



Ataol Behramoğlu
"TOPLUMUN ZOR ZAMANLARINDA
ŞİİR DESTEKÇİDİR"

Berat Körkaya
"BENİM MOTİVASYONUM,
BAŞARI HİKAYELERİ
YAZMAK"

**EJDERHANIN
YÜKSELİŞİ: ÇİN**



UĞUR YÜCEL
"Yeteneklerim
Var Ama
Ender Değilim"



HÖRÖZ GRUP'UN SÜRELİ YAYINIDIR.
EKİM-KASIM-ARALIK 2018
YIL: 8 SAYI: 36



1998'den bugüne...
"Hayatımız Çocuklarımız"



Daha da Renkleniyor

turuncu

İYİLİĞİN

YARATICILIĞIN

sarı

yeşil

ÜRETMENİN

KARDEŞLİĞİN

turkuaz

mavi

GÜVENİN

KARARLILIĞIN

kırmızı

renği...

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





HAKAN YAMAN

PENCERE DERGİSİ
GENEL YAYIN YÖNETMENİ

SAATLERİ AYARLAYAMAMAK

Zaman, oldum olası ilgimi çeken olguların başında gelmiştir. Bizim algılabildiğimiz dünya zamanıyla, algı sınırlarımızın çok ötesinde bir uzaklık ve zaman işleyişine sahip uzaydaki zaman gibi konularda yıllardır kitaplar okurum. Ayrıca zaman vurgusu yapan edebi eserler de hep ilgimi çekmiştir. Son zamanlarda Marc Wittmann'ın "Hissedilen Zaman" kitabını okuyorum. Wittmann, zamanı nasıl hissettiğimizi, zaman algımızı sorguluyor kitapta.

Bu yazıda zamanın felsefi boyutuna girip sıkıcı olmak niyetinde değilim. Bu konuyu seçmemdeki neden, bu kısacık yazıda zamanı felsefi yönüyle ele almak ya da edebiyatta zaman konusunu değerlendirmek değil.

Son zamanlarda, bir türlü ayarlayamadığımız saatler yüzünden batı ülkeleriyle aramızda açılan saat farkının, işlerimize getirdiği olumsuz etkiye dikkat çekmek istiyorum. Her açıdan batıyla daha bütünleşmiş bir ülkeyiz. Coğrafi olarak her ne kadar Orta Doğu'ya daha yakın duruyorsak da her açıdan bir Orta Doğu ülkesi olmadığımız ortada. Dış ticaretimizin de büyük kısmını Avrupa ve Amerika Birleşik Devletleri ile yapıyoruz. İhracatımızın yarısı birkaç Avrupa ülkesine gidiyor. Yine batıda yer alan ülkelerden büyük miktarda ithalat yapıyoruz. Politik, askeri ve ticari ulusal anlaşmalarımızın çoğu batımda yer alan ülkelerle. Afrika ile olan ticaretimiz artıyor. Batı Afrika ülkeleriyle de saat farkımızın oldukça açıldığı düşünüldüğünde bu ülkelerle olan ticaretimizin de yine iletişimdeki zorluklar nedeniyle, olumsuz etkileneceğini görüyoruz.

Ticari ya da siyasi hayatımızın dışında spor karşılaşmalarımızda da durum aynı. Türkiye her ne kadar Avrupa Birliği kulübü üyesi değilse de Türk takımları birkaç ayrıcalıklı ülkeyle birlikte, yıllardır Avrupa'nın tüm resmi şampiyonalarına katılıyor. Bu karşılaşmaların saatleri de Avrupa'ya göre ayarlandığından gece yarısı futbol maçı seyretmek zorunda kalabiliyoruz. Yine Avrupa ülkelerindeki sanatsal faaliyetler, katıldığımız müzik yarışmaları gibi etkinlikler de mutlaka, bizi bu ülkelerden uzaklaştıran saat farklılıkları nedeniyle zorluklar getirecek.

Hangi geçerli nedenle olursa olsun, sadece saatleri ayarlayamadığımız için her yönüyle batıdan uzaklaşmakta olduğumuz aşikâr. Ahmed Hamdi Tanpınar'ın ünlü romanı Saatleri Ayarlama Enstitüsü, hiciv tekniği ile yazılmış en başarılı Türkçe romanlardan biridir. Çok renkli ve çok karakterli bir roman olan "Saatleri Ayarlama Enstitüsü", aslında temelde bireyin ve toplumun değişime uyum sağlayamayınca nasıl gülünç hallere düşebildiklerinin grotesk anlatısıdır.

Tanpınar'ın bu romanını çocukluğunda gördüğü ve çok etkilendiği bir muvakkithanenin izlerinden yola çıkarak yazmaya başladığını sanıyorum. Bu muvakkithaneye, "Beş Şehir" adlı anlatısının Erzurum bölümünde yer verirken, aynı zamanda da edebiyatımızdaki en şiirsel uzay-zaman betimlemelerinden birini yapar Tanpınar. Zihnimizde biraz da edebi tat kalması için paylaşıyorum. Başlı "mağrur ve dumanlı" Yıldız Dağı'ndan bahsediyor Tanpınar.

"Kim bilir, belki de her gece, olduğu yerden ellerini uzatarak, tıpkı üç yıl önce Sinop'ta iptidai mektebine giderken her sabah önünden geçtiğim Muvakkithane'nin penceresinden, şevkle büyük asma saatleri kurduğunu gördüğüm ihtiyar gibi, yıldızların saatini kuruyor, Kervankıran'la Çobanyıldızı'nı, Büyük Ayı'yı, Küçük Ayı'yı, Ağlayan Kadınları, kiminin mesafeleri içindeki yalnızlığına hüznü duyduğum, kiminin kadife kadar yumuşak ve koyu karanlığa uzattığı mücevher salkımlarına imrendiğim bütün öteki yıldızları birbirine ayarlıyor, güneşin doğacağı dakikayı, ayın sihirli sandalının geçeceği suları tayin ediyor, doğan çocukları gök defterine parlak bir noktayla işaret ediyor, ölenlerin adını bir başka yıldızın gözlerini yavaşça yumarak siliyor, hülâsa kâinat ve kader dediğimiz büyük gidiş gelişi oradan tek başına ve kendi kendine idare ediyordu." (*)

(*) Beş Şehir, Ahmed Hamdi Tanpınar, Dergâh Yayınları, İstanbul, 2008, s. 29.

Okuma Önerileri:

Saatleri Ayarlama Enstitüsü, Ahmet Hamdi Tanpınar, Dergâh Yayınları.

Hissedilen Zaman, Marc Wittmann - Çevirmen Özde Duygu Gürkan, Metis Yayınları

18

ORTAK SİNERJİ
ÖGET KANTARCI



44

JAPONYA'NIN RUHU
KYOTO



26

İÇİMİZDEN BİRİ
BERAT KÖRKAYA



50

BİR KİTAP BİR YAZAR
ATAOL BEHRAMOĞLU

40

YILDIZLARIN ALTINDA
UĞUR YÜCEL





32

ÜLKE ROTASI
EJDERHANIN
YÜKSELİŞİ: ÇİN

54

EKO ANALİZ
TÜRKİYE’NİN
‘MEYVE VEREN’
TOPRAĞI MERSİN



06

HABERLER

12

BİZDEN

16

HOREV

22

SEKTÖREL BAKIŞ
TÜRKİYE, AMBALAJDA
BÖLGENİN ÜRETİM ÜSSÜ OLDU

30

VİZYON
LOJİSTİK HİZMETLERİN
SATIN ALIMINDA İNTERNET
KULLANIMI

56

SIRA DIŞI GÜNDEM
MARS ONE

60

DEĞİŞİM
SAĞLIK SEKTÖRÜNDE
BASKI DÖNEMİ

64

KÜLTÜR SANAT

65

KİTAP KOKUSU



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., Kısık 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



GENEL YAYIN YÖNETMENİ

Selda YEŞİLTaş

YAYINLAR KOORDİNATÖRÜ

Murat ERDOĞAN

GÖRSEL YÖNETMEN

Ercan YAVUZ

EDİTÖR

Peri ERBUL

İLETİŞİM

Rumeli Caddesi Rumeli Pasajı Yunus Apt.
No: 45 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



InterFresh 2018 Yaş Sebze Meyve, Depolama, Ambalaj ve Lojistik Fuarı

HOROZ BOLLORÉ LOGISTICS TÜRKİYE’NİN İLK YAŞ MEYVE VE SEBZE FUARI’NDA

HOROZ BOLLORÉ LOGISTICS, 17 - 20 EKİM TARİHLERİ ARASINDA ANTALYA EXPO CENTER’DA İLKİ DÜZENLENEN YAŞ SEBZE, MEYVE, DEPOLAMA, AMBALAJ VE LOJİSTİK İHTİSAS FUARI’NA (INTERFRESH) KATILDI.

PEN
CE
RE

B

u sene ilki düzenlenen Yaş Sebze, Meyve, Depolama, Ambalaj ve Lojistik Fuarı (INTERFRESH), 17-20 Ekim tarihleri arasında Antalya Expo Center’da gerçekleşti. Yerli

yabancı pek çok sektör temsilcisinin katıldığı fuar, 23 ülkeden 500’ün üzerinde alım heyeti de yerini aldı. Fuar; yaş sebze ve meyve sektörünün üreticilerini yurt içi ve yurt dışında ihracatçı, ithalatçı perakendeci, toptancı, paketleme ve ambalaj uzmanları, lojistik profesyonelleri, zincir market temsilcileri, kamu ve özel sektörden paydaşlarıyla buluşturdu. Fuarda, yaş sebze meyve kadar lojistiğin önemine de vurgu yapıldı. Lojistik ve depolama sektörlerinin daha gelişmesinin ve bu sektörlerle yatırımın artmasının, yaş sebze meyve sektöründeki ihracatı artıracağını altı çizildi.

Horoza Bolloré Logistics’in stand kurarak katıldığı fuara, şirketi temsilen, Horoza Bolloré Logistics Genel Müdürü Hakan Yaman, Horoza Bolloré Logistics Batı Akdeniz Bölge Yönetmeni Burak Sarı, Horoza Bolloré Logistics Müşteri Hizmetleri Uzmanı Özge Özdemir ve Horoza Bolloré Logistics Operasyon Uzmanı Ülkü Arslan Yılmaz katıldı.

Uluslararası deniz yolu ve hava yolu taşımacılığında, dünya çapında yaygın ve güvenilir hizmetler sunan Horoza Bolloré Logistics, fuar boyunca standı ziyaret eden katılımcı firmaların ithalat ve ihracatçılarıyla buluştu.





HOROZ BOLLORÉ LOGISTICS ANKARA SAVUNMA VE HAVACILIK ENDÜSTRİYEL İŞ BİRLİĞİ GÜNLERİ'NDEYDİ

Horoz Bolloré Logistics, 23-25 Ekim tarihleri arasında dördüncüsü gerçekleştirilen Savunma ve Havacılık Endüstriyel İşbirliği Günleri'ne (ICDDA) katıldı. İşbirliği Günleri, Hacettepe Üniversitesi Beytepe Kongre ve Kültür Merkezi'nde yapıldı. Savunma Sanayii Başkanlığı (SSB) evsahipliğinde OSTİM ve Havacılık Kümelenmesi (OSSA) tarafından gerçekleştirilen etkinlik, savunma ve havacılık sektörlerinin dev firmalarını ve önde gelen kişilerini bir araya getirdi. Etkinliğin amacı, dünya çapındaki firmaları sektörün Türk firmaları ile tanıştırmak ve ikili görüşmelerin gerçekleştirilmesini sağlamaktır.

Horoz Bolloré Logistics, stand kurarak katıldığı İşbirliği Günleri'nde büyük ilgi gördü. Horoz Bolloré Logistics Genel Müdürü Hakan Yaman, İç Anadolu ve Karadeniz Bölge Yönetmeni Murathan Akar, Horoz Bolloré Logistics Marmara



Bölge Direktörü Yeşim Örnekler ve Satış Destek Uzmanı Esra Yılmaz etkinlik boyunca standı ziyaret eden sektör paydaşlarıyla buluştu. Workshopların ve konferansların dü-

zenlendiği etkinlikte, savunma sanayi şirketleri ile KOBİ'lerin uluslararası firmaları bir araya gelerek sektörde iletişimin artırılmasına yönelik görüşmeler yaptı.



MARATHON DAY SONA ERDİ

PENCİRE

Horoz Bolloré Logistics'in her yıl düzenlediği Marathon Day, bu yıl da dünyanın dört bir yanındaki Bolloré Transport & Logistics çalışanlarının gönüllü katılımıyla gerçekleşti. Bolloré gönüllü çalışanları maratonda beş kilometre yürüyerek, güzel bir farkındalığa imza

attı. Her gönüllü kayıt için Bolloré Transport & Logistics yönetimi SOS Çocuk Köyü Derneği'ne bağışta bulundu. Horoz Bolloré Logistics, 20 Eylül Perşembe günü İstanbul, İzmir, Ankara, Antalya ve Mersin ekipleriyle beş kilometre yürüyerek, SOS Çocuk Köyü Derneği'ne bağışta bulundu.





ULUSLARARASI KARAYOLU TAŞIMACILIĞI TOPLANTISI YAPILDI

Horuz Lojistik Uluslararası Karayolu Taşımacılığı satış ekibi, 2018 yılının ikinci yarılı değerlendirme toplantısını Rotana İstanbul Otel'de gerçekleştirdi. Toplantıda ilk yarılı değerlendirilmesi yapılırken, ikinci yarılı hedefleri tekrar gözden geçirildi. Horuz Lojistik üst yönetiminin de katıldığı toplantıda, bir önceki yılın aynı dönemi ile kıyaslama yapılırken, sonraki senenin de planlanması yapıldı, hedefler masaya yatırıldı.



OFİS ERGONOMİSİ NASIL OLMALI?

11 Ekim Perşembe günü, Horoz Lojistik Genel Merkezi'nde ofis çalışanlarına, Medipol Mega Üniversitesi Hastanesi Fizyoterapisti Beyzanur Saygılı tarafından "Ofis Ergonomisi" semineri verildi. Oldukça keyifli geçen seminer uygulamalı olarak yapıldı. Uzun süre masa ve bilgisayar başında iş yapan çalışanlarda zamanla oluşabilecek rahatsızlıkları en aza indirmek için ofiste uygulanabilecek kolay ve eğitici egzersiz bilgilerinin paylaşıldığı seminerde, masa başındaki çalışanların nasıl oturması, nasıl durması gerektiği de gösterildi.



N11.COM MARKET PLACE BAYİ TOPLANTISI İZMİR'DE GERÇEKLEŞTİRİLDİ



Doğuş Grubu şirketlerinden n11.com, Market Place alanında hizmet eden tüm Ege Bölgesi bayilerinin katılımıyla İzmir'de, Workinton İzmir Bayraklı Tower'da bayi toplantısı gerçekleştirdi. Bayileri geçen yıl yapılan çalışmalar, pazara sunulan ürünler ve sonraki senenin hedefleri ve yenilikleri hakkında bilgilendirmek ve motive etmek amacıyla yapılan toplantı, n11.com Ege Bölge Müdürü Burak Boran başkanlığında yapıldı. Tedarikçilerin beklenti ve ihtiyaçları, tedarikçi bayilerin sorunları ve talepleri gibi konuların da ele alındığı toplantıda, Market Place pazarının geleceği ve büyüme hızı da görüldü. Sisteme yeni katılmak isteyen bayiler ile de iletişim kuruldu.

Toplantıda, Horoz Lojistik'in Market Place alanındaki faaliyetleri, yenilikleri, performans ve güncel çalışmaları aktarıldı, bayilerin soruları cevaplandı.



ORTAK AKIL TOPLANTISI SEKTÖRÜN LİDERLERİNİ YENİDEN BİR ARAYA GETİRDİ

LOJİSTİK SEKTÖRÜNÜN ÖNDE GELEN PAYDAŞLARINI BİR ARAYA GETİREN "E-TİCARET SEKTÖRÜNDE REKABET STRATEJİLERİ LOJİSTİK ÇÖZÜMLER ORTAK AKIL TOPLANTISI", 3 EKİM TARİHİNDE HOROZ LOJİSTİK ÇÖZÜM ORTAKLIĞIYLA, UTİKAD ÖNCÜLÜĞÜNDE GERÇEKLEŞTİ.

Horoz Lojistik çözüm ortaklığıyla, UTİKAD öncülüğünde, Turkish-time Ekonomi Dergisi tarafından düzenlenen "E-Ticaret Sektöründe Rekabet Stratejileri Lojistik Çözümler Ortak Akıl Toplantısı", 3 Ekim Çarşamba günü Altınbaş Üniversitesi Rektör Yardımcısı Prof. Dr. Emre Alkin'in moderatörlüğünde İstanbul Fairmont Quasar Hotel'de gerçekleşti.

Lojistik sektörünü temsilen Horoz Lojistik Yönetim Kurulu Başkanı Taner Horoz, Horoz Lojistik Yurtiçi Taşımacılık Grup Başkanı Gürkan Gürbüz ve UTİKAD Yönetim Kurulu Başkanı Emre Eldener oturuma katılım sağlarken, sektörün ileri gelen kanaat önderleri; n11.com CSO'su A. Örpen Koçak, Koçtaş Yapı Marketleri Tedarik Zinciri Direktörü Arif Varolan, Teknosa İcra Kurulu Üyesi ve Pazarlama İletişimi ve Müşteri Deneyimi Genel Müdür Yardımcısı Ayşegül Bahçıvanoğlu, Tekzen E-Ticaret Müdürü Celal Bal, Vivense.com Kurucusu ve CEO'su Kemal Erol, Alibaba.com ve Alibaba Cloud'un İş Ortağı TradeFive CEO'su ve Yönetim Kurulu Üyesi Orkan Aytulun, Evidea.com Co CEO'su Timur Tandoğar, Avansas.com Tedarik Zinciri Direktörü Volkan Peker, Morhipo.com Operasyon Geliştirme Yöneticisi Cansu Akın, ETİD Yönetim Kurulu Başkanı ve Hepsiburada.com Uluslararası Grup Başkanı Emre Ekmekçi,

ebebek Kurucusu ve Genel Müdürü Halil Erdoğan ve 1V1Y Yönetim Kurulu Başkanı ve Kurucu Ortağı Yalçın Ayaydın oturuma katıldı. Toplantıda e-ticarettaki sorunlar, e-ticaretin geleceği ve yapılması gerekenler masaya yatırılırken, Horoz Lojistik Yönetim Kurulu Başkanı Taner Horoz, lojistik işinin know-how, network ve ölçek ekonomisi üzerine kurulu bir iş kolu olduğunu ve doğru iş birlikleri kurulduğu takdirde yapılamayacak işin olmadığını belirtti. Taner Horoz, bu bağlamda Horoz Lojistik olarak sektördeki önemli e-ticaret firmaları ile iş birliği içerisinde olduklarını ve bu firmalarla çalışmalarına devam edeceklerini paylaştı. Bundan sonraki süreçte de yeni e-ticaret firmaları ile ilişkileri güçlendirip, yeni iş ortaklıkları için e-ticaret firmalarının beklentileri doğrultusunda projeler ve çözümler üretilmesi gerektiğine vurgu yaptı.





AKADEMİDEN KISA KISA

- Sabancı Üniversitesi ile başladığımız Bütünsel İşletme Yönetimi Eğitimlerini ilk grup için tamamladık.
- Ekip Yönetimi Eğitimlerini ilgili gruplar için tamamladık.
- Etkili İletişim Eğitimlerini ilgili gruplar için tamamladık.
- Zor Müşteri Eğitimlerini ilgili gruplar için tamamladık.



İÇ EĞİTMENLERİMİZ İLE EĞİTİMLERDE, TECRÜBELERİ PAYLAŞMAYA DEVAM EDİYORUZ

insan Kaynakları departmanı olarak, Horoz Akademi bünyesinde ihtiyaçlarımıza yönelik, farklı kategoriler ve konularda eğitimler vermeye devam ediyoruz. Eğitimlerin bir kısmını şirket dışı iş ortaklarımız ile yürütürken bir kısmını da şirket içi eğitmenlerimizin katkıları ile sürdürüyoruz. Şirket içi eğitmenlik sistemi kurgulanırken öncelikli amacımız, alanında uzman kadrolarımızın bilgi, deneyim ve tecrübelerini harmanlayarak organizasyona aktarmalarını sağlayarak şirket içi iletişim düzeyini artırmak ve paylaşım alanlarımızı genişletmekti. Yaklaşık üç yıldır farklı eğitim konuları ve içeriklerle iç eğitmenlerimiz tarafından şirket içi eğitimler organize etmeye devam ediyoruz.

Bu kapsamda, Satış Okulu bünyesinde, Uluslararası Karayolu Taşımacılığı Grup Başkanımız Sayın Savaş Yaşar ile şirket çalışanlarına yönelik bir eğitim projesi

hazırlama kararı aldık. Savaş Yaşar, uzun yıllar lojistik sektöründe farklı şirketlerde üst düzey yönetici pozisyonlarında görev yapmış, lojistiğin farklı alanlarında deneyim edinmiş, operasyon ve satış konularında uzman bir profesyonel.

Savaş Bey'in geçmiş deneyimlerini dikkate aldığımızda, öncelikle şirketimiz satış ekiplerine yönelik satış eğitimleri tasarlamamızın uygun olacağı kanaatine vardık. İnsan Kaynakları departmanı olarak eğitimlerin tasarlanması, ekiplerin belirlenmesi aşamasında Savaş Bey ile birlikte çalıştık. Projemize gönüllü olarak destek vermesi ve tüm iş yaşamı boyunca edindiği bilgi, birikim ve tecrübelerini şirketimiz çalışanları ile Akademi bünyesinde paylaşması, şirketimiz ve çalışanlarımız için ilham verici olmaya devam ediyor.

