

PEN CE RE

39

DERVİŞ ZAİM:
İKİ BÜYÜK
KARA KITA
**SİNEMA VE
EDEBİYAT**



HÖRÖZ GRUP'UN SÜRELİ YAYINIDIR.
EKİM-KASIM-ARALIK 2020
YIL: 10 SAYI: 39



LÖSEV BÜYÜDÜ

artık

**YETİŞKİN LÖSEMİ VE
KANŞER**

HASTALARINA DA

**tedavi, maddi ve
sosyal destek veriyor.**

www.losev.org.tr
0312 447 06 60



LÖSEV
Lösemili Çocuklar Vakfı



HAKAN YAMAN
PENCERE DERGİSİ
GENEL YAYIN YÖNETMENİ

KORONADAN SONRA HAYAT

H iç beklemediğimiz bir zamanda, aniden gelen korona salgını tüm dünyayı etkisine alırken, hayatlarımızı da önemli ölçüde değiştirdi. Birden, önceden inanmadan izlediğimiz bilim kurgu filmlerinden birinin senaryosunun içinde bulduk kendimizi. Yeni kuralları olan, daha mesafeli, daha steril, daha yalnız, daha dijital, başka bir yaşantının içindeyiz artık. Muhtemelen biz salgınının gerektirdiği şartlara, alışık olmadığımız kurallara, yeni normallere ve tadı kaçan yeni yaşantımıza tam alışmışken salgın sona erecek. Bunun ne zaman olacağını kimse bilemiyor, ancak dünyayı etkisi altına alan geçmişteki salgın felaketleri nasıl bittiysen, bir gün insanlığın bu beladan da kurtulacağını biliyoruz.

Peki o zaman ne olacak? Asıl önemli soru ya da sorun bu. Salgın öncesi yaşadığımız hayata bıraktığımız yerden devam edebilecek miyiz, yoksa tamamen farklı bir post-pandemik dünyanın içinde yaşamak zorunda mı kalacağız? Bilim insanları ve iş dünyasının fütürist fikir önderleri bu konuda ayrılmış durumdalar. Kimisi sanki hiçbir şey olmamış gibi kısa sürede salgının ve etkilerinin unutulacağını ve salgın öncesinde bıraktığımız hayata geri döneceğimizi düşünüyor, kimileri de hiçbir şeyin eskisi gibi olmayacağını savunuyorlar; alışkanlıklarımızın değişime uğrayacağını, yeni normallerin salgın sürmesi de etkisini sürdüreceğini düşünüyorlar.

İş dünyasında da benzer tartışmalar sürüyor. Salgın nedeniyle pek çok şirket tahminlerinin de ötesinde bir hızla uzaktan çalışmaya geçti. Ve yine, başta çekinceleri olmasına rağmen hiç tahmin etmedikleri kadar da verimli bir çalışmanın içinde buldular kendilerini. Şirket çalışanları ve yöneticiler uzaktan çalışırken, konsantrasyonlarının arttığını, zamanı daha efektif kullandıklarını keşfettiler; molalarla, uzun öğle yemekleriyle, yoğun trafikte evden işe işten eve gitmeye çalışırken kaybettikleri zamanın yanlarına kaldığına tanık oldular, dijital ortamda uzun seyahatler yapmadan daha kolay ve daha sık toplantılar yapabildiklerini gördüler. Bu nedenle daha şimdiden pek çok şirket salgından sonra da uzaktan çalışmaya kısmen de olsa devam edeceklerini açıkladı. Özellikle bilişim sektörü ve bazı hizmet sektörleri, uzaktan çalışmayı devam ettirme düşüncesindeler.

Uzaktan çalışmanın olumlu yanları çok fazla, fakat şüphesiz olumsuz tarafları da var. Bireyi zamanla içine düşebileceği yalnızlık ve tekdüzelik içinde yorabildiğini ve bir süre sonra motivasyonunu ve buna bağlı olarak kimilerinde performansı da düşürebildiğini biliyoruz. Bir süre çeldiricilerden görece uzak bir ortamda işe daha kolay odaklanabilen çalışanlar, zamanla konsantrasyon kayıpları yaşayabiliyorlar. Uzaktan çalışma ayrıca, öz-disiplin sorunu olanlar için tercih edilecek bir yöntem olmaktan uzak. Bu nedenlerden ötürü kimi yöneticiler de salgın sonrası uzaktan çalışmaya sıcak bakmıyorlar. Çalışanların ve yöneticilerin zamanlarının büyük bölümünü geçirdikleri iş ortamında aynı zamanda sosyalleşme ihtiyaçlarını da karşıladıklarını, ofis çalışmasının sinerjiye, takım çalışmasına, inovasyona ve eğitime imkân sağladığını, uzaktan çalışmada ise bunların etkisizleştiğini görüyoruz. Ancak bir taraftan da değişen ve dijitalleşen hayatın kuralları ve hızına da karşı koyamayacağımız ortada.

İşte tam bu noktada hibrit bir çözüm akla geliyor: Her iki yöntemi de bir arada kullanmak. Yani uzaktan çalışabilecek birimleri haftanın belli günlerinde uzaktan çalıştırırken diğer günlerde ofise gelmelerini ve bu sayede şirket ortamından ve arkadaşlarından uzaklaşmamalarını sağlamak. Sanırım çok yakında pek çok şirket bu çalışma yöntemini uygulamaya koyacak. Bu hibrit yöntem sayesinde şirketler sadece verimi artırmakla kalmayacaklar, önemli tasarruflar da sağlayacaklar. Kısacası koronadan sonraki hayatımız daha uzak, daha dijital, daha hibrit olacak. Burası açık ve net, ancak soru işaretleri, insanlığın bu salgından ne gibi dersler çıkaracağı, gelecekte tekrar edebilecek benzer bir salgının önlemlerini şimdiden alabilme becerisini ve refleksini gösterip gösteremeyeceği noktasında düğümleniyor.

Okuma Önerileri:

Nişanlılar, Alessandro Manzoni, çev. Necdet Adabağ, İletişim Yayınları
Veba, Albert Camus, çev. Nedret Tanyolaç Öztokat, Can Yayınları
Hakka Sığındık, Hüseyin Rahmi Gürpınar, Everest Yayınları

06

HABERLER

14

BİZDEN

19

HOREV

74

KİTAP KOKUSU

46

ÜLKE ROTASI
AFRİKA'NIN GÜÇLENEN
KALESİ NİJERYA

İÇİNDEKİLER

20

LOJİSTİK SOHBETLER
ALİ ERCAN GÜLEÇ
"DEMİR YOLU TAŞIMACILIĞININ
GELİŞMESİ EKONOMİK LOJİSTİK
İMKÂNI SUNUYOR"

24

ORTAK SİNERJİ
ERHAN ESEN
"MUTFAKLARI KEYİFLİ YAŞAM
ALANLARI HALİNE GETİRMEK
İÇİN ÇALIŞIYORUZ"

28

DOSYA KONUSU
YENİ BİR GELECEĞE
DOĞRU: YENİ NORMAL

36

İÇİMİZDEN BİRİ
TANER HOROZ
"BAŞKA SEKTÖRLERLE
KIYASLAYINCA KENDİMİZİ ŞANSLI
HİSSEDİYORUZ"

40

SEKTÖREL BAKIŞ
COVID-19 LOJİSTİK SEKTÖRÜNDE
DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜ
HIZLANDIRIYOR

42

VİZYON
TEKERLEĞİN İÇADINDAN
DRONE'LARA NASIL GELDİK?

44

İŞ BİRLİĞİ
GÜRKAN GÜRBÜZ
"HEDEFİMİZ MÜŞTERİLERİMİZE
İYİ HİZMET VEREREK ÜÇ
YILDA CİROMUZU ÜÇ KATINA
ÇIKARMAK"

52

YILDIZLARIN ALTINDA
DERVİŞ ZAİM

56

BİR KİTAP &
BİR YAZAR
FEYZA
HEPÇİLİNGİRLER



60

EKO ANALİZ
KONYA TARIMDAKİ GÜCÜNÜ
SANAYİYE TAŞIDI

62

SIRA DIŞI GÜNDEM
MODANIN YENİ BELİRLEYİCİLERİ
DİJİTAL STİLİSTLER

66

SEYAHAT ROTASI
SAKİN YAŞAMIN İZİNDE

70

DEĞİŞİM
2020'NİN VE GELECEĞİN
PARLAYAN YILDIZI E-TİCARET



66



İMTİYAZ SAHİBİ
Horoz Grup'u temsilen Hakan YAMAN

GENEL YAYIN YÖNETMENİ
Hakan YAMAN

EDİTÖR
Ebru AKYOL

KATKIDA BULUNANLAR
Atilla YILDIZTEKİN
Aytüm ENGEREK

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

M
viyamedya

GENEL YAYIN YÖNETMENİ
Selda YEŞİLTAŞ

YAYINLAR KOORDİNATÖRÜ
Murat ERDOĞAN

GÖRSEL YÖNETMENLER
Ercan YAVUZ, Erkan ALTINDAĞ, Yılmaz MERMER

BAŞ EDİTÖR
Peri ERBUL

EDİTÖRLER
Emel ALTAY, İlker YAĞMUR,
Zeynep TÜTÜNCÜ GÜNGÖR

MUHABİR
Gizem İRİS

REKLAM MÜDÜRÜ
İlknur ULUSOY

REKLAM VE KURUMSAL SATIŞ
Nisa ÖZTÜRK, Serdar GEREN

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
Özlem Matbaa
Maltepe, Litros Yolu Sk. 2.
Matbaacılar Sitesi D:2BB4, 34010
Zeytinburnu/İstanbul



HORUZ LOJİSTİK PANDEMİ SÜRECİNDE DAĞITIM MERKEZİ SAYISINI ARTIRDI

Geride bırakılan 2019 yılının aralık ayında, Çin'in Wuhan kentinde ortaya çıkan koronavirüs salgını, Dünya Sağlık Örgütü (WHO) tarafından 11 Mart 2020 tarihinde pandemi ilan edildi. Bu süreçte birçok ülkede genel ya da kısmi olarak uygulanan kısıtlamalar, ticaretin yönünü değiştirdi. Pandemi sürecinde satış noktalarında müşterilerinin beğenisine sunulan ürünler, tesislerin geçici olarak kapanması nedeni ile e-ticaret

kanallarından satışa sunulmaya başladı. Geleneksel alışveriş alışkanlıklarına sahip kişiler de sokağa çıkma kısıtlamaları, satış noktalarının kapanması, kendilerini koruma refleksleri gibi unsurlar nedeniyle internetten alışveriş yapmayı tercih etmeye başladı. Açık kaynaklardan alınan verilere göre, mart-nisan 2020 döneminde, internetten ilk kez alışveriş yapan kredi kartı sayısı beş milyona ulaştı. Toplam ticaret hacmi içinde, internet alışveriş-

lerinin bu denli artması ile birlikte, ürünlerin nihai tüketicilere ulaştırılması lojistik sektörü için çözülmesi gereken bir problem olarak ortaya çıktı. Beyaz eşyadan mobilyaya, hijyen ürünlerinden elektronik ve küçük ev aletlerine kadar birçok ürün grubunu müşterilerin evlerine teslim eden Horoz Lojistik, artan iş hacmi karşısında ekstra tedbirler aldı. Horoz Lojistik, Türkiye genelinde gayri safi milli hasıladan en yüksek payı alan illerde bulunan

29 lojistik dağıtım merkezi sayısını artırdı. Yeni açılan lojistik dağıtım merkezlerine ek olarak Horoz Lojistik'in Trakya Lojistik Merkezi, Merzifon Lojistik Merkezi, Ankara Lojistik Merkezi ve Manisa Lojistik Merkezi'nin de kullanım alanları artırıldı.

İSTANBUL ANADOLU YAKASI LOJİSTİK MERKEZİ

Horoz Lojistik'in tüm Türkiye'yi besleyen İstanbul çıkış merkezi, Tuzla'da bulunan 18 bin metrekarelik yeni deposuna taşındı. Bu tesis ile birlikte aynı anda 29 adet aracın boşaltma ve yükleme kabiliyeti elde edildi. Ürünlerin varış noktalarına daha hızlı sevk edilebilmesi için İstanbul Anadolu Yakası Lojistik Merkezi ile önemli bir yatırım hayata geçirildi.

KAYSERİ LOJİSTİK MERKEZİ

Mobilya sektörüne uygulanan vergi avantajları ve ödeme kolaylıkları nedeniyle sektörün e-ticaretteki payı çok hızlı bir artış yakaladı. Mobilya piyasasının toplam hacminin yüzde 30'unu karşılayan Kayseri

şehri de bu doğrultuda önemini hızla artırdı. Horoz Lojistik, iş hacminde önemli bir büyüklüğe sahip olan mobilya sevkleri için Kayseri'de bir konsolidasyon merkezi kurma kararı aldı. Karar neticesinde, 10 bin metrekare kapalı alana ve aynı anda 9 tırılık işlem hacmine sahip olan Kayseri Lojistik Merkezi hizmete sunuldu. Bu tesis sayesinde, mobilya siparişleri varış lokasyonlarına müşteri bazında konsolide edilerek sevk edilmeye başlandı.

İZMİR EGE LOJİSTİK MERKEZİ

Horoz Lojistik, 14 bin metrekare alana sahip olan mevcut İzmir Lojistik Merkezi'ndeki yoğunluğu azaltmak adına, şehrin diğer ucunda bulunan Gazimur ilçesinde 8 bin metrekarelik Ege Lojistik Merkezi'ni devreye aldı. Bu tesis ile birlikte dağıtım kapasitesi yüzde 50 artırıldı. Ayrıca dağıtımların hızlanmasını da sağlayan merkez, İzmir'den tüm Türkiye'ye çok seri ürün sevk edilmesini sağladı.

AYDIN LOJİSTİK MERKEZİ

İzmir Lojistik Merkezi dağıtım ala-

nı kapsamında yer alan Aydın iline, yeni lojistik merkezi kuruldu. Böylelikle Horoz Lojistik'in ilgili bölgede yüzde 33'lük bir kapasite artışı sağlandı ve müşterilere daha hızlı servis verilmeye başlandı.

BODRUM LOJİSTİK MERKEZİ

Muğla Lojistik Merkezi dağıtım alanında yer alan Bodrum ilçesi, gerek pandemi gerekse turizm odaklı olması nedeniyle yüksek nüfus sayılarına ulaştı. Horoz Lojistik, bu ilçede daha iyi hizmet vermek adına Bodrum Lojistik Merkezi'ni kurarak çalışmaya başladı.

ÇANAKKALE LOJİSTİK MERKEZİ

Balıkesir Lojistik Merkezi tarafından hizmet verilen Çanakkale iline yeni bir lojistik merkezi açıldı. Horoz Lojistik, Çanakkale Lojistik Merkezi sayesinde tüketicilere daha fazla yaklaşarak ilgili bölgenin dağıtım kapasitesini yüzde 40 artırdı.

ŞANLIURFA LOJİSTİK MERKEZİ

Horoz Lojistik'in müşteriye daha yakın olmak amacı ile aktif edilen bir diğer lojistik merkezi Şanlıurfa oldu.

ZIRHLI ARAÇLARIN SEVKİYATI BAŞARIYLA GERÇEKLEŞTİRİLDİ

Horoz Bolloré Logistics, Katmerciler Araç Üstü Ekipman Sanayi ve Ticaret A.Ş. ile yaptığı iş birliğine devam ediyor. Türk savunma sanayisinin dinamik ve yenilikçi gücü Katmerciler'in zırhlı araçlar segmentindeki ilk ihracatı olan Hızır'ın Afrika sevkياتının Horoz Bolloré Proje Kargo Departmanı tarafından organize edildiğini belirten Horoz Bolloré Logistics Proje Yönetmeni Özlem Başıoğlu; proje kapsamında ilk etapta 15 adet Hızır 4x4 taktik tekerlekli zırhlı aracın Mersin Limanı'ndan yüklenecek Afrika'ya sevk edildiğini belirtti. Başıoğlu; "Yüklemenin



transit gümrük ve nihai gümrük işlemleri kısmı da Horoz Bolloré tarafından sorunsuz bir şekilde tamamlandı. Kargonun Afrika içi

sevkياتı askeri ve sivil eskortlar organize edilerek nihai adrese başarı ile teslim edildi" şeklinde konuştu.



HAKAN YAMAN
HORUZ BOLLORÉ LOGISTICS
GENEL MÜDÜRÜ



HORUZ BOLLORÉ LOGISTICS SAVUNMA VE HAVACILIK SANAYİİ İÇİN ÖZEL ÇÖZÜMLER SUNUYOR

Horuz Bolloré Logistics, Türkiye'nin lojistik lideri Horoz Lojistik ile dünyanın lojistik devleri arasında yer alan Fransız Bolloré Logistics grupları tarafından 2000 yılında hava ve deniz forwarding hizmetleri ile konteyner dahili taşımacılığı alanında faaliyet göstermek üzere kuruldu. Horoz Bolloré Logistics Genel Müdürü Hakan Yaman; Türkiye'nin önde gelen entegre lojistik sağlayıcılarından biri konumundaki Horoz Lojistik'in; uluslararası kara yolu taşımacılığı, yurt içinde depolama ve dağıtım hizmetleri, yurt içi komple taşı-

macılık hizmetleri gibi lojistik faaliyetlerini hava, deniz forwarding hizmetleri, konteyner dahili taşımacılığı hizmetleri ile bütünleyen Horoz Bolloré Logistics'in aynı zamanda grubun, sektöre özel katma değerli çözümler üreten kuruluşu konumunda olduğunu belirtti.

109 ülkede 600'ü aşkın ofisle hizmet veren Horoz Bolloré Logistics'in kurulduğu 2000 yılından itibaren sürekli büyüyerek bugün Türkiye'nin önde gelen "freight forwarding" kuruluşlarından biri konumuna geldiğini ifade eden Yaman; "Şirketimiz, genel kargo kapsamında gerçekleşen it-

halat ve ihracat taşımalarının yanında, Bolloré Logistics'in tüm kıtalarda geliştirdiği uzman lojistik çözümleri sayesinde enerji, inşaat, petrol, madencilik gibi sektörlere yönelik proje taşımacılığı hizmetleri ve başta uzay-havacılık ve savunma sanayii olmak üzere özel lojistik çözümlere ihtiyaç duyan sektörlerle de katma değerli hizmetler vermektedir" dedi.

"SAVUNMA SANAYİİNİN İHTİYACI OLAN TÜM ALANLARDA HİZMET VEREBİLİYORUZ"

Dünyada savunma sanayii lojistiğinin öncü kuruluşu Bolloré Logistics'in birikimlerini, Horoz Lojistik'in 78 yıllık Türkiye deneyimi ile bütünleştirerek savunma sanayii alanında faaliyet gösteren müşterilerine özel çözümler ürettiğinin altını çizen Yaman; "Horoz Bolloré Logistics, resmi ve sivil savunma sanayii şirketlerinin tüm lojistik ihtiyaçlarına tek merkezden cevap verebilecek şekilde dizayn edilmiş olan lojistik hizmetiyle kara araçlarından hava ve deniz araçlarına, mühimmat ve uzay teknolojile-

rine kadar savunma sanayiinin ihtiyacı olan tüm alanlarda hizmet verebilmektedir" şeklinde konuştu.

Beş bölge müdürlüğü ile Türkiye'nin tamamına hizmet verebilen Horoz Bolloré Logistics, başta İstanbul ve Ankara ofisleri olmak üzere 20 yıldır Türkiye'de savunma sanayiine yönelik özel lojistik hizmetler vermeyi sürdürüyor. Sektöre özel çözümler, Türkiye ve dünyada sektörün uzmanı olan deneyimli bir ekiple üretilirken kurumun Avrupa, Asya, Orta Doğu, Afrika ve Amerika kıtasındaki merkezlerinde de destekleniyor.



