde bulamadıkları zenginliği ve öz-

gürlüğü Lübnan'da yaşayan Arap milyarderler için sefanın başkenti olan Beyrut, 1990'a kadar süren iç savaş sırasında yaşadığı yıkıma rağmen -eski günlerdeki kadar olmasa da- eğlence dolu bir hayat sunuyor. Bankacılık ve finans faaliyetleri sadece Lübnanlıların değil, dünyanın pek çok yerinden zenginin faydalandığı bir hizmet. Bu nedenle, ekonomiye en büyük katkı bu sektörden geliyor. Yurt dışında yaşayan çok sayıda Lübnanlı'nın gerçekleştirdiği ticari faaliyetler de ülkeye para olarak geri dönüyor. Ülkede Arapça tabelaların yanında İngilizce hatta Fransızca tabelaların yoğunluğu dikkat çekici. Yabancı sayısının yüksekliği, tabelalara etki ediyor. Beyrut başta olmak üzere ülkenin turist bölgelerinde Arapça-İngilizce karışık bir dil kullanılıyor. Bu durum, televizyon programlarında dahi görülüyor.



1920'lerde girdiği Lübnan'dan 1940'ların ortasında çıkan Fransızların etkisi kendini ülkede göstermeye devam ediyor. Devlet dairelerindeki tabelalar, sokak ve cadde isimleri Fransızca. Bu durum aynı zamanda Lübnanlıların Fransız kültürüne yakınlığını da gözler önüne seriyor. Lübnanlıların kendi ülkeleri dışında kendine en fazla yer buldukları ülke de Fransa.

Lübnan mutfağı turizmin en önemli ayaklarından biri. Ülke mutfağı, Arap mutfağının özeti niteliğinde. Lübnanlılar, hemen tüm Arap ülkelerinde görebileceğiniz, yemek ve mezelerin en lezzetlilerinin kendilerinde olduğunu iddia ediyor. Ülkenin hemen her yerinde lüks kafe ve restoranlar mevcut. Lübnan'da yerel mutfağın yanında Batı mutfağından örnekler de geniş yer buluyor. Bunda,

ülkeyi ziyaret eden yabancıların yanında, ülke gençliğinin yabancı mutfaklara ilgi duymasının da payı büyük. Bu arada, Beyrut başta olmak üzere ülke genelinde fiyatlar oldukça yüksek. Ülkede dünden bugüne hep savaş tedirginliği yaşanmasına rağmen, bu durum, yatırımların yapılmasını engellemiyor. Farklı bir kimyası olan ülkenin vatandaşları bir yandan yarın yeniden savaş çıkacakmış gibi yaşarken, diğer yandan hayatlarına devam ediyor.

LÜBNAN TÜRKİYE İLİŞKİLERİ

Türkiye ve Lübnan tarihsel ve kültürel olarak köklü bir ortak mirasa ve karşılıklı etkileşimin olduğu bir coğrafyaya sahip. İki ülkenin karşılıklı ilişkileri Lübnan'ın bağımsızlığını kazanması ile bir çerçeveye kazandı.



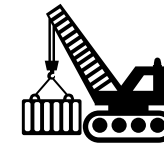
LÜBNAN EKONOMİSİ



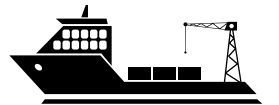
GSYİH
83,86
MİLYAR DOLAR



KİŞİ BAŞINA DÜŞEN
MİLLİ GELİR
18.600
MİLYAR DOLAR

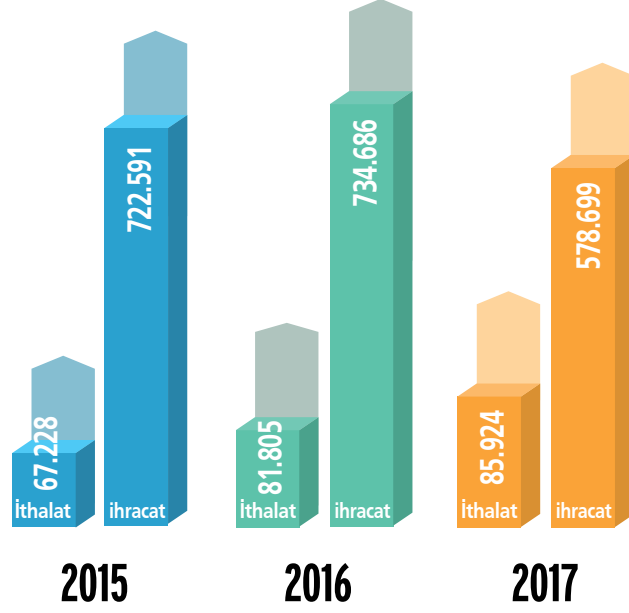


İHRACAT
3.475
MİLYAR DOLAR



İTHALAT
16.27
MİLYAR DOLAR

TÜRKİYE’NİN LÜBNAN İLE TİCARETİ (BİN DOLAR)



LÜBNAN PAZARINDA TÜRKİYE MALLARINA KARŞI BÜYÜK BİR İLGİ SÖZ KONUSU. BUNUN EN TEMEL SEBEPLERİNDEN BİRİ DE ÜRÜNLERİN KALİTELİ OLMASI

Lübnan, coğrafi küçüklük ve nüfus azlığına karşın, sahip olduğu stratejik konumu ve kalifiye işgücü sayesinde, ABD, Kanada, Latin Amerika, Avustralya, Afrika ve Avrupa Birliği ülkeleri için olduğu kadar Türkiye açısından da önemli bir ülke. Lübnan, sahip olduğu bağlantılar ve ticari ilişkiler nezdinde Türkiye'nin Orta Doğu'ya ekonomik açılımı adına spesifik bir öneme sahip. Lübnan pazarında Türkiye mallarına büyük bir ilgi söz konusu. Bunun en temel sebeplerinden biri de ürünlerin kaliteli olması. Ayrıca iç savaşın yarattığı tahribat sebebiyle ülkede hâlâ, büyük miktarda yapılması gereken altyapı ve imar çalışmaları bulunuyor. Türkiye'nin inşaat ve müteahhitlik alanındaki deneyimleri iki ülke arasında pek çok olası anlaşmayı gündeme getiriyor. Ekonomide liberal bir politika izleyen hükümet, yabancıların yatırımına son derece sıcak bakıyor.

İki ülke arasında son yıllarda imzalanan ticareti kolaylaştırıcı anlaşmalar ve karşılıklı ziyaretler, ilişkileri daha da ileriye taşıdı. 2000'li yılların başına dek durağan seyreden iki ülke ilişkileri, 2004 yılında eski Başbakan Refik Hariri'nin ziyareti ile ivme kazandı ve gelişerek devam etti. Ülkeler arasındaki olası ticari potansiyel ise 2010 yılında imzalanan Serbest Ticaret Anlaşması (STA) ile tavan yaptı. Türkiye tarafından 2013 yılında onaylanan STA'nın Lübnan'daki onay sürecinin tamamlanması ise beklentiler arasında.



**PEN
CE
RE** **KAHVE
MOLASI**



KOMEDİ YAŞATIR



GANİ MÜJDE

DRAM ÖLDÜRÜR

Komedinin mutlu nesiller yetiştirdiğine inanan ve komedi yapmanın zeka ürünü olduğunu söyleyen Yazar, Karikaturist, Senarist, Yönetmen ve Sunucu Gani Müjde, mizahın gücünün her şeyin üstünde olduğuna inanıyor. Çok şapkalı adam Gani Müjde ile bir araya geldik ve Pencere dergisi için keyifli bir röportaj gerçekleştirdik.

Tatillerinizi genellikle Bodrum'da geçiriyorsunuz. Daha önce Bodrum'da projeniz de oldu. Yeni projeleriniz veya Bodrum'a dair planlarınız var mı? Bodrum benim ikinci şehrim. Bodrum'a dair bir planım yok şu an. Ben, Bodrum'da iyi ve keyifli zaman geçirmeyi seviyorum. Film çektiğim zamanlarda çok zorlanıyorum, bu sebeple Bodrum'da oluyorum tatillerimde ve Bodrum'dayken denizde olmayı tercih ediyorum.

Deniz ve tekne tutkunuzu biliyoruz. Hatta teknelerinize dizilerinizin adını veriyorsunuz. Artık tekne değişiyorsa dizi vardır diyoruz. En son "Pis Yedili"den ötürü "Seven"di. Hala öyle mi? İsmi değiştirdim. Genelleştirerek "Komedi" yaptım ama bu bir film ismi değil. Bu benim aile "Komedi"m.