Horoz Akademi bünyesinde Savaş Yaşar ile 2019 yılı içerisinde de farklı konu ve içeriklerle bir arada olmayı hedefliyoruz.



AYTÜM ENGEREK
HORUZ LOJİSTİK İNSAN KAYNAKLARI YÖNETMENİ



"EĞİTİM, BİLGİ VE TECRÜBEMİ BİR SATIŞ PROGRAMINA DÖNÜŞTÜRDÜM"

Yaklaşık bir sene önce katıldığım Horoz Lojistik Ailesi'nde, özellikle İnsan Kaynakları departmanında gözlemlediğim birçok gelişmiş uygulama ve her seviyede ekiplerin geliştirilmesi için verilen iç-dış eğitim

programları dikkatimi çekmişti. Konuların içine girdikçe, her seviyede çalışan için senelik olarak eğitimler programlandığını ve tüm bu aktivitelerin "Horoz Akademi" bünyesinde gerçekleştirildiğini gördüm.

Horoz Akademi yapısını detaylı incelediğimde, özellikle iç eğitimler tarafında, uzun yıllardır iş hayatında kazandığım eğitim, birikim ve tecrübelerimi nasıl bir iç eğitim satış programına dönüştürebilirim ve şirketin tüm satış ekiplerine katkıda bulunabilirim, diye düşünmeye başladım. Buna paralel olarak İnsan Kaynakları departmanı ile yaptığımız ortak çalışmalar neticesinde, şirketin tüm satış ekiplerine verilebilecek eğitimler tasarlayabileceğimizi kararlaştırdık. İlk aşamada, yaklaşık 50 çalışma arkadaşına dörder günden oluşan bir eğitim programı seti hazırlamaya karar verdik. Eğitimler; Müşteri Görüşmelerine Hazırlık, Görüşme Öncesi Planlama, Müşteriler ile İlişkilerde Güvenin Önemi ve Farklı Müşteri Tiplerine Göre Farklı İletişim Becerisi Sergileyebilme gibi konuları kapsamaktadır. Bu eğitimleri ilk iki grup için gerçekleştirdik. Hem benim kazanımlarım hem de eğitim sonrası programa katılan arkadaşların benimle sıcak ve pozitif geri bildirimlerini paylaşmaları, beni fazlasıyla mutlu etti. Önümüzdeki günlerde bu sene için planlanan son eğitim programını da tamamlayacağım.

Horoz Akademi bünyesinde eğitmen olarak bulunmaktan mutluluk duyuyorum. 2019 yılında da programın devamı olarak İnsan Kaynakları departmanımız ile farklı konularda eğitimler tasarlayarak çalışma arkadaşlarımız ile bir arada olmayı istiyorum.

HOROZ AKADEMİ YAPISINI
DETAYLI İNCELEDİĞİMDE,
ÖZELLİKLE İÇ EĞİTİMLER
TARAFINDA, UZUN YILLARDIR
İŞ HAYATINDA KAZANDIĞIM
EĞİTİM, BİRİKİM VE
TECRÜBELERİMİ NASIL BİR İÇ
EĞİTİM SATIŞ PROGRAMINA
DÖNÜŞTÜREBİLİRİM VE
ŞİRKETİN TÜM SATIŞ
EKİPLERİNE KATKIDA
BULUNABİLİRİM, DİYE
DÜŞÜNMEYE BAŞLADIM



ARAMIZA YENİ KATILANLAR



NEZİHE DUYGU ATAK (19.06.2018)

Horoz Bollore Logistics Taşımacılık A.Ş. şirketimizin İç Anadolu ve Karadeniz Bölge Müdürlüğü'ne bağlı "Satış Yönetmeni" pozisyonunda aramıza katılan Nezihe Duygu Atak, 07.2009 – 12.2009 tarihleri arasında Abdi İbrahim İlaç Sanayi'de Tıbbi İlaç Mümessili, 08.2010 – 06.2013 tarihleri arasında Doosan CE - Sanko Makine'de Servis Müdürü, 07.2013 - 01.2016 tarihleri arasında Arkas Lojistik'te Müşteri Temsilcisi, 01.2016 - 01.2017 tarihleri arasında Hisarlar Makine'de Tedarik Lojistik Uzmanı, 01.2017 - 05.2018 tarihleri arasında Eti - Sarp Havacılık Lojistik'te Operasyon ve İş Geliştirme Sorumlusu görevlerinde bulunmuştur.



AHMET BURAK YALMAN (25.06.2018)

Horoz Bollore Logistics Taşımacılık A.Ş. şirketimizin Ankara lokasyonunda İç Anadolu ve Karadeniz Bölge Müdürlüğü'ne bağlı "Satış Yönetmeni" pozisyonunda aramıza katılan Ahmet Burak Yalman, 05.2008-02.2017 tarihleri arasında UPS'de Hesap Yöneticisi - Satış Sorumlusu, 09.2017-01.2018 tarihleri arasında Hayat Danone'de Satış Müdürü, 01.2018-06.2018 tarihleri arasında Ata Freight Line'da Bölge Satış Yöneticisi görevlerinde bulunmuştur.



ATA KAAAN KURAK (03.07.2018)

Horoz Lojistik Kargo Hizmetleri ve Tic. A.Ş. şirketimizin Uluslararası Karayolu Taşımacılığı İstanbul Anadolu Yakası Satış Direktörlüğü'ne bağlı "Satış Yönetmeni" pozisyonunda aramıza katılan Ata Kaan Kurak, 01.2010-11.2010 tarihleri arasında S.ARAS Uluslararası Taşımacılık'ta Kambiyo Uzmanı, 12.2010-11.2011 tarihleri arasında SARAS Uluslararası Taşımacılık'ta Kambiyo Müdür Yardımcısı, 11.2011-12.2014 tarihleri arasında Ekol Lojistik'te İhracat Operasyon Sorumlusu, 05.2015-12.2016 tarihleri arasında Omsan Lojistik'te Yurt Dışı Satın Alma Sorumlusu, 12.2016-06.2018 tarihleri arasında Omsan Lojistik'te Satış ve İş Geliştirme Sorumlusu görevlerinde bulunmuştur.



YASEMİN ARSLAN (18.07.2018)

Horoz Lojistik Kargo Hizmetleri ve Tic. A.Ş. şirketimizin Uluslararası Karayolu Taşımacılığı Operasyon Direktörlüğü'ne bağlı "Operasyon Yönetmeni" pozisyonunda aramıza katılan Yasemin Arslan, 2003-2012 yılları arasında Makro Lojistik'te Karayolu Operasyon ve Finans Sorumlusu, 2012-2017 yılları arasında Toll Global Forwarding'de Karayolu Operasyon ve Finans Sorumlusu görevlerinde bulunmuştur.



ÖZLEM AKPINAR (01.08.2018)

Horoz Lojistik Kargo Hizmetleri ve Tic. A.Ş. şirketimizin Uluslararası Karayolu Taşımacılığı Operasyon Direktörlüğü'ne bağlı "Operasyon Tedarik Yönetmeni" pozisyonunda aramıza katılan Özlem Akpınar, 02.2000-03.2007 tarihleri arasında Orient Freight Group'da Kara Nakliye Operasyon Şefi, 03.2007-04.2013 tarihleri arasında Intercombi'de Araç Kiralama Departman Lideri, 08.2013-06.2014 tarihleri arasında Orkun Grup A.Ş.'de Filo Yönetim Uzmanı, 08.2014-07.2018 tarihleri arasında Ekol Lojistik'te Karayolu Uzmanı görevlerinde bulunmuştur.



BİROL ZENGİN (01.09.2018)

Horoz Lojistik Kargo Hizmetleri ve Tic. A.Ş. şirketimizin Yurtiçi Taşımacılık Grup Başkanlığı'na bağlı "İş Geliştirme Müdürü" pozisyonunda aramıza katılan Birol Zengin, 10.2003-10.2006 tarihleri arasında Mercansoy Şirketler Grubu'nda Lojistik Müdürü, 11.2006-05.2014 tarihleri arasında Darty'de Lojistik Müdürü, 05.2014-08.2018 tarihleri arasında Simport Ev Aletleri ve Müh. Hiz. Tic. Ltd. Şti.'de Operasyon Direktörü görevinde bulunmuştur.



SERHAT GONCAL (03.09.2018)

Horoz Bollore Logistics Taşımacılık A.Ş. şirketimizin Marmara Bölge Direktörlüğü'ne bağlı "Satış Yönetmeni" pozisyonunda aramıza katılan Serhat Goncal, 02.2011 - 07.2011 tarihleri arasında Odtex UK Limited'de Satış Uzman Yardımcısı, 12.2011 - 03.2012 tarihleri arasında UN-UNDP'de Kurumsal İletişim ve Marka Sorumlusu, 07.2012 - 11.2014 tarihleri arasında ING Bank'da Pazarlama İletişim Uzmanı, 10.2015 - 08.2018 tarihleri arasında Arkas Denizcilik ve Nakliyat'ta Bölgesel Takım Lideri görevlerinde bulunmuştur.

**KAAN TINAZ (03.09.2018)**

Horoz Bollore Logistics Taşımacılık A.Ş. şirketimizin Ege Bölge Müdürlüğü'ne bağlı "Satış Yönetmeni" pozisyonunda aramıza katılan Kaan Tınaz, 02.2013 - 07.2013 tarihleri arasında Batı Proje Taşımacılığı'nda Proje Operasyon Uzmanı, 07.2013 - 08.2014 tarihleri arasında Bellville Rodair Uluslararası Yük Taşımacılığı'nda Satış Operasyon Sorumlusu, 08.2014 - 05.2015 tarihleri arasında Gulf Agency Denizcilik'te Satış Pazarlama Uzmanı, 06.2015 - 09.2016 tarihleri arasında Ata Freight Line'da Satış Uzmanı, 01.2017-08.2018 tarihleri arasında Bolte Lojistik Hizmetleri'nde Saha Satış Yönetmeni görevlerinde bulunmuştur.

**MESUT SAĞIROĞLU (05.09.2018)**

Horoz Lojistik Kargo Hizmetleri ve Tic. A.Ş. şirketimizin Yurtiçi Taşımacılık Grup Başkanlığı'na bağlı "Mobilya Operasyon Yönetmeni" pozisyonunda aramıza katılan Mesut Sağıroğlu, 02.2000-02.2009 tarihleri arasında Ay Marka Mağazacılık'ta Kıdemli Merchandiser, 02.2009-01.2013 tarihleri arasında Gürmen Giyim A.Ş.'de (RAMSEY) Tedarik Zinciri Müdürü, 01.2013-08.2014 tarihleri arasında Çilek Mobilya A.Ş.'de Tedarik Zinciri Müdürü, 08.2014- 07.2018 tarihleri arasında Yataş Grup'ta Tedarik Zinciri ve SSH (Satış Sonrası Hizmetler) Direktörü görevlerinde bulunmuştur.

**MEVLÜT ZONTUR (09.10.2018)**

Horoz Lojistik Kargo Hizmetleri ve Tic. A.Ş. şirketimizin Yurtiçi Taşımacılık Grup Başkanlığı'na bağlı Afyon "Lojistik Merkezi Yönetmeni" pozisyonunda aramıza katılan Mevlüt Zontur; 01.2009 - 08.2010 tarihleri arasında Burday İnşaat'ta Lojistik Müdürü, 08.2010 - 01.2011 tarihleri arasında Akron Çağrı Merkezi'nde İdari İşler Sorumlusu, 01.2012 - 04.2013 tarihleri arasında Sayın İnşaat'ta Satın Alma Birim Sorumlusu, 04.2013 - 07.2017 tarihleri arasında Netlog Lojistik'te Depo ve Lojistik Yöneticisi, 10.2017 - 08.2018 tarihleri arasında Garanti Yem Katkıları'nda Bölge Satış Yöneticisi görevlerinde bulunmuştur.

**GÖZDE SALMA (01.11.2018)**

Horoz Lojistik Kargo Hizmetleri ve Tic. A.Ş. şirketimizin Uluslararası Karayolu Taşımacılığı İstanbul Anadolu Yakası Satış Direktörlüğü'ne bağlı "Satış Yönetmeni" pozisyonunda aramıza katılan Gözde Salma, 08.2012- 10.2013 tarihleri arasında Horoz Lojistik Kargo Hiz. ve Tic. A.Ş.'de Müşteri İlişkileri Sorumlusu, 10.2013- 03.2015 tarihleri arasında Assan Lojistik ve Filo Kiralama A.Ş.'de Kurumsal Satış Temsilcisi, 06.2015-12.2016 tarihleri arasında Logitrans Lojistik ve Taşımacılık A.Ş.'de Saha Satış Uzmanı görevlerinde bulunmuştur.

**İLKER CAN NARLI (05.11.2018)**

Horoz Bollore Logistics Taşımacılık A.Ş. şirketimizin Doğu Akdeniz ve Güneydoğu Anadolu Bölge Müdürlüğü'ne bağlı "Bölge Satış Yönetmeni" pozisyonunda aramıza katılan İlker Can Narlı, 05.2014-06.2015 tarihleri arasında Gulf Agency Denizcilik A.Ş.'de Satış Temsilcisi, 07.2015-03.2017 tarihleri arasında Merden Lojistik Denizcilik'te Satış Sorumlusu, 03.2017-03.2018 tarihleri arasında NMT Lojistik Uluslararası Taşımacılık ve Dış. Tic.'de Satış Pazarlama Uzmanı, 02.2018-10.2018 tarihleri arasında Aysa Denizcilik Tic. Turizm San. A.Ş.'de Satış Pazarlama Süpervizörü görevlerinde bulunmuştur.

**SANVER GENÇ (05.11.2018)**

Horoz Lojistik Kargo Hizmetleri ve Tic. A.Ş. şirketimizin Yurtiçi Taşımacılık Grup Başkanlığı, Dağıtım Operasyonları ve İş Geliştirme Direktörlüğü'ne bağlı "İş Geliştirme Satış Yönetmeni" pozisyonunda aramıza katılan Sanver Genç; 03.2011 - 01.2012 tarihleri arasında Hakan Madencilik ve Elektrik Üretim A.Ş.'de Bölge Müdürü, 02.2012-04.2013 tarihleri arasında Farsa Gıda Sağlık Ürünleri İnş. San. Tic. Ltd. Şti.'de Horeca Bölge Sorumlusu, 09.2013-07.2015 tarihleri arasında Yurtiçi Kargo Servisi A.Ş.'de Kurumsal Satış Uzmanı, 07.2015-07.2016 tarihleri arasında Etis Lojistik A.Ş.'de Kurumsal Satış Uzmanı, 07.2016- 08.2018 tarihleri arasında Yurtiçi Kargo-Arkanlı Holding'de Bölge Satış Yöneticisi görevlerinde bulunmuştur.

**ERDİÑ CİVAN (12.11.2018)**

Horoz Lojistik Kargo Hizmetleri ve Tic. A.Ş. şirketimizin Uluslararası Karayolu Taşımacılığı İstanbul Avrupa Yakası Satış Direktörlüğü'ne bağlı "Satış Yönetmeni" pozisyonunda aramıza katılan Erdiñ Civan, 04.2008- 09.2010 tarihleri arasında Duman Denizcilik ve Ticaret A.Ş.'de Satış ve Pazarlama Uzmanı, 10.2010-09.2014 tarihleri arasında Balnak Nakliyat ve Lojistik Hizmetleri Tic. A.Ş.'de Gümrük Operasyonları Elemanı, 08.2015-02.2016 tarihleri arasında Fırat Plastik Kauçuk San. ve Tic. A.Ş.'de İhracat Operasyon Uzmanı, 03.2016-12.2017 tarihleri arasında İstanbul Teknik İnşaat San. ve Tic. A.Ş.'de Dış Ticaret Operasyon Sorumlusu, 05.2018-09.2018 tarihleri arasında Hakan Çanta San. Tic. A.Ş.'de İthalat İhracat Uzmanı görevlerinde bulunmuştur.

MEHMET EMİN HOROZ MESLEKİ VE TEKNİK ANADOLU LİSESİ YENİDEN AB PROJESİ HAZIRLIYOR

Daha önce gerçekleştirdiği AB projeleri ile Almanya, Belçika, Macaristan, Çek Cumhuriyeti, Fransa, Lüksemburg ve Hollanda gibi 10'dan fazla ülkeye mesleki eğitim ve gezi düzenleyen Mehmet Emin Horoz Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, yeniden AB projesi çalışmalarına başladı. Üzerinde çalışılan yeni proje, Avrupa Birliği Projeleri Türk Ulusal

Ajansı tarafından desteklenmektedir. Proje çalışmaları kapsamında lojistik öğretmeni Ömer Sacar, alan şefi Harun Doğan, İl Millî Eğitim Müdürlüğü Stratejik Geliştirme Departmanı ile görüşme gerçekleştirildi. Projesi kabul edilen okullar iki ve üç haftalık periyotlar ile Avrupa'nın önde gelen kurumlarında stajlarını gerçekleştirecekler.



MİLLÎ EĞİTİM BAKANLIĞI'NDAN MESLEKİ DESTEK

Mehmet Emin Horoz Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi lojistik öğretmeni Ömer Sacar, Millî Eğitim Bakanlığı tarafından dil eğitimine gönderildi. Millî Eğitim Bakanlığı Kalite Geliştirme Daire Başkanlığı tarafından belirlenen 30 meslek öğretmeni, İngiltere'de üç ay İngilizce eğitimi aldı. İki ay Londra'da genel İngilizce, bir ay da Devon kentinde mesleki İngilizce eğitimi alan öğretmenler, 3 Kasım'da eğitimlerini tamamlayarak Türkiye'ye döndüler. Tüm masrafların bakanlık tarafından karşılandığı projenin amacı, mesleki eğitim veren öğretmenlerin alanlarındaki mesleki ve akademik gelişmeleri yabancı mecralardan da yakından takip edebilmelerini sağlamak ve yeni gelişmeleri öğrencilere daha detaylı aktararak mesleki eğitim kalitesini artırmak.



HOREV'DEN İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ'NE ZİYARET



Mehmet Emin Horoz Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi geleneksel hale gelen İstanbul Üniversitesi teknik gezilerine bir yenisini daha ekledi. Okul alan şefi Harun Doğan, ulaştırma hizmetleri öğretmenlerinden Abdulkadir Turan, Müdür Yardımcısı Esra Kılıç ve okul öğrencileri, eğitim gezisi kapsamında, İstanbul Üniversitesi'nden Doç. Dr. Gültekin Altuntaş tarafından verilen "Stratejik Yönetim" dersine katıldı. 10. sınıf Anadolu Teknik Ulaştırma Hizmetleri öğrencileri, alan seçtikleri ilk yılda, üniversite ortamını görerek lojistik üzerine gerçekleştirecekleri akademik başarılarına katkı sağladılar. Alan ve alanın geleceğine dair bilgiler edinen öğrenciler, merak ettikleri sorulara da cevap buldular.

**GittiGidiyor'da
saniyede
1 ürün satılıyor.
Yani 3 ürün
satıldı bile.
4 oldu. 5 oldu.
6...**

**Aklınızdan ne
geçiyorsa
GittiGidiyor'da.**

Anne&bebek ürünlerinden spora, kozmetik ve kişisel bakımdan elektroniğe, ev&dekorasyondan evcil hayvan ürünlerine kadar onlarca kategoride milyonlarca ürün GittiGidiyor'da. Bu arada siz bu metni okurken satılan ürün sayısı 14 oldu bile! :)



E-TİCARETTE BAŞARININ ANAHTARI LOJİSTİK



GİTTİGİDİYOR GENEL MÜDÜRÜ ÖGET KANTARCI



Türkiye'nin en büyük e-ticaret platformlarından biri olan GittiGidiyor'un Genel Müdür koltuğunda bulunan Öget Kantarcı, 2017 itibarıyla 2.5 trilyonluk hacme ulaşan e-ticaret sektörünün önümüzdeki dönemde daha da büyüyeceğini söylüyor. Türkiye'nin küresel hacim içindeki payının hâlâ yeterli olmadığını belirten Kantarcı, son yıldaki performansın ise altının çizilmesi ve daha da geliştirilmesi gerektiğini vurguluyor. Türkiye'nin önde gelen e-ticaret platformlarından GittiGidiyor'u, Genel Müdürü Öget Kantarcı ile konuştuk.

GittiGidiyor, e-ticareti nasıl farklılaştırıyor?

Ülkemizde e-ticareti yaygınlaştırmak ve sektörü geliştirmek en önemli hedeflerimiz arasında yer alıyor. Satıcılarımızın e-ticareten en iyi şekilde faydalanabilecekleri bir platform yaratmaya odaklanıyoruz. Bunun için GittiGidiyor'da hem satıcıların hem de alıcıların rahat, kolay ve güvenli kullanabilecekleri bir altyapı ve hizmet sunuyoruz.

Diğer taraftan KOBİ'leri e-ticaret ekosistemine dâhil etmek amacıyla hayata geçirdiğimiz "Geleceğim E-Ticaret" projesiyle küçük ve orta ölçekli işletmelere büyük avantajlar sunarak, onların daha geniş kitlelere ulaşmaları ve işlerini büyütmelemlerini destekliyoruz. Bu projeye, KOBİ'lerimizi e-ticaret konusunda eğitiyor, onların beklenti ve ihtiyaçlarına kulak verip internetten satış yapmalarını kolaylaştırıyoruz. Proje aracılığıyla 2017 yılının sonunda 584 KOBİ'yi e-ticaretle buluşturmştuk. Bu sayı, Ekim 2018 itibarıyla 2 bin 600'e ulaştı. Önümüzdeki dönemde de hem "Geleceğim E-Ticaret" projesi özelinde çalışmalarımızı sürdüreceğiz hem de Türkiye'de e-ticaretin gelişmesine yönelik, "yapılacaklar listemize" yenilerini ekleyeceğiz.