HORUZ BOLLORÉ LOGISTICS'İN SAVUNMA VE HAVACILIK ALANINDAKİ BAZI HİZMETLERİ

- Uluslararası hava, kara ve deniz yolu taşımacılık hizmetleri
- Dahili taşımacılık, dağıtım ve toplama hizmetleri
- Yılın 365 günü 7/24 çalışan AOG masası
- Savunma sanayii için mevzuata uygun gümrükleme işlemleri
- Envanter yönetimi ve depolama hizmetleri
- Özel paketleme hizmetleri
- Tedarik ve tamir bakım siparişleri yönetimi
- Kalite Kontrol
- Proje yönetimi
- Diplomatik kargo
- Gerçek zamanlı yük ve sipariş takibi

HORUZ BOLLORÉ LOGISTICS'İN SAVUNMA VE HAVACILIK ALANINDA HİZMET VERDİĞİ SEKTÖRLER

- Savunma sanayii
- Silahlı kuvvetler
- Roket ve mühimmat üreticileri
- Zırhlı araç üreticileri
- Uzay sanayii
- Hava yolları ve hava yolu operatörleri
- Motor sanayii
- Ekipman ve sistem üreticileri
- Teknik işletim bakım ve onarım şirketleri
- Yedek parçacılar
- Fırlatma sistemleri
- Uzay aracı üreticileri
- Uçak pervane ve kanat üreticileri





HORUZ LOJİSTİK COVID-19 SÜRECİNDE HİZMETLERİNE DEVAM ETTİ

PENCERE

Horuz Lojistik Süreç Geliştirme Birimi COVID-19'un lojistik sektörünü etkilediğini, kritik bir sektör olan lojistiğin, önemini bir kez daha göstererek stratejik olma misyonu farkındalığını artırdığını açıkladı. Yapılan açıklamada firmaların kendi networklerini oluşturma çabalarından da bunun görülebildiğine değinildi. Bu dönemde izole yaşam oranı hızla yükseldi. Horoz Lojistik bu nedenlerle tüm paydaşlar için lojistik hizmetlerini baştan sona güçlendirerek sağlam bir tedarik zinciri ağı oluşturdu.

Çalışanlarının ve müşterilerinin sağlığı için gerekli tüm hijyen tedbirlerini alan Horoz Lojistik; çalışanlarına maske, eldiven, başlıklık sistemlerini desteklemek adına vitaminler dağıttı ve gerekli eğitimleri verdi. Çalışanların ve ailelerinin sağlığı için genel merkez ve uygun tesislerdeki beyaz yakalı personellere uzaktan çalışma modeli uygulandı. Sahada çalışmalarını devam ettiren personeller için de alternatif çalışma şartlarının gözden geçirilmesi, gerekli güvenlik ve hijyen tedbirlerinin alınması sağlandı. Pandemi sürecinde

toptan ve perakende sektöründe hizmet veren firmalar, faaliyetlerini yamamadı. Türkiye'de hükümet, sektörler birçok konuda destek sunarak ekonomi açısından kritik iş süreçlerinin devamı için kolaylıklar sağladı.

LOJİSTİK SEKTÖRÜ E-TİCARET ARTIŞINI HIZLI BİR ŞEKİLDE KARŞILADI

Tekstil, ayakkabı gibi ürünlerin satış oranlarının azaldığı pandemi sürecinde, dayanıklı tüketim üzerine ihtiyaçlar arttı. Medikal ürünlere talebin de farklı frekanslarda arttığı görüldü. Türkiye'de her yıl trendini yükselten e-ticaret sektörü, pandemi sürecinde yüksek büyüme oranına ulaştı. Lojistik sektörünün, hizmet sağlayıcısı olarak bu artışı en hızlı ve dinamik şekilde karşıladığını ifade eden Horoz Lojistik Süreç Geliştirme Birimi; e-ticaret ile konvansiyonel perakendeciler arasında hibrit bir iş modeli oluşacağını öngördüklerini de belirtti. Lojistik hizmetlerin depolama ve stoklama sürecinde bir değişimin ve farklı bir yönetim sisteminin gerekliliği ön plana çıktı. Bu dönemdeki teslimat gecikmelerinin büyük bir kısmı stok hazırlığı ya da ürünün lojistik firmasına ulaştı-

rılmasında yaşanan aksaklıklardan kaynaklandı. Satış ve dağıtım kanalı arasındaki hızın ön planda olacağı yeni rekabet koşullarında, firmalar için doğru yatırım önemli bir avantaj sağlıyor. COVID-19 sürecinde uzaktan yönetim ile iş süreçlerini devam ettiren lojistik sektörü paydaşları arasındaki bilgi paylaşımının doğru, eksiksiz ve zamanında gerçekleşmesi, işlerin hatasız bir şekilde akışı açısından büyük bir rol oynuyor. Mobil uygulama geliştirmeleri, kurumsal WEB ve ERP yazılımlarındaki geliştirmeler, uzaktan temassız ödeme sistemi olan Horoz Cüzdan'a karşı ilgiyi de üst seviyelere taşıdı. Horoz Lojistik, temassız ödeme sistemi, rotalama ve optimizasyon programları, zaman ve maliyet çalışmaları, yapay zekâ algoritmaları ile zamanında ürün teslimatını uzaktan çalışma modeliyle eksiksiz sürdürmeye devam ediyor. Tüketici sorunları, talepleri ve bilgi edinme hizmetleri de bu süreçte önemini artırıyor. Teknolojik yatırımlar artırılarak, personel üzerindeki iş yükünün azaltılması hedefleniyor. Kurumsal müşteriler ile kullanılan destek sistemi yazılımı üzerinden bilgi alışverişi, uzaktan devam ettiriliyor.

HORUZ BOLLORÉ, TÜRK DENİZCİLERİN CİBUTİ'DEN ÜLKEYE DÖNMESİNİ SAĞLADI



Horuz Bolloré Logistics Satış Yönetmeni Melih Cen; İzmirli iş insanı Selim Ekmekçioğlu'nun katamaranı ile dünya seyahatinden dönüşü sırasında yaşananlar ve sonrasındaki gelişmeler ile ilgili bilgi verdi. Ekmekçioğlu'nun yat motoru, Türkiye'ye dönerken, Kızıldeniz üzerinde arızalandı. Eritre milli sularına doğru sürüklenirken sahil güvenlik güçleri tekneye girerek üç Türk denizcisini gözetim altına aldı. Selim Ekmekçioğlu, Horoz Bolloré Logistics'in Afrika'daki yapılanmasından kaynaklı

olarak firma ile iletişime geçti. Horoz Bolloré Logistics konuyla ilgili olarak Cibuti Büyükelçiliği ile iletişime geçerek destek istedi. Çok yönlü temaslar sonrası uzunca bir süre haber alınmayan denizciler, Cibuti Türk Büyükelçiliği himayesine alındı. Denizcileri Türkiye'ye döndürme planlarını devreye sokan Horoz Bolloré Logistics Cibuti ofisi ve İzmir ofisinin koordineli çalışması ile Türk bayraklı bir gemi, denizcileri Türkiye'ye getirdi. Basında da yankı uyandıran olayın ardından Selim Ekmekçioğlu, Horoz Bolloré Logistics İzmir ofisine nezaket ziyaretinde bulundu. Ziyaret sırasında

Cibuti'deki teknenin Türkiye'ye nasıl getirilebileceği konusu istişare edildi. Horoz Bolloré Logistics, Türkiye'den alınan yeni yat motorunu hava yolları ile Djibouti'ye sevk etme kararı aldı. Cibuti'ye uçuşların dar gövdeli uçaklarla yapılması sebebiyle, yat motorunu göndermek uzun sürse de sonunda sorunsuz bir şekilde ulaştırıldı. Bu aşamada Cibuti Elçiliği ve Bolloré Cibuti ofisinin koordineli çalışması sonucunda, gönderinin vergilerden muaf şekilde gümrükten alınabilmesi için Cibuti bakanlıklarına konu aktarıldı. Nihayetinde çekim işlemleri büyük bir özveri ile gerçekleştirildi.

PENCERE

HORUZ BOLLORÉ, YEŞİL LOJİSTİK ÇÖZÜMLER SUNUYOR

Horuz Bolloré Logistics Marmara Bölge Direktörü Yeşim Örnekler; müşterilerinin satış noktalarına ve depolarına yaptığı yerel dağıtımlarda çevreye duyarlı, yeşil lojistik çö-

jistik kapsama alanını daha da genişletmeyi hedefliyor. Konuyla ilgili açıklama yapan Horoz Bolloré Logistics Genel Müdürü Hakan Yaman; "Çevre duyarlılığı, felsefemizin ve şirket politikamızın önemli bir parçasını oluşturuyor. Gelecek kuşaklara daha yeşil bir çevre bırakabilmek adına küçücük de olsa bir katkı sunabiliyorsak bundan mutluluk ve gurur duymalıyız. Lojistik endüstrisinin tüm paydaşlarını, doğaya duyarlı olmaya, ona saygı duymaya davet ediyoruz, zira bugüne kadar insanlık doğa-



YEŞİM ÖRNEKLER
HORUZ BOLLORÉ LOGISTICS
MARMARA BÖLGE DİREKTÖRÜ

yı fazlasıyla hor kullandı. Artık ona olan borcumuzu ödeme zamanı. Tüm oyuncularını çevresel sürdürülebilirlik politikalarına katkı yapmaya çağırıyoruz. Bu katkının büyük ya da küçük olması önemli değil, önemli olan denemek, her şey için çok geç olmadan bir çaba göstermek" dedi.

HOROZ LOJİSTİK MOBİLYA SEKTÖRÜNDEKİ SORUNLARA ÇÖZÜM ÜRETİYOR

Mobilya sektöründe 10. Kalkınma Planı çerçevesinde oluşturulan Mobilya Sanayii Çalışma Grubu tarafından sektörün büyümesi, uluslararası piyasalarda rekabetin artırılması ve geliştirilmesine yönelik temel sorunlar 10 başlıkta toplandı. Bu sorunlara ilişkin durum değerlendirmesi ve çözüm önerileri sunuldu. Horoz Lojistik, plan çerçevesinde, "Lojistik, Nakliyat" başlığındaki maddeleri analiz ederek buna yönelik ürünler tasarladı.

Tespitlerin ışığında Horoz Lojistik Mobilya Sektörü Departmanı ve bayi/müşteri ortak depoları kuruldu. Konuyla ilgili bilgi paylaşan Horoz Lojistik Yurtiçi Grup Başkanı İlker Özkocacık; "Bu depolarda, müşteriler ve bayiler adına ayrı ayrı stok tutabilme, paydaşlara izletme, siparişleri online alma, siparişleri sevkiyata hazırlama işlemleri büyük bir hızla yerine getirilmeye başlandı. Üretim noktalarından depo ve bayilerin beslenmesi için tam yük sevk hizmeti devreye alındı. Horoz Lojistik'in Türkiye geneline yayılan şube ağı ile araç tedarikleri sorunsuz gerçekleştirildi. Darboğaz yaşanan dönemlerde, Horoz Lojistik araç filosu devreye girerek hizmetin aksamadan devamlılığı sağlandı. Üretim noktalarından parsiyel sevkiyatlar başlatıldı. Müşteriler parsiyel olarak bayi ortak depolarına ürün gönderebilirken, bayi veya müşterilerinin adreslerine ürün sevk ve teslim ettirme imkânına ulaştı. Horoz Lojistik'in 42 adet Lojistik Merkezi bu dağıtımlarda kritik görev üstleniyor. Tesisler arasında hareket eden tarifeli hat araçları, ürünleri dağıtım merkezlerine ulaştırıyor, burarlarda küçük araçlara aktarılacak nihai tüketicilere iletiliyor. Bu işlemler özel yazılımlar ile anlık olarak takip ediliyor. Ürünler sevk edilmeden önce, müşteri adresleri harita üzerinden işaretleniyor. Bu aşamada karar destek sistemine sahip rotalama programı devreye girerek en uygun yükleme kombinasyonunu belirliyor, trafik yo-



ğunluklarına da bakarak ürünlerin ne zaman tüketici adreslerinde olacağı tespit ediliyor. Bu sayede müşterilere önden bilgi verilme imkânı elde ediliyor" dedi.

ÜRÜNLERİN KURULUM İŞLEMLERİ DE HOROZ LOJİSTİK TARAFINDAN YAPILIYOR

Bayi ortak depolarından, son kullanıcıya gönderilen ürünlerin kurulum işlemleri de Horoz Lojistik tarafından gerçekleştiriliyor. Depo stoklarına girişi yapılan ürünlerin müşteri randevularının çağrı merkezi personelleri tarafından oluşturulduğunu belirten Özkocacık; "Depo ekibi, randevulara uygun olarak ürünleri sevkiyata hazır hale getiriyor. Bu aşamada karar destek sistemi ile çalışan program devreye girerek ürünlerin montaj sürelerine göre, en uygun yükleme şeklini oluşturuyor. Montaja gidecek olan ustaların akıllı telefon veya tabletlerine bilgiler otomatik olarak aktarılıyor. Montaj ekip-

leri, tüm işlemleri mobil uygulama üzerinden yapabiliyor. Bu işlemler, Horoz Lojistik'in yaygın ağı sayesinde 47 ilde yapılabilir hale geldi. 2021 yılının ilk yarısında, 81 ilde bu hizmetin verilmesi planlanıyor.

Sektörün yaygın olarak ihtiyaç duyduğu satış sonrası hizmetlerde de yatırımlar yapıldı. Bu kapsamda büyük şehirlerde atölyeler kuruldu. Gerek montaj sırasında oluşan ayıplı hizmetler gerek üretim aşamasında oluşan ayıplı ürünler gerekse müşterinin daha sonra yaptığı talepler ekipler tarafından gideriliyor. Bütün bu organizasyon, en alt kademeden en üste kadar uzman kişilerin istihdam edilmesini zorunlu kılıyor. Horoz Lojistik, dışsal istihdam yapmakla birlikte, kendi kadrolarını yetiştirme konusunda da adımlar atıyor. Horoz Akademi kapsamında eğitim programları düzenleniyor. İŞKUR müdürlükleri, teknik liseler ile istihdam ve yetiştirmeye yönelik çalışmalar yapıyor" şeklinde konuştu.



YÜKÜNÜZÜ HAFİFLETİYORUZ

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

HOROZ BOLLORÉ
LOGISTICS



HORUZ LOJİSTİK'TE DİJİTAL DÖNÜŞÜM BAŞLADI

Endüstri 4.0'ın bolca konuşulduğu bugünlerde dijital dönüşümün önemi artıyor. Teknoloji temelli dönüşüm, dijitalleşen global dünyanın sunduğu hız ve kolaylığı iş hayatına taşıyor. Şirket verilerinin depolanması, işlenmesi, analiz edilmesi ve sürdürülebilir olması dijital dönüşüm süreci ile mümkün olabiliyor.

Horoz Grup şirketleri çeşitli program ve yazılımlarla iç ve dış müşterilerinin ihtiyaçlarını karşılayacak entegrasyonları sağlıyor. Günümüzde teknolojik altyapının geliştirilmesi, kurumsal hafızanın oluşturulması, verilere erişimin kolaylıkla sağlanması açısından son derece önemli. Böylelikle zamandan tasarruf edilebiliyor, performans

izlenebiliyor, süreçler güncel tutulabiliyor, bilgi güvenliği sağlanabiliyor.

Horoz Grup şirketleri 2020 yılı başında Bimser ile yaptığı iş ortaklığı ile dijital dönüşüm sürecini başlattı. Ulaşılabilir bilgilerin ve var olan kaynakların dijital ortama aktarılmasını sağlayan Horoz Lojistik, dijitalleşme ile iş süreçlerini daha sistematik şekilde ele alarak iyileştiriyor.

Müşteriler ve ürünlerle ilgili bilgiler, kuruma ait tüm süreçler çalışanların kişisel bilgisayarları ya da kâğıt ortamı yerine dijital platforma aktarılarak modern ve yenilikçi bir hizmet anlayışı sunuluyor. İnsan kaynakları direktörlüğü, kalite sistemleri ve diğer tüm departmanlar, dijitalleşme sürecine önemli katkılar sağlamaya devam ediyor.

“UZAKTAN EĞİTİMLER İLE EĞİTİM ORGANİZASYONLARINA DEVAM EDİYORUZ”

Pandemi süreci ile birlikte, tüm toplum ve çalışma hayatı olarak yeni bir uyum sürecine girmek zorunda kaldık. Bununla birlikte pek de alışık olmadığımız yepyeni sorunlara çözüm üretmeye başladık. Salgın nedeniyle alınan tedbirler, çalışma hayatında kökten değişikliklere yol açtı. İnsan kaynakları faaliyetine bağlı birçok sürecimizi içinde bulunduğumuz koşullara bağlı olarak, döneme adapte etmek zorunda kaldık. Bu değişikliklerin başında ‘uzaktan çalışma’ yöntemiyle işlerin yapılması geliyor. Horoz Grup şirketleri olarak bazı lokasyonlarımızda uzaktan çalışma modelinde işlerimizi yönetmeye devam ediyoruz. Horoz Grup şirketleri İnsan Kaynakları Direktörlüğü olarak eğitim süreçlerimize azami önem gösteriyoruz. Çalışanlarımızın bu süreçte motivasyonlarını artırmak, gelişimlerine katkı sağlamak, kurum içi iletişimi ve bağlılığı güçlendirmek, ekipler arası sinerjiyi kaybetmemek için pandemi öncesi yoğun olarak sınıf ortamında gerçekleş-



tirdiğimiz eğitimlerimize bu aşamada online olarak devam ediyoruz. Kişisel gelişim alanında birebir koçluk seansları, yetenek yönetimi, durumsal liderlik, etkin iletişim yöntemleri gibi eğitimlerin yanında COVID-19 bilgilendirme eğitimleri, teknik eğitimler, kalite eğitimleri ve yasal yükümlülükler tarafındaki zorunlu eğitimlerimizi vermeyi aralıksız olarak sürdürüyoruz.



“YETENEK YÖNETİMİ İLE YILDIZ YETENEKLERE ULAŞABİLİYORUZ”

Yetenek yönetimi; şirketlerin stratejik hedeflerine ulaşmak için ihtiyaç duyduğu yetenekli insanları şirkete çekme, bunun için ideal işveren olma, insanların potansiyellerini performansa çevirme ve elde tutma çalışmalarını içeren bir bakış açısidir.

Horoz Grup şirketleri olarak, insan kaynakları sistemlerimizi güncel tutmaya, zenginleştirmeye ve iyileştirmeye özen gösteriyoruz. Bu yaklaşımla İK uygulamalarımızı güçlendirerek, günümüze taşımak, kurumsal altyapımızı geliştirmeye yönelik adımlar atarak organizasyonumuzu yetenekli insan gücü ile donatmayı amaçlıyoruz. 2020 yılının başında uygulamaya başladığımız yetenek yönetimi ile yetenek havuzlarımızı oluşturarak değerlendirme merkezi uygulamalarını devreye soktuk. Program kapsamında bünyemizde görev alan çalışma arkadaşlarımızı belli programlardan geçirerek onların güçlü yönlerini, tutku ve sorumluluk düzeylerini, sosyal becerilerini belirliyor ve kuruma bağlı, mutlu çalışanlar olmalarını sağlamaya yönelik araçlar ve izleme yöntemleri geliştiriyoruz.