"Denizde Hayat" isimli bir programınız vardı. Yakında benzeri bir program olacak mı? Geçtiğimiz aylarda, yeni kurulan bir kanaldan "Denizde Hayat" formatına yakın bir program teklifi geldi. Formatı netleştirebilirlerse, belki bu sene, denizde misafirlerimizi ağırlayıp, gezdiğimiz bir programı hayata geçireceğiz.

Bir ara "Entepli" isimli dizinizin yayınlanacağı haberleri vardı. Dizi ile alakalı çalışmalar devam ediyor mu? Ne zaman yayına girecek ya da girecek mi? Entepli dizisinin çalışmalarına aylar önce başladık ama daha çekim aşamasına geçilemedi. Dizin birtakım eksiklikleri vardı, onları giderme aşamasındayız. Net bir tarih olmamakla birlikte, çekimlerine başlayacağız.

Başka proje var mı? Son dönemde gündemi çok fazla meşgul eden "Çiftlik Bank" mevzusuna dair bir film projemiz var. Çalışmalarına yeni başladık. İsmi "Aldatıldık" olacak. Çekimlerine Haziran ayında başlamayı planlıyoruz. Kastı oluşturmaya çalışıyoruz. Önümüzdeki haftalarda filme dair pek çok konuyu netleştirmiş olacağız.

TÜRKİYE, DİZİ SEKTÖRÜNDE MATEMATİK HATASI YAPIYOR!

Türkiye'de son dönemlerde, "dizilerin fişini çekmek" çok sık rastlanılan bir durum. Bu konuda ne düşünüyorsunuz? Türk dizi sektöründeki sorunlar neler sizce?

Ben kanalların bu konuda haklı olduğunu düşünüyorum. Bir kanal para kazanmıyorsa diziyi bitirmeli, en nihayetinde, dizi ve sinema aynı zamanda bir ticaret.

Ancak sorun şu ki, reyting getiren dizi de para kazanmıyor. Türkiye dizi sektöründe bir matematik hatası yapılıyor. Kanallar, dizileri yüksek maliyetle üretilen, aldıkları reklamlarla giderlerini karşılamayı planlıyorlar fakat olmuyor. Bugün, neredeyse, her kanal zarar ediyor. Bunun nedeni yanlış tercih de olabilir, dizilerin maliyetleri de olabilir. Yurt dışına ihraç olmazsa, işler daha vahim. Kimse daha ucuz ve parlak fikirlere de itibar etmiyor. Kanallar ile beraber yapımcılar da zarar ediyor. Çok fazla star endekslisi işler yapıldı, yapılıyor. Bundan en büyük kârı oyuncular elde ettiler/ediyorlar; zengin oldu birçoğu. Bu bir yanlışlık. Ama bu yanlıştan dönülecek, hatta dönmeye başlandı. Nihayetinde, fikrin ve senaryonun en değerli olduğu yere yeniden varılacak.

Dizi sektörünü sıkıntıya sokan durumlardan biri de birbirini tekrar eden senaryolar. İnsanlar sıkıldı mı sizce bu senaryolardan? Türkiye'de birkaç grup var biliyorsunuz, eğitim ve sosyo-ekonomik durumun belirlediği gruplardan bahsediyorum. Özellikle A-B grubunun televizyonla neredeyse bağı kalmadı ki, bahsettiğimiz bu grup, nitelikli ürün seyriscisi. Bu kitle, televizyonda aradığını bulamayınca kaçtı. Geriye kalan C-D grubu televizyon karşısında çok uzun saatler geçiren bir grup. Bu grupların da ekonomik karşılığı yok. Bu nedenle markalar televizyonlara reklam verdiklerinde, hedef kitlelerine ulaşamıyorlar. Problem burada zaten. Reytingi yüksek olan programın geliri düşük oluyor, reklam değeri yüksek olanın ise reytingi düşük oluyor.

Bu denli emek verilen yapımların sonlandırılması konusunda, kanallar ve yapımcılar orta noktada buluşabilir mi? Türkiye'de özellikle medya sektöründe herkes şu an kendini ve günü kurtarmaya çalışıyor. Dolayısıyla bu tür sorgulamaları yapabilecek zaman bulamıyorlar. Bir gün setteyken, önceden çekilmiş olan bir filmin bütçesinin 25 milyon TL olduğunu öğrendim. Filmin tahmini gelirini ise 2 bin TL olarak hesapladık. 23 milyon TL'lik bir

SON DÖNEMDE
GÜNDEMİ ÇOK FAZLA
MEŞGUL EDEN
"ÇİFTLİK BANK"
MEVZUSUNA DAİR
BİR FİLM PROJEMİZ
VAR. ÇALIŞMALARINA
YENİ BAŞLADIK. İSMİ
"ALDATILDIK" OLACAK.
ÇEKİMLERİNE HAZİRAN
AYINDA BAŞLAMAYI
PLANLIYORUZ.

RÖPORTAJ: PERİ ERBUL
FOTOĞRAFLAR: M. ALİ BARS

BİZDEN BİR NARCOS, BİR LA CASA DE PAPEL ÇIKMIYOR. BİZDEN ÇIKANLAR, EVİN SAHİBİ GİTTİKTEN SONRA, TELEVİZYONUN BAŞINA GEÇEN EV HİZMETLİLERİNİN, YAŞLILARIN SEYRETTİĞİ DİZİLER HALİNE GELDİ.



açık var. Bir milyonunu bir kanala satsanız 22 milyon TL açık kalacak. Türkiye’de 22 milyon TL’lik bir filmi çıkartmak için 12 milyon seyirciye ihtiyacımız var ama bugüne kadar hangi film yedi milyon geçti ki? Hangi akılla yedi milyonun üzerinde yatırım yapıyorsunuz? Bu akıllar televizyonlarda da var. İki buçuk milyon bütçeli diziler yapılıyor. İki buçuk milyonluk bir dizinin, istediği reytingi alabilmesi için 20-22 arasında reyting alması lazım. Bu durum da kanalların zarar açıklamalarına hatta satılmalarına neden oluyor. Bu durumun nedeni ise bütçe sorunu. Sinema okulundan hocam Lütfi Akad hep “Ekonomi okuyun, sinema sadece sanat değildir, aynı zamanda ekonomi bilimidir” derdi. 2018 yılının başında “Barbaros” isimli bir filmle başlamıştık fakat hedeflediğimiz geliri elde edemeyeceğimizi gördük. Bunun üzerine filmi çekmeme kararı aldık.

Türkiye, çok fazla dizi ihraç eden bir ülke, özellikle, Arap dünyası, Kuzey Afrika ve Orta Doğu dizilerimizin sıkı takipçisi. İhraç, sektördeki sıkıntıları ne ölçüde rahatlatıyor? Amerika’nın yaptığını yapabiliyorsanız, bu çok önemli. Yurt dışına ihraç edilebilir ürün çıkartmak zorundayız ama Türkiye’deki RTÜK sistemi, televizyondaki ölçüm sistemleri, halkın muhafazakarlaşarak televizyon izliyor olması, dizilerimizi dünya çapında izleniyor olsa bile daha alt kültürlerin izlediği diziler haline getiriyor. Bu da değerimizi düşürüyor. Bizden bir Narcos, bir La Casa de Papel çıkmıyor.



Bizden çıkanlar, evin sahibi gittikten sonra televizyonun başına geçen ev hizmetlilerinin, yaşlıların seyrettiği diziler haline geldi. Araplar artık bizden dizi almayacaklarını açıkladı. Bal-kanlar dizi alırken çok az para veriyor. Geriye Güney Amerika kalıyor. Eğer biz dizilerimizi Amerika’da da Avrupa’da da seyrettirebiliyorsak, başarabiliyoruzdur. Gelişmiş ülkelerde çok fazla dizi seyretme kültürü yok. Ben YouTube’da bile onar dakikayı geçen dizileri izleyemiyorum. İki saatlik sinema filmlerini bile izleyemiyorum. Bence ideal sinema filmi 90-100 dakika olmalı. Oturup iki saat boyunca film izleyecek kadar vaktimiz yok.