GittiGidiyor, kaç milyonluk bir alışveriş trafiğine sahip, kaç tane üyesi var?

2018 yılının ilk yarısı itibarıyla 22 milyon kayıtlı üyeye sahip olan GittiGidiyor, ayda ortalama 83 milyon* ziyaret alıyor. 30 milyon tekil ziyaretçi sayısına sahip olan platformumuzun ilk altı ayda toplam ziyaret sayısı

si 424 milyon, toplam mobil ziyaret sayısı 316 milyon. Toplam trafikte mobilin payı ise yüzde 75'e ulaşmış durumda.

Bir eBay şirketi olmak GittiGidiyor'a ne gibi faydalar sağlıyor?

Bir eBay şirketi olarak hem dünyadaki gelişmeleri çok sıkı takip ediyor hem de geliştirilmesi gereken noktaları öngörerek, çözüm odaklı çalışmalar yürütüyoruz. Böylece e-ticaret alanında, platformumuzu her geçen gün daha iyi hale getiriyoruz.

1 Ocak 2018'den itibaren GittiGidiyor, eBay MENA Bölgesi'nin (Ortadoğu-Kuzey Afrika) yönetiminden de sorumlu oldu. Ben de aynı zamanda eBay MENA Bölge Direktörü olarak görev yapıyorum. Türkiye'nin sözü konusu ülkelere coğrafi ve kültürel yakınlığını avantaja çevirmek istiyoruz. İlk etapta odağımızda Suudi Arabistan, Birleşik Arap Emirlikleri ve Mısır var. eBay'in bölgedeki varlığını daha da güçlendirmekle kalmayıp yetki alanımızdaki bu genişlemeyle, Türkiye e-ticaret sektörüne de katkıda bulunacağız. Bu gelişme, oyuncu olarak varlık gösterebileceğimizin işareti olduğu gibi, orta ve uzun vadede Türkiye'deki üreticiler için MENA Bölgesi'ne yönelik e-ihracat fırsatları doğuracak ve bu konuda kolaylık sağlayacak bir adım.

Türk markaları eBay aracılığıyla devasa bir kitleye satış yapabilme fırsatına erişiyor. 192 ülkede 175 milyon aktif alıcıya sahip olan eBay, dünyanın lider pazar yerlerinden biri olarak tüm kullanıcılarına kolay ve güvenli alışveriş fırsatı sunuyor. Bu kapsamda Türk markalarının dünyaya açılarak işlerini büyütme hedeflerini sağlayacak adımı geçen aylarda Derimod ile birlikte attık. Türkiye'nin önde gelen markalarından Derimod'un ürünlerinin eBay'de listelenmesini sağladık. Hedefimiz, 2019 yılının sonuna kadar en az 200 Türk markasının ürünlerinin eBay'de satışa çıkmasını sağlamak. Bu şirketler arasında klasik perakendenin büyük oyuncularının yanı sıra ürünlerini e-ihracat aracılığıyla tüm dünyayla buluşturmaya ve böylelikle büyümeyi hedefleyen KOBİ'lerimiz de bulunacak.

Great Place to Work Enstitüsü tarafından bu sene açıklanan "En İyi İşverenler" listesinde GittiGidiyor birinci sırada yer aldı. Bu tercih edililiğin ve kurumsal mutluluğun arka planında ne yatıyor?

GittiGidiyor olarak kendimizi; insana değer veren, herkesin bir parçası olmak isteyece-

ği, huzurlu ve eşit koşullarda çalışılacak bir şirket olarak konumluyor; tüm adımlarımızı bu doğrultuda atıyoruz. Çeşitliliğin getirdiği farklı renklerin kurum içinde zenginlik yarattığı bilinciyle hareket ediyor; işyerinde din, dil, ırk, kültür, dünya görüşü, cinsiyet kimliği ve cinsel yönelim ayrımcılığına izin vermiyor, çeşitliliği ve dâhil etmeyi destekliyoruz.

GittiGidiyor'da görev yapan herkes çeşitlilik bakış açısıyla ilgi alanları özelinde oluşturduğumuz çalışan gruplarına dâhil olabiliyor. Bu gruplarla birlikte yalnız iş değil, sosyal fayda ve değer de yaratan bir şirketiz. Ayrıca cinsiyet eşitliğini destekleyen kurum kültürümüz doğrultusunda WIN öncülüğünde, 2017'de Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi (UN Global Compact) ve Birleşmiş Milletler Toplumsal Cinsiyet Eşitliği ve Kadının Güçlenmesi Birimi (UN Women) ortak girişimi olan Kadının Güçlenmesi Prensipleri'ni (WEPS) imzalayan şirketler arasına girdiğimizi de belirtmek isterim. Bu platform, kadınların tüm sektörlerde ve her düzeyde ekonomik yaşamın içinde yer alabilmelerini sağlamak amacıyla güçlenmelerini hedefliyor ve cinsiyet eşitliğini destekliyor.

Çalışan deneyimine son derece önem veriyoruz. GittiGidiyor'da çalışan deneyimini iyileştirmek için önemli bir adım atarak, İnsan Kaynakları departmanımızın ismini Çalışan Deneyimi departmanı olarak değiştirdik. Bu basit bir isim değişikliği değil elbette. Artık klasik İK uygulamalarını bir kenara bırakarak çalışanlarımızın deneyimleri ve geri bildirimleriyle İK'yı yeniden kurguluyoruz. Öte yandan, şirketimizde hiyerarşiyi bir kenara bırakıyor, herkesin fikirlerini rahatlıkla ifade edebildiği, eşitlikçi bir ortam yaratmaya özen gösteriyoruz. Çalışanlarımıza bahsettiğimiz değeri şirketimizle buluştukları ilk andan itibaren sürekli hissettirmek için çalışıyoruz. Örneğin, işe başlamadan bir gün önce çalışanımızın evine çiçek gönderiyor,

**GİTTİGİDİYOR OLARAK
KENDİMİZİ; İNSANA
DEĞER VEREN, HERKESİN
BİR PARÇASI OLMAK
İSTEYECİĞİ, HUZURLU
VE EŞİT KOŞULLARDA
ÇALIŞILACAK BİR ŞİRKET
OLARAK KONUMLUYOR;
TÜM ADIMLARIMIZI BU
DOĞRULTUDA ATIYORUZ.**



Anneler Günü ve Babalar Günü'nde anne-baba olan çalışanlarımızın gününü sürprizlerle kutluyor, yaz aylarında Cuma günleri yarım gün çalışarak mesaimizi 12.30'da sonlandırıyoruz. İlerleyen dönemlerde de uygulamalarımızı, her zaman çalışanlarımızı ön planda tutarak ve onları dinleyerek şekillendirmeyi sürdüreceğiz.

Kullanıcı memnuniyeti için neler yapıyorsunuz?

GittiGidiyor'da birçok yeniliği hayata geçirirken, yapay zekadan ve büyük veriden yararlanıyoruz. Kullanıcılar, günümüzde hayatlarını kolaylaştıracak akıllı bir yapıdan hizmet almak istiyor. Biz de son yıllarda enerjimizi tamamen yapay zekânın doğru kullanımına yönlendirdik. Çeşitli algoritmalarla kişiye özel alışveriş deneyimi sunmaya başladık. Şu an "Günün Fırsatı" kategorisini yapay zekâyla destekleyerek kişiye özel hale getirdik. Yıl bitmeden tüm GittiGidiyor'da bu deneyimi sunmayı hedefliyoruz.

GittiGidiyor olarak abonelik sistemi adıyla tanımlayabileceğimiz uygulamamızı ve Kazananlar Kulübü projelerini de yine tamamen kullanıcılarımızın beklentilerine yönelik olarak geliştirdik. Bu kullanıcılarımıza pek çok özel avantaj sunuyoruz. Üye sayısı bir yılda iki kat artış gösteren GittiGidiyor Kazananlar Kulübü, platformumuzun trafiği üzerinde de son derece etkili sonuçlar yarattı. GittiGidiyor Kazananlar Kulübü üyelerine sunduğumuz fırsat ve avantajlar sayesinde, kullanıcılarımızın ilgi duydukları kategorilerde daha avantajlı alışveriş yapabilmelerini sağlayarak, kullanıcı memnuniyeti ve sadakatini artırdık. Abonelik sistemi olarak tanımlayabileceğimiz diğer uygulamamızda ise kullanıcılar, belirli periyotlarda gönderilen hatırlatma e-postası üzerinden hızlı bir şekilde alışveriş yapabiliyor. Abone sayımız ise her ay, ortalama yüzde 50 artış gösteriyor.

Önümüzdeki dönemde de kullanıcılarımızı dinleyip onların hayatı kolaylaştıracak beklentilerine cevap veren projeleri hayata geçirmeye devam edeceğiz.

Türkiye'nin global e-ticaretteki payı nedir?

Dijitalleşme her alanda olduğu gibi alışverişte de önemli bir dönüşüm süreci başlattı ve e-ticaret artık hayatımızın olmazsa olmazları arasına girdi. 2017 itibarıyla, küresel e-ticaret hacmi 2.5 trilyon dolara yaklaşan bir ekonomi haline geldi. E-ticaretin toplam perakendedeki payı küresel ortalama

yüzde 11'e ulaştı. 2021'de bu oranın yüzde 18'lere yükselmesi bekleniyor. ABD, İngiltere gibi gelişmiş ülkelerde yüzde 15'lik perakende penetrasyonundan bahsediyoruz. Gelişmekte olan ülkelerin ortalama henüz yüzde 4.8 iken Çin ise şimdiden yüzde 20'ye ulaşmış durumda.

Küresel hacmin içindeki payı henüz çok küçük olsa da Türkiye'de e-ticaret son derece büyük bir potansiyele sahip. TÜBİSAD'ın 2018 e-ticaret raporuna göre, Türkiye'de e-ticaret pazarı 2013-2017 yılları arasında yıllık ortalama yüzde 32 büyümeye elde etti. 2017'de bahis ve seyahat kategorileri de dâhil olmak üzere pazarın 42,2 milyar liralık hacme ulaştığını görüyoruz. Bu gelişmeler ışığında, ülkemizde e-ticaretin 2018'de de 2017'ye benzer bir büyümeye performansı sergileyeceğini öngörüyoruz.

E-ticarette ucuzluğun yerini uygunluk, kolaylık, çeşitlilik ve bu çeşitliliğin karşılaştırılabilir olması aldı. Bu durum, e-ticareti hangi yöne doğru götürüyor?

Tüketicinin beklentisinde yaşanan değişimler, e-ticaret sektörünün de doğal olarak dönüştürüyor. Uygun fiyatın yerini kolaylık aldığında, kargo süreçlerinin de daha iyi bir hale getirilmesi ön plana çıkıyor. Önceleri ürünü zamanında ulaştırmak temel ölçütlerden biriyken, tüketici bugün en kısa sürede, ürünün kendisine teslim edilmesini bekliyor. Yükselen bu beklenti de özellikle lojistik tarafında yeni uygulamaların hayata geçirilmesi ihtiyacını doğuruyor. Elbette burada lojistik firmalarının da gelişen e-ticaret sektörüne ve tüketicinin beklentisine uygun çözümler geliştirmesi son derece önemli bir faktör olarak dikkat çekiyor. Yine, zamandan tasarruf için alışveriş asistanlığı gibi uygulamalar günümüzde kullanıcılar tarafından tercih ediliyor.

Tüm bu gelişmeleri değerlendirirken mobil uygulamalardan da bahsetmek gerekiyor. Tüketiciler mobilden alışveriş yapmayı daha fazla tercih eder hale geliyor ve kullanıcı deneyimi açısından mobilde rahatlık ve kolaylık bekliyor. Mobilin yükselişi platformumuzun verilerine de yansıyor. Özellikle son 5-6 yılda mobilin etkinliğini hızla artırması sektörün de bu alana ciddi yatırım yapması gerekliliğini doğurdu.

E-ticaret sektöründe doğru lojistik ne şekilde konumlanmış durumda?

E-ticarette başarılı olabilmenin anahtar unsurlarından biri de şüphesiz lojistik.



KÜRESEL HACMİN İÇİNDEKİ PAYI HENÜZ ÇOK KÜÇÜK OLSA DA TÜRKİYE'DE E-TİCARET SON DERECE BÜYÜK BİR POTANSİYELE SAHİP. TÜBİSAD'IN 2018 E-TİCARET RAPORUNA GÖRE, TÜRKİYE'DE E-TİCARET PAZARI 2013-2017 YILLARI ARASINDA YILLIK ORTALAMA YÜZDE 32 BÜYÜME ELDE ETTİ.

Çünkü e-ticaret platformlarının veya internette satış yapan markaların en çok üstüne düşmesi gereken noktalardan biri, ürünlerin sağlam ve mümkün olan en kısa süre içinde alıcıya ulaştırılmasıdır. Bu hem müşterinin o platformu tercih etme ihtimalini artırıyor hem de sadık müşteri profili oluşumuna katkı sağlıyor. Tüm dünyada ve Türkiye’de kargo ve lojistik sektöründeki gelişmelere baktığımızda, gelecekte hem taşıma kapasitesinin daha da artacağını hem de hasarsız ve güvenilir teslimatlarla dünyanın her noktasına çok daha hızlı sevkiyatların gerçekleştirileceğini rahatlıkla söyleyebiliriz. Ayrıca lojistik süreçlerini en hızlı ve en güvenilir şekilde yürüten şirketlerle iş birlikleri geliştirmek de markaların ürünlerini alıcılara kolaylıkla ulaştırmasını sağlayabilecek adımlar arasında bulunuyor.

Horoz Lojistik ile ne zaman çalışmaya başladınız? Horoz’u partner olarak seçmenizdeki nedenler nelerdi?

2018’in Mayıs ayında çalışmaya başladık. Horoz Lojistik, sektörel anlamda yaygın ve operasyon anlamında da güçlü bir oyuncu. Her zaman çalıştığımız firma seçimlerinde güçlü ve güvenilir markalarla iş birliği içinde olmayı tercih ediyoruz. Bunun dışında Horoz Lojistik’in hem B2C hizmete önem veren hem de pazaryerlerini müşteri portföyüne katarak

e-ticarete sürekli yatırım yapan bir vizyona sahip olması kararımızda etkili oldu.

Horoz Lojistik’in GittiGidiyor’a sağladığı artılar neler oldu?

Müşteri memnuniyeti bizim en çok önemseydiğimiz unsur. Özellikle de internette satın alınan büyük hacimli ürünlerin kata/daireye kadar taşınması çok önemli. Burada memnuniyeti sağlamak için Horoz Lojistik’in sunduğu çözümler müşteri tarafında ve dolayısıyla bizim açımızdan artı değer yaratıyor.

Son olarak, sektörün geleceğine dair beklentileriniz neler?

E-ticaret Türkiye’de son derece büyük bir potansiyele sahip. Perakende e-ticaret hacminin 2017’de önceki yıla kıyasla yüzde 31 büyüyerek 23 milyar TL’ye erişmesi, bu noktada son derece somut bir veri olarak kendini gösteriyor. E-ticarette büyümeye uzun vadede etki edecek unsurlardan biri çok kanallı (omni-channel) yolculuk olacak. Yeni teknoloji trendleri perakende ve e-ticaret dünyasını değiştiriyor ve yeni dönemde alışveriş yolculuğu farklı kanallardan beslenirken, çok kanallı alışveriş deneyiminin önemi de gün geçtikçe artıyor. Türkiye, “dijitale doğan” genç nüfusu ve internet penetrasyonu ile yeni teknoloji trendlerini takip etme konusunda da önemli bir potansiyel barındırıyor. Teknolojik gelişimin beraberinde getirdiği en güçlü kavramlardan biri olan “Nesnelerin İnterneti (IoT)” kavramının da geleneksel iş yapış şeklini kökten değiştireceğine inanıyorum. Alışveriş yapmak çok daha kolay hale gelecek.

Ayrıca e-ticaret sektöründe tüm bu gelişmelere paralel olarak kişiselleştirilmiş deneyim ve hizmet, yani veri odaklı ve yapay zekâya dayalı kişiye özel pazarlama sisteminin ağırlığını hissedeceğiz. Öte yandan online alışverişe, mobil teknolojilere hızla adapte olabilen e-ticaret platformları yön verecek.

E-ticaret ekosistemindeki belirleyici unsurlardan biri de lojistik. Çünkü e-ticaret platformlarının veya internette satış yapan markaların en çok üstüne düşmesi gereken noktalardan biri, ürünlerin sağlam bir şekilde ve mümkün olan en kısa sürede alıcıya ulaştırılmasıdır. Dolayısıyla lojistik operasyonlar açısından hayatı kolaylaştıran çözümler de e-ticaretin büyüme hızını belirleyen başlıca faktörler arasında yer alacak.





TÜRKİYE, AMBALAJDA BÖLGENİN ÜRETİM ÜSSÜ OLDU

A

mbalaj, gıdadan kozmetiğe, tekstilden endüstriyel ürünlere çok sayıda tüketim mallarının korunmasını sağladığı kadar, bu ürünlerin stoklanması ve taşınması noktasında da üretici firmalara ve lojistik sektörüne büyük kolaylık sağlıyor. Kişi başına ambalaj tüketimi, dünya genelinde bir yaşam standardı göstergesi olarak kabul ediliyor. Bu nedenle küresel ölçekte büyüyen sanayi olarak öne çıkıyor. Küresel ambalaj endüstrisinin 2016 yılında 820 milyar dolarlık bir ciroya ulaştığı tahmin ediliyor. Küresel ölçekteki yıllık büyüme oranı yüzde 3 seviyesindeyken, Türkiye’de sektör, yüzde 10’luk büyüme oranı ile dikkat çekiyor. Türkiye ambalaj sektörü, üretim büyüklüğü açısından dünyada 13, Avrupa’da altıncı sırada yer alıyor.

AMBALAJ SANAYİSİNDEKİ GELİŞİM, TİCARETİN BÜYÜMESİNE DİREKT KATKI SAĞLAYAN UNSURLAR OLARAK ÖNE ÇIKIYOR. AMBALAJ SAYESİNDE BİRÇOK ÜRÜN FARKLI ÖLÇÜLERDE SATILABİLİR VE TAŞINABİLİR HALE GELDİ. BUGÜN TÜRKİYE’DE ÜRETİLEN AMBALAJLAR 180 ÜLKEYE İHRAÇ EDİLİYOR. İÇİ ÜRÜN DOLU İHRAÇ EDİLEN AMBALAJLAR DA HESABA KATILDIĞINDA, TÜM DÜNYADA MADE IN TURKEY ETİKETLİ AMBALAJLAR GÖRMEK MÜMKÜN OLUYOR.

Ambalaj Sanayicileri Derneği’nin yayımladığı sektör raporuna göre; 2016’da üretim miktarı yüzde 5,5 artışla 8.2 milyon tona çıkan ambalaj sektörünün cirosu aynı yıl yüzde 10 artarak 18 milyar dolara yükseldi. Resmi veriler netleşmese de sektörün 2017 yılında 20 milyar dolarlık ciroya ulaştığı tahmin ediliyor. Teknoloji ağırlıklı bir sanayi olan ambalaj sektöründe, küçük ve büyük ölçekli yaklaşık 3 bin firma faaliyet gösteriyor. Sektörün yaklaşık 100 bin kişiye istihdam sağladığı tahmin ediliyor. Türkiye ambalaj sektöründe faaliyet gösteren firmaların yüzde 65’i İstanbul ve çevresinde bulunuyor.

Firmaların yüzde 92’si 10 ilde yer alıyor.

İHRACATIN İTİCİ GÜCÜ OLDU

TÜİK tarafından yayımlanan 2016 istatistiklerine göre; ambalaj sektörü ihracatı 3,9 milyar doları buldu. Ambalaj Sanayi ihracatı 2017 yılında, bir önceki yıla göre hacimsel bazda yüzde 13 ve değer olarak yüzde 3 artış gösterdi. 20 milyar dolarlık ekonomik büyüklüğe sahip olan ambalaj sektörünün, 'dolu ambalaj' gibi hesaplanamayan ekonomik büyüklüğü de bulunuyor. İhraç edilen birçok ürün ambalaj sayesinde çok uzak mesafelere taşınabiliyor. Ambalaj teknolojilerindeki gelişim, daha önce ambalajlanamayan çok sayıda ürünün de ambalajlanarak dağıtılması ve satılmasına imkân sağladı. 11 milyar doları aşan gıda ihracatının büyümesinde ambalaj, çok kritik önem taşıyor.

180 ÜLKEYE AMBALAJ İHRAÇ EDİLİYOR

Türkiye ambalaj sektörü ürünleri, bugüne kadar dünya çapında 180 ülkeye, ihraç edilmiştir. Bölgesel olarak bakıldığında AB pazarı, Avrupa Birliği ülkelerinin başı çektiği listede Orta Doğu ve Kuzey Afrika, Kafkaslar ve Balkanlar gibi çevre bölgeler Türk ambalaj sanayisinin güçlü olduğu pazarlar olarak öne çıkıyor. 2016 yılındaki toplam ambalaj ihracatı incelendiğinde Almanya, İngiltere, Irak, İran ve Fransa'nın en çok ambalaj ihracatı yapılan ülkeler olduğu görülüyor.

DIŞ TİCARET AÇIĞI VERMEYEN SEKTÖR

Türkiye, plastik ambalaj başta olmak üzere bazı hammaddeleri ithal etmesinin yanı sıra bazı ambalaj ürünleri de ithal ediyor. Buna rağmen ambalaj sektörü, Türkiye'de katma değerli ihracat yapan ve dış ticaret açığı vermeyen sektörlerden bir tanesi olarak öne çıkıyor.