Kullandığımız yöntemler ile işle ilgili tanımlanmış temel başarı ölçütlerini özel düzenlenmiş testler ve değerlendirme merkezleri uygulamalarıyla, başarı yönelimlerini, dış şartlar zorlamasa da daha iyisini yapmak için gösterebilecekleri içten gelen istek düzeylerine bakarak izleyebiliyoruz. Bu özellik, standardize testlerdeki tedbirlilik, başarı motivasyonu, fazladan çaba göstermeye istekli olmak, daha fazla sorumluluk almak için gönüllü olmak, bağlılık gibi boyutlarla ölçülebiliyor. Yine, sosyal becerilerini kendilerini yönetmek ve ilişkileri yönetmek gibi iki temel yeterlilik üzerinden değerlendiriyoruz. Böylelikle yıldız yeteneklere ulaşabiliyor, potansiyeli olan yetenekler için gelişim programları düzenleyebiliyoruz.

AYTÜM ENGEREK
HORUZ LOJİSTİK İNSAN KAYNAKLARI DİREKTÖRÜ



ARAMIZA YENİ KATILANLAR



SEDA AKAY KOLAS (04.11.2019)

Horoz Lojistik Kargo Hizmetleri ve Tic. A.Ş. Yurtiçi Lojistik Grup Başkanlığı'na bağlı "Satış Destek Yönetmeni" pozisyonunda aramıza katıldı. Seda Akay Kolas; Ağustos 2011 – Kasım 2012 tarihleri arasında Fem Lojistik'te Risk Analiz Uzmanı, Kasım 2012 – Şubat 2015 tarihleri arasında Fem Lojistik'te Satış Yönetmeni, Nisan 2015 – Eylül 2016 tarihleri arasında Net-log Lojistik A.Ş.'de Özel Müşteriler Yönetmeni, Kasım 2016 – Nisan 2019 tarihleri arasında CBN Lojistik A.Ş.'de Satış Yönetmeni görevlerinde bulunmuştur.



OLCAY İTİK (04.11.2019)

Horoz Lojistik Kargo Hizmetleri ve Tic. A.Ş. İş Geliştirme Grup Başkanlığı'na bağlı "Proje Satış Yönetmeni" pozisyonunda aramıza katıldı. Olcay İtik; Ocak 2014 – Mayıs 2015 tarihleri arasında Üns- ped Global Lojistik Tic. A.Ş.'de Bölge Müdürü, Mayıs 2015 – Şubat 2018 tarihleri arasında Loginn Lojistik Ticaret A.Ş.'de İş Geliştirme Müdürü, Şubat 2018 – Haziran 2019 tarihleri arasında Loginn Lojistik Ticaret A.Ş.'de İş Geliştirme Direktörü, Haziran 2019 – Kasım 2019 tarihleri arasında Mono Sanal Mağazacılık ve Lojistik Tic. Ltd. Şti.'de İş Geliştirme Müdürü, görevlerinde bulunmuştur.



FERİT PEHLİVAN (09.11.2019)

Horoz Lojistik Kargo Hizmetleri ve Tic. A.Ş. Yurtiçi Lojistik Grup Başkanlığı Mobilya Sektör Direktörlüğü'ne bağlı "Mobilya Operasyon Yönetmeni" pozisyonunda aramıza katıldı. Ferit Pehlivan; Ocak 2008 – Ocak 2009 tarihleri arasında Aras Lojistik'te Depo Müdürü, Şubat 2009 – Mart 2016 tarihleri arasında Thyssen Krupp'ta Depo Yönetmeni, Nisan 2016 – Eylül 2019 tarihleri arasında Voda Lojistik'te Lojistik Müdürü, görevlerinde bulunmuştur.



METİN TUNCAY (11.11.2019)

Horoz Lojistik Kargo Hizmetleri ve Tic. A.Ş. Yurtiçi Lojistik Grup Başkanlığı Mobilya Sektör Direktörlüğü'ne bağlı "Lojistik Hizmetler Yönetmeni" pozisyonunda aramıza katıldı. Metin Tuncay; Aralık 1997 – Ağustos 2000 tarihleri arasında Yataş Yatak ve Yorgan Sanayi Tic. A.Ş.'de Exper, Ağustos 2000 – Ekim 2001 tarihleri arasında Yataş Yatak ve Yorgan Sanayi Tic. A.Ş.'de İzmir Bölge Müdürlüğü Satış Sonrası Hizmetler Şefi, Ekim 2001 – Kasım 2010 tarihleri arasında Yataş Yatak ve Yorgan Sanayi Tic. A.Ş.'de İstanbul Bölge Müdürlüğü Satış Sonrası Hizmetler Şefi, Kasım 2010 – Kasım 2014 tarihleri arasında Tuncay Mobilya'da Kurucu, Kasım 2014 – Kasım 2019 tarihleri arasında Voda Lojistik'de Kurucu Ortak görevlerinde bulunmuştur.



MURAT ŞENİŞİK (10.12.2019)

Horoz Lojistik Kargo Hizmetleri ve Tic. A.Ş. Yurtiçi Lojistik Grup Başkanlığı'na bağlı "Süreç Geliştirme Direktörü" pozisyonunda aramıza katıldı. Murat Şenışık; Temmuz 1996 – Mart 1997

tarihleri arasında Enmar- Enka İnş. ve San. A.Ş.'de Beton Üretim ve Tesisi Müdür Yardımcısı, Mayıs 1997 – Haziran 2000 tarihleri arasında Enka Dış Ticaret A.Ş.'de Muhasebe Müdür Yardımcısı, Ekim 2000 – Mayıs 2015 tarihleri arasında Filli Boya – Betek Boya ve Kimya San. A.Ş.'de Lojistik Müdürü, Mayıs 2015 – Ekim 2019 tarihleri arasında Borusan Lojistik'te Operasyon ve Müşteri Hizmetleri Müdürü, görevlerinde bulunmuştur.



HALİL İBRAHİM KAYNAK (11.12.2019)

Horoz Lojistik Kargo Hizmetleri ve Tic. A.Ş. Yurtiçi Lojistik Grup Başkanlığı Mobilya Sektör Direktörlüğü'ne bağlı Konya "Satış Yönetmeni" pozisyonunda aramıza katıldı. Halil İbrahim Kaynak; Temmuz 2010 – Ağustos 2015 tarihleri arasında Rapsodi Mobilya Ev Eşyaları Ltd. Şti.'de Yurtiçi&Yurtdışı Satınalma Müdürü, Eylül 2015 – Kasım 2016 tarihleri arasında Oğuzcanlar Mobilya A.Ş.'de Kurumsal Yönetim Organizasyon Danışmanı, Kasım 2016 – Kasım 2017 tarihleri arasında Yataş Yorgan A.Ş.'de Yurtiçi&Yurtdışı Satınalma Müdürü, Kasım 2017 – Kasım 2019 tarihleri arasında Gökmenler Dayanıklı Tüketim Malları A.Ş.'de Fabrika Müdürü görevlerinde bulunmuştur.



SEVGİ DOĞAN (15.01.2020)

Horoz Bolloré Logistics Taşımacılık A.Ş. Doğu Akdeniz ve Güneydoğu Anadolu bölgesine bağlı "Satış Yönetmeni" pozisyonunda aramıza katıldı. Sevgi Doğan; Ocak 2013 – Eylül 2015 tarihleri arasında MSA Lojistik A.Ş.'de Satış Operasyon ve Lojistik Uzmanı, Eylül 2015 – Temmuz 2016 tarihleri arasında Merçay Lojistik'te Satış Pazarlama Müdürü, Ağustos 2016 – Mayıs 2019 tarihleri arasında Tunahan Lojistik Uluslararası Taşımacılık Ltd. Şti.'de Şirket kurucusu, Ağustos 2019 – Ocak 2020 tarihleri arasında Nordic Transport Group'ta Satış Pazarlama Uzmanı görevlerinde bulunmuştur.



SEYFİ KÖKSAL (27.01.2020)

Horoz Lojistik Kargo Hizmetleri ve Tic. A.Ş. Finansman ve İdari İşler Direktörlüğü'ne bağlı "Güvenlik Yönetmeni" pozisyonunda aramıza katıldı. Seyfi Köksal; Ocak 2009 – Ocak 2015 tarihleri arasında Bitlis Emniyet Müdürü, Ağustos 2015 – Nisan 2016 tarihleri arasında Nish Adalar Sitesi'nde Site Müdürü, Nisan 2016 – Haziran 2016 tarihleri arasında Emlak Konut G.Y.O'da Güvenlik Müdürü, Temmuz 2016 – Haziran 2017 tarihleri arasında Mergen Özel Güvenlik'te Koordinatör, Temmuz 2017 – Eylül 2019 tarihleri arasında Kazancı Holding'te Güvenlik Müdürü görevlerinde bulunmuştur.



MEHMET MELİH CEN (30.01.2020)

Bolloré Logistics Taşımacılık A.Ş. Ege Bölge Müdürlüğü'ne bağlı "Satış Yönetmeni" pozisyonunda aramıza katıldı. Mehmet Melih Cen; Haziran 2010 – Haziran 2011 tarihleri arasında Nora International Forwarding Co.'da İthalat Kargo Uzmanı, Tem-

ARAMIZA YENİ KATILANLAR

muz 2011 – Ocak 2012 tarihleri arasında Nora International Forwarding Co.'da Pazarlama Uzmanı, Ocak 2012 – Haziran 2014 tarihleri arasında Nora International Forwarding Co.'da İthalat&İhracat Satış Temsilcisi, Haziran 2014 – Eylül 2015 tarihleri arasında Nora International Forwarding Co.'da Fiyatlandırma ve Pazarlama Müdürü, Eylül 2015 – Aralık 2016 tarihleri arasında Kahvetat Joint - Stock Company'de Kurucu Başkan, Ocak 2017 – Ocak 2019 tarihleri arasında Nora International Forwarding Co.'da Şube Müdürü, Kasım 2019 – Ocak 2020 tarihleri arasında Trans Okyanus Denizcilik A.Ş.'de Bölge Satış Müdürü görevlerinde bulunmuştur.



İZZET ULAŞ İNNAL (07.02.2020)

Horoz Lojistik Kargo Hizmetleri ve Tic. A.Ş. Uluslararası Karayolu Taşımacılığı Grup Başkanlığı'na bağlı "Ege Bölge Yönetmeni" pozisyonunda aramıza katıldı. İ. Ulaş İnnal; Kasım 2009 – Şubat 2012 tarihleri arasında Galata Taşımacılık'ta İthalat İhracat Operasyon Elemanı, Şubat 2012-Temmuz 2015 tarihleri arasında HLC Lojistik'te İthalat İhracat Operasyon Uzmanı, Temmuz 2015 – Aralık 2017 tarihleri arasında Omsan Lojistik'te Lojistik Satınalma ve Tedarik Zinciri Uzmanı, Aralık 2017 – Haziran 2018 tarihleri arasında Borusan Lojistik'te Operasyon ve Müşteri İlişkileri Lideri, Eylül 2019 – Mayıs 2020 Sarp Intermodal'da Ege Bölge Satış Yönetmeni görevlerinde bulunmuştur.



MEHMET İLKER ZAIMOĞLU (24.02.2020)

Horoz Bolloré Logistics Taşımacılık A.Ş. Marmara Bölge Direktörlüğü'ne bağlı "Satış Yönetmeni" pozisyonunda aramıza katıldı. M. İlker Zaimoğlu; Şubat 2017 – Şubat 2018 tarihleri arasında Fevzi Gandur Logistics'te Saha Satış Yönetmeni, Şubat 2018 – Ocak 2019 tarihleri arasında Ata Freight Logistics'te Saha Satış Yönetmeni, Ocak 2019 – Mayıs 2019 tarihleri arasında Agility Lojistik A.Ş.'de Satış Müdürü görevlerinde bulunmuştur.



ALİ KEREM YAKUT (02.03.2020)

Horoz Lojistik Kargo Hizmetleri ve Tic. A.Ş. Yurtiçi Lojistik Grup Başkanlığı'na bağlı "Satış Yönetmeni" pozisyonunda aramıza katıldı. Ali Kerem Yakut; Temmuz 2014 – Temmuz 2016 tarihleri arasında Ceva Lojistik'te İş Geliştirme Uzmanı, 07.2016 – 07.2018 tarihleri arasında Omsan Lojistik'te Satış Uzmanı, Temmuz 2018 – Şubat 2019 tarihleri arasında Alişan Lojistik A.Ş.'de Satış Yönetmeni, Mart 2019 – Şubat 2020 tarihleri arasında Hyundai Glovis Lojistik'te Satış Şefi görevlerinde bulunmuştur.



UFUK DUZ (03.03.2020)

Horoz Lojistik Kargo Hizmetleri ve Tic. A.Ş. Yurtiçi Lojistik Grup Başkanlığı'na bağlı "Satış Yönetmeni" pozisyonunda aramıza katıldı. Ufuk Duz; Nisan 2004 – Mayıs 2008 tarihleri arasında Studio Fotoğraf Hizmetleri'nde Fotoğraf ve Planlama Uzmanı, Ekim 2008 – Ocak 2012 tarihleri arasında Türkiye Swatch Group'ta

Satış Uzmanı, Mart 2012 – Mart 2020 tarihleri arasında Aras Kargo'da Satış Yönetmeni görevlerinde bulunmuştur.



SELÇUK KARTTIRAŞ (09.03.2020)

Horoz Lojistik Kargo Hizmetleri ve Tic. A.Ş. Yurtiçi Lojistik Grup Başkanlığı Süreç Geliştirme Direktörlüğü'ne bağlı "Süreç Geliştirme Yönetmeni" pozisyonunda aramıza katıldı. Selçuk Karttiraş; Kasım 2009 – Nisan 2011 tarihleri arasında Shamir Group Üretim Proje Uzmanı, Nisan 2011 – Mart 2020 tarihleri arasında Borusan Lojistik'te Proje Yönetmeni görevlerinde bulunmuştur.



CAFER SALCAN (09.03.2020)

Horoz Lojistik Kargo Hizmetleri Tic. A.Ş. İcra Kurulu Başkan Yardımcısı Aykut Aygüven'e bağlı "E-ticaret Depoculuk Direktörü" pozisyonunda aramıza katıldı. Cafer Salcan; Mayıs 2003 – Ocak 2010 tarihleri arasında Lojitec Lojistik&Supply Zinciri Danışmanlığı ve Eğitim'de Yönetici Ortak ve Danışman, Ocak 2010 – Mayıs 2012 tarihleri arasında FSL Taze Gıda Tedarik ve Lojistik'te Yönetim&İcra Kurulu Üyesi, Ekim 2012 – Kasım 2013 tarihleri arasında 1V1Y.COM'da COO, Aralık 2012 – Mart 2016 tarihleri arasında Ekol Lojistik'te Operasyonel Mükemmellik ve Stratejik Projeler Grup Müdürü, Eylül 2017 – Haziran 2019 tarihleri arasında Ekol Lojistik'te Türkiye Grup Lojistik Operasyonlar ve Tedarik Direktörü görevlerinde bulunmuştur.



ERHAN ARAS (06.07.2020)

Horoz Lojistik Kargo Hizmetleri ve Tic. A.Ş. Yurtiçi Lojistik Grup Başkanlığı Süreç Geliştirme Direktörlüğü'ne bağlı "E-Ticaret Depo Yönetmeni" pozisyonunda aramıza katıldı. Erhan Aras; Ağustos 2007 – Nisan 2012 tarihleri arasında DHL Lojistik'te Sistem Sorumlusu, Ekim 2012 – Kasım 2019 tarihleri arasında Trendyol.com'da Depo Operasyon Yönetmeni, Aralık 2019 – Nisan 2020 tarihleri arasında Arvato Bertelsmann'da Proje Sorumlusu görevlerinde bulunmuştur.



ÖZKAN DURMUŞ (13.07.2020)

Horoz Lojistik Kargo Hizmetleri ve Tic. A.Ş. Yurtiçi Lojistik Grup Başkanlığı Mobilya Sektör Grup Müdürlüğü'ne bağlı "Mobilya Operasyon Grup Müdürü" pozisyonunda aramıza katıldı. Özkan Durmuş; Mayıs 2002 – Ağustos 2004 tarihleri arasında Mood Mobilya İmalat Şefi, Ağustos 2008 – Kasım 2010 tarihleri arasında Koleksiyon Mobilya'da Yurtdışı Operasyon Sorumlusu, Haziran 2010 – Aralık 2015 tarihleri arasında Mobiljet Dayanıklı Tüketim Malzemeleri A.Ş.'de Operasyon Direktörü, Haziran 2016 – Haziran 2020 tarihleri arasında 4K Altınbaş Lojistik A.Ş.'de Genel Müdür görevlerinde bulunmuştur.



SABAHATTİN ÇAKIR (13.07.2020)

Horoz Lojistik Kargo Hizmetleri ve Tic. A.Ş. Yurtiçi Lojistik Grup Başkanlığı'na bağlı "Mobilya Sektör Direktörü" pozisyonunda ara-

ARAMIZA YENİ KATILANLAR

mıza katıldı. Sabahattin Çakır; Ekim 2009 – Kasım 2012 tarihleri arasında Rossman Mağazalarında Lojistik Müdürü, Kasım 2012 – Aralık 2014 tarihleri arasında Yataş Yatak ve Yorgan Sanayi Tic. A.Ş.'de Lojistik Müdürü, Aralık 2014 – Ekim 2019 tarihleri arasında Voida Lojistik A.Ş.'de Genel Müdür, Kasım 2019 – Haziran 2020 tarihleri arasında Konfor/Çetmen Mobilya'da Lojistik ve SSH Direktörü görevlerinde bulunmuştur.



İBRAHİM FIDAN (28.07.2020)

Horoz Lojistik Kargo Hizmetleri ve Tic. A.Ş. Yurtiçi Lojistik Grup Başkanlığı Mobilya Sektör Grup Müdürlüğü'ne bağlı "Mobilya Operasyon Yönetmeni" pozisyonunda aramıza katıldı. İbrahim Fidan; Mayıs 2003 – Mart 2007 tarihleri arasında Özer Kardeşler Gıda Tarım Ltd. Şti.'de Koordinatör, Nisan 2007 – Ekim 2011 tarihleri arasında Market Group İletişim Danışmanlık Hiz. A.Ş.'de Proje Yöneticisi, Ocak 2012 – Mart 2016 tarihleri arasında Mobiljet Dayanıklı Tüketim Malzemeleri A.Ş.'de Planlama Müdürü, Nisan 2017 – Ağustos 2020 tarihleri arasında 4K Altınbaş Lojistik A.Ş.'de Planlama Müdürü görevlerinde bulunmuştur.



EMRE YALÇIN (27.08.2020)

Horoz Lojistik Kargo Hizmetleri ve Tic. A.Ş. Yurtiçi Lojistik Grup Başkanlığı Parsiyel Taşıma Operasyon Direktörlüğü'ne bağlı "Lojistik Merkezi Yönetmeni" pozisyonunda aramıza katıldı. Emre Yalçın; Nisan 2007 – Haziran 2018 tarihleri arasında MNG Kargo Yurtiçi Taşımacılık A.Ş.'de Birim Yöneticisi, Eylül 2018 – Ağustos 2019 tarihleri arasında Fast Go Yurt Dışı Taşımacılık A.Ş.'de Yurtdışı Operasyon ve Satış Müdürü, Eylül 2019 – Ağustos 2020 tarihleri arasında Sürat Kargo Taşımacılık A.Ş.'de Birim Yöneticisi görevlerinde bulunmuştur.



AHMET KUTLU (01.09.2020)

Horoz Lojistik Kargo Hizmetleri ve Tic. A.Ş. Yurtiçi Lojistik Grup Başkanlığı Parsiyel Taşıma Operasyon Direktörlüğü'ne bağlı "Lojistik Merkezi Yönetmeni" pozisyonunda aramıza katıldı. Ahmet Kutlu; Kasım 2004 – Nisan 2008 tarihleri arasında Gefco Taşımacılık ve Lojistik A.Ş.'de Planlama ve Lojistik Şefi, Nisan 2008 – Mayıs 2010 tarihleri arasında TÜVTURK Araç Muayene Hizmetleri Yapım ve İşletim A.Ş.'de Araç Muayene ve İstasyon Amiri, Kasım 2018 – Mayıs 2020 tarihleri arasında Başhan Tarımsal Ürünler A.Ş.'de Üretim ve Planlama Müdürü, Haziran 2020 – Ağustos 2020 tarihleri arasında Sertel Vida Metaş A.Ş.'de Planlama ve Lojistik Müdürü görevlerinde bulunmuştur.