DİZİ SEKTÖRÜ KISIR DÖNGÜ YAŞIYOR

Türk dizilerinin uzunluğu da çok eleştirilen konulardan biri. Anlaşma 90 dakika ama 150 dakikayı bulanlar var. Bu konuda neler söylersiniz? Reklam gelirleri dizi maliyetlerini karşılamıyor. Böyle olunca kanal “bir kuşak daha alayım ki para kazanayım” mantığıyla dizinin süresinin uzatılmasını istiyor. Yapımcı da uzatmak için ikinci ekibi kuruyor. Maliyet daha da arttığı için yapımcı, kanaldan para talep ediyor. Kanalin, hem oyuncuların hem de ekibin istediği parayı vermesi için süreyi bir kuşak daha uzatması gerekiyor. Yayın süresi böylece 180 dakika oluyor. 180 dakika çekebilmek için iki ekip yeterli değil, üçüncü ekibe ihtiyaç var. Maliyet tekrar artıyor. Bu kısır döngü maalesef komik bir şekilde devam ediyor.

Sektörü zora sokan durumlardan birinin de her yeni gelen oyuncu veya yönetmenin, yeni bir şey yapmaya çalışması olduğunu söyleyebilir miyiz?

Türkiye’de herkes kendisini ünlü sanıyor. Daha kötüsü sektör de onları ünlü sanıyor. Önceki projelerinde reytingine bakmadan, yeni projede oynamak için uçuk meblağlar istiyor. Menajerler, PR şirketleriyle bu oyuncuların bazıları hak etmedikleri ünler kazandı. Bu tuzağa çoğu şirket düşüyor. Sektör ekonomiden bağına koparmış durumda. Şu an “Dolar 10 lira olursa olsun bana ne, ben dolar kullanmıyorum” diyen insanların psikolojisindeler. Ekonomiden bağımızı koparmışız. Bugün Aydın Doğan’ın bile, ekonomik baskılar neticesinde grubunu sattığını düşünüyorum.

Erkeklerin tekelinde olduğu düşünülen komedide, daha fazla kadın oyuncu görmeye başladık. Olması gereken bu muydu? Yoksa erkek tekelindeki bel altı esprisi anlayışıyla güldüren filmlerden mi sıkılmaya başladık? Komedide çok subjektif. Benim güldüğüm bir fıkraya başkası gülmeyebilir, benim gülmeyemediğim bir şakaya başkası güler. İnsanlar bundan

eğleniyorsa, kaliteli veya kalitesiz olarak ayırmak istemem. Recep İvedik’in müşterisi varsa yapmaya devam etsin. Cem Yılmaz bir süre bocaladı ama son filmi 5 milyonu geçti. Çok para harcadı belki, ekonomiyi gözetmedi ama en azından vitesini arttırdı. Güllünecek şeyleri bul, araştır, kuşakları yakala kuşaklarla iletişim kur. Cem ve Şahan bunun için uğraşıyor. Emeklerini yadsıyamayız. Amerika’da da kuşaklar var ama oraların da şovları, komedi dizileri küfürden geçilmiyor. Bizde küfür olduğunda, çocukların ahlaki bozulacak diye burun kıvrıyoruz. Sanki çocuklar hiç sokağa çıkmıyormuş gibi... Kadınların komedide daha fazla yer bulmasına gelirsek, ben kadından komediyen olmaz düşüncesini saçma buluyorum. Kadınlar, erkeklerle oranla hayata daha geç atılıp, sokağa daha geç çıktı. Kadının son yüz yılda kendini dışarıya açma çabasının bir parçası da tabi ki sahne sanatları. 100 yıl sonra sahneye kadın komediyen çıktı diye sevinecek halimiz yok. Olması gereken buydu zaten.

Hiç ders vermeyi düşündünüz mü? Bir ara İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi’nde altı ay kadar ders verdim. Sonra sıkdım hoca olmaktan. Belki o zamanlar, heybemde anlatabilecek kadar malzeme yoktu. Çok iyi bir üniversiteden teklif gelirse, şimdi de öğretmenlik yapmayı düşünürüm.

Karikatür ile alakalı bir şeyler yapmayı düşünüyor musunuz? Mesela bir dergi ya da e portal? Yıllarca dergi çıkardım. Dergiciliğin biteceğine de inanmıyorum, yalnızca internet ile küçülebilir. Ekşi sözlük, Zaytung gibi mecralar çok ileride mizah yapıyor. Arada sırada bana da buluyorlar ama helal olsun diyorum.

MİZAHÇILAR, ZEKİ İNSANLARDIR

Son dönemlerde mizah dergileri de internete yenildi. Mizah dergileri içinde Penguen ise artık yayımlanmıyor. Penguenin temellerini de ben attım aslında. Nar dergisi projem vardı. New Yorker gibi yazarların ağırlıklı olduğu bir dergiydi Nar dergisi. Ben bunu hayata geçirmek için çok çabaladım. Fakat bazı ortakları bir türlü ikna edemedim. Sonra Metin Üstündağ ile Hayvan dergisini çıkardık. Orada ilk köşe yazılarını başlatanlardan biriyim. Dergi sayısının artması, daha zengin içerikler sunulmasını sağlıyor ama bu kadar çok derginin tutunmasını zorlaştırıyor. Keşke daha az sayıda dergi yayımlansa da herkes düzenli takip edebilse.

MİZAH, YAŞAM KALİTESİNİ ARTIRIR

Bol bol gülün. Ben hep mizah diyorum ama kendime yer açmak için demiyorum bunu. Mizah, yaşam kalitesini artırır. Ben dramın kanser yapıcı etkisinin olduğunu düşünüyorum. Çok ağlama ve üzülmeye, sağlıklı kuşakların yetişmesini sağlamaz. Komedide seyrederken, uzun yaşarsınız Dram seyrederken erken ölürsünüz. Bunu bilim bir gün mutlaka ortaya koyacak.

KOMEDİDE BEL ALTI ESPRİSİ DİYE BİR ŞEY VARDIR

Komedide adına bir şeyler yapan ve kendini seyrettiren herkese saygı duyuyorum ve şapka çıkartıyorum. Komedide bel altı esprisi olmaz diye bir şey yok. Bizim kültürümüzde de var. Nasreddin Hoca’nın ilk metinlerini bugün çeviremezsiniz, televizyonda yayımlayamazsınız. Bel altına girmek isteyen herkes girebilir. O konudaki baskıları doğru bulmuyorum.



ÜSTÜN DÖKMEN “DÜNYA DEĞİŞİYOR, KABUL ETMELİYİZ”



RÖPORTAJ: PERİ ERBUL
FOTOĞRAFLAR: M. ALİ BARS

Kişisel gelişim alanında Türkiye'nin en önemli isimlerinden biri Üstün Dökmen. Yazdığı kitaplar, katıldığı televizyon programları ve verdiği seminerlerle hem kendimizi hem çevremizdekileri hem de toplumu anlamamızı, mutluluğa giden yolda küçük şeylerin temel etken olabileceğini ve gelecekte, nasıl daha sağlıklı bireyler oluşturabileceğimizi anlatıyor. Tüm bunların temelini ise “üretme”nin oluşturduğunu vurguluyor. Mutluluğun bir mesai istediğini belirtiyor. Mart başında hem yeni programı “Üstün Dökmen” 360 TV’de yayınlanmaya başladı hem de “Küçük Şeyler” yeniden seyirci ile buluştu. Fırsattan istifade kapısını çaldık ve sıcak birer kahve eşliğinde keyifli bir sohbet başladık; ve anladım ki, “Mutluluk burada bir yerde olmalı, çok yakında...”

“Üstün Dökmen ile Küçük Şeyler” Mart’ta, İstanbul ve Ankara’da yeniden izleyiciyle buluştu. İlk defa 2011 yılında seyirci ile buluşmuştu. O günden bu güne “Küçük Şeyler”de büyük değişiklikler oldu mu?

İçerikte çok fazla şey değişti, konuların yüzde 98’inde değişikliğe gidildi diyebilirim. Televizyona ilk çıktığımız zamandan bu yana toplumda, gündemde pek çok şey değişti, evrildi. Biz de bu değişiklikler üzerinde yeni konular belirledik: Yılmazlık, bezdiri (mobing), pozitif bilim, kadının toplum içindeki yeri... Özellikle, pozitif bilimin önemine vurgu yapıyorum. Yaşamda tutunabilmek ve sağlıklı nesiller yetiştirebilmek için pozitif bilime önem vermek gerektiğini son beş yıldır daha fazla, daha ayrıntılı işliyorum.