ASD verilerine göre; Türkiye'nin ambalaj malzemeleri ithalatı 2016 yılında yaklaşık 3,2 milyar dolar olmuş ve 2015 yılına göre hacmen yüzde 1 azalırken; değer olarak yüzde 2 artmış. Sektörün 2017 yılının ilk 6 ayında 407 milyon dolarlık dış ticaret fazlası verdiği görülüyor.

Ambalaj ithalatının yüzde 55'ini oluşturan plastik ambalajların yanı sıra, kağıt/karton/oluklu mukavva ambalajlar yüzde 34'lük pay ile en önemli ithal kalemleridir. Ambalaj malzemeleri ithalatında başlıca ülkeler ise Almanya, Çin, İtalya, ABD ve Güney Kore'dir.

KİŞİ BAŞI TÜKETİM ARTIYOR

Ambalaj tüketiminin yaşam standardı ile paralel bir ilişkisi bulunuyor. Gelişmiş ülkelerde ambalaj tüketimi oldukça yüksek.

Kuzey Amerika ve Kanada'da kişi başı ambalaj tüketimi 350-400 dolar, Japonya'da 550 dolar iken tüketim miktarının Batı Avrupa'da 250-300 dolar seviyesinde olduğu görülüyor. Türkiye'de kişi başı tüketim miktarının ise 221 dolar olduğu tahmin ediliyor. 2016 yılı verilerine göre dünya ortalamasının 110 dolar/kişi olduğu düşünüldüğünde, sektörün gelecek dönemde de büyümeye devam edeceğine kesin gözüyle bakılıyor.

Türk ambalaj sanayicilerinin Cumhuriyetimizin kuruluşunun 100. yılı olan 2023 yılına dair pazar büyüklüğü beklentisi 30 milyar dolar. İhracatı 4 milyar dolardan 10 milyar dolara çıkarmak yine sektörün beklentileri arasında.

GELİŞMİŞ ÜLKELERDE AMBALAJ TÜKETİMİ OLDUKÇA YÜKSEK. KUZAY AMERİKA VE KANADA'DA KİŞİ BAŞI AMBALAJ TÜKETİMİ 350-400 DOLAR, JAPONYA'DA 550 DOLAR İKEN TÜKETİM MİKTARININ BATI AVRUPA'DA 250-300 DOLAR SEVİYESİNDE OLDUĞU GÖRÜLÜYOR. TÜRKİYE'DE KİŞİ BAŞI TÜKETİM MİKTARININ İSE 221 DOLAR OLDUĞU TAHMİN EDİLİYOR.



**AMBALAJ SEKTÖRÜNÜN
PAZAR BÜYÜKLÜĞÜ**

18
MİLYAR
DOLAR

**AMBALAJ SANAYİSİNİN
2017 YILI İHRACATI**

4
MİLYAR
DOLAR

**SEKTÖRDEKİ
FİRMA SAYISI**

3
BİN



YÜKÜNÜZÜ HAFİFLETİYORUZ

Uzman ekiplerimizle yüklerinize özel,
entegre çözümler üretiyoruz.
İşinizi kolaylaştıran hizmetleri ile
Horoz Bolloré Logistics her zaman yanınızda.

HOROZ BOLLORÉ
LOGISTICS

BENİM MOTİVASYONUM, BAŞARI HİKAYELERİ YAZMAK



ULUSLARARASI
KARAYOLU SATIŞ DİREKTÖRÜ
BERAT KÖRKAYA





Lojistik sektöründe 13 yıllık kariyere sahip olan Berat Körkaya, müşteri temsilcisi olarak başladığı iş hayatındaki kariyerini satış alanında geliştirdi. Şubat 2018 itibarıyla de Uluslararası Karayolu Satış Direktörü olarak Horoz Lojistik ekibine katıldı. Berat Körkaya ile Horoz Lojistik'in uluslararası karayolu taşımacılığında marka değerini artırmak ve şirkete yeni müşteriler kazandırmak için hazırlanan yol haritasını konuştuk.

Horoz Lojistik ile yolunuz nasıl kesişti, kariyerinize Horoz'da devam etme nedeniniz neydi?

Uluslararası Karayolu Taşımacılık Grup Başkanı Savaş Yaşar ile daha önce iki yıl birlikte çalışma fırsatımız olmuştu. Kendisi burada işe başlayınca, bana da bir teklifte bulundu. Savaş Bey'in Horoz'da hayata geçirmek istedikleri ve vizyonu beni oldukça heyecanlandırdı. Ben de bunun bir parçası olmak istedim. Çünkü benim en büyük motivasyonum, başarı hikayeleri yazmak. Savaş Bey'in uluslararası karayolu taşımacılığında ulaşmak istediği hedef beni çok heyecanlandırdı ve birlikte yazabileceğimiz bir başarı hikayesi olduğunu düşündüm. Horoz Lojistik ailesine katılma nedenimin bu olduğunu söyleyebilirim.

Horoz ile ilgili nasıl bir algıya sahiptiniz, nasıl bir firma ile karşılaştınız?

Horoz Lojistik, sektörün en eski oyuncularından biri, bilinirliği ve marka değeri oldukça yüksek. Yurt içi taşımacılık, dağıtım ve depolama çok güçlü olduğu yönler. Uluslararası karayolu taşımacılığında ise sahip olduğu başarıyı ve gücü daha ileri taşıması hem Horoz Lojistik'in başarısını hem de Türkiye'nin karayolu lojisti-

ğindeki başarısını artıracaktır. Buraya gelmemi cazip hale getiren nedenlerden biri de, marka bilinirliğini uluslararası karayolu taşımacılığında daha yukarılara taşıyabileceğimize dair inancımdı.

İçine girdiğimizde ise çok büyük firmalar ile çok uzun yıllara dayanan iş birlikleri olduğunu gördüm. Sert rekabetin olduğu ve müşterilerin sürekli yer değiştirdiği lojistik sektöründe, 18-20 yıldır iş ortaklığı devam eden müşterilerinin olması çok önemli bir gösterge. Bu gücünü kullanarak geliştirdiğimiz satış kadromuz ile birlikte, Horoz'un uluslararası karayolu pazarındaki pastadan daha fazla pay almasını sağlayacağız.

Satış ekibi nasıl bir yapılanmaya gidiyor?

Uluslararası karayolu taşımacılık satış departmanında sekiz kişilik bir ekip vardı. Bu ekip Avrupa yakasına konumlandırıldı. Anadolu yakası için de dört kişilik bir satış ekibi kuruldu. Tüm Türkiye'yi kapsayacak bir satış yapılanması planlıyoruz. Horoz'un yurt içi tarafındaki gücünü de kullanarak, İstanbul dışındaki firmalara da ulaşabilen ve onlara da uluslararası karayolu taşımacılığında entegre çözüm sunan bir firma olmak istiyoruz. Bu bağlamda, Mayıs ayında Çukurova bölgesinde hizmet verecek bir satış ekibi yapılandırdık. Ankara'da bir yapılanma planlıyoruz. Bir de Anadolu Projesi olarak adlandırdığımız bir proje yürütüyoruz. Telefon aramalarıyla satış kadrolarımızın olmadığı Anadolu şehirlerinde potansiyel müşterileri belirleyip, ziyaretlerle o müşterilerle nasıl iş yapabileceğimiz konusunda görüşüyoruz. Geçtiğimiz aylarda Karadeniz Bölgesi'ne bir ziyaretimiz oldu. Anadolu projemize diğer bölgeleri de ekleyerek devam etmek niyetindeyiz.



Benzer yapılanma yurt dışında da olacak mı?

Son 10 yılda global oyuncuların Türkiye pazarına satılma ile yada kendi ofislerini açarak girmesi ile rekabette daha aktif rol oynadıklarını görüyoruz. İç pazardaki payımızı koruyup hatta güçlendirmek için benzer bir hamle ile biz de globaldeki etkimizi ve bilinirliğimizi her geçen sene artırmak hedefindeyiz. Bu yüzden her ülke için güçlü acentalık anlaşmaları yapmanın yanı sıra grup başkanımız , satış ve operasyon direktörleri olarak aktif satış faaliyetlerinde bulunmak üzere çok sayıda yurt dışı ziyaret planları belirledik. Hizmet verdiğimiz hemen her ülkede yer alan global firmalarla temaslarımızı artırmak ve karşılıklı güvene dayalı çözüm ortağı anlayışımız ile onlarla da iş birlik-teliklerimizi artırmayı planlıyoruz. Şubat ayından itibaren planlayıp hâlâ devam eden aktivitelerle İtalya, Almanya, Belçika, Hollanda, Polonya ve Fransa'da birçok firma/acentası ile etkin görüşmeler gerçekleştirdik. 2019 yılından itibaren Horoz Lojistik uluslararası karayolu faaliyeti, sadece Türkiye içinde değil; global pazarda da herkesin yakından tanıdığı çok daha önemli bir oyuncu haline gelecek.

Şirketlerde en büyük baskı genelde satış departmanlarında olur. Bu durumu siz nasıl yönetiyorsunuz?

MÜŞTERİ TEMSİLCİLİĞİNDEN DİREKTÖRLÜĞE...

1982 yılında Konya'da doğan, ilk, orta ve lise eğitimini İzmir'de tamamlayan Berat Körkaya, Dokuz Eylül Üniversitesi Kamu Yönetimi Bölümü'nden mezun olduktan sonra 2005 yılında iş hayatına Mars Lojistik'te müşteri temsilcisi olarak başladı. 2008 yılında Sertans Lojistik'e Satış Uzmanı olarak geçtikten bir sene sonra Satış Yöneticiliğine yükseldi. 2011 yılında Adamar Lojistik'te Satış Müdürlüğü yaptıktan sonra 5,5 sene çalışacağı Borusan Lojistik'e geçen Berat Körkaya, burada da Satış Yöneticiliği ve Özel Müşteriler Müdürlüğü yapmıştır. 2007 yazında aktif iş hayatına devam ederken Amerika'da dil eğitimi almış , Sabancı Üniversitesi iş birliği ile Satış ve Satış Yönetimi alanlarında ayrı ayrı verilen uzun dönemli eğitimleri de 2015 ve 2017 yıllarında fakülte birincisi olarak tamamlamıştır. İyi bir Fenerbahçeli olan Berat Körkaya, evli ve dört yaşında bir kız çocuk babasıdır.

B2B yada B2C farketmeksizin tüm sektörlerde satış kadrosunda yer alıyorsanız bu baskıyı zaten kaldırabiliyor olmanız gerekir. İşini severek yapan, belirli bir plan dahilinde ve sorumluluk alarak çalışan , emek sarfetmekten kaçınmayan, öz değerleriniz yüksek bir şekilde müşterileri ile karşılıklı güvene dayalı bir ilişki kurabilen herkesin başarılı olmaması için bir neden göremiyorum. 2018 yılı yeni satış yapılanmasında planladığımız aylara göre bazı gecikmeler yaşamış olmakla beraber, çok şanslıyım ki mevcut ekip arkadaşlarımdan tamamı bu özellikleri fazlasıyla taşıyorlar. Bu da bize önümüzdeki döneme çok daha güvenli bakma imkanı sağlıyor.

2018 yılı için belirlediğiniz hedefler vardı. Yılı nasıl değerlendiriyorsunuz, hedefe ne kadar yakınsınız?

2018 yılı hem çok kritik bir seçim yılı olması hem de ikinci yarısından itibaren yaşanan döviz dalgalanmalarının etkisi ile çok zor bir yıl oldu. Horoz Lojistik böyle zor bir yılda yapmış olduğu yeni personel ve ekip kurma yatırımı ile ne kadar güçlü bir şirket olduğunu bir kez daha kanıtlamış oldu. İlk 10 ay itibarıyla

2019 YILINDAN İTİBAREN
HORUZ LOJİSTİK
ULUSLARARASI KARAYOLU
FAALİYETİ SADECE TÜRKİYE
İÇİNDE DEĞİL GLOBAL PAZARDA
DA HERKEŞİN YAKINDAN
TANIDIĞI ÇOK DAHA ÖNEMLİ
BİR OYUNCU HALİNE GELECEK."

tüm bu zorluklara rağmen sene başında öngörülen agresif büyüme hedefine paralel bir şekilde ilerliyoruz. Yılı da öngördüğümüz seviyede kapatmış olacağız. Bu başarı eski yeni tüm satış ekibinin olağanüstü çabası ve tabii ki, operasyon ekibinin yoğun gayreti sonucu ortaya çıkan bir ekip başarısıdır.

Dövizdeki hareketlenmeler sizi nasıl etkiliyor?

Dış ticaret lojistiğinde en önemli konu ithalat/ihracat dengesini yakalamaktır. Dövizin ciddi şekilde artması dengeyi tek taraflı olarak bozduğu için yılın ikinci yarısından itibaren sektör genelinde ithalatla talep daralması ve ihracat araç arzının azlığı sıkıntısı ciddi şekilde yaşandı. Horoz Lojistik Uluslararası Karayolu Ekibi olarak piyasadaki bu dengesizliği sunmuş olduğumuz rekabetçi fiyatlarla müşterilerimize kendi sektörel rekabet koşullarında onları da bir adım öne taşıyacak şekilde bir artı değer kazandırarak fırsata çevirebildik.

2019 beklentileriniz nedir?

2019 yılı ekonomik olarak zor bir yıl olmaya devam edeceği öngörümüz bulunmakla beraber agresif büyüme hedefimizden hiçbir şekilde sapmadan uluslararası karayolu faaliyeti olarak minimum yüzde 25 büyüme hedefliyoruz. Horoz Lojistik üst yönetiminin ekip yatırımlarına devam ederek ortaya koyduğu güçlü iradeyi, satış ekipleri olarak rakamlarla da desteklemeye devam edeceğiz.



KISA KISA BERAT KÖRKAYA

En son okuduğunuz kitap hangisi?

Yuval Noah Harari – Sapiens, Elon Musk – Geleceği İnşa Eden Adam.

En son ziyaret ettiğiniz yerler?

Yurt içinde Anadolu Projemiz kapsamında Samsun, Giresun, Ordu ve Trabzon; yurt dışında ise İtalya ve Polonya.

Ziyaret etmeyi planladığınız yeni yerler neler?

Yurt içinde Antalya ve Adana; yurt dışında Belçika, Hollanda ve Almanya.

İlgi duyduğunuz sporlar neler?

Oynamaktan ve izlemekten keyif aldığım sporlar; tüplü dalış, yüzme, futbol, basketbol ve tenis.

En çok nerenin mutfağını seviyorsunuz?

Yöresel tatlılarıyla Anadolu mutfağı diyebilirim.

Neler yapmaktan keyif alırsınız?

Yeni yerler görmekten, ailemle ve arkadaşarımla vakit geçirmekten, kızımın oyunlar oynamaktan ve gönüllülük faaliyetleri ile insanları mutlu etmekten keyif alırım.

Kült filminiz?

Babam ve Oğlum.

En çok beğendiğiniz sanatçılar?

Yerli şarkıcılar olarak Kalben, Sıla, Gökhan Türkmen, Evrencan Gündüz, Mor ve Ötesi. Yabancı olarak Buika, Adele, Drake, geçenlerde kaybettiğimiz Aretha Franklin ve dağılmadan önce Evanesence olarak sayabilirim.

Şu an nerede olmak isterdiniz?

İzmir aşığı insanlar olduğumuz için eşim ve kızımın beraber İzmir'de olmak isterdim.

LOJİSTİK HİZMETLERİN SATIN ALIMINDA İNTERNET KULLANIMI

ORTAK SÜREÇ YÖNETİMİNİN, SÜREÇ İYİLEŞTİRMENİN, KATMA DEĞER YARATMANIN VE BUNUN PAYLAŞIMININ OLMADIĞI BİR LOJİSTİK İŞİ DÜŞÜNÜLEMEZ. İŞ BAŞINDA NASIL DÖVÜŞTÜREN VE DÖVÜŞEN OLARAK BAŞLADILARSA İLİŞKİYE, İŞ SÜRESİNCE DE DÖVEN VE DÖVÜLEN OLARAK DEVAM EDECEKLER.

B

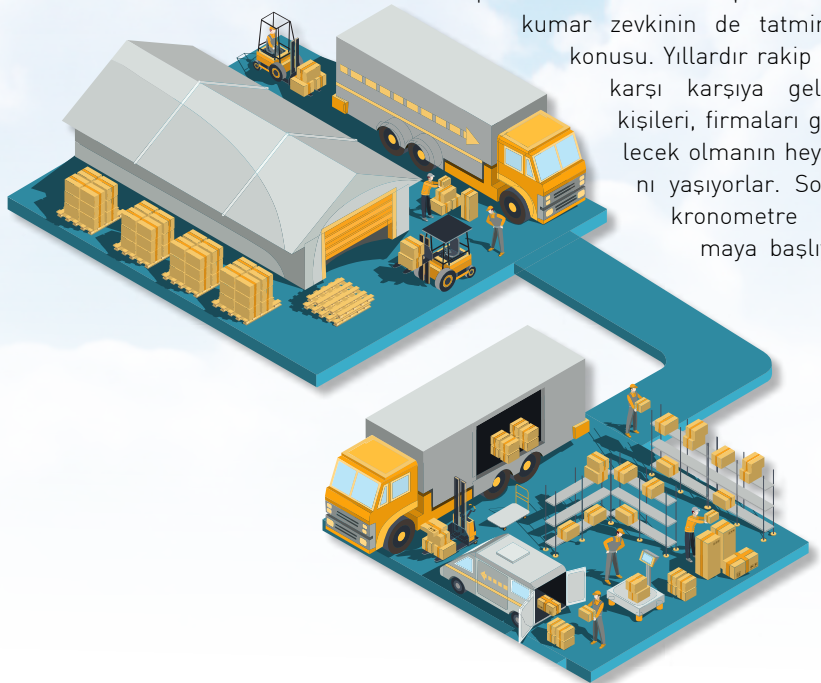
ilgi teknolojileri gelişiyor, bilginin aktarılması yani bilişim hızlanıyor. Mobil teknolojiler artık sabit bilgisayarların yerini aldılar. Notebooklarımız bile mobil telefonlarımızla yer değiştirdi. Yakında 5G teknolojileri, bulut çalışmaları ile her an, her yerde hızla bilgiye ulaşabileceğiz. Online yaşam başlayacak. İnsanlar da yeni teknolojiyi kullanmaya bayılıyor. İnternet bankacılığı, internet siparişi olan e-ticaret, internetten bilet alınması, her yerden mesajlarımıza ulaşım, cep telefonunun bir bilgisayar gibi kullanımı, her an her şeyi hızlı yapma zorunluluğunu da beraberinde getiriyor. Artık işler kaçıyor, biz kovalıyoruz veya biz kaçıyoruz, işler bizi kovalıyor.

Lojistik sektöründeki satış ve satın alma süreçleri de değişmekte. Artık lojistik firmalardan depolama talebinde bulunan üretici veya ithalatçı firmalar nerede kaç metrekaare deponuz var diye sormuyor. Artık ihtiyacı olan deponun büyüklüğünü, olması gereken yeri, kapı adedini, tavan yüksekliğini, yerin durumunu hatta ödeyecekleri fiyatı da belirterek depo istemekteler. Kiralık veya satılık depoları size bildiren web siteleri var. Arama kriterlerini yazıp elinizle koymuş gibi depo bulabiliyorsunuz.

Kara nakliyesinde de benzer girişimler söz konusu. Bir yıl önceki filli sevk adetlerini ve rotalarını listeleyen üretici firmalar, gözlerine kestirdikleri birkaç büyük lojistik firmasını görüşmeye çağırıyor ve gelecek yıl için kara taşıması ihalesi açacaklarını bildiriyorlar. Ellerinde geçmiş yılın senaryosu ile firmalardan teklif topluyorlar. Birinci pazarlıklar yapıyor, fiyatlar dibe çekiliyor. Artık baz fiyat ve yapılacak işin tanımı bellidir. İşler bu noktada bitmiyor elbette. Bundan sonra teknolojinin kısmen zevk, kısmen iş yapmak, işleri hızlandırmak amacıyla kullanımı devreye giriyor. "İnternet İhalesi" gladyatörlerin dövüşü operasyonu başlıyor.

Günümüz teknolojisinin harikası: Koltuklarınızdan kalkmadan gelecek bir, iki yıllık iş bağlantınızı yapacaksınız. İhaleyi hazırlayan üretici bir horoz dövüşünü seyreder gibi keyifli. Bundan sonra ekranına düşecek her kelime her rakam ona para kazandıracak. Ne kadar süre uzarsa o kadar kârlı olacak. Açılış fiyatları belli ve herkes fiyatların ne kadar kırıldığını görüyor. Açık artırma satışlarının tersine, açık eksiltme satın alması başlıyor. Arada düşünecek zamanınız yok, ya fiyatı kıracak ya da ekran başından kalkacaksınız.

Dövüşçüler ise alacakları darbenin, hayatlarında nelere mal olacağını bile düşünmeden ekrandalar. İçimizde kalmış kumar zevkinin de tatmini söz konusu. Yıllardır rakip olarak karşı karşıya geldikleri kişileri, firmaları geçebilecek olmanın heyecanını yaşıyorlar. Sonunda kronometre çalışmaya başlıyor ve



ATILLA YILDIZTEKİN
LOJİSTİK YÖNETİM DANIŞMANI

bin bir emekle çalışılan, maliyet fiyatlarına dayalı teklif fiyatları, karşılıklı kılıç darbeleriyle kesilmeye başlıyor. Kesilen her parça müşterinin tabağına düşen bir döner dilimi. Zevkle izliyor dövüşü. Sonunda canı tükenen, maliyetlerini doğru hesaplayan lojistikçiler çekiliyor yarıştan. Geride ya kumar zevkini henüz tatmin etmemiş, ya iş açlığından gözünü kan bürümüş ya da işi bilmeyen lojistik firmaları kalıyor son vuruşları vurmak için...