ERAY İLKER DURAK (01.09.2020)

Horoz Lojistik Kargo Hizmetleri ve Tic. A.Ş. Yurtiçi Lojistik Grup Başkanlığı Parsiyel Taşıma Operasyon Direktörlüğü'ne bağlı "Lojistik Merkezi Yönetmeni" pozisyonunda aramıza katıldı. Eray

İlker Durak; Kasım 2001 – Şubat 2006 tarihleri arasında Tamrek Tekstil Sanayi'de Planlama ve Lojistik Şefi, Kasım 2006 – Ocak 2010 tarihleri arasında Garanti Bankası A.Ş.'de Bireysel Bankacılık Yönetmeni, Mart 2010 – Mart 2014 tarihleri arasında Atako International Transport A.Ş.'de Bölge Yönetmeni, Şubat 2015 – Ağustos 2020 tarihleri arasında Ada Group'ta Bölge Müdürü görevlerinde bulunmuştur.



KADİR KULOĞLU (07.09.2020)

Horoz Lojistik Kargo Hizmetleri ve Tic. A.Ş. Yurtiçi Lojistik Grup Başkanlığı Mobilya Sektör Grup Müdürlüğü'ne bağlı "Mobilya Operasyon Yönetmeni" pozisyonunda aramıza katılan Kadir Kuloğlu; Temmuz 2011 – Eylül 2013 tarihleri arasında Mobiljet Lojistik A.Ş.'de Depo Sorumlusu, Ağustos 2014 – Haziran 2017 tarihleri arasında Mobiljet Lojistik A.Ş.'de Depo Müdürü, Eylül 2017 – Eylül 2020 tarihleri arasında 4K Lojistik A.Ş.'de Lojistik Depo Müdürü görevlerinde bulunmuştur.



MUSTAFA ÇÖL (21.09.2020)

Horoz Bollere Logistics Taşımacılık A.Ş. İç Anadolu ve Karadeniz Bölgesi'ne bağlı "Satış Yönetmeni" pozisyonunda aramıza katıldı. Mustafa Çöl; Mart 2012 – Eylül 2016 tarihleri arasında DHL Global Forwarding Taşımacılık A.Ş.'de Hava Kargo Operasyon Uzmanı, Eylül 2016 – Aralık 2019 tarihleri arasında DHL Global Forwarding Taşımacılık A.Ş.'de Deniz Kargo Operasyon Temsilcisi görevlerinde bulunmuştur.



NİHAT ÜNAL (23.09.2020)

Horoz Lojistik Kargo Hizmetleri ve Tic. A.Ş. Uluslararası Karayolu Taşımacılığı Grup Başkanlığı Satış Direktörlüğü'ne bağlı "Satış Yönetmeni" pozisyonunda aramıza katıldı. Nihat Ünal; Şubat 1995 – Mart 2005 tarihleri arasında Yeni Kızılkaya Uluslararası Nakliyat'ta Yük ve Tedarik Müdürü, Ağustos 2007 – Nisan 2014 tarihleri arasında Yeğenler Lojistik A.Ş.'de Yük ve Araç Tedarik Müdürü, Şubat 2015 – Haziran 2020 tarihleri arasında Mavi Trans Uluslararası Nakliyat'ta Operasyon ve Satış Yönetmeni görevlerinde bulunmuştur.



HÜSEYİN BİÇER (05.10.2020)

Horoz Lojistik Kargo Hizmetleri ve Tic. A.Ş. Yurtiçi Lojistik Grup Başkanlığı Parsiyel Taşıma Operasyon Direktörlüğü'ne bağlı "Lojistik Merkezi Yönetmeni" pozisyonunda aramıza katıldı. Hüseyin Biçer; Ağustos 2011 – Nisan 2014 tarihleri arasında Yurtiçi Kargo Servisi A.Ş.'de Operasyon Uzmanı, Mayıs 2014 – Aralık 2017 tarihleri arasında Tilla Silik Tekstil'de Satış ve Operasyon Müdürü, Mayıs 2018 – Nisan 2019 tarihleri arasında Venair Silicone'de Türkiye Operasyon Yönetmeni, Mart 2019 – Ekim 2020 tarihleri arasında Sertel Lojistik A.Ş.'de Bölge Operasyon Yönetmeni görevlerinde bulunmuştur.

MEHMET EMİN HOROZ MESLEKİ VE TEKNİK ANADOLU LİSESİ'NDEN BİR AVRUPA PROJESİ DAHA



Mehmet Emin Horoz Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi (MTAL), Avrupa projelerinde hız kesmiyor. Daha önce üç defa Avrupa projesi geliştirerek 100'e yakın lojistik öğrencisi ve öğretmenin yurt dışında staj ve eğitim almasını sağlayan okul, ağustos ayında 125 bin 878 Euro hibe almaya hak kazanarak üst üste iki senedir Avrupa projelerinde başarı sağlamış oldu. Proje ile 63 kişiyi üçer hafta yurt dışında staj ve eğitime götürecek olan okul, öğrencilerine genç yaşta tecrübe ve deneyim yaşatacak. Geçtiğimiz yıl kazandığı AB projesinde salgın nedeniyle akışları ertelenen okul, 25 öğrenci ve öğretmeni de Almanya ve Fransa'ya götürecekti.

OKULDAKİ HER 12 KİŞİDEN BİRİ AVRUPA'YA GİDECEK

Okulun iki senedir kazandığı Avrupa projesi ile 90'a yakın öğrenci ve öğretmen yurt dışında staj, saha eğitimi alacak. Okul kapasitesinin bin olduğu düşünüldüğünde, her 12 kişiden birinin Avrupa'nın çeşitli ülkelerinde tecrübe kazanacağı görülüyor. "Bireylerin Avrupa Birliği'nde 4.0 Lojistik Uygulamaları" isimli proje ile hibe almaya hak kazanılmasıyla öğrenci ve öğretmenler; Hamburg, Rotterdam, Anvers, Trieste Limanları ile Polonya, Macaristan, Slovakya gibi farklı ülkede deneyim kazanacak.

ÖĞRENCİLER İÇİN BÜYÜK FIRSAT
Proje süresince öğrenciler ücretsiz speaking eğitimi alacak. Ayrıca yurt dışı oryantasyonu ve sektör eğitimleri de verilecek. Sonunda yurt dışı akışı gerçekleştirilerek, üç hafta boyunca tam gün lojistik merkezlerde staj yapacaklar. Öğrencilerin tüm organizasyonu, lojistik öğretmenleri tarafından gerçekleştirilecek. Avrupa projeleri konusunda oldukça tecrübeli olan lojistik öğretmenleri, öğrencilerinin gelişimlerini yakından izleyecek. Okulun projesi okul olması, Avrupa deneyimi yaşayan öğrencilerinin staj ve işe yerleştirme sıkıntısı yaşamaması, Avcılar ve bölge ilçelerdeki öğrencilerin lojistiğe olan ilgisini artırıyor.

GİDİLMEDİK YER KALMAYACAK

Alman Borsası, Frankfurt Havalimanı, Lufthansa Cargo, Mercedes, BMW, Av-

rupa Parlemantosu, Euro Merkezi, Paris, Eyfel Kulesi, Loure Müzesi, Münih, Brüksel, Brüksel Havalimanı, Brugge Kargo gibi Avrupa'nın turistik ve lojistik birçok yerine proje ile öğrenci götüren okulun hedefi; ayak basılmadık hiçbir Avrupa ülkesinin kalmaması.

PROJELERDE HEDEF AKREDİTASYON BELGESİ ALMAK

Mehmet Emin Horoz MTAL'nin ana hedefi, lojistik tecrübesi ile Türkiye Ulusal Ajansı'ndan akredite almak. Akredite alan kurum, Ulusal Ajans ile anlaşarak yedi sene varan direkt kolay proje süreci ile her sene Avrupa'ya öğrenci, öğretmen, sektör paydaşı gönderebiliyor. Kurum projeler ve iş birlikleri ile Avrupa klasmanında bir üst seviyeye çıkabiliyor. Okul akredite olma konusunda oldukça iddialı.



Dört bir yanı demir ağlarla örülü Türkiye, 11 bin 527 kilometrelik konvansiyonel demir yolu hattı ile yük ve yolcu taşıma hizmetlerini aralıksız sürdürüyor. Türkiye'nin lojistik bir üs haline gelmesinde oldukça büyük bir öneme sahip olan demir yolu taşımacılığı, pandemi sürecinde de ithalat ve ihracat alanında sağladığı avantaj ile bir kez daha ülke ekonomisine olan katkısını ortaya koydu.

Yeşil ve temiz bir taşımacılık türü olan demir yolu taşımacılığını çağın ve ülkenin gerekleri doğrultusunda geliştirmek ve toplam taşımacılık içindeki payını artırmak amacıyla 2006 yılında kurulan Demiryolu Taşımacılığı Derneği Başkanı Ali Ercan Güleç ile sektörün verimliliğini artırması konusunda yapılması gerekenleri, demir yolu taşımacılığının bugününü ve geleceğini konuştuk.

Demiryolu Taşımacılığı Derneği'nin kuruluş amaçlarından ve son dönem faaliyetlerinden kısaca bahseder misiniz?

Demir yolu, günümüzde yük taşıması ve çevre gibi faktörlerden dolayı çok ön plana çıktı. Demiryolu Taşımacılığı Derneği'nin (DTD) kuruluş amacı; demir yolu yük taşımasını geliştirmek, yaygınlaştırmak ve sektörün serbestleşme mevzuat çalışmalarına destek olmaktır. Demir yolu taşımacılığının gelişmesi hem kombine taşımacılığı geliştirerek firmalarımıza güvenilir ve ekonomik lojistik imkânı sunuyor hem de ülkemizde uluslararası lojistik koridorları oluşmasını sağlıyor. İyi bir demir yolu sistemi olmadan transit taşıma koridorlarının ülkemizden geçmesi zor.

Demir yolu taşımacılığının önemi pandemi sürecinde bir kez daha ortaya çıktı. Türkiye'nin yük taşımacılığında talep TIR'dan demir yoluna kaydı. Temassız ticaret uygulamasına geçilmesiyle demir yoluyla sürdürülen ihracatta vagonların yetersiz kaldığı hatlar görüldü. Siz bu süreçte yaşanan gelişmeleri nasıl değerlendiriyorsunuz?

Bütün dünyada yaşanan pandemi yüzünden kara yolları taşımacılığına ve insanların dolaşımına getirilen kısıtlamalar, ağırlıklı olarak tek moda dayanan lojistik sistemlerinin risklerini ortaya çıkardı. Bu durum yurt içi ve uluslararası taşımacı-



ALİ ERCAN GÜLEÇ

DEMİR YOLU TAŞIMACILIĞININ GELİŞMESİ EKONOMİK LOJİSTİK İMKÂNI SUNUYOR”

PANDEMİNİN TEK MODA DAYANAN LOJİSTİK SİSTEMLERİNİN RİSKLERİNİ ORTAYA ÇIKARDIĞINI BELİRTEN DEMİRYOLU TAŞIMACILIĞI DERNEĞİ BAŞKANI ALİ ERCAN GÜLEÇ; BU SÜREÇTE YAŞANAN SORUNLARIN DEMİR YOLUNUN DEVREYE GİRMESİ İLE BİR NEBZE RAHATLADIĞINI İFADE EDİYOR.

lıkta kesintisiz şekilde sürekliliğin sağlanmasında demir yolu yük taşımacılığının ne kadar önemli olduğunu gösterdi. Pandemi sırasında özellikle liman taşımacılığında yaşanan sıkıntılar, ithalat ve ihracatta demir yolunun devreye girmesi ile bir nebze rahatladı. Koronavirüs nedeniyle kara yolu taşımacılığında kullanılan sınır kapılarının kapatılması, karantina süreleri nedeniyle aksamalar yaşanmaya başlaması özellikle yurt dışı demir yolu taşıma taleplerinin artmasına neden oldu. İran ve BTK hattında yüksek miktarda talep oluştu. Kara yollarına gelen kısıtlamalar, liman lojistiklerinde de aksamalara sebep oldu. Demir yolu taşımacılığı burada da devreye girdi. Ancak ülkemizin ana limanlarının, sanayi bölgelerinin, üretim ve tüketim merkezlerinin tamamının iltisak hatları ile demir yolu sistemine entegre olmamasından dolayı limanlardan yapılan ithalat, ihracat ve transit taşımalarda problemler yaşandı. Özellikle İskenderun ve İstanbul bölgesi gibi demir yolu bağlantısı olmayan ana limanlarda, demir yolu taşımacılığının da tam olarak devreye girememesi yüzünden sorunlar ortaya çıktı. Ayrıca ülkemizden geçen doğu-batı transit demir yolu lojistik koridoru bu süreçte Asya-Avrupa transit taşımacılığında bir nebze rahatlık sağladı. Pandemi süreci demir yolunun önemini bir kez daha ortaya koyduğu gibi bundan sonraki dönemlerde de bu önem artarak devam edecektir.

Türkiye'nin demir yolu taşımacılığında güçlü bir ağa sahip olduğu söyleniyor. Ancak kara yollarının payı yüzde 94'ken demir yollarının yüzde 4. Bu sonucu neye bağlıyorsunuz? Bununla birlikte 1920'li yıllardan itibaren kullanılan birçok hattın modernize edilmesi gerektiğini düşünüyor musunuz?

Demir yolu şebekemiz verimli değil. 1920 yılından hat kalmadı, bütün hatlar yenilendi. Ancak ülkemizde demir yolu altyapısı verimli ve ekonomik bir taşıma yapmaya uygun değil. Mevcut altyapı; kullanılan ekipmanların ekonomik ömrünü azaltıyor ve bakım ihtiyacının artmasına sebep olarak operasyonda kalma sürelerini kısaltıyor. Bununla birlikte altyapı geometrisi lokomotiflerin çekeceği yük miktarını sınırlıyor ve taşımacılığın verimliliğini düşürüyor. Demir yolunun hak ettiği paya ulaşabilmesi için hat yenileme

çalışmalarının yanı sıra hatların geometrisinin ekonomik ve verimli operasyon yapmaya uygun hale getirilmesi gerekiyor. Ek olarak limanlar, sanayi bölgeleri, büyük tüketim ve üretim merkezleri de iltisak hatları ile demir yolu sistemine bağlanmalı.

Dünya Bankası kısa bir süre önce Türkiye Demiryolu Lojistiği İyileştirme Projesi için 350 milyon ABD Doları tutarında bir kredi onayladı. Demir yolu yük taşımacılığı koridorlarında taşımacılık maliyetlerini düşürmeyi amaçlayan projeyi sektörün geleceği açısından nasıl değerlendiriyorsunuz?

Bu kredi iltisak hatları, özellikle limanların demir yoluna bağlanması ve geometri iyileştirilmesi için kullanılması halinde maliyetleri çok düşürecek bir projede kullanılacak. Türkiye Demiryolu Lojistiği İyileştirme Projesi'nin sektörün geleceği açısından çok yararlı olacağını düşünüyoruz.

Türkiye'de demir yolu yük taşımacılığı çoğunlukla hangi alandaki yüklerin taşınmasında kullanılıyor? Ağırlıklı olarak demir yolu taşımacılığını tercih eden sektörlerin hangileri olduğu ile ilgili bilgi verebilir misiniz?

Dünya geneline bakıldığında demir yolu yük taşımacılığı genelde dökme kuru (maden, kömür gibi üretim yapan madencilik sektörü), sıvı yük taşımacılığı (akaryakıt, kimyasallar gibi üretim yapan rafineri ve petrokimya sektörü) ve tehlikeli madde taşımacılığında kullanılıyor. Ülkemizde de demir yolu taşımacılığında dünya ile benzer bir yapı işliyor.

Türkiye'de demir yolu taşımacılığının daha fazla ivme kazanması konusunda devlet otoritesinden beklentileriniz nelerdir?

Özellikle koronavirüs salgını sürecinden sonra öne çıkacak lokal ve bölgesel lojistik ile çevresel etkiler, demir yolunu daha da ön plana çıkaracaktır. Ülkemizde demir yoluna yapılan yatırımlar ile yolcu taşımacılığında büyük bir gelişme sağlanmış olmasına rağmen yük taşımacılığında fazla bir gelişme olmamış ve demir yolu yük taşıması diğer taşıma modlarındaki gelişmeye ayak uyduramamıştır. Modern ve ekonomik açıdan verimli bir demir yolu altyapısı olmadan hiçbir lojistik koridorunun ülkemizden geçmeyeceği gerçeğini göz önünde bulundurarak ana stratejimiz



ÜLKEMİZİN ANA LİMANLARININ, SANAYİ BÖLGELERİNİN, ÜRETİM VE TÜKETİM MERKEZLERİNİN TAMAMININ İLTİSAK HATLARI İLE DEMİR YOLU SİSTEMİNE ENTEGRE OLMAMASINDAN DOLAYI LİMANLARDAN YAPILAN İTHALAT, İHRACAT VE TRANSİT TAŞIMALARDA PROBLEMLER YAŞANDI.



ANA STRATEJİMİZ
DEMİR YOLU
ALTYAPISINI MODERN
VE VERİMLİ HALE
GETİRMEK OLMALIDIR.

demir yolu altyapısını modern ve verimli hale getirmek olmalıdır. Ayrıca ve en önemlisi; özel sektörün de demir yolu tren işletmecisi olarak bu sektöre lokomotif, vagon gibi ekipman yatırımı yapmasını sağlamak gerekiyor.

Demir yolu taşımacılığını can ve mal güvenliği noktasında diğer taşımacılık metotlarından ayıran özelliklerin neler olduğunu düşünüyorsunuz?

Türkiye’de son beş yılın ortalamasına göre ölümlü trafik kazalarda demir yolu sektöründe 50 kişi, kara yolu sektöründe 5 bin 500 kişi hayatını kaybetti.

Önümüzdeki yakın süreçte kombine taşımacılık sistemi ile oluşturulacak taşımacılık sisteminde karasal taşımalarda kara yolu, kısa mesafede (yaklaşık 150-200 kilometre içinde) taşıma yapabilecek. Uzun mesafede ise demir yolu ile taşımacılık yapılacaktır. Tüm taşıma sistemlerine baktığımızda büyük hacimli yük taşımalarının demir yolu ve deniz yolu ile olacağı öngörülmüyor.

Demir yolu taşımacılığı alanında mevcut eğitim altyapısını yeterli buluyor musunuz? Dernek olarak eğitim alanında ne gibi çalışmalarınız var?

Gelişimin ve dünya ile rekabet edilebilirliğin yolunun; çalışanların, çalıştıkları sektörler ile ilgili eğitim ve öğrenim almalarına bağlı olduğunu düşünüyoruz. Türkiye demir yolu sektörünün en önemli sorunlarından biri de konusunda eğitim almış yeterli sayıda teknisyen ve işletmeci olmayışıdır. Bir diğer sorun ise demir yolu sektöründe çalışanların gelişen ve değişen yeni bilgileri ve teknolojileri öğrenmeye erişimde yaşadıkları zorluklar.