Pozitif bilimden uzaklaştığımız söylemleri de son senelerde sıkça gündemde. Ne düşünüyorsunuz, bu konuda ne yapmalı?

Pozitif bilim günlük hayatımıza girmezse, hayat, zayıf kurgular şeklinde yaşanmaya devam eder. Dünya değişiyor, pozitif bilim gelişti ve kabul etmeliyiz. Benim çocukluğumda “hiperaktif” kavramı yoktu. Çocuk, hiperaktif olduğunda dayak yerd. Bugün artık hiperaktivitenin hastalık olduğunu biliyoruz. Çocuk dövmek hem çağ dışı hem de ahlak dışı bir durumdur. Çocuğun bir sıkıntısının, sorununun olabileceği üzerinde durulması lazım. Çocuğu döverek ya da ağır şekilde cezalandırarak eğitemezsiniz. Onu; içine kapanık, sorunlarıyla baş edemeyen, sorunlarını paylaşmayan bir bireye dönüştürürsünüz. Pozitif

bilim bunun için gerekli işte. Günümüz eğitim sistemi için pozitif bilim, “çocuğa dayak atarsan, vicdan gelişmez” diyor. Benim sık verdiğim örneklerden biridir; çocuk, komşunun camını kırarsa babası komşuya parasını öder, çocuğa da bir tokat atar, bir daha kırma, der. Bu klasik ahlak anlayışımızdı. Bu şekilde ahlaklı çocuk yetiştirilmez. İlk camı kırıldığında tokadı yerse, ikinci kırıldığında o tokadı yememek için kaçır. Halbuki; baba, çocuğa, kırıldığı camın ev sahibinin ne kadar zor durumda kaldığını doğru şekilde anlatırsa, çocuk hatasının farkına varıp bir daha yapmamak için çaba sarf eder, empati kurar, dikkatli davranır.

Bazı kişilik özellikleri ölünceye dek bizimle kalıyor diye biliyoruz. Kalıcı değişim mümkün mü?

Freud’a göre temel kişilik özellikleri altı yaşındayken başlar ve hayat boyu değişmez. Evet, çocuklukta edinilen bazı huylar ve karakterize edilen özellikler değişmez ama normal şartlar altında. Gestaltçı yaklaşım ve bilişsel yaklaşım yöntemleri, uygun psikoterapi ortamında bunların değişmesini sağlayabilir. Kişiliğin sabit olduğuna inansak zaten psikoterapi diye bir şey oluşmazdı. Her şey gibi bilim de modernize oluyor. Kişisel gelişim kitapları, romanlar, filmler, seyahatler bile birer değişim ve telafi unsurlarıdır. Tüm bunlar farklı bakış açıları, güven kazandırır, çözümün yollarını aralar.

Çözümüne gidiş yöntemlerimiz mi yanlış? Bilgilerin eksikliği de var tabii...

Klasik yöntemle “Çalış oğlum, çalış kızım” deriz. Olmadı rüşvet teklif ederiz. “Karnen iyi gelirse sana bisiklet alacağım.” Bunlar çok çaresiz ve anlamsız tedbirler, işe de yaramıyor. Pozitif bilimi niye söz konusu ediyorum? Pozitif bilim hayatımızı kolaylaştırır. Dünyanın başka ülkeleri, pozitif bilimde ileri gittikçe, daha rahat bir yaşam seviyesine eriştikçe, siz geleneksel yöntemlerle bu dünyada hayatta kalamazsınız. Şimdiki ebeveynler her şeyi bilimsel yapalım diyor, tamam; ama duygular da olacak. Pozitif bilime sevgi de eklemek gerekiyor. Sevgi insanı, olgunlaştırır, özgürleştirir ve paylaşmayı

UZUN YILLAR BOYUNCA
“ÜSTÜN DÖKMEN İLE
KÜÇÜK ŞEYLER” PROGRAMI
İLE HAYATIMIZDAKİ
KÜÇÜK ŞEYLERİ BÜYÜK
MUTLULUKLARA
DÖNÜŞTÜRMEK ADINA
ÖĞRETİLERDE BULUNAN
ÜSTÜN DÖKMEN, YENİ
PROGRAMI “ÜSTÜN
DÖKMEN” İLE 360 TV’DE
YENİDEN İZLEYİCİ
KARŞISINA ÇIKTI!

öğretir. Birbirini seven anne babaların çocukları daha güzel nesiller oluşturur. Yanı sıra pek çok yeni yaklaşım ve yeni test var, örneğin CAS (Cognitive Assessment System), bir kağıt-kalem testidir; çocuğunuzun niçin verimli çalışmadığı ile alakalı size önemli bilgiler verir.

Kadın erkek eşitliği de -dünyada- çok fazla dillendirilen mevzuların başında geliyor. Pek çok kesim için çok lüks gibi duran bir kavram. Pozitif bilim nezdinde, bu konuda neler söylersiniz?

Doğru diyorsunuz, bazıları için eşitlik lüks. Baktığımızda aslında Batı'nın da kadına saygısı zayıf ama bizde daha zayıf. Ne dedi batılı; "Her başarılı erkeğin arkasında bir kadın vardır." Birçokları için bu cümle, kadına değer verildiğinin göstergesidir. Hayır, bu söz, kadının değerinin lojistik destek düzeyine indirildiğinin göstergelerindendir. Benim, arkamda duran kadınla işim olmaz. Eşim, yanımda durmalı. Kadın bana yemek yapsın, gömleğimi ütölsün, çocuğuma baksın. Modası geçmiş, tedavülden kalkmış bir bakış açısı bu. Bugün hâlâ, dünyanın çoğu yerinde kız çocuk doğunca, eşine kızan erkekler var. Neden? Çünkü pozitif bilimden bihaberler. Bilmiyor ki, cinsiyeti belirleyen temel faktör erkektir. Sorsanız biyoloji eğitimi alıyoruz. Eğitim sistemimizde de eksiklikler var. Bazı şeyleri daha net anlatmalı, en doğru şekilde öğretmeliyiz.

Genel olarak, öfkeli ve mutsuz bir toplum olduk. Bu öfkeyi en güzel nasıl boşaltırız?

Dünyaca yapılan pek çok ankette mutsuz toplumlar arasında yer alıyoruz. Memnuniyetsiz ve teşekkür etmeyi zorlukla becerebilen bir toplumuz. Ortalıkta bir dolu asılsız, saçma sapan söylem var; Nuh'un cep telefonu ile konuşması, İHA'ya (İnsansız Hava Aracı) binmesi gibi. Öfke oluşmadan önce akıl sağlığında sorunlar yaşanmaya başlar. Akıl sağlığında oluşan korkulara, öfke refakat eder. Akıl sağlığı bozulmaya başladıkça, ruh sağlığı da bozulur. Mahallenin delisi genellikle öfkeli. Evrende her şey birbiriyle ilişkilidir. Fiziksel

İNTERNETLE,
TEKNOLOJİYLE,
DİJİTALLEŞME İLE BARIŞIK
OLMALIYIZ. TELEFONDAN ŞİKAYETÇİ
OLMAMIZ; TELGRAFLARI, MEKTUPLARI
GERİ GETİRMEZ. TEKNOLOJİYİ NASIL
KULLANABİLECEĞİMİZİ, KENDİ
LEHİMİZE ÇEVİREBİLMİYİ
BİLMELİYİZ.

anlamda, psikolojik anlamda bir bütünlük vardır. İletişim kalitesini arttırmamız gerekiyor. Pozitif bilimlerden yararlanmak gerekiyor. İnsanın iki temel isteği vardır: Üretmek ve mutlu olmak. Freud da böyle der. Üretmeden gelen mutluluk kabul edilemez. Üretim olacak, üretirken de az biraz mutlu oluyorsanız, hayat budur. Freud'a soruyorlar, ruh sağlığının temel besini nedir diye; sevmek ve çalışmaktır diyor. Ruh sağlığımız bozulduğu zaman kimseyi sevmemeye başlarız, asıl kendimizi sevmemeye başlarız. Etraftaki bunca olumsuz uyaran karşısında belki yeterince mutlu olamayız ama duyarlı olabiliriz. Duyarlı olabilmek de güçlü olabilmenin kurallarından biridir.