Ve işi, son nefesini hâlâ vermemiş olan kazanıyor. İş kazanıyor ama aslında kaybeden o. Doğru olarak tanımlanmamış, geçen yılın varsayımlarıyla, detay analiz yapılmadan, mevsimsellik, iş riskleri, gecikmeler, sigorta uygulamaları, bilgi akışı henüz belli olmayan, kontrata dayandırılmamış bir işi üzerine alıyor

Bu tip ihalelerde ya işi alan sonunda havlu atmakta ya da gelecek yıl bu işten uzak durmaktadır. Ortak süreç yönetiminin, süreç iyileştirmenin, katma değer yaratmanın ve bunun paylaşımının olmadığı bir lojistik işi düşünülemez. İş başında nasıl

dövüştüren ve dövüşen olarak başladılarsa ilişkiye, iş süresince de döven ve dövülen olarak devam edecekler.

İnternet üzerinden bir sefer alışveriş yapabilirsiniz. Bilet alabilirsiniz ancak uzun süreli bir kontratı internet üzerinden bağlayamazsınız. Lojistik, iki tarafın iş birliğine dayanan bir evlilik sözleşmesidir. İnternette yüzünü görmeden evlenmeye karar verdiğiniz kişinin sürpriz olacağı kesindir. Her iki tarafı da üzer. İnternet ihaleleri de öyle ömür boyu sürmeyecektir. Her iki tarafı da mutsuz edecektir.

Lojistik hizmetlerin satın alınması hizmet alacak şirketin önce hizmeti verebilecek kapasiteye sahip şirketi seçmesiyle başlamalıdır. Daha sonra bu şirketle masaya oturup bir iş birliği protokolü çerçevesinde süreci incelemek, fırsat ve riskleri ortaya çıkartmak, maliyetleri açık açık belirlemek, süreç iyileştirmelerinde elde edilecek katma değeri ve avantajı eşit paylaşmak gerekmektedir. O zaman uzun süreli stratejik iş birliği çalışması ile lojistik hizmetler karşılanabilecektir.





EJDERHANIN YÜKSELİŞİ ÇİN



C

oğrafi, etnik, mutfak ve sosyal yapısında muhteşem çeşitlilik gösteren bir ülke Çin. Sürekli genişleyen yüksek hızlı tren ağı, ülkeyi birbirine

bağlama çabasında olmasına rağmen gün geçtikçe genişleyen banliyöler ve insanlık tarihinde eşi benzeri olmayan bir hızla genişleyen büyük şehirlerin gazabına uğruyor. Lojistik ve yapılaşma bir yarış içinde gibi. Ülkedeki bir diğer karşı karşıya gelme ise 5 bin yıllık tarih ile bugün arasında: Tarihi yapılar arasında yükselen gökdelenler... Fakat modern Çin'i bu kadar büyüleyici yapan, değişim ve süreklilik arasındaki gerilim ve karşıtlık.

Çin, 1,4 milyarlık nüfusu ile dünyanın en kalabalık ülkesi. Buraya ziyarete gelen herkesin ilk maruz kaldığı ve hissettiği şey, nüfus yoğunluğu. Köyler, kasabalar ve şehirler, gri atardamarları andıran otoyollar boyunca sonsuza kadar yayılıyor gibi görünüyor.

Çin'de GSYİH'nin yaklaşık yüzde 10'luk bölümü turizmden elde ediliyor. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün hazırladığı verilere göre dünyanın en fazla ziyaret edilen dördüncü ülkesi. 2017 yılında 59,3 milyon insan ziyarette bulunmuş. Ancak ülkenin büyüklüğü göz önünde bulundurulduğunda aslında tarihi turistik noktalar çok az: Çin Seddi, Yasak Şehir, Terracotta Ordusu, İpek Yolu, Yangzi Boğazları, Chengdu'daki panda alanları ve Şangay'daki Üç Boğaz bölgesi. Bu rota, 20 yıl önce çok lezzetli olabilirdi çünkü o zamanlar yerli turist yoktu ancak şimdilerde Çinliler de ülkelerini keşfe çıktığından, büyük bir kalabalığa karışmanız gerekiyor. Yine de tüm zorluğuna rağmen kesinlikle görülmesi gereken bir coğrafya. Eski Çin'in yanında modern Çin de görsel

olarak çok fazla şey vadediyor. Yenilikçi mimari projelerin ve ülkenin sanatsal çabalarının yarattığı silüetler, büyük bir hayranlık yaratıyor. Gündelik yaşamı anlamamanın rotası ise sessiz tapınakları, arka sokakları, halka açık parkları ve geleneksel çay evlerini ziyaret etmekten geçiyor. Bunun için yavaş tempoyu ve zamansız duraklamaları göze almalısınız.

Oldukça köklü bir tarihi olan Çin'in mutfakları da bir o kadar eski. Bin yıllarla değerlendiriliyor. Sosların, pirincin, hamur işlerinin ve sebzenin hakim olduğu mutfakta, hemen her malzeme değerlendiriliyor. Pek çoklarının mesafeli yaklaştığı mutfak, aslında o kadar geniş bir yelpazeye sahip ki, kendinize uygun bir şey bulmamanız imkansız.

Son yılların yükselen güçlerinden biri olan Çin'in üretimdeki başarısı, alışveriş severlerin hoşuna gidecektir. Aklınıza gelebilecek her şeyi bulabilirsiniz, hem de ucuza. Son 30 yılda sanayi, hizmet, üretim ve sosyal yaşam anlamında kendini geliştiren Çin'de bu gelişimi kafanızı çevirdiğiniz her yerde görebiliyorsunuz. İnsan kalabalığı ve sürekli üretimin hakim olduğu dev coğrafya, dev bir arı kovanını andırıyor.



DÜNYA EKONOMİSİNİN İKİ NUMARASI

Amerika'dan sonra dünyanın en büyük ikinci ekonomisi Çin. Bugün "Made in China" yazısı görmeden herhangi bir şey almak, çok nadir olan bir durum. Bu, Amerika dahil, dünyanın her yeri için geçerli. Çünkü Çin, dünyanın hem en fazla ihracat hem de ticaret yapan ülkesi. Her sene, diğer ülkelerin büyüme hızından yüzde 10 daha fazla büyüme gösteren Çin, satın alma gücü paritesi açısından dünyanın en büyük ekonomisi ancak nüfus kalabalığı sebebiyle kişi başına düşen GSYİH baki-

ÇİN ÜLKE PROFİLİ



GSYİH
11,9
TRİLYON DOLAR



KİŞİ BAŞINA GSYİH
8,58
BİN DOLAR



BÜYÜME ORANI
6,9



NÜFUS
1.396.982.000

KAYNAK: IMF- 2017 VERİLERİ



**HER SENE, DİĞER ÜLKELERİN
BÜYÜME HIZINDAN YÜZDE
10 DAHA FAZLA BÜYÜME
GÖSTEREN ÇİN, SATIN ALMA
GÜCÜ PARİTESİ AÇISINDAN
DÜNYANIN EN BÜYÜK
EKONOMİSİ ANCAK NÜFUS
KALABALIĞI SEBEBİYLE
KİŞİ BAŞINA DÜŞEN GSYİH
BAKIMINDAN ABD'NİN
GERİSİNDE KALİYOR.**

mından ABD'nin gerisinde kalıyor. Bugün dünyanın ikinci süper gücü olan Çin, 1950'lerin başında yaşadığı fakirliği beş yıllık planlarla bitirdi. Çok uzun bir süre dışa kapalı bir ekonomi yapısı benimseyen ülkenin ilk zamanlar en önemli sektörünü tarım oluştuyordu. Hâlâ daha ülke GSYİH'nin yüzde 9'u tarımsal faaliyetlerden geliyor ve iş gücünün neredeyse dörtte biri bu sektörde istihdam ediliyor. Ancak 2020'ye kadar bu oranın yüzde 5'e düşürülmesi hedefi var. Pirinç ve buğday ile anılan ülkede, bu ürünler

kâr getirmekten ziyade, yoğun nüfusun besin ihtiyacını karşılıyor. Ülkenin iç kesimlerinde tarım, yoğun bir şekilde yaygınlık göstermesine rağmen Çin, verimli tarım yöntemleri açısından rakiplerinin çok gerisinde ancak hükümet, tarımda modernizasyona gidileceğinin ve bunu da bir sonraki beş yıllık planda devreye alacağını sözünü verdi.

1980'lerin başında kolektif tarımı durdurup özel teşebbüslere izin veren Çin, ekonomisini geliştirmek isteyen her ülke gibi sanayiye yönelmeye başladı ve bugün





baktığımızda, üretim alanında dünya lideri. Dünyada çelik üretiminin yarısını Çin gerçekleştiriyor. Kömür, altın, tuz, gaz, petrol alanında güçlü bir görüntü sergiliyor. Kömüre bağlılığı hat seviyede olan süper güç, yenilenebilir enerji kaynaklarına yönelmeye çalışıyor. Diğer yandan yakın gelecekte gaz kullanımının da yaygınlaşacağı öngörülmüyor ve ülkede petrol rezervleri ve kullanılmamış gaz yatakları varlığı da biliniyor.

Çin ayrıca hidroelektrik üretimi konusunda dünyanın en önemli adaylarından biri.

2012 yılında tamamladığı ve dünyanın en büyük barajı olan Üç Boğaz Barajı, Şangay dahil güney şehirlerinin tamamı için elektrik üretiyor.

Dünyanın en büyük ihracatçısı konumunda olan Çin, dış yatırım konusunda da oldukça rağbet görüyor. Büyüyen orta sınıf ile nüfus kalabalığı birleştiğinde ortaya muazzam bir satın alma gücü çıktı. Hal böyle olunca, batı dünyası da bu büyük ve işlek coğrafyada bir parça pazara sahip olmak için rekabet halinde. Ayrıca sadece sanayi dünyası değil, teknoloji devleri de Çin'in kapısını aralamaya çalışıyor. Facebook ve Google, Çin'e girmeyi hâlâ deniyor. Bir zamanlar taklitçi ülke olması ile ünlü olan Çin, artık teknoloji alanında gerçekleştirdiği atılımlarla adından söz ettiriyor. Silikon Vadisi'ndekine benzer güçlü bir girişimci ruha sahip olan ülke, Alibaba ve Tencent Holding gibi dünyanın en büyükleri arasında yer alan internet şirketlerine sahip. Online oyun, sosyal medya ve e-ticarette, dünyada ciddi bir söz sahibi artık. Çin, ticari drone pazarının da yüzde 70'ini kontrol ediyor. İlk zamanlar batının şüpheli yaklaşımlarına maruz kalmasına rağmen artık teknolojik yenilikleri ile büyük bir hayranlık uyandırıyor.

İmalat sanayiinde de bir dünya markası Çin. Dev tekstil imalat sektörünün yanı sıra makine, gıda işleme, elektronik eşyalar, ulaşım araçları, tüketici mamulleri ve çimento konusunda da büyük bir üretim potansiyeline sahip. Yazılım ve donanımda isim yapmış birçok firma barındıran ülkede, yabancı firmaların elektronik ürünlerinin montajı da ülke ekonomisi için büyük bir girdi. Çin, otomobil üretimi konusunda -hâlâ taklitçilikle itham edil-



TÜRKİYE-ÇİN EKONOMİK İLİŞKİLERİ



2016



2017



2018
(İLK BEŞ AY)

KAYNAK: TÜİK (MİLYAR DOLAR)



se de- büyük bir gelişim gösterdi. Ülkede yerli markaların yanı sıra yabancı firmaların otomobilleri de üretiliyor. Üretilen araçlar en çok Orta Doğu, Afrika, Güney Amerika ve Rusya'ya ihraç ediliyor. Ulaşım, gayrimenkul ve inşaat da ülkenin diğer önemli sektörleri arasında yer alıyor.

ÇİN TÜRKİYE İLİŞKİLERİ

Türkiye ile Çin arasında ilk resmi ve diplomatik adımlar 1970'li yıllarda atılmaya başlandı. 1980'lerde Çin ekonomisinin liberalleşmeye başlamasıyla beraber Türkiye, Çin ile ilişkilerini yükseltmeye başladı. Türkiye'nin son dönemlerde küresel siyasette aktif rol oynamak istemesi ve Çin'in de BM Güvenlik Konseyi'nde bulunan beş vetocu devletten biri olması ve hızla büyüyüp Asya ekonomisine yön vermesi, Türkiye'nin Çin ile iş birliği yapma iştahını daha da kabartıyor.

2002 yılı ile birlikte, Çin'e karşı hem devlet hem de iş çevreleri açısından uzun vadeli ilişkileri hedefleyen politikalar benimsendi. 2010 yılında da stratejik iş birliklerine imza atıldı. İlişkilerin daha da geliştirilmesi adına G-20 ve Şangay İşbirliği Örgütü (ŞİÖ) gibi kuruluşlarda anlaşmalar yapıldı. Bu ilişkilerin ilerlemesinin bir sonucu olarak da Türkiye, üye devlet olmamasına rağmen 2017 ŞİÖ Enerji Dönem Başkanlığı'na seçildi. Tüm bunların sonucunda da Çin,



Türkiye'nin Uzak Doğu'daki en büyük stratejik ortağı haline geldi (Almanya ve ABD'den sonra üçüncü).

İkili arasındaki ticaret hacmi, 2010 yılından sonra büyük bir ivme kazandı ve ekonomik ilişkilerin daha da gelişmesi için iki devlet arasında ithalat-ihracat, yatırımlar ve destekleyici unsurların ele alındığı bir yol haritası çıkarıldı. Bu çalışma ile aradaki ticari açığın kapatılması ve Türkiye'nin daha fazla yatırımcı çekip bölgeye daha fazla ihracat yapması hedefleniyor.

Bu beklentilerin kısa vadede hayata geçmesini beklemek romantik bir duruş olur ancak modern İpek Yolu projesi, ŞİÖ ilişkileri ve Demiryolu Projesi'nde mesafe kat edilerek Türkiye'nin önemli bir lojistik ülke konumuna getirilmesi, bu açığın kapanmasına yardımcı olacaktır. Diğer yandan 2018 yılı, Çin'de "Türkiye Turizm Yılı" ilan edildi. Sene boyunca, ülke genelinde Türkiye'nin tanıtımına yönelik çok sayıda etkinlik organize edilecek. Bu tanıtımların Türkiye'nin turizm potansiyelini artırması ve 2002 yılından bu yana ülkemizi ziyaret eden Çinli sayısının artırılması hedefleniyor. İki ülkenin turizm alanındaki ilişkilerinin gelişmesi için Türk havayolu şirketleri, Çin'e yaptıkları sefer sayılarını ve varış noktalarını da artırmayı hedefliyor.

BİR KUŞAK BİR YOL

Batı dünyası ile etkili bir halkla ilişkiler yürüten Çin, Bir Kuşak Bir Yol adını verdiği modern İpek Yolu girişimiyle, dünyanın geri kalanı ile buluşmak adına sağlam altyapı çalışmaları yapıyor ve Asya çapında ekonominin büyümesini teşvik ediyor. Çin'in karadan ve denizden batıya açılma hamlesi, tarihi yol üzerindeki tüm ülkeler için büyük bir avantaj sağlıyor. Şu ana dek bir trilyon dolar para yatırılan projenin en önemli ayağını Londra ve Pekin'i birbirine bağlayan kesintisiz demiryolu oluşturuyor. Türkiye açısından önemli yatırım ve ticaret fırsatlarının oluşması anlamına gelen İpek Yolu projesi, iki ülke arasında ticaret hacmini de artıracak.

Asya, Avrupa, Afrika ve Orta Doğu'yu lojistik ve ulaştırma ağı ile birbirine bağlamayı hedefleyen proje, küresel ticarete de yön verecek. Çin'in dünyada nüfuzunu artırmak ve dünya ticaretine hakim olmak için başlattığı projede yatırımlar devam ediyor.



2018 YILI, ÇİN'DE "TÜRKİYE TURİZM YILI" İLAN EDİLDİ. SENE BOYUNCA, ÜLKE GENELİNDE TÜRKİYE'NİN TANITIMINA YÖNELİK ÇOK SAYIDA ETKİNLİK ORGANİZE EDİLECEK. BU TANITIMLARIN TÜRKİYE'NİN TURİZM POTANSİYELİNİ ARTIRMASI VE 2002 YILINDAN BU YANA ÜLKEMİZİ ZİYARET EDEN ÇİNLİ SAYISININ ARTIRILMASI HEDEFLENİYOR.





BRICA İSTANBUL ZİRVESİ İPEK YOLU ÜLKELERİNİ İSTANBUL'DA BULUŞTURDU

PEN
CE
RE

SANAYİ VE TİCARET ÖRGÜTLERİNİ BİR ARAYA GETİREN BRICA İSTANBUL ZİRVESİ, TÜSİAD'IN EV SAHİPLİĞİNDE 18-19 EKİM TARİHLERİNDE SWISSOTEL'DE GERÇEKLEŞTİ. CFIE TARAFINDAN DÜZENLENEN ZİRVEYE, FARKLI KITALARDAN HÜKÜMET, İŞ DÜNYASI, AKADEMİ VE SİVİL TOPLUMUN ÖNDE GELEN TEMSİLCİLERİ KATILDI.

S

anayi ve ticaret örgütlerini bir araya getirmeyi amaçlayan BRICA İstanbul Zirvesi, TÜSİAD'ın ev sahipliğinde Çinli muadili Uluslararası Ekonomik Sanayi Federasyonu (CFIE) iş birliğiyle 18-19 Ekim tarihlerinde gerçekleşti. Zirveye, Türkiye ve Çin'in yanı sıra farklı kıtalardan hükümet, iş dünyası, akademi ve sivil toplumun önde gelen temsilcileri davet edildi. BRICA İstanbul Zirvesi'ne (Kuşak ve Yol Sanayi ve Ticaret Birliği) Horoz Lojistik'i temsilen Horoz Lojistik Yönetim Kurulu Başkanı Taner Horoz katıldı.

T.C. Hazine ve Maliye Bakanı Berat Albayrak'ın açılış konuşmasıyla başlayan zirve, TÜSİAD Başkan Erol Bilecik, Çin Halk Cumhuriyeti Ankara Büyükelçisi Yu Hongyang, Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası Başkanı Suma Chakrabarti, TÜSİAD Çin Network Grubu Başkanı Korhan Kurdoğlu ve CFIE & BRICA Başkan Yardımcısı ve Genel Sekreter Xiong Meng'in konuşmalarıyla devam etti. Kuşak ve Yol Girişimi oturumuyla başlayan zirve, "Türkiye, Kıtaların Geçiş Noktası", "Kuşak ve Yol Girişimi Perspektifinden Bölgeler/ Kıtalar", "Dijital Kuşak ve Yol" konularıyla devam etti.

Zirvenin ikinci günü finans, lojistik ve akıllı şehirler konuları ele alındı ve programın ikinci oturumunda lojistik sektöründe BRI kaynaklı fırsatlar ve zorluklar tartışıldı. Akıllı lojistik, yeni teknolojiler, verimli hizmetler ile ilgili paylaşımların yanı sıra demiryolu, kara, deniz ve

hava yolu taşımacılığının mevcut durumu, gelişimi ve BRI ülkeleri arasında gümrük uyumu da konuşuldu.

"ÖZEL SEKTÖR DEMİRYOLU TAŞIMACILIĞI GELİŞTİRİLMELİ"

"Taşımacılık ve Lojistik" oturumu, Koç Üniversitesi Denizcilik Forumu Direktörü Cem Gürdeniz'in moderatörlüğünde gerçekleşti. Taşımacılık ve Lojistik oturumuna konuşmacı olarak katılan Horoz Lojistik Yönetim Kurulu Başkanı Taner Horoz soruları yanıtladı. BRI ülkeleri içerisinde önemli bir role sahip olan Türkiye'nin projeye sağlayacağı katkılar, lojistik sektöründe yeni teknolojilerin uygulanması konusuna ilgili bilgi veren Taner Horoz, "İnternet altyapımızın yeterli olduğunu, demiryollarına özellikle yolcu taşımacılığının sonrasına bırakılan demiryolu yük taşımacılığı için ray ve sinyalizasyon yatırımlarına ağırlık verilmesi ve bununla birlikte Türk özel sektör demiryolu taşımacılığının geliştirilmesi gerektiğini aktardı. Son yıllarda büyük yatırımlar yapılan Türk limanları, denizyolu taşımacılığını, artan hacimler sayesinde doğrudan seferlerle de transit liman olma özellikleri kazandırarak hızlandırıp, ucuzlatacağını ve Çin'in Kumpot'a yaptığı yatırımın bunun en önemli göstergesi olduğunu paylaşan Taner Horoz, konuşmasının devamında yeni yapılan havalimanının hızlı teslim süreli ürünler ve kilit komponentler için çok önemli bir hava koridoru oluşturacağını vurguladı.

PEN
CE
RE



PEN
CE
RE

KAHVE
MOLASI



“YETENEKLERİM VAR AMA ENDER DEĞİLİM”



**ĞUR
YÜCEL**

RÖPORTAJ: PERİ ERBUL
FOTOĞRAFLAR: UĞUR YÜCEL ARŞİVİ



Muhsin Bey'deki Ali Nazik ile geniş kitlelere tanıttı kendini. Arabesk ve Eşkiya filmlerinde hayranı olduk. Her giriştiği projede daha da sevdirdi kendini, derken sinemaserverlerin fenomeni oldu. Senaristlik, yönetmenlik, film müzikleri, yapımcılık, seslendirme... Anladık ki, sadece başarılı bir oyuncu değil, tek başına bir "ekip"ti. Ancak tüm bu komplikasyonun altında şişkin bir ego değil, Anadolu hikayeleri kadar samimi ve açık bir gönül adamı var. Siz istediğiniz kadar övmeye çalışın. O, bu övgülerin nereye kadar gelmesi gerektiğini biliyor. "Evet, yeteneklerim var ama ender bir vaka değilim" diyerek övgülere koyduğu sınırı anlatmaya çalışıyor. İzleyicide olduğu gibi kendisini karanlık rollerde görmeyi daha çok sevdiğini ifade eden Uğur Yücel, bunu her fırsat bulduğunda en güzel şekilde yansıtabilmesindeki becerinin de o karanlık dünyaları tanıyıp bilmesinden kaynaklı olduğunu söylüyor: "Oynadığım karakterlerle aynı mahallenin çocuğuyuz..."