İş yaşamında görüyoruz ki çalışanların önemli bir bölümü, hangi örgün veya yaygın eğitimi bitirirse bitirsin, hâlâ o eğitimin sağladığı bilgi ile iş yaşamına devam ediyor. Çeşitli nedenlerle de kendilerini güncelleştirecek eğitimlere katılmakta zorlanıyorlar. Hep biliyoruz ki; “güncellenmemiş bilgi, geçersiz bilgidir”. Bugün itibarıyla demir yolu sektörünün

demir yolu eğitimi de almış mühendislere ihtiyacı bulunmaktadır. Demiryolu sektörü makineden inşaat, elektrik-elektronikten lojistiğe, çevre mühendisliğinden meteorolojiye kadar tüm mühendislik bölümlerini kapsıyor. Ancak sektörde, demir yolu konusunda örgün yükseköğretim (üniversitelere bağlı yüksekokullar, fakülteler, enstitüler ve meslek yüksekokul) veren okulların eğitim programlarına ve ders kapsamına “demir yolu” eğitimi de eklenmeli.

Ayrıca demir yolu sektörü ile ilgili “yüksek lisans ve doktora” programları da eklenmeli. Demiryolu Taşımacılığı Derneği olarak 2010 yılından itibaren, sektörün tüm bölümleri ile ilgili seminerler düzenliyoruz. Düzenlediğimiz seminerlere yoğun talepler oldu. Demir yolu konusunda bilgilendirmeye ihtiyaçları olduklarını çok yakından gördük. Önümüzdeki süreçte de seminerlerimizi devam ettirmeye çalışacağız.

SENELERDİR GÜNDEMİ MEŞGUL EDEN KONULARDAN BİR TANESİ, “KARA YOLLARININ ÖZELLEŞTİRİLMESİ”. DEMİR YOLLARININ ÖZEL SEKTÖRE AÇILMASI GİBİ BİR DURUM NE KADAR GERÇEĞİ YANSITIYOR? ÖZELLEŞTİRİLMESİ DURUMUNDA NE GİBİ ARTI VE EKSİLERDEN BAHSEDİYOR OLACAĞIZ?

Serbestleşme ile ilgili mevzuat yıllar evvel çıkmış olmasına rağmen özel sektör demir yoluna yatırımlara uzak durdu. Bunun en önemli sebebi ise demir yolu sektöründe serbest piyasa kurallarının tam olarak uygulanamaması. Demiryollarının yeniden canlandırılması ve taşımacılıktaki rolünün güçlendirilmesi için özel sektörün de katılımı ile serbest, rekabetçi ve ekonomik açıdan sürdürülebilir bir sektörün oluşturulmasına ihtiyaç var.

Hükümetimizin demir yolunda reform olarak serbestleşmeyi bir politika olarak benimsemesinin amacı; verimlilik düzeyi yüksek, emniyetli, yatırım yapılabilir, kaliteli, güvenilir ve ön görülebilir bir taşımacılık hizmetini sunmak ve ekonomiye sürdürülebilir katkılarının yapılmasını, bu sektöre yatırım yapmış ve yapacak olan firmalara eşit bir rekabet imkânı sağlamaktır. Ancak kamu kurumlarının serbestleşme ile piyasayı etkileyici güçlerini, serbest rekabet koşullarını etkileyici, eşit, adil olmayan şekilde kullanması; serbestleşmeden beklenen olumlu etkinin önündeki en büyük engel. Söz konusu uygulamalar, bir müddet sonra özel sektörün demir yolu piyasasına katılımını azalttığı gibi mevcut iş yapan firmaların yatırımlarını durdurması veya azaltması sonucu; demir yolu trafiğinin seviyesinde düşüşleri ve pazar payının azalmasını da beraberinde getirecek.

Bu nedenle şartlara uyan bütün firmalara aynı imkanlarla rekabet ortamının sağlanması ve sektörün tümünü desteklemeyi amaçlayan uygulamaların devam ettirilmesi sektörün gelişmesi açısından çok önemli.

TÜRKİYE’DE SON BEŞ YILIN ORTALAMASINA GÖRE TRAFİK KAZALARINDA DEMİR YOLU SEKTÖRÜNDE 50 KİŞİ, KARA YOLU SEKTÖRÜNDE 5 BİN 500 KİŞİ HAYATINI KAYBETTİ.

1994 YILINDA ASPİRATÖR VE DAVLUMBAZ ÜRETİMİ İLE SEKTÖRE GİREN SILVERLINE, YILDA 1,2 MİLYON ADEDİN ÜZERİNDE ÜRETİM YAPIYOR. MARKA, DÜNYANIN EN PRESTİJLİ YARIŞMALARINDAN BUGÜNE KADAR 150 TASARIM ÖDÜLÜ İLE DÖNDÜ.

"MUTFAKLARI KEYİFLİ YAŞAM ALANLARI HALİNE GETİRMEK İÇİN ÇALIŞIYORUZ"

Pandemi sürecinde Horoz Lojistik ile büyük bir krizi beraber yönettiklerini söyleyen Silverline Satın Alma ve Lojistik Direktörü Erhan Esen ile pandemi sürecinde yaşadıkları deneyimleri ve şirketin yeni dönem hedeflerini konuştuk.

Silverline, kurulduğu günden bu yana nasıl değişimler yaşadı? İçinde bulunduğumuz süreç, firma adına yeni bir dönemin açılmasına sebep oldu mu?

1994 yılında aspiratör ve davlumbaz üretimi ile sektöre giriş yaptık. Çeyrek asırlık serüvenimizde davlumbaz ve aspiratörde Avrupa'nın ilk beş, dünyanın ise ilk 10 üreticisi arasına girdik.

Amasya Merzifon'da 103 bin metrekarelik alanda üretim gerçekleştiriyoruz. Bu süreçte üretimimizi yıllık 1,2 milyon adet üzerine çıkardık. Silverline, 2005 yılında Borsa İstanbul'da işlem görmeye başladı. Aspiratör ve Davlumbaz Performans Deneyleri kapsamında Türkiye'de ilk ve tek akredite laboratuvara sahibiz. 70'in üzerine ülkeye ihracat gerçekleştiriyoruz. İtalya ve Almanya'da temsilcilikler açtık.

SILVERLINE SATIN ALMA VE LOJİSTİK DİREKTÖRÜ ERHAN ESEN



SADECE ÜRÜNLERDE DEĞİL, MÜŞTERİ SİPARİŞİNDEN BAŞLAYIP YİNE MÜŞTERİYE ÜRÜNLERİN ULAŞMASI İLE BİTEN TÜM SÜREÇLERDE DİJİTALLEŞME YAŞAYACAĞIZ.

Geçen sene fırın fabrikamız faaliyete geçti. Yeni teknolojileri işlerimize adapte etmek her zaman en önemli hedeflerimizden biri oldu. Pandemi öncesi hazırladığımız ve bitirdiğimiz projelerimiz vardı. İçinde bulunduğumuz dönem bu konudaki adımlarımızı hızlandırmamızda etkili oldu. Dijitalleşme konusundaki yatırımlarımızı artırma ve hızlandırma kararı aldık.

Hizmet alanlarınızda kullandığınız teknolojiler, rakiplerinizden ayrıştığınız noktalar ve teknoloji-inovasyon-tasarım alanına yaptığınız yatırımlardan bahsedermisiniz?

Hedef pazarlardaki trendleri, tüketici alışkanlıklarını yakından takip ediyoruz ve beklentileri karşılayabilmek için Ar-Ge yatırımlarından hız kesmiyoruz. Türkiye’de Ar-Ge yatırımı yapan ilk 250 şirket arasındayız. 2017 yılında Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından tescillenen Ar-Ge merkezimiz; modern yazılım, laboratuvar ve prototip altyapısı ile global ölçekte rekabet edebilir inovatif ürünler geliştiriyor. Uluslararası standartlara uygun, güvenilir, çevreye duyarlı ve az enerji tüketen ürünler geliştiriyoruz. Mutfakları keyifli yaşam alanları haline getirmek için çalışıyoruz. Bu misyonla şık ve fonksiyonel tasarımlar gerçekleştirmeyi hedefliyoruz. Dünyanın en prestijli yarışmalarından bugüne kadar 150 tasarım ödülü ile döndük. Son dönemde IoT alanında yaptığımız atılım ve yeniliklerle Türkiye ve dünya-da konuşulan markalar arasına girdik.

Geçtiğimiz yıl akıllı davlumbazımız Vision Hi ve akıllı fırınlardan oluşan S serimizin tanıtımını yaptık. Aynı yıl AB Çerçeve Programları’nın yürüttüğü Horizon 2020 Programı’na Türkiye’den dahil olan tek şirket olduk. Projede aktif rol alarak yenilikçi bir insan-makine ara yüzü geliştirme-yi başardık. Bu sene AB’nin April adlı projesinde rigid olmayan yumuşak ve hassas malzemeleri tutabilen ve aynı zamanda maliyeti düşük olan bir robot el geliştirmek üzere çalışmalarda görev alacağız. Bu projelerde uluslararası uzman partnerlerle çalışarak Ar-Ge yetkinliklerimiz, üretim kabiliyetimiz ve teknolojimizin gelişimine önemli katkılar sağlıyoruz. SAP’nin devrim niteliğindeki ürünü Hana S4’e Türkiye’de ilk geçen şirket biz olduk. İşlerimizi bu yeni nesil ERP sistemi ile daha hızlı ve etkin bir şekilde yürütüyoruz.

Pandemi süreci rakamlarınıza, istihdamınıza ve yurt içi/yurt dışı konumlanmanıza nasıl yansdı?

Bin 800 kişiye yaklaşan çalışanımız, yurt içinde 500’e yakın bayimiz ile tüketicimize ulaşıyoruz. Müşteri memnuniyeti esasına bağlı olarak 200’ü aşkın yetkili servis ile satış sonrası hizmeti veriyoruz. 140 tescil, 10 patentli ürün ve 135 ülkede marka tescilimiz var. 70’in üzerinde ülkede faaliyet gösteriyoruz. Son beş yıldır her sene çift haneli büyüme gerçekleştiriyoruz. Türkiye ankastre pazarının en itibarlı markaları içerisinde olmak en büyük hedefimiz. Dünyada ve Türkiye’de sektörün en önemli oyuncularından biri olmak için çalışıyoruz. Avrupa, en fazla ihracat yaptığımız bölge. Almanya, Danimarka, Ürdün, Fas, Tunus, Azerbaycan ve Gürcistan pazarlarında ortalama yüzde 10 paya sahibiz ve teknoloji devi Almanya’da davlumbaz pazarında ilk 5’te yer alıyoruz.

Pandemi döneminde özellikle nisan, mayıs aylarında yaşadığımız sıkıntılara rağmen seneyi çift haneli büyüme ile kapatmayı planlıyoruz. Pandemi sürecinde üretime ara vermememiz, müşterilerimizle olan yakın ilişkilerimiz, lokal desteklerimiz, bu zorlu dönemi başarıyla yönetmemizi sağladı.

COVID-19 salgını mart ayı ortasından itibaren öncelikli olarak Batı Avrupa, arkasından da diğer tüm ihracat pazarlarımızı olumsuz yönde etkiledi. Özellikle, İtalya, İspanya, Almanya gibi pazarlar durma noktasına geldi. Mayıs ayı ortasından itibaren

ren Batı Avrupa’da başlayarak tedbirlerde gevşetmeler başladı. Haziran ayı itibarıyla birçok pazar açıldı. Son iki aydır ihracat taleplerinde önemli artışlar kaydediyoruz.

Pandemi süreci insanların daha fazla online alışverişlere yönelmesine ve hızlı bir tedarik talebinin oluşmasına sebep oldu. Bu noktada çalıştığınız lojistik partnerin önemini nasıl vurguluyorsunuz?

Bu konuda iki ayrı önemli kırılm yaşadık. İlki insanların online alışveriş yapma oranının artması idi. İkincisi de normalleşme süreci ile başlayan ve çok hızlı artan yüksek talep miktarı oldu. Online alışveriş yapan müşterilerimizin beklentilerini iyi anlamak ve karşılamak gerekiyor. Bizim gördüğümüz hızlı teslimat, doğru teslimat ve müşteriye sipariş esnasında taahhüt edilen zamanda teslimat idi. Her pazarda olduğu gibi maliyet, en önemli unsur. Yanı sıra, tedarik zincirlerinin ne kadar iyi çalıştığı da rekabette öne geçmenizi sağlayan ve müşteri memnuniyetini artıran unsurlardan biri. Bu konulara yeterli özene gösteren ve yatırım yapmış bir lojistik partner, rekabetin çok arttığı günümüzde rakiplerinizin önüne geçmenizin anahtarıdır. Bu anahtarı da şirketlere veren seçtikleri doğru lojistik partneridir.

Horoz Lojistik ile yaptığınız iş ortaklığından bahsedermisiniz? Horoz Lojistik’i tercih etme sebepleriniz nelerdi?

2015 yılında şirketimizde lojistik alanında bir değişime gitmek istedik. Projeler geliştirdik ve bunları birlikte hayata geçirecek bir partner arayışına girdik. Projelerimizi daha da geliştirmek noktasındaki katkısı, özel taleplerimize olan yaklaşımları, problemlere çözüm ortağı mantığı ile yaklaşacağına olan inancımız, şirketimizdeki değişim sürecini Horoz Lojistik ile yönetmek kararı almamızı sağladı. Horoz Lojistik ile depolama, ihracat yükleme, antrepo, parsiyel dağıtım, eve teslim konularında çalışıyoruz.

Pandemi sürecinde Horoz Lojistik ile çalışmanın artıları neler oldu? Nasıl bir ayrışma yaşadınız?

Profesyonel lojistik çözümleri ve iletişim kanallarının devamlı açık olması bize önemli avantajlar sağlıyor. Pandemi sürecinde Horoz Lojistik ile büyük bir krizi beraber yönettik. Burada firmaların birbirini anlıyor olması ve çözümler üretme-

ye çalışması en büyük artı oldu. Müşteri memnuniyetini ön plana alarak hızlı ve sorunsuz şekilde teslimatlarımızı yapmaya çalıştık.

Bundan sonraki süreç için faaliyet alanınıza ilişkin beklenti ve öngörüleriniz neler?

Hayatımızın tüm alanlarında dijital dönüşüm zaten vardı. Pandemi süreci ile bu dönüşüm çok daha hızlandı. Hızlanmak zorunda kaldı. Artık şirketlerde Ar-Ge’nin daha fazla öne çıkacağı bir dönem yaşayacağız. İnovatif, müşterinin hayatını kolaylaştıracak ürünler günden güne daha fazla talep görecektir. Bu talep ile beraber üst segment ürün özellikleri olan IoT ve yapay zekâ teknolojileri; zamanla orta ve alt-orta segment ürünlere doğru kayacak, daha ulaşılabilir seviyelere inecektir. Sadece ürünlere değil, müşteri siparişinden başlayıp yine müşteriye ürünlerin ulaşması ile biten tüm süreçlerde dijitalleşme yaşayacağız. Bu değişimi iyi takip edip, gerisinde kalmamak ve doğru yatırımı hızlıca yapmak gerekiyor.

PANDEMİ SÜRECİNDE ÜRETİME ARA VERMEMİZ, MÜŞTERİLERİMİZLE OLAN YAKIN İLİŞKİLERİMİZ, LOKAL DESTEKLERİMİZ, BU ZORLU DÖNEMİ BAŞARIYLA YÖNETMEMİZİ SAĞLADI.

RAKAMLARLA SILVERLINE



103.000 m²
ÜRETİM ALANI



1.800
ÇALIŞAN



70+
İHRACAT GERÇEKLEŞTİRİLEN
ÜLKE SAYISI



1.2
MİLYON
YILLIK ÜRETİM ADEDİ



500
YURT İÇİ BAYİ SAYISI



200+
YETKİLİ SERVİS SAYISI

YENİ BİR GELECEĞE DOĞRU YENİ NORMAL

TÜM DÜNYANIN MÜCADELE
ETTİĞİ KORONAVİRÜS
SALGININDA YENİ NORMAL
DÖNEMİNE GEÇİLDİ.
EKONOMİDEN İLETİŞİME, İŞ
DÜNYASINDAN TEKNOLOJİYE
KADAR BİRÇOK ALANDA
EZBERLERİ BOZAN SALGIN;
YENİ NORMALDE ÜLKELERİN,
İŞ DÜNYASININ VE BİREYLERİN
FARKLI YAKLAŞIMLAR
BENİMSEMESİNE SEBEP
OLACAK.



COVID-19 salgınının; sağlıktan sosyal yaşama, eğitimden ekonomiye yarattığı tahribat, korkutucu boyutlara ulaştı.

Türkiye, salgın ile geç tanışan bir ülke olarak ilk vakanın açıklanmasının ardından birçok kritik tedbiri uygulamaya başladı. Okullar, eğlence mekanları, alışveriş merkezleri, iş yerleri ve ülke sınırları kapanırken sokağa çıkma kısıtlamaları uygulanmaya başlandı. Bu süreç boyunca insanlar evlerine adeta hapsedi. Tedarik zincirleri ve üretimde aksaklıklar, değişen tüketim ve tüketici alışkanlıkları, birtakım ekonomik sorunları beraberinde getirdi. Haziran ayı itibarıyla ise salgınla mücadelede üç ayı geride bırakan Türkiye; yeni normal olarak adlandırılan bir döneme geçiş yaptı. Alınan tedbirlerin esnetildiği fakat salgının henüz bitmemesi nedeniyle koruyucu tedbirlerin uygulanmaya devam ettiği bu dönemde, iş dünyası ve sosyal hayat yeniden hareketlenmeye başladı.

COVID-19 salgını, lojistik ve taşımacılık sektöründe de önemli sarsıntılara neden oldu. Küresel ticaretin durma noktasına gelmesi ve seyahat kısıtlamaları nedeniyle sektörün mevcut iş hacmi daraldı. Yılın ilk beş ayında hava kargodaki küçülme yüzde 36,7 olarak görüldü. Uluslararası Hava Taşımacılığı Birliği, hava taşımacılığındaki şirketlerin gelirlerinin 2020 yılında bir önceki yıla kıyasla yüzde 50 düşebileceğini belirtti. Türkiye'nin dış ticaret taşımalarına bakıldığında yılın ilk beş ayında kara yolu taşımacılığındaki düşüşün yüzde 11 olduğu, limanlarda toplam elleçleme miktarının 205 milyon tondan 188 milyon tona gerilediği görülüyor. Eylül ayı itibarıyla en fazla ihracatın 9,5 milyar dolar ile deniz yolu taşımacılığında, 5,5 milyar dolar ile kara yolu taşımacılığında ve 1,05 milyar dolar ile hava yolu taşımacılığında yapıldığı görülüyor. İthalatta ise taşıma modları arasında en yüksek performansı 10,1 milyar dolar ile deniz yolu, 4,6 milyar dolar ile hava yolu ve 4,2 milyar dolar ile kara yolu taşımacılığı gerçekleştirdi.



9,5
MİLYAR DOLAR
DENİZ YOLU
TAŞIMACILIĞI İLE
GERÇEKLEŞTİRİLEN
İHRACAT HACMI



5,5
MİLYAR DOLAR
KARA YOLU
TAŞIMACILIĞI İLE
GERÇEKLEŞTİRİLEN
İHRACAT HACMI



1,05
MİLYAR DOLAR
HAVA YOLU
TAŞIMACILIĞI İLE
GERÇEKLEŞTİRİLEN
İHRACAT HACMI
(Eylül ayı itibarıyla)

“DİJİTALLEŞME VE OTOMASYON UYGULAMALARI GELİŞTİREN KURUMLAR ÖNE ÇIKACAK”

Mart-nisan-mayıs aylarında taşıma faaliyetlerinin durma noktasına geldiğini, şoförlere karantina uygulandığını ifade eden UTİKAD Başkanı Emre Eldener; kara yolunda 15 Haziran itibarıyla yük sayısı ve iş hacimlerinde yükselişlerin başladığını belirtti. Temmuz ayından bu yana durumun beklenenden iyi olduğunu ifade eden Eldener; ithal malzemelere getirilen ek vergiler ve kur değişimlerinden kaynaklı sorunlar yaşandığına değindi. Salgının yeni iş yapma biçimlerinin geliştirilmesi, temassız ve dijital uygulamaların yaygınlaştırılması gerektiğini ortaya koyduğunu belirten Eldener; “Lojistik ve taşımacılık süreçlerinde daha gelişmiş dijitalleşme ve otomasyon uygulamaları geliştiren kurumlar birkaç adım öne çıkacak. Üzerimize düşen; doğru kurgulanmış dijital sistemleri, kamu idaresi ve özel sektör iş birliği ile hayata geçirerek uygulamaya almak. Küresel tedarik zincirinde Türkiye’nin Uzak Doğu ülkelere alternatif ülke konumuna gelmesi mümkün. Bu süreçte gerek uluslararası gerekse ulusal mevzuatta geliştirilmesi gereken birçok alan var. Tüm modlarda kamu idaresi ve özel sektörün lojistik süreçlere ilişkin evrak ve bilgi alışverişinin dijitalleştirilmesi projesi; sektörün her alanına hız, verimlilik, güvenlik ve maliyet avantajı getirebilecek” dedi.