Şehirleşmenin ve dijitalleşmenin etkisi nedir? İstedikçe kadar diren, eninde sonunda mahalle bakkalı kaybolacak. Ama nostaljisi bizimle beraber taşınacak. İnternetle, teknolojiyle, dijitalleşme ile barışık olmalıyız. "Telefonda çok fazla zaman geçiriyor" deyip bundan şikayetçi olmamız, telgrafları, mektupları geri getirmeyiz. Teknolojiyi nasıl kullanabileceğimizi, kendi lehimize çevirebilmeyi bilmeliyiz. Elbette günün üçte ikisini telefonu ve bilgisayar ile geçiren biri için ciddi sorunlar söz konusu demektir. Duygusal ve ruhsal problemler yaşıyordur.

360 TV'de yeni bir programa başladınız, biraz bahseder misiniz?

Program mart ayı başında başladı. Hafta içi her gün sabah 09:00 ila 10:00 arasında yayınlanıyor. Aile yaşamında sosyal ve toplumsal konulara, kişisel gelişimden psikolojiye dek insana dair ne varsa programda ele alıyorum. Enine boyuna tartışıyorum.

POZİTİF BİLİM GÜNLÜK HAYATIMIZA GİRMEZSE, HAYAT, ZAYIF KURGULAR ŞEKLİNDE YAŞANMAYA DEVAM EDER. DÜNYA DEĞİŞİYOR, POZİTİF BİLİM GELİŞTİ VE KABUL ETMELİYİZ. DÜNYANIN BAŞKA ÜLKELERİ, POZİTİF BİLİMDE İLERİ GİTTİKÇE, DAHA RAHAT BİR YAŞAM SEVİYESİNE ERİŞTİKÇE, SİZ GELENEKSEL YÖNTEMLERLE BU DÜNYADA HAYATTA KALAMAZSINIZ



Kişisel gelişim alanında Türkiye'nin en önemli isimlerinden biri olan Üstün Dökmen, yeni programı "Üstün Dökmen" ile 360 TV'de hafta içi her gün seyirci ile buluşuyor.

FREUD'A GÖRE TEMEL KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ ALTI YAŞINDAYKEN BAŞLAR VE HAYAT BOYU DEĞİŞMEZ. EVET, ÇOCUKLUKTA EDİNİLEN BAZI HUYLAR VE KARAKTERİZE EDİLEN ÖZELLİKLER DEĞİŞMEZ AMA NORMAL ŞARTLAR ALTINDA. BİLİŞSEL YAKLAŞIM YÖNTEMLERİ, UYGUN PSİKOTERAPİ ORTAMINDA BUNLARIN DEĞİŞMESİNİ SAĞLAYABİLİR. KİŞİLİĞİN SABİT OLDUĞUNA İNANSAK ZATEN PSİKOTERAPİ OLMAZDI.

DOĞU EKSPRESİNDE YOLCULUK

24 SAATLİK BİR YOLCULUK... AMA HİÇ BİTSİN İSTEMEZSİNİZ. BİR YERE ULAŞMAK DEĞİL AMAÇ, SADECE YOLDA OLMAK. KİMİLERİNE GÖRE MACERA, KİMİLERİNE GÖRE DENEYİM, KİMİLERİNE GÖRE HEDEF... NE OLURSA OLSUN, HERKESE TAVSİYE EDECEĞİM BİR YOLCULUKTU.

YAZAR: UTKU AKKURT



Birçok kişiden dinlemişizdir, pek çok yerde okumuşuzdur... Ancak her (aynı yöne) yolculuk aynı değildir. Kişiler farklıdır, görülen detaylar değişir, bambaşka bir ruh hali oluşur, bambaşka tatlar algılanır... Se-verim anlatmayı, yazmayı. İçine biraz hayal kırıklığı, biraz enteresan bilgi, bir parça çocukluğum ve biraz da peynir koyup anlatayım madem.

BAŞLIYORUZ...

Ben, Eylül ayında çıktım bu yolculuğa. Her çıkan kendi çıktığı dönemin en güzel olduğunu belirtir. Haksız da sayılmazlar, her dönem başka güzeldir oralar çünkü. Kışın bembeyaz karlı manzaraların keyfini sürerken, Mayıs-Haziran döneminde, doğunun uçsuz bucaksız yemyeşil tarlalarını, İsviçre'yi andıran doğayı seyrederiz.

Doğu Ekspresi Ankara garından kalkıp Kars garına kadar yol alıyor. Arada Kırıkkale, Kayseri, Sivas, Erzincan ve Erzurum'da mola veriyor. İstanbul'dan Ankara'ya kadar, soğuk çelik rayların izinden ayrılmadan, hızlı tren ile Pendik'ten Ankara'ya yol aldım, burada yaklaşık üç dört saatlik bir boşluğum olacaktı. Eskiden keyif alarak yemek yediğim gar lokantasının kapalı olması beni epey üzdü. Doğu ekspresi rayları bakımda olduğundan, "Demir Yolları" bizi, otobüslerle Kırıkkale Irmak Tren Garı'na taşıdı. Malum yol uzun, yaklaşık 24 saatlik bir yolculuk var önümde. Tren kalkana kadar Irmak'ta bulunan yerel üreticilerden sebze meyve alışverişi yaptım. Olur da yolunuz düşerse size de tavsiye ederim. Hakikaten çok lezzetli. Bu arada trenin yemekleri basit atıştırmalıklardan oluştuğundan, yanına kendi yemeklerinizi ve atıştırmalıklarınızı da alabilirsiniz.

Düdük çaldı ve yola çıkıyoruz... Benim ilk doğu gezim değil; çocukluğum Kars - Ardahan - Erzurum civarlarında geçtiğinden bölgeye, insanına, doğasına, kültürüne aşinayım. Yaklaşık altı yıl önce işim sebebiyle buralara yılda iki kez ziyarette bulunuyordum ancak ilk kez trenle yolculuk yapıyorum.



Ani Harabeleri



DOĞU EKSPRESİ,
ERZURUM'A YAKLAŞIRKEN,
TREN GARINA "ÇAĞ
KEBABI" SİPARİŞİ
VERMEYİ UNUTMAYIN!



Yataklı vagonda yolculuk ediyorum. Yataklı vagon tercih etmeyenler için pulman denilen normal koltuklu vagonlar da mevcut ancak bu koltuklar Doğu Ekspresinin ruhuna uygun değil, ayrıca yol da uzun. Eksprese bindikten sonra günün yorgunluğunu yemekli vagon-da bir çay ile geçiririp sabah gün doğmadan uyanmak üzere saatimi kuruyorum. Tren, en güzel yerlerden sabah saatlerinde geçiyor; o nedenle, erken kalkmanızda fayda var. Saat 5'te gün doğmadan ayaktaım, müthiş bir manzara, Anadolu! Geçtiğimiz köyler, ilçeler fazlaca sessiz. Hayır, nedeni sabahın erken saatleri olması değil, çok fazla insanın kırsalı terk edip şehre yerleşmesi. Pencereden tanıklık ettiğim doğal yaşam müthiş: Av arayan tilkiler, dağ yollarında otlanan dağ keçileri, Çıldır Gölü'nde Alaskalılar usulü balık tutanlar... Gerçi dağ keçilerini gördüğüme kimseyi inandıramadım; oysa ki yanı başımızdaydılar. Sorun değil, ben gördüm; hâlâ varlar ve özgürler... Sayısız tünel, geçit, nehir, manzara, köy, göl derken zaman akmış gitmiş.

ERZURUM'A YAKLAŞIRKEN ÇAĞ KEBABI SİPARİŞİ

Doğu Ekspresi, Erzurum'a yaklaşırken, -artık her yolculuk için bir ritüel haline gelen- tren garına "çağ kebabı siparişini veriyorum. Şehre varmadan yaklaşık yarım saat önce sipariş verirsiniz, istasyona geldiğinizde siparişiniz hazır olur. Benim favorim "Gel-Gör Çağ Kebabı". Bu arada aç gözlülüğünüze yenilip fazlaca sipariş ederseniz üzölmeyin, her zaman paylaşacak birileri oluyor. Ben, yataklı vagon dan sorumlu, 20 yıldır Doğu Ekspresi hattında çalışan bir abiyle paylaşmıştım. Anıları, yol hikayeleri çok keyifliydi... Erzurum'daki güzel karelerden biri de trenin arkasından koşup size bağır an çocuklar.