Başrol oyunculuğu, yönetmenlik, senaristlik, film müziği yapma, yapımcılık, film kurgusu hazırlama, dublaj... Kendinizde gördüğünüz eksikler var mı hâlâ?

Eksik olanı gördüğünüzde ilerleme oluyor. Tamam, dediğinizde gerileme devri başlıyor. Durduramadığınız tek şey kronometre. O, hep saliselerce ilerliyor. Takip edilmeye-

cek bir hızda akıyor hayat. Bir akıntılı su... Bu akıntıda ya suyun içinde olacaksınız ya da kıyıda akıntıyı seyredeceksiniz. Artist akıntıya kapılmıştır. Kıyıda kiler seyircidir. Kafanız suyun üstünde süratle yüzüyorsanız bu seyri güzel bir şey. Batıp boğulursanız, bu seyredenin haz duymayacağı bir şeydir. Seyirci, bu durumda olmak istemese de yine de seyreder.

"Kariyer hiç dert etmediğim ve kullanmadığım bir sözcük" diyorsunuz. Peki, sanat hayatınızda imza attığınız ve saygı uyandıran tüm bu başarılı işleri nasıl tanımlıyorsunuz? Öyle işler varsa bu kariyeristlikle ilgili değil. Doğru bir role denk geldiysen, onunla yatıp kalkmalısın. İnsan yemek pişirme yeteneğinde ve lezzetindeyse onun için tencere, malzeme ve altı yanan bir ateş tamamdır. Pişirirken başka hiçbir dünya yoktur. Sadece oradasınızdır. Yemeği masaya koyduğunda birilerinin 'çok güzel olmuş' dedikleri yer, "final". Herkes iştahla yerken onları seyretme sırası sizdedir. Eğer iştahsız biriyeniz yemek iyi çıkmaz.

Bizde, sanatın her dalı için, "ender" kavramı çok fazla kullanılıyor. Siz de izleyici tarafından "ender" topluluğunun içinde yer alıyorsunuz. Belki kullanılan kişi için onur verici ama büyük bir kayıp da var ortada. Neden bu kadar eksikiz?

Her insanın içinde bir bilge vardır. Kimbilir

TAKİP EDİLMEMEYECİK BİR HIZDA AKIYOR HAYAT. BİR AKINTILI SU... BU AKINTIDA YA SUYUN İÇİNDE OLACAKSINIZ YA DA KİYİDA AKINTIYI SEYREDECEKSİNİZ. ARTİST AKINTIYA KAPILMIŞTIR. KİYİDAKİLER SEYİRCİDİR.





BENİM ŞANSIM BENİ FARK
EDEN BİR AİLEDEN ÇIKMAM.
BENİM DE BİLMEDİĞİM
NEDENLERDEN BAZI
YETENEKLERİM VAR. AMA
ENDER BİR VAKA DEĞİLİM.



keşfedilmemiş ne büyük yetenekler hayatlarını bir banka bilgisayarında tüketiyordur, yaşadığımız anda. Benim şansım beni fark eden bir aileden çıkmam. Benim de bilmediğim nedenlerden bazı yeteneklerim var. Ama ender bir vaka değilim.

“Keşke daha fazla görebilsek” deriz biz izleyiciler, sizin gibi sanatçılar için... Ancak sizlerin yarattığı hissiyat rolden köşe bucak kaçmaya benziyor. Ama iş kabul edilip oynamaya başladığınızda da “Bu iş gerçekten çok seviyor” diyoruz. Yanlış mı hissediyoruz, yanlış yerlere mi bakıyoruz görmek için..?

Benim dünyada bildiğim birkaç büyük yeteneğin hiç görünmek isteği yok. Projisizlikten. O biliyor oranın neresi oldu-

ğunu ama kendi üretemiyor. Tasarım bekliyor. Çünkü bu bir paket halinde gelmiyor insana. “Al bunu da koyduk. Ha bir de bu var, atlama. Unutma ki, şu da var” demiyor hayat sana. Kafeste bir hayvan gibi koku bekliyorsun. Sahibinin kokusu. Gelip kafesi açıp seni odaya bıraktıysa, muhabbet kuşu oluyorsun. Mutluyum şimdi diyorsun. Artistin ortaya çıkması buna benzer. Bir sebeple ortaya çıkıyorsun ve kanatların açılıyorsa mutlusun.

Siz senaristlik de yapmış birisiniz. Bir araya geldiğimiz her ismin en büyük derdi senaryo. Dünya sinema ve dizi sektörü son yıllarda bu alanda epey bir yol kat etti. Bizdeki sorun nedir? Bu coğrafya yeterince birikimli bence...

Bu topraklar üzerinde mitoloji, efsaneler, felsefeler, tragedya, komediler doğmuş. Aynı coğrafya aynı güneş aynı mevkii. Tam oradayız, bütün koordinat burayı gösteriyor. Ama senaristimiz çok az. Tam da şu nedendendir, diyemem. Edebiyat, felsefe, akıl, bunlar hiç olmasın istenmiş. Hiciv ceza görmüş. Edebiyat zulüm görmüş. Hikayeler, masallar ülkesinin senaryosu çıkmıyor. Keşke tam olarak sorun ne bilebilsem. Çok karmaşık.

Ekim ayında final yapan Nefes Nefese’de hem yönetmenlik hem de oyunculuk yaptınız. Yönetmen olarak Uğur Yücel’in performansını nasıl değerlendirdiniz?

Ben dizinin oluşum sürecinde bulunmuşum sadece. İlk bölümü yönettim, ikinci bölümden bazı sahneler de çektim sonra bıraktım arkadaşlara. Yönetmen olarak kendime iyi bakmıyorum. Bu ikisi bir arada olmamalı bence.

Nefes Nefese’de de karanlık yönü güçlü bir karaktere hayat vermiştiniz. Sanırım izleyici sizi bu tür rollerde daha çok seviyor. Peki ya siz?

Evet, izleyici tonton, şefkatli babadan ziyade çok sert ve karanlık karakterleri seviyor bende. Bunu anlayabiliyorum. Bu tür karakterleri ben de seviyorum. Özellikle, ne yapacağı belli olmayan karanlık adamları.

Bugüne dek çok fazla sert karakter oynadınız. Soğuk, Yazı Tura, Benim Dünyam, Nefes Nefese’de olduğu gibi. Bu sertliği dışa vurduran nedir?

Hayat bilgisi. O dünyaları biliyorum. Mahalle çocuğuyum. Sokaktan geliyorum. Ama o vurdu kıldının altından hep bir hikaye çıkıyor. Şiddete fırsat aramıyorum. İmrenmiyorum da. “Şöyle bir şiddet filmi tasarlasam...” dediğim olmuyor. Aksine testosteron toplumundan da hiç hazzetmiyorum. Esrarengiz olana merakım var. Dehlizlerden şiddet çıkıyor.

Yakın zamanda yeni bir senaryo veya film olacak mı? Bir aralar, Neşat Ertaş biyografisi yazıyordunuz. Proje hâlâ güncel mi?

Neşat Ertaş biyografisi tretmanı bitmiş, senaryosu yarılanmış bir iş. Bazı pürüzler çıktı. Hallolacak sanırım.

Peki müzik, o ne zaman yeniden faal olacak? Gemide ve Laleli’de Bir Azize’den

sonra bir daha yapmadınız. Sevdiğinizi de söylüyorsunuz...

Başka filmlerin de müziklerinde bulundum, yönetmen olduğumdan dolayı... Dışarıdan baktığımda ne yapılması gerektiğini görüyorum. Müzisyenleri yönlendiriyorum.

Son olarak, hayata hangi pencereden bakıyorsunuz?

Mesela hayata pek bakmak istemiyorum. Benim gördüklerimle insanların çoğu, hatta akıllı başında insanlar dahi ilgilenmiyorlar. Ama o pencerede yalnız değilim. Benim gibi bakan başkaları da var. Hayatın bütün gerçekleri önümden geçiyor ve ben perdeyi örtüyorum.



Filmografi

Manevra (2018)
Nefes nefese (2018)
Familya (2016)
Yaktın Beni (2015)
Aramızda Kalsın (2014)
Benim Dünyam (2013)
Aşk ve Ceza (2011)
Ejder Kapanı (2010)
Canım Ailem (2010)
Aşka Ruhunu Kat (2009)
Seni Seviyorum New York (2008)
Hayatımın Kadınının (2006)
Hırsız Polis (2005)
Alacakaranlık (2003)
Karanlıkta Koşanlar (2001)
Balalayka (2000)
Eşkiya (1996)
Aziz Ahmet (1994)
Arabesk (1988)
Muhsin Bey (1987)
Teyzem (1987)
Selamsız Bandosu (1987)
Milyarder (1986)
Aşık Oldum (1985)
Fahriye Abla (1984)



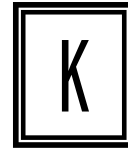
KAHVE
MOLASI
PENCERİ

YAZAN: DOÇ. DR. OKAN DURU
FOTOĞRAFLAR: KENAN ULUSOY

APONYA'NIN RUHU KYOTO



GÖZLERİNİZİ KAPATIP JAPONYA'YI HAYAL ETTİĞİNİZDE MUHTEMELEN KYOTO'YU RESMEDİYORSUNUZ DEMEKTİR. YÜCE ZEN BAHÇELERİ, GİZEMLİ BUDİST TAPINAKLARI, RENKLİ ŞİNTO MABETLERİ, ZARİF GEYŞALAR... ŞÜPHEŞİZ Kİ, KYOTO, BİR GEZGİN İÇİN DÜNYANIN EN ÖDÜLLENDİRİCİ ŞEHİRİ VE KESİNLİKLE HERKESİN HAYATINDA BİR KERE GÖRMESİ GEREKEN BİR YER.



Kyoto, Japonya'nın başkenti ve imparatorun ikametgahı olarak 794'ten 1868'e kadar hizmet vermiş. Kyoto'nun Japonca'daki anlamı da "başkentler başkenti" demek. Ülkenin en büyük 10 kentinden biri olan Kyoto, bir buçuk milyonluk bir nüfusa sahip. Osaka ve Tokyo ile kıyaslandığında oldukça küçük bir şehir. Kyoto; Nara, Osaka, Shiga şehirlerinin de içinde yer aldığı Kansai bölgesinde yer alıyor. Bu arada Japonya'da şehirlere daha doğrusu idari birimlere "prefektörlük" deniyor. Kyoto prefektörlüğü gibi...

Kyoto sokaklarında yürümeye başladığınızda her sokaktan, her binadan, ağaçlardan, günlük yaşamdan buram buram tarih kokusu solumaya başlıyorsunuz. İki binden fazla atmosferik tapınak, tarihi evler, yapılar, eski devasa bahçelerle dolu bir şehir burası. İkinci Dünya Savaşı sırasında, Japonya'nın pek çok şehri tahribata uğramıştı. Atom bombası atılacak şehirler arasında Nagazaki ve Hiroşima ile beraber Kyoto da yer alıyordu ancak şehir, tarihi değerleri sebebiyle son anda listeden düşmüş ve büyük bir yıkımdan kurtulmuş. Kyoto, dünyada, en iyi korunmuş tarihi şehirlerden biri. 1994 yılından beri de UNESCO koruması altında bulunuyor. Japonya'nın modern yüzünü yansıtan başkent Tokyo'ya nazaran Kyoto, ülkenin geleneksel yüzünü yansıtıyor. Hatta ülkenin geleneksel ve tarihi dokusuna insanlar da geleneksellikle cevap veriyor. İnsanlar, rengarenk kimonoları ile sokaklarda dolaşıyor. Nedenini sorduğumda "devletin teşviki" olduğunu öğrendim. Devlet, kimono giyip gezen kişilere, hayır diyemeyecekleri avantajlar sunuyormuş. Kimonolu insanların sokaklarda yarattığı rengarenk ve tarihi görüntüyü karelemeyi ihmal etmeyin. Fotoğraf çekilmek çok hoşlarına gidiyor, özellikle de toplu olarak. Hiç hayır ile karşılaşmadım. Muhtemelen size de gülerek evet, cevabı vereceklerdir.

Japonya'nın modern yüzünden biraz daha uzakta duran bu kültür başkenti, hâlâ pek çok sanatın ve zanaatın geleneksel yöntemlerle nesilden nesle, en canlı şekilde aktarıldığı yer. Gion ve Nishijin bölgelerinde bu gelenekselliği en güzel şekilde gözlemleyebilirsiniz. Gion ve Nishijin, Kyoto'nun eski tekstil bölgeleri. Geleneksel Japon evlerinin (machiya) süslediği sokaklarda tofu satıcıları, çay tüccarları, Japon el yapımı kağıt





ZEN BAHÇELERİ

Japonya'nın Uzak Doğu kültürüne dair ortaya koyduğu en ilginç eser bu bahçeler. Bahçe kültürü konusunda oldukça gelişmiş olan ülkede, Zen Bahçeleri ayrı bir yerde duruyor.

(washil) üreticileri ve satıcıları, el işi bakır çay kutuları (chazutsu), indigo boyalı perdeler eski ülke yaşantısını en güzel şekilde gösteriyor. Hediyeelik eşya düşünenler için oldukça başarılı bir bölge. Bu arada tofular çok lezzetli.

Japonya denince, hepimizin aklına gelen bir zanaat daha var: Geyşalık. Bu tür,

neredeyse kalbolmaya başlamış. Hatta Japonya'nın pek çok yerinde terk edilmiş bile ama Kyoto'da henüz değil. Şehir, bu kültürün en yaygın yaşadığı yer. Kyoto'da en iyi Geyşa okulları Gion bölgesinde yer alıyor. Geyşalığın yaygın ve çok önemli olduğu 1920'lerde, bu bölgede yaklaşık 100 bine yakın Geyşa bulunuyormuş. Şim-





FUSHİMİ INARİ TAPINAĞI

Fushimi, Inari Dağı'nın üzerinde kurulu, 900'lerden kalma bir Şinto tapınağı. Japonya'nın dört bir yanına dağılmış 30 binden fazla Inari tapınağının genel merkezi.

dillerde ise bu rakam binden bile azmış. Japonya'da artık genç kızlar Geyşa olmak istemiyor. Çünkü çok zor bir süreç ve daha özgür olmak istediklerini belirtiyorlar. Diğer yandan Geyşa olmak çok pahalı bir zanaat. Bir Geyşa'nın giydiği -gerçekten kaliteli- bir kimononun fiyatını soruyorum; aldığım cevap yaklaşık 30 bin pound. Kaldı ki, bir Geyşa gardırobunda en az 10-15 kimono bulundurmalıymış. Yine de Kyoto için Geyşalık çok önemli ve Geyşa olma sürecini hâlâ gelenekler doğrultusunda gerçekleştiriyor.

"DÜNYANIN EN GÜZEL ŞEHİRİ"

Pek çok kere "dünyanın en iyi, en güzel şehri" seçilmiş Kyoto. Elbette, güzellik çok değişken bir kavram. Şimdi elinize başka bir şehrin resmini alıp Kyoto ile kıyaslasanız diğeri daha güzel gelebilir. Ancak gidip görmüş biri olarak şunu söyleyebilirim ki; Kyoto'nun güzelliğinin fotoğraflarda göremeyeceğiniz bir yanı var: Gizlilik, gizem. İtalyan fotoğraf sanatçısı Fasco Maraini, bunu en güzel şekilde özetliyor: "Kyoto'nun dünyanın hiçbir yerinde bulamayacağınız bir güzelliği var. Avrupa ile Uzak Doğu arasındaki temel fark, Avrupa'nın güzelliklerini en açık şekilde yaşaması, Uzak Doğu'nun ise en gizli şekilde sunması." İşte Kyoto da az



YASAKA SHRİNE

1300 yıl önce kurulan Yasaka, Japonya'nın en meşhur tapınaklarından biri. Her yıl Temmuz ayında kutlanan Gion Festivali burada yapılıyor. Festival bir ay sürüyor.



keşfedilir bir güzellik sunuyor.

Bahar mevsiminde kiraz çiçeklerinin altında doğayı yeşil, pembe ve beyaz yaşayan bu şehir, sonbaharla beraber renk değişir. Kırmızının, sarının binlerce tonu kendi hakimiyet dönemini yaşamaya başlar. Ancak her dönem şehre huzur ve sakinlik hâkimdir. Eğer eğlence arıyorsanız Kyoto size uygun olmayacaktır. Sizin Japon şehriniz Osaka'dır. Burada dinlenip en yavaş şekilde hareket etmek lazım. Kyoto'da da birkaç bar ve gece kulübü mevcut ancak inanın, sokaklar daha renkli ve çekici.

Kyoto mutfak da bir başka keyif. Mutfak, Japon mutfağının bir yansıması. Az yağ, az baharat, bol suşi ve deniz lezzetleri. Kyoto'da yemek yiyebileceğiniz üç önemli bölge var: Gion, Nishiki Market ve Pontocho. Gion'un tarihi restoranlarında Japonya'nın hemen tüm geleneksel yemeklerini tadabilirsiniz. Nishiki ise suşi cenneti. Bolca pasajın bulunduğu bu bölgede her türlü suşi mevcut. Gion ile Nishiki arasında kalan Pontocho'da ise tasarım harikası Japon restoranları yer alıyor. Bu üç bölgede hatta Kyoto'nun tamamında yemeğe dair ilk bilmeniz gereken şey yemeklerin ne olduğu. Ne yiyeceğinizi bilmeniz lazım. Fiyat ve menü zaten kapıların üzerinde asılı. Ayrıca Gion ve Pontocho bölgesindeki bazı restoranlar Japon çay seremonisi de yapıyor. Restoran fiyatları 2 bin ile 4 bin Yen arasında değişiyor ancak bu fiyata Geyşa gösterisi dahil değil!

GÜZEL AMA PAHALI

Kyoto'ya ulaşmak için Osaka'da bulunan Kansai Havaalanı'nı kullanmanız gerekiyor. Özel bir tren olan Haruka ile 70 dakika sürüyor. Rapid treni ile aktarma ise bir buçuk saat sürüyor. Japonya genel olarak pahalı bir yer olduğundan, gitmek istediğiniz her noktaya toplu taşıma ile ulaşmaya çalışmanızda fayda var. Devletin yaptığı endüstriyel yatırımlar ve altyapıdaki gelişmişlik size bu imkanı sununa kadar sunuyor. Kyoto çok gelişmiş bir ulaşım ağına sahip olduğundan, yeşil otobüslerle istediğiniz yere kolaylıkla ulaşabilirsiniz.

Kansai bölgesinin diğer önemli bir şehri olan Osaka, sahip olduğu tren istasyonu ile her türlü noktaya ulaşım olarak sağlıyor. Şunu da eklemek isterim, buraya gelen turistlerin büyük bir kısmı bu istasyon etrafındaki konaklama alanlarını kullanıyor hem daha ucuz hem sevkıyatı başarılı olduğundan. Kaldı ki, Kansai'ye gelen gezginler sadece Kyoto'yu değil, tüm bölgeyi de gezmeyi tercih ediyor. Ancak paranız var ve zamanınız Kyoto ile sınırlı ise, konaklama için Gion bölgesini tercih etmelisiniz. Bu tarihi bölge zaten gezi listenizde yer alıyor olacak.



JAPONYA'NIN MODERN
YÜZÜNDEN BİRAZ DAHA
UZAKTA DURAN KÜLTÜR
BAŞKENTİ KYOTO, HÂLÂ
PEK ÇOK SANATIN VE
ZANAATIN GELENEKSEL
YÖNTEMLERLE NESİLDEN
NESLE, EN CANLI ŞEKİLDE
AKTARILDIĞI YER.



ATAOL BEHRAMOĞLU



“TOPLUMUN ZOR ZAMANLARINDA ŞİİR DESTEKÇİDİR”

Toplumcu şiirin usta kalemlelerinden biri Ataol Behramoğlu. Şair, yazar, çevirmen ve öğretmen olarak var olduğu edebiyat hayatında yarım asrı devirdi. Şiir, deneme, anı, gezi, tiyatro, roman alanlarında yazdığı pek çok eserin yanı sıra Rus edebiyatının çok sayıda önemli eserinin Türkçe'ye kazandırılmasını sağladı. Pek çok şiiri bestelendi ve müzik dünyasına kazandırıldı. Çocukluğundan bu yana şiirle iç içe yaşayan ve bu durumu yaradılışı olarak tanımlayan Türk edebiyatının duayen ismi Ataol Behramoğlu ile dergimiz Pencere için bir araya geldik, edebiyatı, şiiri ve edebiyatın yarınını konuştuk.

Edebiyatta yarım asrı devirdiniz. Bu zaman zarfında edebiyat, şiir ve siz nasıl bir değişim yaşadınız?

Kişisel ve toplumsal olgulara bağlı olarak değişim, doğal bir süreçler ve oluşumlar toplamıdır. Kuşkusuz herkes ve her şey değişir. Sorun, bu değişimin hangi yönde olduğudur. Öyle sanıyorum ki, ben çocukluk ve ilk gençlik dönemlerimde sahip olduğum kimi duygularıma ve değerlerime bugün de sahibim. Bunların en başında da adalet duygusunun geldiğini söyleyebilirim.

Şiir, kendi özünde politik bir olgudur, diyenler var. Ama şiirin politikliğini gündeme, güncele, şahsa doğrudan bağlamak doğru mu? Bugün çok fazla iktidar efekti olarak duruyor.