Eldener sözlerine şöyle devam etti: “Sektörde kalıcı olmak isteyen her firma, gelecek dönem stratejilerine dijital uygulamaları eklemek durumunda olduklarının farkına vardı. Derneğimiz evrak teslim süreçlerinde fiziksel teması azaltmak ve dijitalizasyonu iş yapış biçimlerimize adapte etmek için tüm taşıma modları için ‘İş akış şemaları ve evrak otomasyonu’ konularında bir proje hazırlığında. Hedefimiz; teması azaltmak, insan gücünü daha verimli kullanmak ve gelişmiş sistemlere adapte olunmasını sağlamak.” Lojistik sektörünün öneminin Türkiye’de giderek arttığına vurgu yapan Eldener; “Ulaştırma ve lojistik sektörü hem yurt içi hem de yurt dışı gelişmelerden, krizlerden doğrudan etkileniyor. Ülkemizdeki ekonomik durgunluk ile birlikte, ticaret ortaklarımızın da yaşadığı ekonomik sorunlar, duraklamalar taşımacılık sektörünün gelecek beklentilerini olumsuz etkileyen unsurlardır. Kalkınma Planı ve Orta Vadeli Program ile öngörülen Lojistik Master Planı’nın hayata geçirilmesi sektör için yeni fırsatların yaratılmasını sağlayacak ve yabancı yatırımcılar bakımından cazibesini artıran bir etki yaratacak. Diğer yandan e-ticaret ile gerek üretici gerek lojistik firmaları cirolarını daha üst seviyelere taşıyabilecekler” şeklinde konuştu.



UTİKAD BAŞKANI
EMRE ELDENER



YENİ NORMALE GEÇİŞİ HIZLANDIRAN GÜÇ; EKONOMİ

COVID-19 salgını, küresel bir ekonomik krizi de beraberinde getirdi. Salgının Çin’in ardından ABD ve Avrupa Birliği ülkelerine yayılması ve yaşanan ağır kayıplar, ekonomik daralmalara sebep oldu. Ülkelerin sınırlarını kapatması, yurt içi ve yurt dışı seyahat yasakları, belirsizlik ortamı ve tüketici kaygıları nedeniyle ticaret yapılması zorlaştı. Dünyanın en büyük ekonomik güçlerinin yanı sıra gelişmekte olan ülkeler de ekonomik krizden etkilendi. IMF salgının başlangıcında dünya ekonomisi için öngördüğü yüzde 3’lük küçülme oranını yüzde 4,9’a çekti. Küresel ticaret hacminin yüzde 5 ile 30 arasında daralacağı beklentiler arasına girdi.

Gerek Türkiye’de gerekse dünya genelindeki diğer ülkelerde yeni normale geçilmesini hızlandıran en önemli güç ekonomi oldu. İş dünyasında ve birçok sektörde yaşanan daralmalar, ülkeleri çarkların yeniden döndürülmesi ve üretimin başlaması yönünde adımlar atmaya sevk etti. Bu doğrultuda yeni normal döneme geçilmesiyle birlikte Türkiye’de haziran ayı itibarıyla kapanan iş yerleri, alışveriş merkezleri yeniden açıldı.

“ÖZEL SEKTÖRÜN İÇİNDEN GEÇTİĞİ BU DURUM SADECE SALGINDAN KAYNAKLANMIYOR”

COVID-19’dan önce kronik talep açığı probleminin belirginleştiği, değer zincirlerinin kısaldığı, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin korumacı tedbirlerini artırdığı bir süreç izlendiğini belirten Özyeğin Üniversitesi Ekonomi Bölümü Başkanı Prof. Dr. Ümit Özlale; salgınla birlikte bu sürecin hızlandığına vurgu yaptı. Arz ve talep şokunun bir arada yaşanmasının salgından önce zaten yavaş büyüyen küresel ekonomiyi oldukça olumsuz etkilediğini ifade eden Özlale; “İyimser bir tahminle 2021 yılının ortalarına kadar bu olumsuz etkilerin fazlasıyla hissedileceğini söyleyebiliriz. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler, salgının olumsuz etkileriyle mücadele etmek için sahip oldukları kaynaklar açısından önemli ölçüde ayrışıyorlar. Türkiye ve diğer gelişmekte olan ülkelerin kendi para birimleriyle borçlanma olanakları oldukça kısıtlıyken aynı durum gelişmiş ülkeler için geçerli değil. O yüzden dış kaynak ayağı olmayan bir ekonomi programıyla yoluna



devam etmeyi tercih eden Türkiye’de, Türk Lirası’nda önemli bir değer kaybı görürken faizleri aynı seviyede tutmanın giderek imkânsızlaştığı bir süreç yaşıyoruz. Öncelikle küresel ölçekte gelişmekte olan ülkelerin borçlarının yeniden yapılandırılmasına imkân verecek bir anlayış geliştirilebilir. Bu tür bir yaklaşım, küresel büyümeye de olumlu yansıtacaktır. Türkiye tarafında ise itibarlı, uzun dönemli ve dış kaynak sağlamaya ağırlık verecek bir programın hayata geçirilmesi önemli” dedi.

Salgın öncesinde bilanço açısından sıkıntı yaşayan ve borç ödeme kapasitesi giderek sınırlı hale gelen sektörlerin salgından en fazla etkilenenler olduğunun altını çizen Özlale sözlerine şöyle devam etti: “Türkiye’de özel sektör yatırımlarında, borç ödeme kapasitesinde, nakit akışında 2018’in ikinci yarısından itibaren önemli sıkıntılar var. Salgın bu sıkıntıları daha da belirgin hale getirdi. O açıdan özel sektörün içinden geçtiği bu durumun sadece salgından kaynaklanmadığını, arkasında daha önemli yapısal problemler olduğunu görmek gerekiyor. Hem lojistik sektörü hem de diğer sektörlerde teknolojik dönüşümünü sağlamak için gerekli yatırımları yapabilecek durumda olan şirketlerin bu süreçte pozitif ayrışacağını düşünenlerdenim.”



ÖZYEĞİN ÜNİVERSİTESİ
EKONOMİ BÖLÜMÜ
BAŞKANI
PROF. DR. ÜMİT ÖZLALE

YENİ NORMAL İŞ DÜNYASINDA DEĞİŞİMLERE SAHNE OLUYOR

Uzunca bir süre evden çalışma yöntemi ile çalışmalarını sürdüren çalışanların büyük bölümü normalleşme sürecinde iş yerlerine geri döndü. Geri dönüş, çalışanların adaptasyon ve verimliliklerini etkilerken birtakım kaygıları da beraberinde getirdi. İş yerlerinin virüsle mücadele kapsamında uyması gereken kurallar belirlendi. Süreçle birlikte iş dünyasında bazı değişimler de yaşandı. Daha önce örneği görülmemiş bir kriz yaşanırken yönetici ve liderlerin yaklaşımları da şirketlerin geleceğini etkileyen önemli noktalardan biri olarak öne çıktı. Yeni normalin iş dünyasında birçok değişime sahne olacağı ve geleceğin işçi hakları, liderlik özellikleri, ofis ortamı, çalışma metotlarının yeniden belirleneceği öngörülüyor.

“YENİ NORMALDE İK DEPARTMANINA DAHA FAZLA İHTİYAÇ DUYULUYOR”

İnsan Kaynakları ve Yönetim Danışmanı Şebnem Ergül, pandemi sonrası iş süreçlerinde belirleyici unsurun insan kaynağı olacağını ve eski sistem, süreç ve yönetim anlayışında ısrarlı olan kurumların yeni dönemin kaybedenleri olacağına dikkat çekiyor. Ergül; “Bu dönem bize etik olmanın, dayanışmanın, paylaşımın ve iş birliğinin önemini gösterdi. Pandemi sürecinin yeni dinamiklerinin şirketleri zorlayacak, ancak öğrenme çevikliği yüksek, katılımcı yönetim anlayışı benimseyen ve iş yapış şekillerini müşteriler bekledikleri

ve ihtiyaçlarına göre sürekli geliştiren şirketler sadece bu dönemde değil pandemi sonrası dünyada da başarılı olacaklardır. Yapılan araştırmalar, uzaktan çalışmanın verimi düşürdüğünü ve kişileri ekip olarak hissetmekten uzaklaştırdığını göstermektedir. Ancak görülen odur ki, daha çok uzaktan çalışacağız, Zoom yorgunu olacağız. O zaman fiziksel olarak uzak kaldıkça duygusal olarak yakın olmanın yollarını bulmalıyız. Bu dönemde yönetici olmak muhteşem bir deneyim; torunlarımıza bu dönemi nasıl anlatmak istediğimizi düşünüp, bugünü ona göre kurgulayalım” dedi.

Ergül; “Kurumların bu dönemde güçlü, kaygıyı yöneten, koçluk yapabilecek yöneticilere ihtiyacı var. Kurum kültürü de yöneticilik tanımları da değişiyor. Kurumlar; birbirlerini daha yakından tanımaya çalışan, kendini geliştiren, açık ve şeffaf yöneticileri tercih ediyor. İş süreçlerinin devamlılığı için üç şeye ihtiyacımız var; sermaye, teknoloji ve insan kaynağı. Bunlardan ilk ikisi her kurumda değişken şekilde var olan kaynaklar. Burada farkı yaratan ise insan kaynağı olacak” şeklinde konuştu. Şirketlerde insan kaynakları departmanına her zamankinden daha fazla ihtiyaç duyulduğunun da altını çizen Şebnem Ergül; yeni normalde işe alımlarda öne çıkacak olan üç yetkinliği duygusal zekanın etkin ve dengeli kullanımı, esneklik, uyum ve adaptasyon ile öğrenme çevikliği olarak sıraladı.



“TOPLUMSAL HAYATIN DEVAM ETMESİ İÇİN PRATİKLERİN BENİMSENMESİ GEREKİYOR”

İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Bölümü Öğretim Üyesi Doç. Dr. Ayşen Şatıroğlu, salgının sınırlarımıza ulaşmasıyla kısıtlamalarla geçen uzun bir dönem başladığını ifade etti. Toplumun çoğunluğunun Sağlık Bakanlığı'nın aldığı tedbirleri dikkatle uyguladığını dile getiren Şatıroğlu; “Kısıtlamalar hızla benimsendi. Hayatın temposunun tamamen yavaşladığı bu dönem, “yeni normal”, ile son buldu. Özellikle ekonomik gereklilikler nedeniyle kısıtlamaların sürdürülmesi mümkün değildi. Çalışma hayatının eskiye dönmesi ve salgına karşı tedbirlerin gevşetilmesi, toplumda önlemlere karşı duyarsızlık geliştirdi. Bunun nedeni bireysel davranışların düzenlenmesinde toplumsal kontrol mekanizmalarına duyulan ihtiyaçtır” dedi. Salgın günlerinin uzaması durumunda kurallara uygun davranış geliştirmenin daha çok yaygınlaşacağını belirten Şatıroğlu sözlerine şöyle devam etti: “COVID-19 pandemisi; teknolojinin, tıbbın ve zenginliklerin hiç olmadığı kadar çoğaldığı çağımızda,

insanlara geçmişteki salgınlarda olduğu gibi çaresiz kalabileceklerini öğretti. Salgının kuralları olan maske, sosyal mesafe, temizlik, uzaktan çalışma, uzaktan eğitim yeni normalde de sürüyor. Toplumsal hayatın devam etmesi için bu pratiklerin benimsenmesi gerekiyor. Salgından önce uzaktan çalışma, ekonomik avantajlardan ekolojik nedenlere dek, bir alternatif olarak duruyor ve tartışılıyordu. Salgın, aslında hazır olan uzaktan çalışma ve uzaktan eğitim hızla uygulamaya soktu. Bundan sonra uzaktan eğitim, örgün eğitimi tamamlayan bir imkân olarak uygulanmaya devam edecektir. Benzeri uzaktan çalışma için de geçerli olabilir.” Dünyayı saran çok uluslu şirketler nedeniyle artan iş amaçlı hava yolu trafiğinin, uzaktan toplantılarla azaltılmasının ve harcamaların düşürülmesinin tercih edilebileceğini belirten Şatıroğlu; ticarete, üretimde ya da hizmet sektöründe meydana gelecek değişimlerle ortaya çıkacak sosyolojik sonucun, iş gücü ihtiyacı ve niteliğinde değişiklikler yaratacağını ifade etti.



İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
EDEBİYAT FAKÜLTESİ
SOSYOLOJİ BÖLÜMÜ
ÖĞRETİM ÜYESİ
DOÇ. DR. AYŞEN ŞATIROĞLU

“DİJİTAL İLETİŞİMİN VARLIĞINI YOĞUN BİR ŞEKİLDE HİSSEDECEĞİZ”

2020 yılının sosyal medya iletilerinde de bir mizah unsuru olarak bahsedildiği üzere felaketlerle anılan bir zaman dilimi olma yolunda ilerlerken ocak ayının sonlarına doğru Çin'in Wuhan kentinde ortaya çıkan COVID-19'un gündemi fazlasıyla işgal ettiğini belirten İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü Öğretim Üyesi Prof. Dr. Uğur Gündüz; “Türkiye’de başta Twitter olmak üzere çeşitli sosyal medya ortamlarına bakıldığında, oldukça nitelsiz ve epidemi ile ilgili doğru bilgi içermekten uzak içeriklerin yoğun biçimde dolaşıma girdiğini görüyoruz. Bütün mecralarda artık hiçbir şeyin eskisi gibi olmayacağı yargısı üzerinde uzlaşan geleneksel medya ve sosyal medya araçları; evlerinde gönüllü karantinaya hapsolme imkânına sahip kitlelere bu acımasız gerçeği haykırıyor” dedi. Değişeceği öngörülen gündelik hayata ve dünyanın genel düzenine dair pek çok kül-

türel, toplumsal, ekonomik ve siyasal olgu ve kavramla karşı karşıya olduğumuzu ifade eden Gündüz; “Dijitalleşmenin ve dijital kültürün yoğun biyolojik tehdit karşısında sınırlanacak tek bir liman olması ilk akla gelen cevaplardan biri. Eğitim öğretim hayatının dijitalleşmesi, uzaktan eğitimin yaygınlaşması, bilişim, sağlık ve ilaç sektörü gibi sektörlerin yükselişe geçmesi de bu yeni dünya düzeninde öngörülebilir duruyor. Dijital iletişimin önümüzdeki dönemde gündelik hayattaki varlığını çok daha yoğun bir şekilde hissetmemiz pekâlâ beklenen bir durum” şeklinde konuştu. Gündüz; sağlık, dijitalleşme ve dijital kültür gibi olguların gelecek açısından önemli anahtar kavramlar haline gelmesini de beklemenin mümkün olduğunu, aşı bulunana kadar sosyal dünyanın dijital ortamlardan besleneceğini, insanların eskisi gibi sosyal hayata dahil olamayacağını vurguladı.



İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ
GAZETECİLİK BÖLÜMÜ
ÖĞRETİM ÜYESİ
PROF. DR. UĞUR GÜNDÜZ

YENİ NORMALİN TRENDİ TEKNOLOJİ OLDU



TOMORROWISM KURUCU
ORTAĞI ERAY YÜKSEK

Son yılların trendi olan teknoloji ve dijitalleşme hem bireylerin hem de iş dünyasının sürekli gündeminde olan konulardan biriydi. Koronavirüs salgını, bu alanda yapılan çalışmaların hızlanmasının önünü açtı. Hayatın durma noktasına geldiği bir süreçten geçilirken teknolojinin sunduğu çözümler tüm sektörleri cezbedi. Teknolojinin son yıllarda görülen baş döndüren hızı, salgınla birlikte bir gereksinime dönüştü. Yeni dönemde dijitalleşen yapıların daha fazla güç kazanması ve mevcut potansiyellerini artırarak daha fazla müşteri segmentine hitap etmesi kaçınılmaz görünüyor.

"ARAÇ VE YOLCULUK SÖZCÜKLERİ ANLAMINI YİTİRECEK"

Pandeminin felaketlere hazırlıklı olmanızın, stratejiler geliştirmemizin ne kadar yaşamsal olduğunu gösterdiğini belirten Tomorrowism Kurucu Ortağı Eray Yüksek; bu stratejileri geliştirirken uzun süreli gelecek uzgörülerini, trendleri, küresel zorlukları, endüstri ve insan yaşamındaki değişimleri, fırsat, tehdit, zayıf ve güçlü yanlarımız açısından analiz et-

memiz gerektiğini de ifade etti. Yüksek; "Salgının uzun sürmesi gibi kötü senaryolara ek olarak hızlı bulunan tedavi, büyük kitlelerin test edilmesi ve aşı ile kalıcı ve sürdürülebilir bir ekonomik düzen sağlanmasıyla; yapay zekâ, kuantum bilgisayarlar, akıllı nesneler, 5G gibi teknolojik gelişmelerle insanlık için uzun, sağlıklı ve mutluluğa adanmış bir gelecek de söz konusu. Bütün senaryolarda kazananlar ya doğaya dönenler ya da sürdürülebilir gelişmeyi başka bir platforma çekenler olacaktır. Küresel şirketler kendi büyüklükleri içinde uzun süredir e-business kavramı ile başlayan dijital dönüşüm yolculuklarına düşe kalka devam ediyorlar. Öte yandan genel endüstriler artık direnemeyeceklerinin farkına vardılar. Hızla ya büyükler ligine çıkacaklar ya da aşağıdan gelen girişimciler, işlerini tamamen değiştirecek ve ellerinden alacak" dedi.

"Nerden başlamalıyım sorusuna öncelikle biraz dijital okur yazarlık, bir video konferans toplantısına katılmak, uzaktan iletişim altyapısı, iletişim becerilerini geliştirmek, tedarik zincirlerinin teknoloji desteğini yeniden düzenlenmesi gibi cevaplar verilebilir. Daha uzun süre planlamalarda ise üç ana değişim çok iyi incelenmeli; bunlar yapay zekâ, nesnelerin interneti ve uzun yaşam teknolojileri" diyen Eray Yüksek; sözlerine şöyle devam etti: "Yarının iş insanı daha çok özgürlük, kişisel alan, sıfır hiyerarşi gibi alışmadığımız birçok şey isteyecek. Otonom araçlar ile nesnelerin interneti, bir yerden bir yere varmanın sadece karada değil İHA'lar ile havadan da yapılabileceğinin en güvenli tanımını yapıyor. Araç ve yolculuk diye bir sözcüğün anlamını yitireceği bir başka mekana girmiş olacağız. Finans endüstrisi karantina günlerinde izledikleri, geliştirdikleri operasyonların daha az kanal, daha az insan ve daha az işlem ile daha hızlı ve hatta karlı olabileceğini fark etti. Hizmet listelerinde hiçbir zaman esas oyuncu olamayan mobil, 5G gibi teknolojiler, blockchain gibi bir altyapı ile genç nüfusu cezbedip yarının müşterilerini ellerinde kolayca tutabilir."