Kars'a vardığımda akşam saatleriydi. Bu arada, Kars ve civar coğrafyayı gezmenin en mantıklı yolu araba kiralamak. Hele, birden fazla kişiyse nız. Benim rotam biraz uzun ve vaktim sınırlı olduğundan araba kiraladım. Arabayı gardan teslim aldıktan hemen sonra Orhan Pamuk'un "Kar" kitabında da sö-

zünü ettiğı Kar's otelde konakladım. Harika bir otel. Kalmasanız bile gidip bir kahve için derim. Kar's ile benzer mimariye sahip olan Cheltikov ve Katerina otelleri de tavsiye edeceklerim arasında.

Kars'ta güne merhaba demenin en iyi yollarından biri Kars Kaz Evi'nde güzel bir kahvaltı yapmaktır. Sonraki eylem ise Rus mimarisine ait o eşsiz binaların arasında gezinmek ve Kars Kalesi'ni ziyaret etmek olmalı. 19. yüzyıldaki Rus işgalinden kalma pastel renkli taş binaları ile Kars, Anadolu'da kurulmuş bir Rus şehri andırıyor. Her an bir köşe başından bir Rus askeri çıkacak gibi... Kars'ta beni en fazla etkileyen yapılardan biri de Fethiye Camii. Rus işgali sırasında yapılan bu kilise, gök kubbeler yerine dikilen ikiz minareleri ile bir camiye dönüştürölmüş.

RUS MALAKANLARIN KARS'TAKİ İZLERİ

1878 yılında, Çarlık Rusyası'ndan Kars'a yerleştirilen azınlık grubu Malakanların izlerine, aradan geçen yüzyıllara rağmen, şehrin farklı noktalarında rastlanıyor. Mümkünse, şehri ziyaret etmeden önce konuyla alakalı bir iki yazı okumak hatta Tarık Akan'ın başrolünde oynadığı Deli Deli Olma filmini izlemekte fayda var. Rus döneminin Kars'a bıraktığı miraslardan biri olan Malakanları, şimdilerde bile, Kars'ta bilmeyen yok. Ortodoks Kilisesi'nden ayrılan bu mezhep Eski Ahit'i kutsal kitap olarak kabul etmiş. Eski Ahit, onlar için "ruhu

besleyen süt" gibidir. Zaten isimleri de "süt için" anlamına gelmektedir. Sanatla ve tarımla ilgilenen, barış yanlısı Malakanlar, zamanla ölkemizi terk etmişler ama giderken de bize, semaver kültürünü yadigâr bırakmışlar.

Kars gezisine başlangıç için Ani Harabeleri genellikle üs olarak kullanılır. Asırlar içinde pek çok savaşa tanıklık eden, onlarca medeniyete ev sahipliğı yapmış bu harabeler, tarihten arta kalanları ile bir tarih mezarlığını andırıyor. Bir zamanların önemli güç ve kültür merkezi Ani, bugün UNESCO Dünya Kültür Mirası Geçici Listesi'nde yer alan bir tarih yorgunu. İnanılmaz bir hazineye sahip Ani, insanda tuhaf duygular uyandırıyor. Babamla sıklıkla ba-

PENCEREDEN DIŞARI
BAKILDIĞINDA TANIKLIK
EDİLEN DOĞAL YAŞAM,
MÜTHİŞ MANZARALAR
SUNUYOR: AV ARAYAN
TİLKİLER, DAĞ YOLLARINDA
OTLANAN DAĞ KEÇİLERİ,
ÇILDIR GÖLÜ'NDE
ALASKALILAR USULÜ
BALIK TUTANLAR...

Çıldır Gölü





lık tutmaya gittiğimiz Arpaçay Nehri'nin ikiye böldüğü derin vadinin hemen karşıtı Ermenistan. Binlerce yıllık bir medeniyetin izleri kök salmış her yana. Yazımın başında da bazı hayal kırıklıklarından bahsedeceğimi belirtmişim. Bir tanesi buranın hâlâ hak ettiği değeri bulamaması ve yok oluşunu sürdürüyor olması. Gerçi senelerdir devam eden bir restorasyon çalışması var ama henüz yeterli bir gelişme olduğunu söyleyemeyeceğim.

ARDAHAN'A YOLCULUK

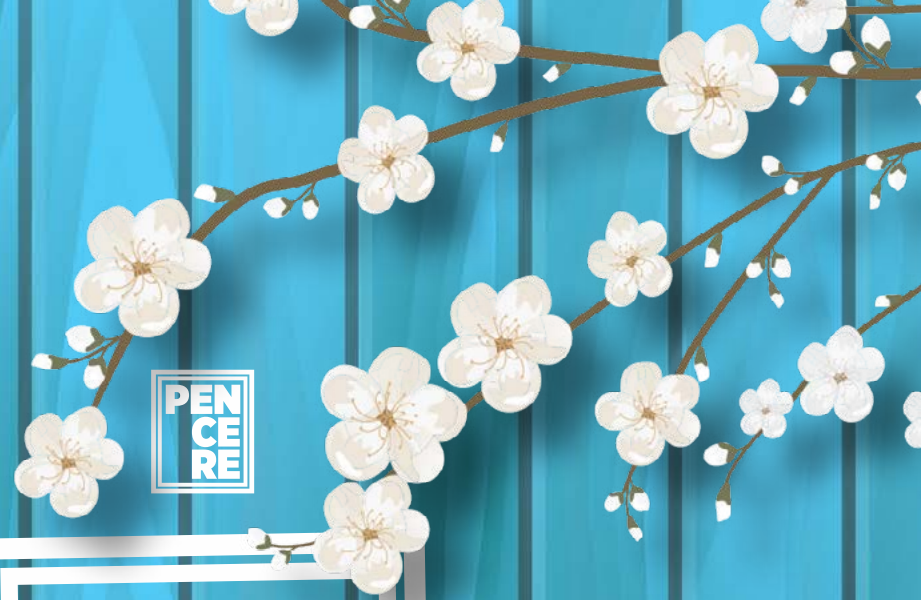
Anı'den sonra yolumu Ardahan'a çeviriyorum. Biraz Ardahan'da soluklanıp, eski günlerimi de yâd ettikten sonra Artvin Şavşat yaylarına gitmek niyetindeyim. Ardahan da çok değişmiş. Büyümüş, ama çocukluğumdan kalan birkaç yer hala yerli yerinde, seviniyorum. Şavşat ve yaylaları beni hep büyülemiştir. Şu-
raya gidin, şurayı görün demeyeceğim çünkü Şavşat bir cennet bahçesi ve hiçbir yer bir diğerinden daha güzel diyemem. Gidin, görün ve siz karar verin. Size naçizane tavsiyem; Laşet Restaurant'ta karışık ızgara ve balık yemeniz ve Laşet bungalovlarında konaklamanız olur. Gün doğarken, güneşin tunc dağlara vuruşunu izlemeyi, oksijenini ciğerlerinize çekmeyi ihmal etmeyin lütfen.

Yol da hikâye de uzun bende... Böyle bir yolculuk gerçekleştirilecekse, kişi, kendi hikayesini yaşamalı, paylaşmalı ve belki de kale-

me almalı... Kısa bir hikaye ile sonlandırmak istiyorum yazımı; çocukken babaannem bana Şahmaran'ın hikayesini anlatırdı. Hikaye, sadece Çukurovalıların değil, herkesin dilindedir zaten. Babaannemin anlattığı bu gizem dolu hikâyede, Şahmaran bilinenin aksine erkekti ve sonunda kötülere karşı maalesef kaybediyordu ve onurundan asla taviz vermeden kehanetlerde bulunarak can veriyordu. Babaannem, şu cümle ile bitirmişti hikayeyi, Çukurova'da bu hikaye herkesin dilinden başka başka anlatılır, sen de kendi şahmaran hikayeni bir gün bir başkasına anlattığında, o hikaye senin Şahmaran hikayen olacak. Yeni bir efsane daha doğacak. Seyahatler de böyle işte. Kimlerle karşılaştığımız, nasıl bir maceraya girdiğimizi düşünürsek, hepimizin kendine ait bir Doğu Ekspresi macerası olacaktır, eğer çıkarsanız. Sizlere ilham vermesini diliyorum. Tren kalkıyor, hadi kalın sağlıklıkla...



ANİ HARABELERİ, ASIRLAR
İÇİNDE PEK ÇOK SAVAŞA
TANIKLIK ETMİŞ, ONLARCA
MEDENİYETE EV SAHİPLİĞİ
YAPMIŞ BİR TARİH
MEZARLIĞINI ANDIRIYOR.