Yerine, duruma, zamana göre bir sisteme ya da kişiye yönelik hiciv ve eleştiri niteli-

ğinde politik şiirler de yazılır, yazılmıştır, yazılacaktır.

Toplulum içinde olduğu zor zamanlarda şiir nasıl bir destekçi olabilir?

Uyararak, aydınlatarak, cesaret vererek... Bunları başarmaya en yetenekli sanat türü şiirdir.

Şiir-müzik dinletileri çerçevesinde Anadolu gezmeleri devam ediyor mu? İlgisi nasıl?

Dinletilerimiz yaklaşık 20 yıldır devam ediyor ve sahnede durabildiğim sürece de devam edeceğimi umuyorum. Muhteşem bir ilgi görüyoruz. Bizim insanımız, şiirde hakiki, samimi ve ustaca söylenmiş olanı seviyor.

Bu gezmeler aynı zamanda size inceleme fırsatı da sunuyordur. Ülkemizde toplum-şiir ilişkisi nasıl?

İnsanımız öğrenmeye açık. Dinletiler sırasında çok yararlı, çok anlamlı söyleşilerimiz de oluyor. Kaldı ki, biz de öğreniyoruz onlardan. Özellikle de okul dinletilerinde ilk ve ortaokul çağında çocuklarımızdan çok fazla şey öğreniyoruz. Olağanüstüler...

Günümüz edebiyatında ve eğitiminde şiir nerede duruyor?

Şiir, kendisinden pek de anlamayan öğretmenlerin, yayıncıların ve para kazanmaktan başka hedefleri olmayan kitap satıcılarının elinde duruyor...

Şiir okunmuyor, şiir bitti gibi sözler duyuyoruz çevreden. Bunun aslı astarı nedir?

Bu durumda, yeterince okunmadığı kesin. Fakat sosyal medyadaki sayısız paylaşımla

“ŞİİR, KENDİSİNDEN PEK DE ANLAMAYAN ÖĞRETMENLERİN, YAYINCILARIN VE PARA KAZANMaktan BAŞKA HEDEFLERİ OLMAYAN KİTAP SATICILARININ ELİNDE DURUYOR...”





GÖĞSÜME BİR İSTANBUL ÇİZİYORUM
BAŞPARMAĞIMLA, KELEBEK BİÇİMİNDE
ÇOCUKMUŞUM GİBİ AYNANIN ÖNÜNDE
YÜZÜMÜ SAÇLARIMI OKŞUYORUM

EY SOKAKLARINDA YILLARCA AVARE DOLAŞTIĞIM
İÇİNDE İLK AŞKIMI YAŞADIĞIM KÜÇÜK ŞEHİR
UMUTSUZ AKŞAMLARIMDA SESİNİ DUYDUĞUM LİR
SİHRİNDE İLK ACIYI TATTIĞIM

yine de şiire büyük ilgi ve gereksinim olduğunu gösteriyor. Roman paylaşmıyor internette ama şiir paylaşıyor.

Günümüz genç şairleri ile alakalı ne düşünüyorsunuz? Onlarla bir araya geliyor musunuz?

Onlar beni, ben onları severim. Her zaman olduğu gibi bugün de yetenekli çocuklar eksik değil.

Siz çeviriler yapmış birisiniz. Peki, şiir çevirilebilir mi, dahası duygu çevrilebilir mi? Bir dilde dile getirilmiş olan duygu bir başka dilde niye dile getirilmesin? Tabii, şiiri çevirecek olan kişi şairse ya da şairce bir duyarlılığa sahipse ve her ki dili de iyi biliyorsa...

Şair, öğretmen, yazar, çevirmen. Tamamı edebiyatın çevrelediği meslekler. Sanki bunların tek birinde var olursam tam öğretemem, anlatamam demişsiniz gibi. Neden arada farklı bir alan yok?

Arada hobiler var, müzik ve spor gibi. Ergenlik yıllarımdan beri bağlama çalardım, son birkaç yıldır piyano öğrenmeye çalışıyorum, sporun neredeyse her türünü amatörce denedim, birkaç yazdır da rüzgâr sörfü yapıyorum. Hepsini de büyük haz alarak yapıyorum.

Siz farklı ülkelerde de şiire ve edebiyata hizmet verdiniz. Kendi ülkenizin sınırlarından çıktığınızda şiir ve edebiyat da değişiyor mu, sizin duygu ve düşüncelerinizin içinde?

Farklı ülkelerde farklı bilgiler, gözlemler ve duygularla, düşünce ve duygu dünyanız zenginleşir.

Son olarak hayata hangi pencereden bakıyorsunuz?

Öğrenmek, çalışmak, sevmek, özetle doğru yaşamak benim yaşam felsefem. Tüm bunlar yaşamın temel gereksinimleri.

PEN
CE
RE





TÜRKİYE'NİN 'MEYVE VEREN' TOPRAĞI MERSİN



HİTİTLER'DEN OSMANLI'YA KADAR 10'UN ÜSTÜNDE KAVİME EV SAHİPLİĞİ YAPAN MERSİN, KÜLTÜR ZENGİNLİĞİNİ BUGÜN DAHI YAŞATAN ŞEHİRLERİN BAŞINDA GELİYOR. MERSİN; KÜLTÜR VE TURİZM ŞEHİRİ OLMAKLA BİRLİKTE, TARIM ÜRÜNLERİYLE DE ÜLKE EKONOMİSİNE BÜYÜK KATKI SUNUYOR. TÜRKİYE MEYVE ÜRETİMİNİN YÜZDE 11,8'İNİ KARŞILAYAN MERSİN, YAŞ SEBZE-MEYVE İHRACATININ DA YÜZDE 20'SİNİ GERÇEKLEŞTİRİYOR.

Manavdan aldığınız bir yerli muzun veya limonun Mersin'den geliyor olma ihtimali yüzde 70'tir. Çünkü Türkiye'nin en önemli tarım kentidir Mersin.

Türkiye meyve üretiminde yüzde 11,8 ile en büyük pay Mersin'e ait. Ülkenin yaş sebze ve meyve ihracatının beşte birini, bölge çiftçileri gerçekleştiriyor. En fazla yaş sebze ve meyve ihracatı yapan şehir konumunda olan Mersin'in yıllık yaş sebze ve meyve ihracatı 440 milyon doları buluyor. Bir tarım kenti olan Mersin'deki sanayinin geçmişi ise iki asır öncesine dayanıyor.

1.8 milyonluk nüfusa sahip kentin son üç yıldaki nüfus artış ortalaması, yüzde 12 seviyesinde. Mersin'deki işyeri sayısındaki artış, Türkiye ortalamasının üstünde olmakla beraber, Aralık 2017 verilerine göre kentte 38 binin üstünde işyeri bulunuyor.

Mersin'de daha çok mikro ve küçük ölçekli firmalar dikkati çekiyor. Orta ölçekli fir-

maların toplam pastadaki oranı yüzde 11 seviyesindeyken, büyük ölçekli firmaların oranı sadece yüzde 2. ISO 500'de altı, ISO 1000'de ise dokuz firması bulunuyor.

Bölgede 15 adet küçük sanayi sitesinin yanı sıra iki adet de OSB bulunuyor. İki OSB'de toplam 200 firma aktif üretime devam ederken, 30 firmanın da tesis yatırımı devam ediyor. Mersin Serbest Bölgesi'nde ise 473 firma faaliyet gösteriyor ve bölgedeki firma sayısı her yıl artıyor.

MERSİN'İN İHRACATI ARTIŞTA

2017 yılını 1.5 milyar dolarlık ihracat geliriyle kapatan Mersin'in en önemli ihracat pazarı Orta Doğu. Fakat bölgenin içinde bulunduğu durumdan dolayı oluşan pazar kaybı, 2017 yılında Avrupa ve Rusya pazarları ile kapanmışa benziyor. 2017 yılında ihracatını yüzde 15 artıran kentin sadece Rusya'ya ihracatında yüzde 58 artış yaşandı.

SAYILARLA MERSİN



%1
TÜRKİYE
İHRACATINDAKİ PAYI



1.5 MİLYAR DOLAR
2017 YILI İHRACATI



38 BİN
MERSİN'DE BULUNAN
İŞYERİ SAYISI



1.339
İHRACAT YAPAN
FİRMA SAYISI



%2
BÜYÜK ÖLÇEKLİ
FİRMALARIN ORANI



%10.7
İŞSİZLİK ORANI



%44,6
İSTİHDAM ORANI



130
İHRACAT YAPILAN
ÜLKE SAYISI

Türkiye ihracatının yüzde 1'ini yapan kentin, ülke ithalatındaki payının yüzde 0.6 olduğu düşünüldüğünde, cari fazla veren bir şehir olduğunu görebiliriz. Mersin en fazla ihracat yapan 14. şehir konumunda.

130'un üstünde ülkeye ihracat yapılan kentin, 2017 yılında ihracatçı firma sayısı bir önceki yıla göre yüzde 10 artarak, 1.339'a ulaştı. İthalatçı firma sayısı ise yüzde 6'lık artışla 944'e yükseldi. İthalatçı firma sayısı ile 10. sırada yer alan Mersin, ihracatçı firma sayısı ile 9. sırada yer alıyor. Geçen yıl 10 milyon doları yabancı yatırımcılar tarafından olmak üzere bölgeye 25 milyon dolarlık yatırım yapılmış.

Mersin'in bir ihracat kenti olmasında, sahip olduğu modern limanın büyük payı bulunuyor. Yılda 4 bin 350 geminin yanaştığı liman, Türkiye'nin en yoğun dördüncü limanı. Limanda 2017 yılında 1.55 milyon TEU konteyner, 34 milyon ton yük elleçlendi. Türkiye'nin en büyük ikinci konteyner limanı olan Mersin'den; İtalya, Mısır, Libya ve Suriye'ye yapılan Ro-Ro seferleri ile kent, dünya ticaretine bağlanıyor.

HAVAALANI MERSİN'İ UÇURACAK!

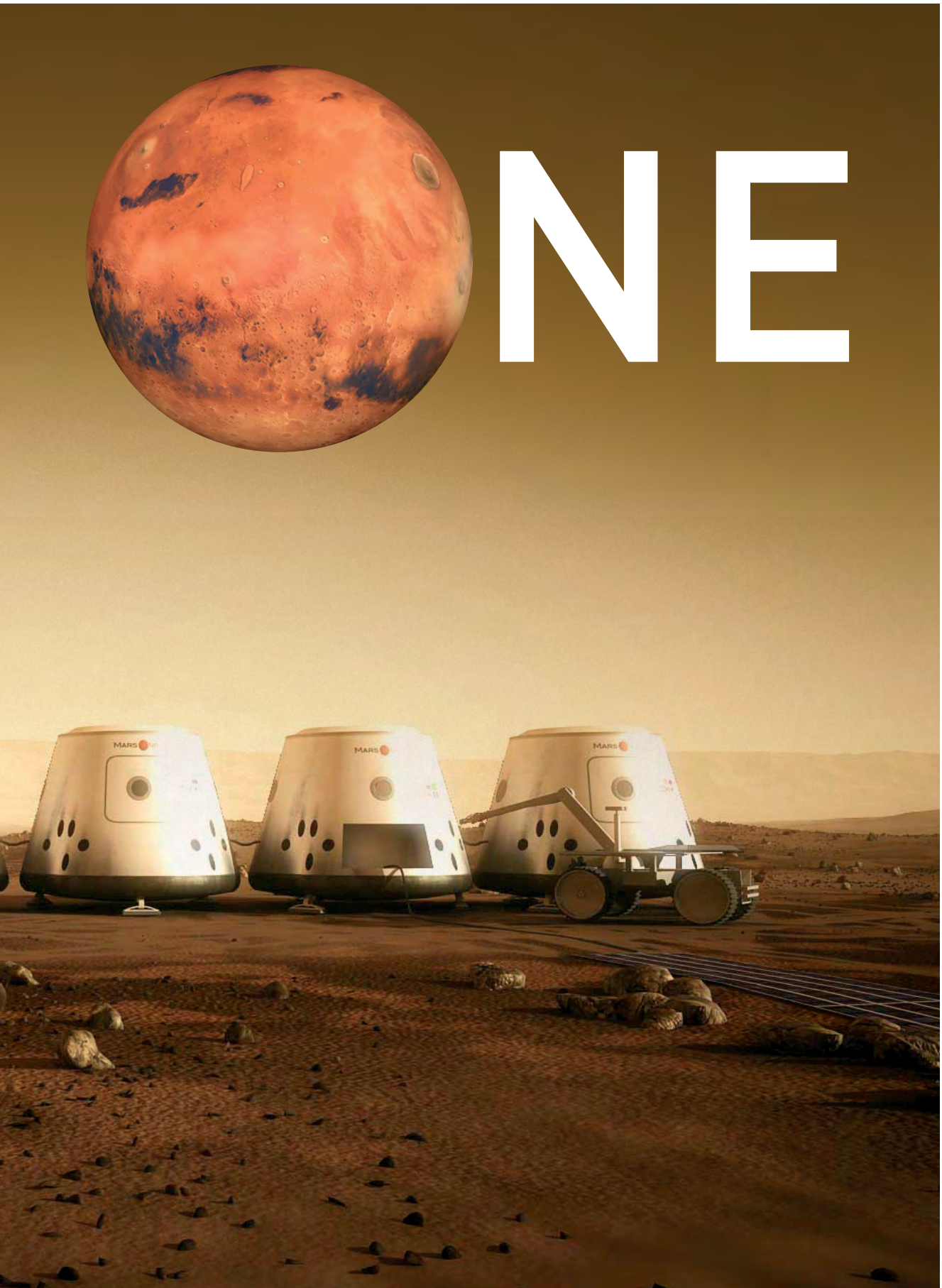
Sahip olduğu stratejik konum, liman ve altyapı imkanlarına rağmen Mersin'in ekonomik açıdan hala potansiyelinin altında olduğuna inanılıyor. En büyük dezavantaj olarak da kentte bir havalimanının bulunmaması gösteriliyor. 2013 yılında başlamasına rağmen bitirilemeyen ve 2020 yılına kadar hizmete girmesi beklenen Çukurova Havalimanı ile kentin büyük sıçrama yapacağına inanılıyor.



MARS

HOLLANDALI İŐ ADAMI BAS LANSDROP, 2011'DE BAŞLATTIĞI MARS ONE PROJESİYLE, MARS'TA, KALICI İNSAN KOLONİLERİ KURMAYI HEDEFLİYOR. PROJEDE, MARS'A GÖNDERİLMEK ÜZERE SEÇİLEN 100 ASTRONOTUN ELEME SÜRECİ DEVAM EDERKEN, GEZEĞENDE İNSAN YAŐAMINA UYGUN KOŐULLARIN SAĐLANMASI İÇİN KÜRESEL ISINMA YARATILABİLECEĞİ KONUSU DA BİLİM ÇEVRELERİNCE TARTIŐILYOR.







insanoğlunun ilk kez dünya dışındaki bir gök cismine adım attığı 21 Temmuz 1969, bilim dünyasının en önemli dönüm noktalarından birisi oldu.

ABD'nin yaptığı onlarca insansız deneme sonucu vermiş, ardından nihayet Neil Armstrong, ay yüzeyinde ilk adımlarını atmıştı. Armstrong, unutulmaz anlarını "Bir insan için küçük, insanlık için büyük bir adım." olarak tanımlamıştı. O yıllarda gelişmeleri adeta nefesini tutarak takip eden dünya, bugün de "İnsanoğlu için dünya dışındaki gezegenlerde de uygun bir yaşam alanı yaratılabilir mi?" sorusuyla çalkalanıyor.

100 ASTRONOT, MARS'A TEK YÖNLÜ BİLETİ KAZANMAK İÇİN MÜCADELE VERİYOR

Günümüzde dünya dışındaki gezegenlerde insanlar için uygun yaşam alanları yaratma konusunda pek çok girişimci ve bilim insanı büyük yatırımlar yaparak, dikkat çekici çalışmalara imza atıyor. Bu çalışmalardan bir tanesi, Hollandalı İş adamı Bas Lansdrop tarafından 2011 yılında hayata geçirilen Mars One projesi. Mars'ta kalıcı koloniler kurma fikriyle oluşturulan projenin hayata geçmesi için yapılan çalışmalar emin adımlarla ilerliyor. Proje, dikkatle seçilmiş ve incelikte eğitilmiş ekipleri Mars'a göndererek, onlar aracılığıyla kızıl gezegende insanların yaşayabileceği bir yerleşim kurmayı amaçlıyor.

İlk duyulduğu andan itibaren bilim dünyasında uygulanabilirliği konusunda tartışma yaratsa da projeye dünyanın dört bir yanından başvuru yapıldı. Mars'a gönderilecek kolonide yer almak için farklı ülkelerden 200 bini aşkın gönüllü başvurdu. 2013'te yapılan ön elemelerde seçilen 1058 aday içinde Türk asıllı 11 isim yer alsa da koloni için yapılan asıl elemelerde bu isimler listedeki yerini kaybetti. Aday sayısı 660'a düştü, bir sonraki elemeleri geçmeyi başaran 100 astronot adayı ise üçüncü tura kalmaya hak kazandı. Bu 100 aday şimdi sıkı ve zorlu bir eğitim sürecinden geçmeye devam ediyor.

BU YOLCULUĞUN GERİ DÖNÜŞÜ YOK

Testleri geçmeyi başaran 24 astronotun 2030 yılında, dünyaya geri dönmek üzere altı kişilik ekipler halinde kızıl gezegene gönderilmesi planlanıyor. Bazı teknolojiler, astronotlar Mars'a ulaşmadan önce gönderilecek. 2024 yılında Mars yörüngesine, gezegende yaşayan insanlar ile dünya arasında yedi gün 24 saat bağlantı kurulmasını sağlayacak bir haberleşme uydusu ile birlikte, bölgedeki uygun yerleşim yerlerini tespit edecek bir sonda, bu teknolojiler arasında. Bu sonda ile Mars'ın ekvatoruna yakın, düz bir konum belirlenecek. Sondalar, yaşam bölgesini belirledikten sonra inşa süreci başlayacak. 10 kilometre aralıklarla iniş yapan yaşam destek üniteleri, yaşam ünitelerine bağlanarak su, hava ve elektrik iletimi sağlayacak. Mars'ta kurulan sistemler, dünyaya yaşam ünitelerinin sağlıklı ve çalışır durumda olduğu bilgisini verdiğinde, Mars'a gitmek üzere yola çıkan ilk koloniyi taşıyan uzay aracı fırlatılacak, böylece ilk takımlar 2030 yılında geri dönüşü olmamak üzere dünyadan ayrılacak.



KONUTLAR 3D YAZICILAR YARDIMIYLA İNŞA EDİLECEK

ABD Havacılık ve Uzay Dairesi NASA, Mars One projesi için çalışmaların başladığı ilk yılları takiben, Kızıl Gezegen'de yaşayacak kolonicilerin kullanabileceği konutları belirlemek için bir proje yarışması başlatmıştı. Bütün dünyadan 18 takımın katıldığı yarışmanın finalistleri ağustos ayında belli oldu. Kızıl Gezegen'in ilk kolonisinin yaşayacağı yerleşim alanları için düzenlenen yarışmayı, ABD'nin Arkansas eyaletinden katılan ekip kazandı. Arkansas takımının geliştirdiği projeye göre, robotlar, konutların inşa edilmesi için gerekli malzemeyi Mars'ta bulacak. Ardından konutlar, üç boyutlu yazıcıların yardımıyla modüller şeklinde inşa edilecek. Bu sayede, istendiği kadar alan oluşturulabilecek, dolayısıyla istenen sayıda insan konutlarda barındırılabilir.

MARS'TA YAPAY KÜRESEL ISINMA TARTIŐMASI

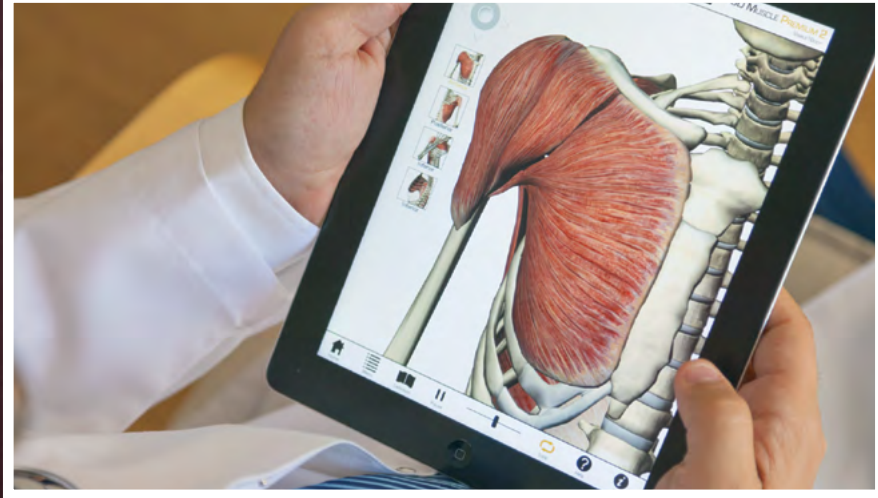
Mars'ta insan yaşamı için uygun ortam koşullarının hazırlanması hakkında tartışma yaratan konulardan bir tanesi de oldukça soğuk olan kızıl gezegende küresel ısınma meydana getirmek. NASA'da Mars Atmosferi ve Uçucu Evrimi (MAVEN) görevinde çalışan araştırmacılardan Michael Chaffin, Mars'ın atmosferini, Dünyaya benzetmenin en pratik yolunun küresel ısınmadan geçtiğine işaret ediyor. Suyu koruyabilmek için Mars atmosferinin kalın olduğuna dikkat çeken Chaffin, makineleşmiş fabrikalarda süper-sera gazları veya perflorokarbonlar (PFC'ler) üreterek, hassas ozon tabakasına hasar vermeden ya da insan yerleşimciler için bir toksik tehdit oluşturmadan güneş ışınlarındaki ısının, Mars üzerinde hapsedebileceğini öne sürüyor.