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



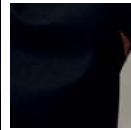
Stok görünürlüğü ve takibi



İade ve değişim operasyonlarının etkin yönetimi

HORUZ LOJİSTİK İCRA KURULU BAŞKANI
TANER HOROZ

“BAŞKA SEKTÖRLERLE KİYASLAYINCA KENDİMİZİ ŞANSLI HİSSEDİYORUZ”



DEDEDEN BABAYA, BABADAN OĞULA SÜREGELEN ÜÇ KUŞAKLIK BİR BAŞARI HİKAYESİNİN ŞU ANKI ÖNDERİ OLAN HORUZ LOJİSTİK İCRA KURULU BAŞKANI TANER HOROZ İLE PANDEMİ SÜRECİNİ NASIL GEÇİRDİĞİNİ, BU SÜREÇTE ŞİRKET FAALİYETLERİNİN VE SEKTÖRÜN GENEL GİDİŞATININ NASIL EVRİLDİĞİNİ KONUŞTUĞUMUZ KEYİFLİ BİR RÖPORTAJ YAPTIK.

P

andeminin ilk beş ayında artan talebe yetişmekte zorlandıklarını belirten Taner Horoz; “Ekonomik olarak zarar gördüğümüz alanlar oldu ama yine de başka sektörlerle kıyaslayınca kendimizi şanslı hissediyoruz. Aldığımız önlemler sayesinde bugünlere yalnızca küçük sıkıntılarla ulaşabildik. Türkiye genelinde günde yaklaşık 10 bin adet siparişi, 10 bin haneye ulaştırabiliyoruz. Tüm iş arkadaşlarım ile gurur duyuyorum” diye ifade etti.

Taner Horoz, nasıl bir pandemi süreci geçirdi? Pandemiye ne gibi çıkarımlarınız oldu? Horoz Lojistik olarak, pandemi süresince nasıl bir test verdiniz veya veriyorsunuz?

Pandemi sürecini şahsen rahat geçirdim. Güneyde yelkenlimin tadını çıkardım. Deniz bana hem huzurlu hem güvenli hem de rahatça çalışabileceğim ortamı sağladı. İş açısından tabii ki zorluklar yaşadık. Ancak ileri düzey yönetim bilgi sistemleri yapımız, bize uzaktan çalışma konusunda önemli kolaylıklar sağladı. En büyük sıkıntımız özellikle e-trade ve B2C işleminin aniden inanılmaz artması oldu. Pandeminin başladığı ilk beş ay talebe yetişmekte zorlandık. Şimdi gereken kapasite artışlarını sağladık ama bu süreci yönetmek gerçekten zor oldu. İş arkadaşlarımızın dirayetli çalışmaları sayesinde süreci aştık. Ayrıca en büyük endişem tek çatı altında 500’e ulaşan depolarımızda COVID-19’a yenik düşmekti. Aldığımız önlemler sayesinde bugünlere yalnızca küçük sıkıntılarla ulaşabildik.

Müşterilerimiz genellikle büyük sanayi kuruluşları olduğu için birçoğunda pandemi yoğun şekilde etkili oldu ve üretim kapasitelerinde düşüşler görüldü. Devletin ekonomiyi canlandırmak için verdiği destekler oldu. Bütün bunlar bizim için çok büyük iniş çıkışlar anlamına geldi. Lojistiğin en zor tarafı ani iniş çıkışları yönetmektir. Ekonomik olarak zarar gördüğümüz alanlar oldu ama yine de başka sektörlerle kıyaslayınca kendimizi şanslı hissediyoruz.

Salgın ile mücadele devletler ve şirketler için de bir test imkânı sundu. Horoz Lojistik olarak, hangi alanlarınızı güçlü buldunuz ve yeni normalde hangi noktaların güçlendirilmeye ihtiyacı olduğunu düşünüyorsunuz?

Biz yeni normali kabul etmiyoruz. Bizim görüşümüz COVID-19’un dünyadaki ekonomik ve sosyal değişimi hızlandırdığı yönünde. Yani durumu bir yörünge değişikliğinden ziyade, teknenin yönünü değiştirmeden gaz vermek gibi değerlendiriyoruz. Tedarik zinciri dediğimiz şeyin artık talep zinciri olacağını biliyorduk ve buna göre pozisyon almıştık. “Müşteri kraldır” mottosu hızla gerçekliğini pekiştiriyor. Global dünya düzeni her yerden, her şeye erişimi desteklemeye başlamıştı. Yeni düzende konvansiyel mağazalar, e-ticaret olmayacak. Bunların hibrit yapısı ön plana çıkacak. Herkesin ürün gamı genişleyecek. Distribütör, bayi gibi araçların rolü hızla düşecek. Tüketici; koşulsuz iade avantajı, kapısına servis, kapısında ödeme, elini sürmeden montaj, aynı ürünü pek çok satıcı arasından seçme gibi avantajları yaşayacak. Bu gelişmelerle birlikte biz de tüketici lojistiğine uzun zamandır yatırım yapmakta ne kadar isabetli olduğumuzu görüyoruz. Türkiye genelinde günde yaklaşık 10 bin adet siparişi, 10 bin haneye ulaştırabiliyoruz.

Horoz Lojistik olarak mobilya sektörüne yönelik de birçok atılım gerçekleştirdiğinizi görüyoruz. Bu çalışmalar hakkında bilgi verebilir misiniz? Horoz Lojistik mobilya sektörüne ne gibi avantajlar sağlıyor?

Mobilya sektöründeki geleneksel iş yapış şekillerinin, talep ve ihtiyaçtaki değişime gereken hızda adapte olamaması nedeniyle oluşan dağınık ve kontrol edilemez yapılardan sektörü kurtarmak, bu açığı kapamak için Horoz Lojistik öncü bir rol üstlenerek mobilya depolama, dağıtım, montaj ve satış sonrası hizmetler süreçlerine el attı. Bu alandaki hızlı yatırımlarımız ile 47 ilde montaj hizmetimizi ve 16 ilimizde de satış sonrası hizmet noktalarımızı oluşturduk.

TÜKETİCİ LOJİSTİĞİNE UZUN ZAMANDIR YATIRIM YAPMAKLA NE KADAR İSBETLİ OLDUĞUMUZU GÖRÜYÖRÜZ.



Mobilya Bayi/Müşteri ortak depolarını kurduk. Bu depolarda ana müşteriler ve bayiler adına ayrı ayrı stok tutma, paydaşlara izletme, siparişleri online alma, siparişleri sevkiyata hazırlama işlemleri büyük bir hızla yerine getirilmeye başlandı. Üretim noktalarından depo ve bayilerin beslenmesi için tam yük sevki hizmeti vermeye başladık. Türkiye geneline yayılan yaygın şube ağıımız ile araç tedariklerini sorunsuz gerçekleştirebiliyoruz. Üretim noktalarından parsiyel sevkiyatlar da bu kapsamda başlatıldı. Artık mobilya gibi montajı ve eve ulaşması zor olan bir üründe Türkiye geneline hizmet verebiliyoruz. Satış sonrası tamir, döşeme değişimi, cila gibi her türlü onarımı yapabiliyoruz. Bu kapsamda büyük şehirlerde atölyeler kurduk. Gerek montaj sırasında oluşan ayıplı hizmetler gerek üretim aşamasında oluşan ayıplı ürünler gerekse müşterinin daha sonra yaptığı talepler bu ekibimiz tarafından gideriliyor. Türkiye gibi yüzölçümü çok geniş ve demografisi çok çeşitli bir ülke-

de bunu yapabildiğimiz için tüm iş arkadaşlarımız ile gurur duyuyorum.

Sizi farklı kılan bir diğer yatırımınız ise çok öncesinde e-ticarete girmiş olmanız. Toplam iş hacmiyle kıyasladığımızda orada nasıl bir büyüme grafiği var. E-ticaret alanında yeni yatırımlar olacak mı?

E-ticaret konusuna yıllar önce iki kişinin taşıyabildiği büyük çaplı ürünleri, e-tüccarların deposundan tüketicinin evine taşıyarak girdik. İlk etapta çıkış noktamız sadece e-tüccarların depolarıydı. Daha sonra e-ticaret; önde gelen, büyük e-ticaret sitelerinin ürünleri kendilerinin alıp satmasından ziyade sanal mağazalara platform hizmeti vermek alanında yoğunlaştı. Bu durum lojistik zincirini çok değiştirdi. İstanbul'un birkaç noktasından büyük miktarda mal alıp bunları Türkiye genelinde dağıtmak ile Türkiye'nin her yerinden binlerce sanal mağaza satıcısından çok daha küçük lotlarda alıp dağıtmak arasında çok büyük bir fark var. Biz bunları sağlayabilmek için Diamond

adını verdiğimiz, Türkiye'nin farklı yönlerindeki ana illerimizden birbirlerine akış sağladığımız hatlar oluşturduk. Lojistik merkezlerimizi büyüttük, yeniledik. Bu sene beş yeni lojistik merkezi açtık. Bir yandan da teknolojik altyapımızda önemli gelişmeler sağladık. Rotalama optimizasyonu, yetersiz adresleri geo koda dönüştürme, call center'da robotik karşılama, müşterilere takribi varış saatini haber verme, yerinde barkod okutarak teslimat bilgisini anında satıcıyla paylaşma gibi geliştirmeleri hayata geçirdik.

Bu alanda en yeni yatırımımız ise 30 milyon TL yatırımla raf, IT, software ve bant/sorting sistemleriyle donatmış olduğumuz Şekerpınar'daki depomuz oldu. Depomuz ekim ayında hizmete girmekle birlikte 4-5 ay içinde tüm otomasyon sistemleri kurulmuş olarak tam kapasite hizmet vermeye başlayacak. Bununla birlikte müşterilerimize bizde tuttukları e-ticaret stoklarını farklı platformlar üzerinde açtıkları mağazaları ve kargo şirketlerini ayrı ayrı yönetmek yerine sadece bizimle entegre olarak rahatça yönetme olanağı sunacağız.

E-ticaret alanında yatırımlarımız bununla kalmayacak. Bir yandan da bugüne kadar hizmet vermediğimiz küçük paket servisi için ulusal kargo lisans başvurmamızın önümüzdeki haftalarda sonuçlanmasını bekliyoruz. Klasik kargo yapısını, lojistik şirketi kültürü ile müşterinin özel ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde, pek çok yenilikle birlikte müşterilerimize sunacağımız bir projeyi hayata geçireceğiz. Bu konudaki ayrıntıları 2021 yılının ilk yarısında kamuoyuyla paylaşmış olacağız. Ayrıca ülkemizin hızla geliştirmek zorunda olduğu e-ihracat konusunda da yılbaşına kadar çok özel ve ekonomik bir hizmeti ihracatçılarımıza sunmaya başlayacağız.

Lojistik sektörünün geleceğinde hangi trendler yer alacak? Küresel olarak sektörde beklediğiniz gelişmeler neler?

Pandemi döneminde uluslararası taşımacılar çok turbülanlı seyrediyor. Türkiye ve dünyada pek çok üretici, üretime ara verdi ve kapasite azalttı ya da çoğalttı. Bu durum lojistik arz-talebinde önemli

sapmalara neden oldu. İthalat-ihracat dengesi önemli ölçüde bozuldu. Yolcu uçaklarının büyük kısmı seyahat yasaklarından dolayı uçmadığı için özellikle hava taşımacılığında büyük bir düşüş yaşandı. Zaman zaman sektörde tırlar, konteyner gemileri boş kaldı. Zaman zaman ise ihtiyaca yetişilemedi. Biz 3PL (3. Parti Lojistik Servis Sağlayıcı) olarak konumlandığımız için bu konulardan en az etkilenen şirketlerden biri olduk. Tüm olumsuzluklara rağmen uluslararası taşımada da bütçemizin ve geçen sene- nin epeyce üzerinde bir hacim sağladık. Bunda yeni pazarlara erişim, uçak yerine hızla devreye aldığımız Avrupa'ya 48 saatte ulaşabildiğimiz panelvan servisimiz gibi yaratıcı ürünlerin etkileri ve Afrika, Mağrip, Latin Amerika gibi servisin zor olduğu özel pazarlara yönelerek bu alandaki farklılığımızı ekibimizle birlikte göstermiş olmamızın etkileri bulunuyor.

Horoz Lojistik'in yeni yatırım planları var mı? Yoksa şu an yatırımdan ziyade bekle ve izle dönemi mi?

DSV ile yurt içi komple taşımacılık konusunda bir iş birliği gerçekleştirdik. Ülkemiz çok geniş bir coğrafyaya sahip ve üretim/tüketimde farklı bölgelerimiz arasındaki gelişmişlik farkından dolayı yük akışında önemli dengesizlikler var. Deden babaya, babadan bana üç kuşaktır aldığımız terbiye her zaman meslektaşlarımızı rakip değil potansiyel iş ortağı olarak görmemizi sağladı. Herhangi bir hisse alım satımı veya organik şirket birleşmesi yapmadan, sadece ticari bir anlaşma olarak güçlerimizi bir araya getirdik. Bu sayede geniş satış ekiplerimizi eşgüdümledik. İki şirketin ayrı ayrı güçlü olduğu sektörlerde uzmanlığımız gelişmiş oldu. Gidiş dönüş yükleri konusunda birbirimizi tamamlayarak kapasite optimizasyonu sağladık. Satın almalarımızda ölçek ekonomimizi geliştirdik. Yurt içinde ve yurt dışındaki network ve müşteri havuzumuzu önemli ölçüde geliştirmiş olduk. Bu alanda ülkemizde çok büyük bir pazar var ve bu iş birliğiyle birlikte müşterilerimize sunacağımız avantajlar ile sektörde hızla ön sıraya çıkacağımıza inanıyoruz.

ARTIK MOBİLYA GİBİ MONTAJI VE EVE ULAŞMASI ZOR OLAN BİR ÜRÜNDE TÜRKİYE GENELİNE HİZMET VEREBİLİYORUZ. SATIŞ SONRASI TAMİR, DÖŞEME DEĞİŞİMİ, CILA GİBİ HER TÜRLÜ ONARIMI YAPABİLİYORUZ.



COVID-19 LOJİSTİK SEKTÖRÜNDE DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜ HIZLANDIRIYOR

İNTERNET TEKNOLOJİLERİ DÜNYA GENELİNDE BİRÇOK SEKTÖRÜ VE İŞ YAPISI BİÇİMİNİ DÖNÜŞTÜRÜYOR. COVID-19 SALGINI SÜRECİNDE VAR OLAN HACMİNİ ARTIRAN E-TİCARET'İN, LOJİSTİK SEKTÖRÜNÜN GELECEĞİNDE ÇOK DAHA BÜYÜK BİR PAYA SAHİP OLMASI BEKLENİYOR.

Teknoloji ve dijitalleşmedeki gelişmeler lojistik sektörünü temelden etkiliyor. E-ticaret ve onunla doğrudan veya dolaylı bağlantısı olan sektörler bu gelişmelerin en hızlı hayata geçirildiği alanlar oluyor. Lojistik sektörü, ticaretin "e" haline e-lojistik altyapısı ve hizmetleri ile uyum sağlamayı hedefliyor. Rekabet koşullarının değişmesi ve ticari faaliyetlerin dijitalleşmeye uygun olarak dönüşmesi de e-ticaretin büyüme hızına katkı sağlıyor. Değişen tüketici davranışları/alışkanlıkları nedeniyle sadece daha hızlı olmak yetmiyor, aynı zamanda müşterilere her an ve her yerde ulaşılabilir olmak gerekiyor.

Artan web uygulamaları, sosyal medya ve akıllı cihaz kullanımında görülen artışlar ticaretin dijitalleşmesini sağlıyor. Özellikle COVID-19 sürecinde dünya genelinde e-ticaret hacmi artış gösterdi. Türkiye'de de yılın ilk yarısında e-ticaret artışı yüzde 64'e çıktı. İnsanların evlerinden çıkamadığı dönemde gıdadan teknolojiye, eğitimin oyuna, mobilyadan tekstile, ihtiyaç duyulan neredeyse tüm gereksinimler internet ortamından karşılanabildi. Pandemi öncesi e-ticaret altyapılarını kuran işletmeler rekabette öne çıkarken, her sektörden yüzlerce şirket de e-ticaret ya-

tırımlarına başlayarak rekabete dahil oldu. Lojistik sektörü pandemi sürecinde bir tarafta konvansiyonel lojistik faaliyetlerinde yaşanan ciddi daralmayı yönetirken diğer tarafta da e-ticaretteki artışa adapte olmak için ciddi bir dönüşüme girdi. KPMG Türkiye ile İstanbul Üniversitesi Ulaştırma ve Lojistik Fakültesi iş birliğinde hesaplanan Lojistik Güven Endeksi'nde iş durumu koşulları ile ilgili beklenti yılın üçüncü çeyreğinde yüzde 67 arttı. İş hacmine yönelik beklentinin incelendiği endeks ise yüzde 48'lik artışla 135,84 puana yükseldi.

E-TİCARET, E-LOJİSTİĞİ TETİKLEDİ

E-ticaretin artan ivmesi doğal olarak lojistik sektörüne doğrudan etki etti. E-Lojistik yapılanması ile stokların her an optimal seviyede tutulması, ürünün özelliğine göre ambalajlama, call center hizmetleri, hediye paketi, özel not ile sevkiyat, saatli teslimat, teslimat sırasında tahsilat, kapıda dene-al, çok yüksek iade oranları gibi e-ticaretin kendisine has birçok zorunluluğu çözmek ve yönetmek gerekiyor. E-ticaret gereklilikleri ve iş yapış şeklineki farklılıklar nedeni ile sektörün çok hızlı bir şekilde depolama, dağıtım ve teknoloji yatırımlarına odaklanması gerekti. Geleneksel lojistiğe kıyasla siparişten tesli-

mata kadarki süreçte beklenen hız, işlem adetlerinde ortaya çıkan büyük hacim, ihtiyaç duyulan özel hizmetler ve bilgi akışı gereksinimleri yeni teknolojilerin geliştirilmesini ve devreye alınmasını da kaçınılmaz kıldı. Yapılan yatırımlar ekstra bir maliyet kalemi olmakla birlikte müşteri memnuniyeti ve tercih edilebilirlik açısından önemli avantajlar yaratıyor.

YENİ NESİL LOJİSTİKTE ROBOT TEKNOLOJİLERİ ÖN PLANDA

Lojistik sektörü yıllardır internet tabanlı sistemleri kullanıyor, araçları uydu üzerinden takip ediyor, optimizasyon programları ve depolama hizmetlerinde otomasyon çözümlerini uyguluyordu. Yeni dönemde bu alanlarda daha hızlı ve kapsamlı gelişmelerin olacağını bekleyebiliriz. Özellikle yapay zekanın lojistik çözümlerinde kullanılması, otomasyon sistemlerinin daha kapsamlı kullanılması, robotik çözümler ve mobil uygulamaların rolünün çok daha artmasını bekleyebiliriz.



M. AYKUT AYGÜVEN
HOROZ LOJİSTİK
İCRA KURULU
BAŞKAN YARDIMCISI

DEPOLARDA TEKNOLOJİ KULLANIMI ARTIYOR

Birçok sektör ve birçok firma koronavi-rüs salgını süresince yoğunlaşan internet siparişlerine yetismekte zorlandı. İhtiyaçlara hızlı çözüm üretmek konusunda yetersiz kalan sektörler, bu süreçte stok tutma eğilimlerini artırma kararı alınca depoculuk yeniden gündeme geldi. Tedarik zincirinde yaşanan aksamalar depoculuğun önemini ortaya koyarken 2020

yılı sonrasında depo yapımı yatırımlarında artış yaşanması bekleniyor.