AVRUPA'NIN ORTA DOĞU'YA AÇILAN KAPISI



GAZİANTEP

Gaziantep'li bir iş adamı şöyle der; "Türkiye'de Gaziantep gibi beş şehir daha olsa, orta gelir tuzağından kurtuluruz."

Bu varsayımın ne kadar doğru olduğunu teyit etmek için, bu kez Gaziantep'i ekonomik açıdan inceledik, lezzetli yemeklerini de tatmadan olmazdı tabii. Çünkü Gaziantep, gastronomi turizminde öne çıkan şehirlerin başında geliyor, hatta gastronomik zenginliği, UNESCO tarafından tescillenmiş.

Gaziantep, Güneydoğu'nun en güçlü ekonomisine sahip şehir. Bu gücü de stratejik konumu, yarattığı ekonomi, kültür ve mutfagından geliyor.

Türkiye ihracatından yüzde 5'e yakın pay alan, ülkenin en büyük OSB'sine sahip bir üretim üssü olma özelliği ile öne çıkıyor. Türkiye'nin en büyük sevizinci şehri olan Gaziantep sınırları içinde bir serbest bölge ile beş organize sanayi bölgesi (OSB) bulunuyor. OSB'lerdeki 950 fabrikada 130 bin kişi istihdam ediliyor.

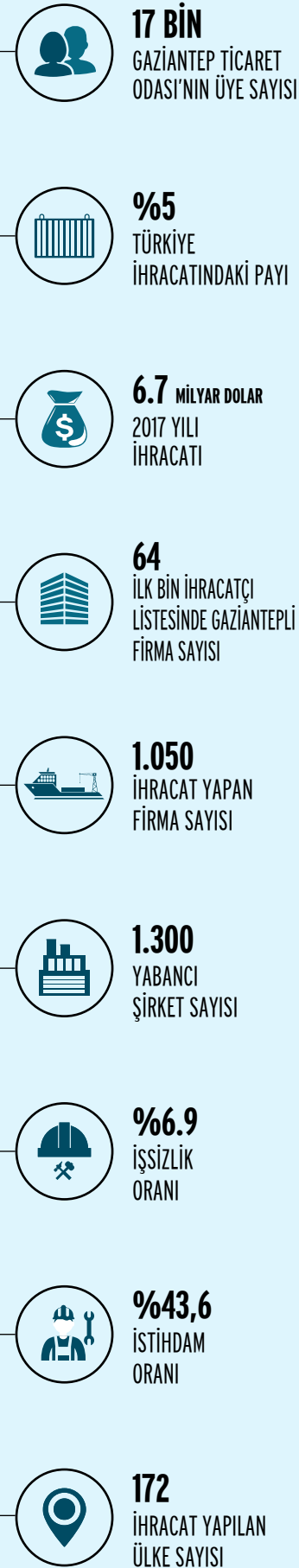
Genç nüfusu Türkiye ortalamasının üstünde, işsizlik oranı ise ülke ortalamasının altında olan bir şehir Gaziantep. İki milyon civarında nüfusa sahip Gaziantep'in en önemli özelliklerinden biri ise girişimci ruha sahip iş insanlarının olması. Dünya Bankası İş Yapma Raporu'na göre Gaziantep'te ortalama 6,5 günde bir şirket kuruluyor. Ayrıca bölgede bin 300'ü aşkın yabancı şirket faaliyet gösteriyor.

172 ÜLKEYE İHRACAT YAPIYOR

Son 15 yılda her yıl ortalama % 7.1 büyüyerek, Türkiye'nin en dinamik ve rekabetçi şehirlerinden biri olan Gaziantep, Dünya Bankası En Rekabetçi Şehirler Bilgi Bankası Projesi'nde de en rekabetçi yedi şehirden biri olarak seçilmiş. Gaziantep 6,5 milyar doları aşkın yıllık ihracatı ile 172 ülkeye ihracat gerçekleştiriyor. Şehirde binin üstünde ihracatçı firma bulunuyor. Türkiye'nin 2017 yılında en fazla ihracat yapan beşinci şehri olan Gaziantep, makine halısı, fıstık, plastik poşet ve iplik üretiminde lider konumda.

Gaziantep, uluslararası uçuşların yapıldığı havaalanı, karayolları, demiryolu bağlantıları ve şehir içi gelişmiş ulaşım sistemleri ile lojistik bir üs olarak da öne çıkıyor. Orta Doğu ülkeleri başta olmak üzere, 2 milyarlık nüfusa 5 saatlik mesafede olması, Gaziantep'i bölgenin cazibe merkezi yapıyor.

RAKAMLARLA GAZİANTEP



KAYNAK: GTO VE TÜİK



GASTRONOMİDE DE CAZİBE MERKEZİ



Antik şehirleri, restore edilen tarihi eserleri, tematik müzeleri, gelişmiş hizmet altyapısı ve lezzetli yemekleri ile Gaziantep, 2017 yılında 1,5 milyon turisti ağırladı. Bu da Gaziantep Havalimanı'ndan 2016'da taşınan 3 milyon yolcunun yarısının turistik amaçlı bölgeyi ziyaret ettiği anlamına geliyor. İş anlaşmaları, kültürel ziyaretin yanında turistlerin Gaziantep'e gelme nedenlerinin başında zengin mutfacı geliyor. Çünkü Gaziantep, üyesi olduğu UNESCO Creative Cities Network ile gastronomik zenginliği tescillenmiş bir şehir.



CRYONICS

BİLİM ÖLÜMÜN
SINIRLARINI AŞIYOR MU?

BİLİM, İNSANLIĞIN VAR OLDUĞU İLK
GÜNDEN BU YANA DÜŞLERİNİ SÜSLEYEN
ÖLÜMSÜZLÜĞÜ BULABİLİR Mİ? PEK
ÇOĞUMUZ BUNUN MÜMKÜN OLACAĞINA
İNANMAYABİLİRİZ ANCAK, ABD VE
RUSYA'DA GELİŞTİRİLEN CRYONICS
TEKNOLOJİSİ, İNSAN BEDENİNİ
DONDURUP SIVI NİTROJENLE DOLU
TANKLARDA ÇOK DÜŞÜK SICAKLIKLARDA
KORUYARAK, BUGÜN TIBBIN ÇARESİNİ
BULAMADIĞI HASTALIKLAR NEDENİYLE
YAŞAMINI YİTİREN İNSANLARI,
HASTALIĞIN TEDAVİ EDİLEBİLECEĞİ
BİR GELECEKTE YENİDEN HAYATA
DÖNDÜRMEYİ VAAT EDİYOR.

ABD'de 1700'lü yıllarda atılan temeller üzerinde günden güne bilgi birikimi ile geliştirilen Cryonics, insanlığa ölümün sınırlarını aşıp hastalıktan ve yaşlanmadan uzak bir dünyanın parçası olma vaadinde bulunuyor. Bugün tıbbın kesin olarak tedavi edemediği hastalıklar nedeniyle yaşamını yitiren insanların cansız bedenlerini dondurup, sıvı nitrojen dolu metal tanklarda eksi 160- eksi 200 derece soğukta muhafaza eden Cryonics teknolojisi, bedeni onları yaşamdan koparan hastalıkların tedavi edilebildiği bir gelecek için saklıyor. Dondurarak saklama yöntemi, denenmeye başladığı ilk zamanlarda, cansız bedenin buz kalıplarıyla soğutulması, ardından göğüs kafesinin açılarak vücuttaki kanın damarlardan çekilmesiyle uygulanmaya başlanmıştı. Sonra doku hücrelerinin yüksek soğuktan zarar görmemesi için donmayan bir kimyasal olan gliserol eksi 50 derecede soğutulmuş, vücuttan çekilen kanın yerine enjekte ediliyor ve vücuda yayılımı sağlanan solüsyon vücut ısısının da eksi 50 dereceye düşmesini sağlıyordu. Isısı düşürülen vücut, daha sonra eksi 160-200 derecede, içi sıvı nitrojen dolu metal tanklarda beklemeye alınıyordu. Ancak 90'lı yıllardan itibaren gliserolün yerini organ nakillerinde de sıkça kullanılan camlaştırma teknolojisi aldı. Camlaştırma ile beraber özellikle dondurma aşamasında hücrelerin içindeki suyun buzlaşması engellenmeye başladı. Dondurma işlemiyle organların ve özellikle beynin, kişilik ve anılarla ilişkili dokuları, mümkün olabileceği en mükemmel şekilde koruma altına alınıyor. Günümüzde dünyanın dört bir yanında Cryonics yöntemiyle dondurulan yaklaşık 350 cansız beden, tıbbın ölümüne sebep olan hastalığa çözüm bulacağı günlerde hayata dönmek üzere bu şekilde sıvı nitrojenle dolu metal tanklarda eksi 200 derece soğukta bekliyor.