HOLLANDALI İŐ ADAMI BAS LANSDROP TARAFINDAN 2011 YILINDA HAYATA GEÇİRİLEN MARS ONE PROJESİ, DİKKATLE SEÇİLMİŞ VE İNCELİKLE EĞİTİLMİŞ EKİPLERİ MARS'A GÖNDEREREK, ONLAR ARACILIĞIYLA KIZIL GEZEGENDE İNSANLARIN YAŞAYABİLECEĞİ BİR YERLEŞİM KURMAYI AMAÇLIYOR. PROJENİN HAYATA GEÇMESİ İÇİN YAPILAN ÇALIŞMALAR EMİN ADIMLARLA İLERLİYOR.



SAĞLIK SEKTÖRÜNDE BASKI DÖNEMİ

21. YÜZYILIN EN DEVRİMCİ TEKNOLOJİLERİNDEN BİRİ 3D YAZICILAR. MÜHENDİSLERDEN DOKTORLARA, KENDİ BAŞINA YAPMAYA MERAKLILARDAN KÜÇÜK İŞLETMECİLERE KADAR HERKESİN KULLANABİLECEĞİ BU MAKİNELER; SANAL FİKİRLERİ, FİZİKSEL NESNELERE DÖNÜŞTÜRME BECERİSİ İLE HAYATİ VE GELECEĞİ ŞEKİLLENDİRMEYE BAŞLADI.



Chuck Hull. Ortalama bir bireyin, adını duyduğunda neyden bahsedildiğini anlamayacağı biri. Ancak yakın bir zamanda ismi, dünyanın en büyük mucitlerinin arasında yer alacaktır. Neden mi? 3D yazıcılar... Hull'ın 1983 yılında icat ettiği ilk 3D yazıcı, geçen 35 sene içinde büyük bir yol kat etti ve çeşitli sektörlerde yenilikçi fırsatlar sunar oldu. Yenilikçi ve ilerlemenin rüzgarına ayak uyduran bu yazıcılar, maliyet verimliliği sağlama, problem çözme ve protatif fikirler oluşturma gibi özellikleri sayesinde her geçen gün kullanım alanını geliştiriyor. 3D yazıcıların bugün en fazla kullanıldığı ve büyük faydalar sağladığı sektörlerin başında sağlık ve biyomedikal geliyor.

SAĞLIK SEKTÖRÜNDE

21. YÜZYIL DEVRİMİ

Hull, bu makineyi icat ettiğinde bir gün, Hall of Same'de sergilenen 3D basılmış büstünü hayal etmemiştii muhtemelen, hatta icadının bu kadar popüler olacağını da... Makineyi üretti ve ilk yaptığı şey, küçük bir göz yıkama kabıydı. Küçük, siyah ve basit bir bardaktı ama Hull'ın bu bardağı, bugün sağlık sektörünü dramatik yollarla değiştiren sessiz bir devrimin yolunu açtı.

3D baskının etkileri, pratik faydaların da ötesine geçmeye başladı. The Guardian gazetesinin yaptığı bir habere göre, bu teknolojinin 2021 yılına kadar büyüklüğü 1,3 milyardan az olmayacak ve pek çok tıbbi prosedürün maliyet dengele-

rini bozacak. Çok uzak olmayan bir gelecekte, 3D yazıcılar nedeniyle rekabet arttıkça, tıbbi prosedürlerin ve biyomedikallerin fiyatları düşecek, maliyetlerde ciddi bir azalma olacak. Maliyetleri azaltmanın yanı sıra 3D'ler, tedaviyi daha kolay bir hale getirecek. Amerika'da daha şimdiden maliyetlerde fark edilir düşüşler yaşanmaya başladı hem de siyasi bir müdahale veya çözüm gerektirmeden.



3D baskı, medikal sektöründe yeni bir verimlilik, maliyet yönetimi ve kolaylık çağının kapılarını açıyor. 3D teknoloji, zayıf işleyen organlardaki sorunlarla başa çıkmak için sürdürülebilir bir çerçevenin çizilmesine olanak sağlıyor. Uzmanlar, 3D baskının daha ucuz organ değişimini ve hasta prognozunu kolaylaştıracağını ve bunun çok uzak bir gelecek olmadığını söylüyor. 3D baskı firmaları ise müşterilerine yüzde 70'e varan maliyet tasarrufu sağladıklarını bağırmaya başladılar bile.

3D baskıyı sağlık sektöründe ön plana çıkaran ise, her vücudun aynı olmadığını bilmesi. Her yüz rekonstrüksiyonu, her protez uzuv ve her cerrahi kılavuz, yüksek bir kişiselleştirme gerektirmektedir. Bu,

3D baskının en üstün olduğu alan ve bugün artık cerrahi planlamanın ayrılmaz bir parçası. Gerçek işlemden önce 3D baskılı bir medikal modelde ameliyat planlama, uygulama ve mükemmel tedavi etme olanağı gibi birçok imkan söz konusu. 3D, komplikasyonları ve hastaların ameliyat masasında geçirdikleri süreyi doğrudan azaltmakta ve başarı oranını artırmaktadır.

KİŞİSELLEŞTİRİLMİŞ PROTEZLER

25 yıldan fazla süredir kullandığı aksamalar olmadan yürüyemeyen bir kadın Amanda Boxtel. Geçirdiği bir kayak kazasında dört omuru parçalandı ve belden aşağısı felç oldu. Çok uzun zamandır Ekso Bionics isimli bir firmanın muhteşem tasarımı olan bir robot takımı giyiyor. Bu nedenle ona Biyonik Kadın diyorlar. Geçtiğimiz birkaç yıl önce Amanda, bu muhteşem tasarımı giymekten duyduğu mutsuzluğu dile getirmişti. Evet, bu takım ona hareket imkanı vermişti ama simetri ve istediği şekilde hareket özgürlüğünü değil.

Diğer fabrika üretimi kitlesel protezlerin aksine, 3D baskılı protezler, her kullanıcı için özel olarak hazırlanıp uyarlanıyor. Bu teknoloji, kişinin ölçümlerini dijital ortamda yakalayıp, bir terzi gibi çalışıp vücudu milimetreye sığdıran tasarımlar yapıyor. Bugün 3D baskılı protezler, medikal sahne, geleneksel modellerle aynı işlevsellikte ama maliyetin yarısı ile tartışılıyor.





AKILLI İLAÇLAR

3D baskı, farmasötik dünyayı büyütme ve çoklu rahatsızlıkları olan hastalar için günlük hayatı büyük ölçüde basitleştirme potansiyeline de sahip. 3D, her gün kullandığımız ilaçların organizasyonuna zamanlamasına, izlenmesine yardımcı oluyor ve çeşitli ilaç gereksinimi ve etkileşimlerine çözüm sunuyor.

Geleneksel olarak üretilmiş bir hapın ya da kapsülün aksine 3D baskılı ilaçlar, aynı anda birden çok ilacı içinde barındırabiliyor. Bu, özellikle hipertansiyon ve diyabetli hastalar için büyük bir umut vadediyor.

3D BASKILI CİLT

Yanık kurbanları, yüzyıllardır, bozulmuş ciltlerini düzeltmek için sınırlı seçeneklere sahip oldular. Deri greftleri ağırlıdır ve acı veren estetik yöntemler gerektirir. Hidroterapi ise sınırlı çözümler sunar. Ancak İspanyol bilim insanları, 3D baskı mekaniğini kullanarak insan derisi üretebilen bir 3D bioprinter protatip ürettiler. Hem insan plazmasını hem de deri biyopsilerinden alınan materyal ekstraktları içeren bir biyolojik mürekkeple çalışan araştırmacılar, yaklaşık yarım saat kadar bir sürede insan derisinin yaklaşık 100 santimetresini bastılar.

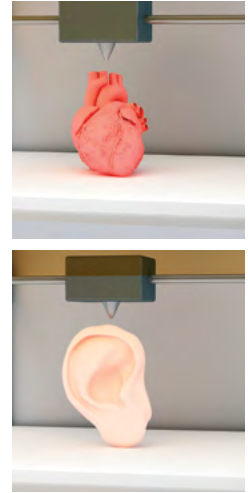
YENİ NESİL ORGAN

Vücut parçalarının klonlanması 21. yüzyıl medikalinin en büyük hayalidir. Bugün artık 3D yazıcılar, mürekkep yerine hücreler kullanıyor. Taklit edilecek doku ve organlara ait bilgi ve özellikler detaylı olarak in-

celenip yazıcı hafızasına yüklenerek, doku veya organ basılabilir. 3D bio yazıcılar ile bir organın üretimi yedi saat kadar sürüyor. Üretilen organların insan vücuduna yüzde yüz uyumlu olması için çalışmalara devam ediliyor. Ancak daha şimdiden büyük rağbet gören teknoloji, organ yetmezliği çeken hastalar için büyük bir umut vadediyor.

3D teknolojisi, bugün küçük organlar veya organoidler (çoklu hücre türleri içeren üç boyutlu yapılar) inşa edip bozulan organ ile değiştiriyor. Ancak yakın zamanda bu organoidler, hasta bir vücuda yerleştirilip, organik organın başarısız olmasını engellemek için kullanılacak.

3D baskı yöntemi, sadece hastalıklara ve hastalara müdahale etmeyecek elbette. Açtıkları yeni başlıklar ve tanımlar, beraberinde yeni meslekleri de getirecek, 3D doku mühendisliği, 3D protezci gibi...





DALİ'NİN KADINLARI

Marilyn Monroe, Virginia Woolf, Edith Piaf ve Frida Kahlo aynı anda sahnede... Dünya tarihinde iz bırakmış bu isimler, Salvador Dalí cinayetinde en büyük şüpheli konumundadırlar. Dalí'nin öldürüldüğü bıçakta hepsinin parmak izi vardır. Peki, gerçekten hepsi katil mi? Ütopik bir evrende geçen, yer ve zaman kavramının kaybolduğu Dalí'nin Kadınları isimli oyun, 1 ve 8 Aralık tarihlerinde Zorlu PSM Turkcell Platinum Sahnesi'nde izleyici ile buluşuyor. Absürt komedi tadındaki Dalí'nin Kadınları; müzik, trajedi ve gerilimi bir arada sunuyor.

Yönetmen: Ali Düşenkalkar

Yer: Zorlu PSM Turkcell Platinum Sahnesi

Tarih: 1 Aralık-8 Aralık

Saat: 20.30

İSTANBUL RESİTALLERİ

Son 12 yıldır, dünya salonlarından gözde virtüözleri, 21. yüzyıla damga vuran ve geleceğin "en"leri arasına adını yazdırmaya hazırlanan piyanistleri, yerli yabancı markaları ve klasik müzikseverleri bir araya getiren İstanbul Resitalleri'nin 2018-2019 sezonu da yine dopdolu. Dünya çapında sanatçıların dinleyicilere bir resital yaşatacağı etkinlik, 14 Haziran 2019'da sona erecek.

Yer: Sakıp Sabancı Müzesi the Seed
Bitiş Tarihi: 2018-14 Haziran 2019



YASMIN LEVY VOLKSWAGEN ARENA'DA

Naci en Alamo, Hasta Siempre Amor, La Alegria, Me Voy gibi sevilen şarkılarıyla tanınan Ladino müziğin tutkulu sesi Yasmin Levy, 20 Aralık'ta Volkswagen Arena'da sevenleriyle buluşuyor. Farklı coğrafyalardan müzikleri harmanlayan sanatçı, eserlerinde kullandığı Türkçe ezgilerle de biliniyor. Türk yaylı çalgılarının zengin tonlarını flamakonun gitarı ile buluşturan Levy, sahnede Türk ezgilerini yine batının enstrümanlarına uyarlayacak.

Yer: Volkswagen Arena

Tarih: 20 Aralık

Saat: 21.00

Ücret: 95 TL ile 300 TL arasında değişmektedir.

SERAMİK ÇÖMLEK WORKSHOP'U

Özel Şişli Sanat Kursu, geleneksel çömlek çarkı ile seramik atölyesinde çamur şekillendirme workshop'u yapıyor. 3-31 Aralık tarihleri arasında devam edecek olan workshop'ta verilecek üç saatlik eğitimde katılımcılar, kendi objelerini tasarlayacaklar. Yapılacak objeler fırınlandıktan 20 gün sonra sahiplerine teslim edilecek. Son derece keyifli bir gün vadeden etkinlikte, seramik ile alakalı bilgiler de verilecek.

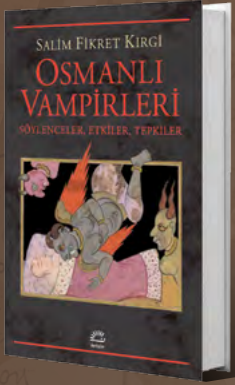
Yer: Özel Şişli Sanat Kursu

Tarih: 3-31 Aralık

Süre: Toplam 3 saat

Ücret: 101.50 TL

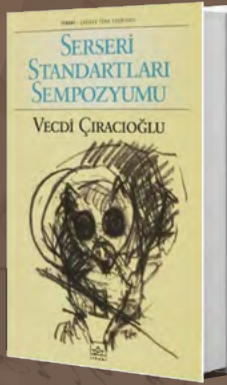




OSMANLI VAMPIRLERİ

Yazar Salim Fikret Kirgi'nin İletişim Yayınları'ndan çıkan incelemesi "Osmanlı Vampirleri", vampirlerin folklorik yansımalarının 15.-18. yüzyıllar arasında Osmanlı İmparatorluğu'nun sınırları içinde ortaya çıktığı fikrini temel alıyor. Kirgi, vampirleri, haklarında verilmiş fetvalardan doğaüstü varlıklar üzerine yazılmış eserlere ve seyahatnamelere varan geniş bir alan içerisinde değerlendiriyor. Eser, bu değerlendirmeler sonucu, Osmanlı Avrupası içindeki dini-etnik toplulukların birbiriyle etkileşimleri çerçevesinde vampir mitinin tarihine katkı sunuyor.

Yazar: Salim Fikret Kirgi
Yayınevi: İletişim Yayınları
Sayfa Sayısı: 128
Baskı Yılı: Ağustos, 2018
Fiyat: 17,5 TL



SERSERİ STANDARTLARI SEMPOZYUMU

Vecdi Çiracıoğlu'nun Serseri Standartları Sempozyumu adlı yeni romanı İletişim Yayınları etiketiyle okurla buluştu. Kitapta, kendine özgü bir edebiyat dili yaratan Çiracıoğlu hem tek katmanlı edebiyata hem de yerleşik ütopya anlayışına itiraz ediyor. Serserilerin, ötekilerin ve göz ardı edilenlerin kuracağı dünyaya göz gezdirip okuyucuyu cesaretlendiriyor.

Islak kibritle ateş yakabilenlerin, mantarlı sıseyi aletsiz açabilenlerin ve yokuş yukarı zıkkak çıkabilenlerin toplanacağı bir sempozyum ancak böyle bir romanda gerçekleştirilebilir.

Yazar: Vecdi Çiracıoğlu
Yayınevi: İletişim Yayınları
Sayfa Sayısı: 343
Baskı Yılı: Ağustos, 2018
Fiyat: 32 TL



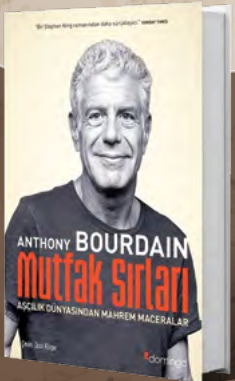
İŞ DÜNYASINDA EZBER BOZANLAR

Gerry Thompson ve David W. Mellor'un yazdığı "İş Dünyasında Ezber Bozanlar" kitabın temel malzemesi, etkileri tüm iş dünyasında hissedilmiş, ezberleri bozmuş 30'dan fazla yenilikçi liderle yapılmış doğru-dan görüşmeler. Yenilikçi liderler ve bu liderlerin yönetiminde büyümüş şirketler, tüm iş dünyası ve gelecek nesiller için her daim bir esin kaynağı olmuştur. Bu firma ve liderleri başarıya götüren yol, büyük hedeflere ulaşmanın mümkün olduğu aşılayıp başarının nasıl gerçekleşebileceğini gösteren pratikler sunar.

Ezber Bozanlar, bu kategoride yer alan etkili yenilikçi liderlerin yolculuklarını gözlerimizin önüne sererken şu soruları gündeme getiriyor: Niçin büyük yatırımların lokomotif genellikle bu tarz liderler oluyor? Herkese esin kaynağı olan bu insanları birer rol-model haline getiren nedir?

Kuruluş aşamasından başarıya giden güzergâhların ortak özellikleri, çıkarılabilecek genel dersler var mıdır?

Yazar: Gerry Thompson,
David W. Mellor
Yayınevi: İş Bankası Yayınları
Sayfa sayısı: 244
Baskı yılı: Ağustos 2018
Fiyat: 28 TL



MUTFAK SIRLARI

"Pazartesi günleri deniz mahsulü sipariş etmel" Anthony Bourdain'in sert bir şekilde dürüst, bir o kadar da komik bir dille anlattığı hatıralarındaki en masum tavsiyelerden biri bu. Sahil barlarından zirvedeki restoranlara, bulaşıklıktan büyük sefliğe, Tokyo'dan Paris'e, New York'a, alevlerle dolu bir mesleğin sunabileceği hemen her şeyi yaşayan Anthony Bourdain, tüm yaşadığı maceraları ve lezzetleri "Mutfak Sırları" kitabında anlatmış.

Kitap, yayınlandığı günden itibaren kült bir esere dönüştü. Eserin bu son baskısı, Bourdain'in, ölmünden önce kitaba el yazısıyla yaptığı küçük eklemeleri, yorumları da içeren özel bir edisyon.

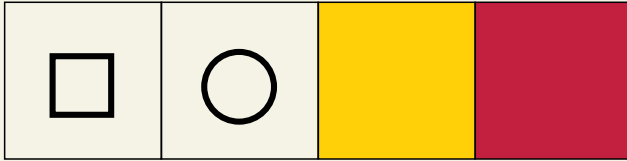
Yazar: Anthony Bourdain - Çevirmen: Dost Körpe - Yayınevi: Domingo - Sayfa Sayısı: 364
İlk Baskı Yılı: 2013 - Fiyat: 30 TL

Aidat Yavaş, ağır çalınan beste	Eli işe alış- mamış, toy Kars' ta ünlü antik kent	Eski Mısır'da şehir devleti	Çağırma, bağırma, seslenme	Yere bakan yan, zir Arap kabile başkanı	Güçlü inanç	Bir araya getirme Ten, deri
Arapça' da ben	Yardım, imdat	Bilgisayarda komutları yürüten birim	Kültür, hars	İlgilendiren, ilişkin	Halk dilinde insan beyni	
Japon çizgi filmi	'L' rakamının adı	Yağmur, yaz yağmuru	Hafif sisli hava	Geniş	Merhamet	
İğne deliği açan araç	İlişki, alaka Esasen	İşlenmemiş madde	Bir yağış türü	Motorlu arazi taşıtı	Saydam, kırılgan cisim	Kedi, köpek gibi hayvanların ön ayağı
Kedigiller- den en hızlı koşan hayvan	Son, sonraki Simge, işaret	İlişim, bağlantı Özgü	Bir çeşit ekşi üzüm	Bir şaşma sözü	Bir yiyecek koruma maddesi	Bozulmamış, bayatla- mamış olan
Oltada kullanılan nylon iplik		Mısır' da piramit bi- çimli firavun mezanı	Gündüz gösterimi			



Zeka Soruları

Hangi Kartlar?



Yukarıdaki dört kartla ilgili kesin bir kural vardır: Bir yüzünde çember olan bir kartın öteki yüzü sarı olmak zorundadır. Ayrıca bütün kartların bir yüzünde şekil, diğer yüzünde renk vardır. Peki, üretim esnasında belirtilen kurallara uyulup uyulmadığını anlamak hangi kart/kartların diğer yüzü kontrol edilmelidir. Burada önemli olan saptamayı en az sayıda kartı çevirmektir.

Önceki Soruların Cevabı

İki çocuğun ikiz olmamasının nedeni, aynı anda üç çocuğun dünyaya gelmesinden dolayıdır. İkiz değil, üçüz!

Kominin cebe attığı lira da 27 liranın içinde olduğundan sorun yok. Şöyle ki;

Satıcılar oda için 30 lira ödüyor.	Otelin 30 lirası oldu.
Otel müdürü 30 liranın 5 lirasını komiye veriyor.	Otelin 25 Kominin 5 lirası var.
Komi 3 lirayı satıcılara veriyor.	Otelin 25, kominin 2 lirası var, 3 lira satıcılarda.
Satıcılar toplan 27 lira ödedi.	Otelin 25, kominin 2 lirası var.

Bir hayvanat bahçesindeki devekuşu ve fillerin gözlerinin toplamı 58, ayaklarının toplamı ise 84'tür. Kaç fil ve devekuşu vardır?





YÜKÜNÜZÜ HAFİFLETİYORUZ

Uzman ekiplerimizle yüklerinize özel,
entegre çözümler üretiyoruz.
İşinizi kolaylaştıran hizmetleri ile
Horoz Lojistik her zaman yanınızda.

e-Ticaretin Lojistik Yüzü

Büyük ürün teslimlerinizde
% 100 müşteri memnuniyetiyle ilerliyor,
tüm süreci tek elden yöneterek maliyet
avantajıyla size katkı sağlıyoruz.



Eve teslim ve kata çıkarma



Stok görünürlüğü ve takibi



İade ve değişim operasyonlarının etkin yönetimi