HER ŞEYİ BENJAMİN FRANKLIN'IN YAZDIĞI MEKTUP BAŞLATTI

ABD'nin temelini atan Benjamin Franklin'in 1773 yılında Jacques Dubourg'a yazdığı bir mektup Cryonics'in ilk kıvılcımı oldu. Benjamin Franklin, o dönemde ölümü erteleme üzerinde çalışmalar yapan ünlü tıp araştırmacılarından Dubourg'a yazdığı mektupta şöyle diyordu: "Keşke insanları dondurup ileride uyandıracağımız bilimsel bir metot mümkün olsaydı. Bu sayede Amerika'nın 100 yıl sonrasını bir günlüğüne görebilmeyi, ardından ölmeyi bile kabul edebilirdim. Bunu normal bir ölümüne kesinlikle tercih ederdim. İleride bilimimizin bunları da başaracağından hiç şüphem yok."





“ÖLÜMSÜZLÜK BEKLENTİSİ” KIVILCIMI ATEŞE DÖNÜŞTÜRDÜ

Benjamin Franklin’in mektubu üzerinden geçen yaklaşık 200 sene sonra, Michigan’da bir fizik üstadı Robert Ettinger tarafından 1962 yılında kaleme alınan “Ölümsüzlük Beklentisi” adlı kitap, kıvılcımı bir ateşe dönüştürdü.

Ettinger kitabında tedavisi mümkün olmayan birçok hastalığı tedavi etmek için gereken teknolojinin insanı dondurmak olduğunu öngörüyordu. Ettinger’e göre insanı dondurmak, onu öldürmek anlamına gelse de bu durum geleceğin teknolojisi ile birlikte bir ölümsüzlüğe dönüşebilirdi. İşlemin tam ölüm anında yapılması gerekiyordu. Aynı işlem, ölüm sürecinde Ettinger’e de uygulanacaktı.

1976: CRYONICS ARAŞTIRMA ENSTİTÜSÜ KURULUYOR

Ölümsüzlük Beklentisi kitabı ile birlikte, insanı donduracak yöntemler ile ilgili ilk çalışmalar başladı. Kitabın ilk yankısı, insanları dondurma fikrinin savunucularından olan Evan Cooper’dan geldi. Coper bu alanda çalışmalar yapmak amacıyla ‘Life Extension Society’ adlı derneği kurdu ama bu konuyu topluluklardan, teorileri olmaktan çıkartıp ciddi anlamda denemeler yapacak ilk çalışmalar yine Ettinger tarafından kurulan Cryonics Institute’de gerçekleşti.

İLK DONDURULAN İNSAN: JAMES BEDFORD

Cryonics Enstitüsü’nde dondurulan ilk insan, Kaliforniya Üniversitesi’nde psikoloji profesörü James Bedford oldu. Life Extension Society, 1965’te yaptığı bir açıklamayla dondurulmayı kabul edecek ilk kişinin, herhangi bir ücret talep edilmeden dondurulacağını bildirdi. O sırada böbrek kanseri olan Bedford, dondurulmayı kabul eden ilk insan oldu. Hastalığının ci-

ğerlerine yayılması sebebiyle 12 Ocak 1967’de yaşamını yitirdi. Öldükten birkaç saat sonra donduruldu. Cryonics işlemi o günün şartlarında daha az gelişmiş olduğu için Bedford’un bedeni hala dondurulmuş olarak saklansa da, bazı hücrelerinin zarar gördüğü söyleniyor.

1970 YILINDAKİ BÜYÜK FACİA: DONDURULAN 9 BEDEN ÇÖZÜLDÜ, ENSTİTÜ KEPENK İNDİRDİ

Araştırmaların devam ettiği 1979 yılında Cryonics Enstitüsü’nün enerji izolasyonunun altı senedir çalışmıyor olması nedeniyle soğutma sistemi çökmüş, saklanan dokuz beden çürümüştü. Yalnızca ilk dondurulan insan Profesör Bedford’un bedeni kurtarılabildi. Olayın ardından, hakkında açılan kamu davaları enstitünün kepenklerini indirdi. Böylece bu işlemin, ciddi bir şekilde yapılması gerektiği ve maliyetlerinin yüksek olduğu görüldü.

VE CRYONICS PROFESYONELLEŞİYOR

Olayın ardından yedi sene sonra, 1977’de kurulan Alcor, Cryonics alanında o günden bugüne lider şirket olarak biliniyor. O yıllarda dondurma işlemi sırasında dokuların zarar gördüğü tezini ortaya koyan akademisyenlerle çalışan Alcor, dondurma işlemini, işlem sırasında vücudun zarar görmesini engelleyecek kimyasallar kullanarak yapmaya başladı. 90’lı yıllara kadar dondurma işlemlerinde kullanılan gliserol yerini, 90’lardan itibaren camlaştırma teknolojisine bıraktı. ABD dışında bu işlemi yapan tek kurum ise Rusya’da bulunan KrioRus.

CRYONICS’İN BAŞARIYA ULAŞACAĞINA DAİR EN BÜYÜK KANIT: MİLES

Cryonics’in başarılı olacağına inananların elindeki en büyük kanıt, Beagle cinsi bir köpek

üzerinde yapılan deney.

1992 yılında California Üniversitesi’nde Dr.Paul Segal tarafından yapılan deney, Cryonics’in başarılı olacağına dair umutları arttırdı. Dr. Segal, Miles adını koyduğu köpeğini gerekli tıbbi şartları oluşturup dondurduktan sonra tekrar yaşama döndürdü. 70 dakikalık klinik ölümü süresince Miles’in kanı çekilip dondurma işlemi için yapılması gerekenler yapıldı. 70 dakika sonra, kanı tekrar damarlarına enjekte edilerek oda sıcaklığına getirildi ve üç buçuk yaşındaki köpek hayata geri döndü. Tüm karakteristik özelliklerini olduğu gibi taşıyordu. Alışkanlıkları, genel davranışları değişmemişti.

TÜRKİYE’DE ÇERKEZ ETHEM’İN TORUNU İLE BİRLİKTE 15 KİŞİ ÖLDÜKTEN SONRA DONDURULMAK İSTİYOR

İnsanlara ölümünden yıllar sonra yeniden hayata dönme umudu veren Cryonics teknolojisine ilgi Türkiye’de de günden güne yoğunlaşıyor. Düzenli ordu kuruluncaya kadar Milli Mücadele dönemine pek çok katkıda bulunan Çerkez Ethem’in Torunu Güner Kuban da dondurma işlemi için Alcor şirketi ile anlaşma yapan Türklere’den biri. Güner Kuban, Habertürk Gazetesi’nden Sami Akbıyık’a verdiği röportajda, Türkiye’den kendisiyle beraber 15 kişinin daha sözleşme imzaladığını söylüyor. Bu 15 kişinin içerisinde bir iş adamının da bulunduğunu belirten Kuban, bu iş adamının ölümler Amerika’ya gönderildiğini, cenaze töreninde ise boş tabutunun gözyaşları içinde toprağa verdiğini ifade ediyor.

ÇOCUKLUĞUNU YAŞAYABİLMEK İÇİN YILLARDIR BEKLİYOR

14 yaşında hayata veda eden J.S. de ikinci bir yaşam için yıllardır bekliyor. 17 Ekim 2016’da yakalandığı kanser sonucu on dört yaşında hayata veda eden J.S. de ölmeden önce dondurulma yöntemini araştırmaya başlamıştı. Ancak dondurulmak için ailesini ikna edemeyince, avukatlar aracılığıyla mahkemeye başvurmuştu. Ölümünden kısa bir süre önce davaya bakan hakim, bunun özel bir durum olduğunu belirterek, dosyayla ilgili evet kararı vermiş, babasının tüm itirazlarına rağmen J.S., dondurulan ilk İngiliz çocuk olmuştu. Baba, The Guardian gazetesine verdiği röportajda, kızının dondurulmasına karşı çıkmasının nedeninin dinle bir alakası olmadığını belirterek “Bu şirketlerin, ölümden korkan insanlara umut tacirliği yaptığına inanıyorum” demişti.