Lojistik faaliyetlerinin belkemiği olarak görülen depolar da teknolojik dönüşümde evriliyor. Depoculuk faaliyetlerinin artması, çağa uygun olarak dönüşmesi ve teknolojik gelişmeleri izlemesi hem firmalara hem de tüketicilere avantaj sağlıyor. Pandemi nedeniyle görülen talep fazlalığı, stokların artırılmasına sebep olurken artan stokların kontrolü, kapladığı alan ve ürün takibi noktasında depoların verimliliği gündeme geliyor.

Tedarik zincirinin yerelleşmesinin öneminin anlaşıldığı bu süreçte insansız depo kavramı da sektörün gündemindeki konular arasında. Depolarda insan gücünü azaltan otomasyonlar, nakliye sürecinde yaşanabilecek karışıklıkların da büyük ölçüde önüne geçiyor. Dijitalleşen depolarda teslimat güvenilirliği de artıyor. Teknoloji tabanlı uygulamaların hayata geçirildiği depolarda envanter seviyelerinin, iş gücü sayısının, maliyetlerin ve depo işlemlerinin azaldığı görülürken alan kullanımında da verimlilik elde edilebildiği biliniyor.

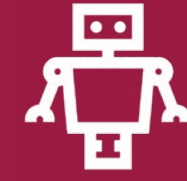
Horoz Lojistik de depolama hizmetlerini yalnızca stoklama, yükleme veya boşaltma faaliyetlerinin ötesine taşımak amacıyla insan gücünün yanı sıra teknolojiye, bilgi birikimine ve altyapıya yatırım yapmaya devam ediyor.

Gümrüklü ve milli depolama hizmetleri sunan Horoz Lojistik; cross-dock, proje ve geçici depolama gibi hizmetler de sunuyor. 15 farklı ilde depolama hizmeti veren Horoz Lojistik'in tüm depolarında yurt içi ve yurt dışı operasyonlarının entegrasyonu sağlanabilirken RF ve uzman yazılım destekli depo operasyonları, süreç analizi ve optimizasyon gibi ileri mühendislik hizmetleri bulunuyor.



%64

E-ticaretin 6 aylık artış oranı



%85

Robot teknolojilerinin depolarda sağladığı yer tasarrufu



%500

Paketleme alanında kullanılan robotların verimliliği artırma oranı



200+KG

İnsansız hava araçlarının taşıyabileceği yük kapasitesi

TEKERLEĞİN İCADINDAN DRONE'LARA NASIL GELDİK?

Lojistik yönetiminin uygulandığı tedarik zinciri içindeki hizmetler, dünya üzerinde tarih öncesi çağlardan beri yapılıyor. Henüz yazı keşfedilmeden önce, insanlar yerleşik düzene geçmemiş ve göçebe halinde yaşarken; avlanan hayvanların, toplanan meyvelerin ve diğer gıdaların taşınması ve ileride tüketilmek üzere kurutulması, saklanması ile yeniden taşınması işlemleri yapılıyordu. Lojistiğin birinci fonksiyonu olan tekerlek bu devirde keşfedilmiştir. Yerleşik düzene geçtikten sonra ise artık toplanan değil üretilen gıda ve ihtiyaç malzemelerinin köylere taşınması, çeşitli şekillerde korunması ve mevsim dışı tüketim için depolanması söz konusu olmuştur. Böylece lojistiğin ikinci fonksiyonu olan depolama da başlamıştır. Bölgesel özelliklerden dolayı üretim konusunda ihtisaslaşmanın başlaması ile iş bölümü ve coğrafi avantajın getirdiği farklı üretim teknikleri geliştirilerek, kişisel tüketimin, hatta yerel tüketimin ötesinde takas ve ticaret için üretim, taşıma ve depolama çalışmaları başlatılmıştır. Orta Çağ'da gemiler ve kervanlarla ülkeler, hatta kıtalar arası ticaret başlamış ve sömürgecilik ile yeni bulunan topraklarda Avrupa'nın zenginleri, üretim için ucuz ham madde taşıması ve ürün dağıtımını başlatmıştır. Tüccar ülkeler zenginleşmiş, yeni kıtaların bulunması ile deniz yolları önem kazanmış, kara yolları iyileştirilmiş ve büyük limanlarda geniş depolar inşa edilmiştir.

Buhar ve motor gücünün deniz, kara ve demir yolu taşımacılığında kullanılması ile ticareti yapılan ürünlerde çeşitlenmeler başlayarak daha fazla ürün ile ham madde taşınmaya ve depolanmaya başlanmıştır. Askeri anlamda lojistik kavramının oluştuğu Birinci Dünya Savaşı sırasında; taşımanın, stoklamanın ve dağıtımın optimizasyonu ve kontrolünün önem kazandığı görünür hale gelmiştir. Daha hızlı taşıma, gerektiği kadar stoklama, ürünlerin ihtiyaç anında mutlaka hazır olması, raf ömrünü kaybetmemesi, geri dönüşlerinin sağlanması gibi lojistik yönetiminin temel esasları ortaya çıkmıştır. İkinci Dünya Savaşı'nda bu kavramları kullanan kişiler, barış döneminde yaptıkları işlerde lojistik yönetiminin esaslarını uygulamaya başlamışlardır. Çeşitli formlar, kartlar ve yazılı sistemlerle lojistik hizmetler özellikle savaşın galibi olan Amerika Birleşik Devletleri'nde kontrol edilmeye başlanmıştır. Lojistik yönetiminin endüstride uygulanması da ABD'de başlamıştır. ABD'nin İkinci Dünya Savaşı sonrasında tüm dünyayı pazarı haline getirmesinden dolayı üretim artmış, deniz aşırı bir pazara hizmet götürüldüğü için taşıma önem kazanmış ve ham madde girişi artmış-

tır. Böylece daha büyük gemiler, daha büyük uçaklar, daha uzun trenler ve daha güçlü motorlar yapılmış; taşıma maliyetleri ucuzlaştırılarak, üretim maliyetleri düşürülmüş ve global rekabette maliyet avantajı sağlanmıştır. Artan üretimin gerektirdiği kaynak yatırımının finans kuruluşlarından sağlanması ile de stoklama maliyetleri hatta tüm tedarik zinciri içindeki stok ve finans yükleri görülür hale gelmiştir. Bu da 20'nci yüzyılın son yılının, son çeyreğinde, geçtiğimiz 20-25 yıl içinde lojistik hizmet veren ve kontrolünü yapan kuruluşların, öncelikle ABD'de ortaya çıkmasına yol açmıştır. Asırlar süren bu gelişmelerin hepsinden daha önemlisi de son 50 yılda yaşadığımız gelişmelerdir. Bu gelişmeler olmasaydı lojistik hizmetler yönetimi bugün hala bir bilim dalı haline gelmemiş ve 21'inci yüzyılın mesleği olma unvanını kazanamayacaktı. Son 100 yılın ikinci yarısında gelişen bilgi teknolojilerinin kullanılması ile stoklama maliyetlerinin düşürülmesi, nakliye hizmetlerinde optimizasyon sağlanması, tüm lojistik hizmetlerin iletişim teknikleri ile birbirine bağlanması, önceden planlamasının yapılması ve model çalışmaları gerçekleşmeye başladı. Bugün tüketimin planlanması ile dağıtım, depolama, üretim, ham madde temini, hatta ham madde üretiminin bile saniyeler içinde planlanması yapılabilmektedir. Tüm tedarik zincirinin bilgi sistemleri ile birbirine bağlanması sayesinde daha hızlı, daha az masraflı, daha az hatalı ve daha az geri dönüşlü tedarik zincirleri planlanmakta, uygulanmakta ve kontrol altında tutulmaktadır. Bugün ülkemizde internet üzerinden toptan ticaret olan B2B'nin (Business to Business) temelleri atılmış, üreticiden son tüketiciye kadar olan internet ticaretinin, yani B2C'nin (Business to Consumer) lojistiği yapılmaya başlanmıştır. Dev gemiler, sonu gelmez demir yolu katarları, nakliye uçakları taşımayı

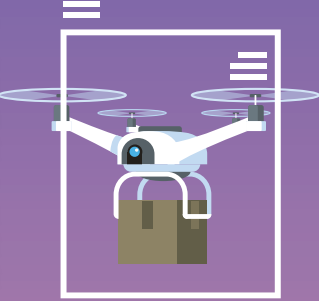
ucuzlaştırırken; depolardan dağıtım merkezine oradan da aktarma merkezi haline gelen depolama sektörünün verimini artırmaktadır. Böylece dijital sistemler gittikçe yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır.

Gelecekte elektronik ticaretten mobil ticarete (m-business) doğru yaşanacak dönüş sayesinde siparişlerin kolaylaşacağı, tüketimin otomatik iletişim sistemleri ile bizlerin haberi olmadan anında sipariş haline geçeceği günler düşünülüyor. Buzdolaplarının otomatik talep bildireceği, yeni çıkan kitapların, CD'lerin, tüketim malzemelerinin evimize sürücüsüz araçlarla, drone'lara ve insansız hava taşıma araçlarıyla ulaştırılacağı günlerin yakın olduğu görünüyor. Böyle bir dünyada lojistik hizmetlerin hatasız, hızlı, ekonomik, şeffaf ve en az müdahaleyi gerektirir biçimde verilmesi son derece önemli olacak. Hizmet vermek üzere bu sektöre yatırım yapanların ya da yapmayı planlayanların son derece gelişmiş ve esnek bilgi teknolojileri altyapısına sahip olmaları gerekiyor. Bu sektör yüzyıllar boyunca hizmet verdiğimiz ve yönettiğimiz diğer sektörlerden farklılık gösteriyor. Artık bilginin saklandığı değil, paylaştıkça değer kazandığı bir iş kolundan söz ediyoruz. Yeni bir yaşam şekli, yeni bir iş yapma tekniği ve yeni bir bilinç gerektirmektedir. Gelecek çağ, bilgiyi saklamayı değil paylaşmayı bilen, bilgi teknolojisini kullanan değil üreten, rekabeti benzer işi yapmakta değil farklı işi yaratmayla sağlayan, müşteri isteklerini yerine getiren değil, müşteride yeni istekler yaratan kuruluşların olacaktır. Zor ancak zevkli bir çağa girdik. Hepimize kolay gelsin.

GELECEK ÇAĞ, BİLGİYİ
SAKLAMAYI DEĞİL
PAYLAŞMAYI BİLEN, MÜŞTERİ
İSTEKLERİNİ YERİNE
GETİREN DEĞİL, MÜŞTERİDE
YENİ İSTEKLER YARATAN
KURULUŞLARIN OLACAKTIR.



ATILLA YILDIZTEKİN
TEDARİK ZİNCİRİ VE LOJİSTİK
YÖNETİM DANIŞMANI



HOROZ LOJİSTİK İCRA KURULU BAŞKAN YARDIMCISI GÜRKAN GÜRBÜZ

"HEDEFİMİZ MÜŞTERİLERİMİZE İYİ HİZMET VEREREK ÜÇ YILDA CİROMUZU ÜÇ KATINA ÇIKARMAK"



Yanlış anlaşılmalara mahal vermemek için belirtmek isterim ki; bu bir satın alma ya da bir ortaklık anlaşması değil sadece bu faaliyete yönelik uzun süreli bir iş birliği anlaşmasıdır. Bunun dışında bazı alanlarda yine iş birliktelikleri planladığımız gibi birçok alanda da rekabetimiz devam etmektedir.

İş ortağınız olan DSV'den de biraz bahsedebilir misiniz?

DSV, Danimarka orijinli, globalde 18 milyar dolarlık ciroya sahip, dünyanın üç büyük lojistik firmasından birisi. Türkiye'de 240 milyon dolar yıllık geliri ile özellikle hava, deniz ve uluslararası kara taşımasında önemli yere sahip bir firma. Firmanın bu kadar kısa sürede geldiği yere bakınca sağlıklı ve sürdürülebilir büyüme konusunda benzer genleri taşıdığımızı gördük. Yine iki firmanın Türkiye'deki dahili pazarda büyüme stratejilerindeki paydaşlık bizi bugünkü noktaya getirdi.

Bu iş birlikteliğinin müşterilerinize sağlayacağı faydanın ne olmasını bekliyorsunuz?

Horoz Lojistik 78 yıldır Türkiye dahilinde birçok alanda öncülük ederek lojistik sektörüne yeni yaklaşımlar kazandırmış bir firma. Bunu da hem müşterilerini iyi dinleyip ihtiyaçlarını anlayarak hem de piyasalardaki konjonktürel değişiklikleri önceden algılayarak paydaşlarını geleceğe hazırlayan danışmanlık hizmeti vermesine borçlu. Uzunca bir dönemdir de FTL pazarındaki değişime hazırlanıyoruz. Lojistik sektörü paydaşları olarak bölgesel ve dönemsel talep artışlarını yönetmeye alışkanlık sağlamış durumdayız. Ancak önümüze yeni modeller yaratmadığımız sürece kalıcı bir talep karşılayamama durumu ile yüzleşmek durumunda kalacağız. Türkiye içerisinde genel kargo diye tabir ettiğimiz şehirlerarası yük taşımacılığı yapan araç parkını, genelde 0-10 yaş arası olarak bakmaktayız. 16 ton üzeri olarak tabir ettiğimiz bu segmentteki araç satışlarına baktığınızda bir önceki döneme göre yaklaşık yüzde 70 düşüş görüyoruz.

Pazarın yüzde 3-5 civarında büyüdüğü bir ortamda hizmet arzının bu kadar düşmesi bir müddettir kendisini gösteren tedarik sıkıntısının daha da artacağına işareti ve akış değiştirilmez ise kalıcı hale gelmesi gibi bir sorunsal yaratacak. Bu nedenle sektörün yatırım ihtiyacı her geçen gün artış göstermekte ve piyasadaki navlun fiyatları yükseliş trendine girmiş durumda. Yeni teknolojilerin ve kur artışlarının getirmiş olduğu maliyet artışları ile bugün bir araç için yatırım tutarı 1 milyon 100 bin TL civarında gerçekleşiyor. Bu tutarda yatırımları, taşıma modunu domine eden bireysel ya da KOBİ ölçeğindeki tır işletmecilerinin büyük oranda gerçekleştirmesi pek mümkün görünmüyor. İşte bu konuda bizim gibi firmaların teknolojik altyapılarını, know-how'larını ve mevcut araç parklarını birleştirerek bu tıkanıklığın önünü açmaları gerekiyor. Bunu yaparken de hizmet verdiğiniz kurumların çok muhtemel ki ciddi oranda artacak lojistik maliyetleri, daha kabul edilebilir rekabetçi seviyelerde tutması gerekiyor. İşte bu birlikteliğin birçok avantajının içerisindeki en büyük faydaları bu olacak.

Müşteri tarafını anladık, peki şirketin bu anlaşmadan beklentileri neler?

Horoz Lojistik olarak son sekiz yılda özellikle katma değerli hizmetler üzerine odaklandık ve ciddi büyümemizi bu alanlarda yaptık, yapmaya da devam ediyoruz. Ağır ve hacimli ürünlerin özellikle e-ticaret satışlarında tüketiciye taşınmalarında açık ara sektör lideri konumuna geldik. Yurt içi parsiyel taşımacılığında 34 aktarma merkezimizden, 81 il ve 963 ilçeye her gün düzenli seferlerle paydaşlarımızın satış imkanlarını artırıyoruz. Konvansiyonel depoculuk alanında ciddi bir büyümemiz oldu ve toplamda 400 bin metrekareye varan bir kapasiteye ulaştık. Çoğu firmanın zorluğundan ve risklerinden dolayı sıcak bakmadığı mobilya lojistiğine odaklandık. Bununla kalmayıp mobilyada bugün 44 ilde, çok kısa süre içerisinde ise 81 ilde montaj ve satış sonrası atölye hizmetlerini devreye aldık, alıyoruz. Tabi tüm bunlara odaklanırken kendi içerisinde yine her yıl yüzde 10 civarında büyüyen FTL faaliyetimizde çok daha fazla olan büyüme potansiyelini bir miktar göz ardı etmiş olduk. 2021 yılını bu anlamda kendimize bir atılım yılı olarak görüyoruz. DSV ile yapmış olduğumuz görüşmeler esnasında da gördük ki; bizim önümüze koyduğumuz tespit ve stratejilerin aynıları onlarda var ve bu konuda yatırımla-

ra da başlamış durumdalar. İki tarafın güçlü taraflarını yan yana koyduğumuzda bu güçlü taraflar bir dişli gibi birbirinin içerisine geçiyor. Buna şirketlerin genlerindeki ticari bakışları, müşteri odaklılık felsefesi ve iş yaptığı sektörlerde her zaman liderliğe oynama heyecanları da eklenince oldukça kısa sayılabilecek bir sürede bu iş birlikteliğini hayata geçirdik. Hedefimiz müşterilerimize iyi hizmet vererek üç yıl içerisinde ciromuzu üç katına çıkarmak olacak.

Konuşmalarınızdan DSV ile güçlü bir uyum sağladığınız görünüyor, bu bize başka alanlarda da yeni iş birlikteliklerinizi duyurma imkânı sağlayacak mı?

Aslında biz birçok alanda sıkı bir rekabet içerisindeyiz ama bu yine müşterilerimize fayda sağlayacağımız ortak alanlar yaratmayacağımız anlamına gelmiyor. Aslına bakarsanız çok kısa süre içerisinde özellikle ihracatçının önünü açacak e-ihracat ve mikro ihracat alanında sadece küçük ürün grubunda değil aynı zamanda uzmanı olduğumuz ağır ve hacimli ürünlerin Avrupa'dan başlayarak birçok coğrafyada tüketicinin evine kadar makul maliyetlerle taşınması konusundaki çözümü de birlikte müjdeliyor olacağız. Bu konuda çok heyecanlıyız ama detaylarını verip sürprizi bozmayalım.

AĞIR VE HACİMLİ
ÜRÜNLERİN ÖZELLİKLE
E-TİCARET SATIŞLARINDA
TÜKETİCİYE
TAŞINMALARINDA AÇIK
ARA SEKTÖR LİDERİ
KONUMUNA GELDİK.



DÜNYA DEĞİŞİMİ
FİRMASI DSV İLE YURT
İÇİ KOMPLE TAŞIMA
ALANINDA BÜYÜK BİR
İŞ BİRLİĞİNE İMZA ATAN
HOROZ LOJİSTİK'İN İCRA
KURULU BAŞKAN YARDIMCISI
GÜRKAN GÜRBÜZ İLE BU
ORTAKLIĞIN AYRINTILARINI,
HOROZ LOJİSTİK'E VE
MÜŞTERİLERİNE NE GİBİ
KATKILAR SUNACAĞINI
KONUŞTUK.

Öncelikle Horoz Lojistik'in DSV ile yaptığı iş birliği anlaşmasının hayırlı olmasını dileriz. Kısaca bu anlaşmanın içeriği ve amacından bahsedebilir misiniz?

Türkiye pazarında 2006 yılından itibaren başarılı şekilde faaliyet gösteren dünya devi lojistik firması DSV ile 1 Eylül tarihinde Yurt İçi Komple Taşıma (FTL) alanında uzun soluklu, büyük bir iş birliği anlaşmasına imza attık. Bu anlaşma Türkiye içindeki FTL adını verdiğimiz komple taşıma faaliyetlerini kapsamaktadır. Yani depolar ya da fabrikalardan çıkan toplu kamyon ve tır hacmindeki yüklerin Türkiye içindeki hareketinden bahsediyoruz. İki firma güçlü oldukları alanları birleştirerek daha rekabetçi bir yaklaşımla sektöre liderlik yapmayı hedeflemektedir.

AFRİKA'NIN GÜÇLENEN KALESİ



Nİ



JER



NİJERYA; MİLENYUM PARKI, HARİKA DOĞASI, MÜZELERİ, CAMİLERİ VE KEŞFEDİLMİYİ BEKLEYEN TARİHİ KALINTILARI İLE EN POPÜLER SEYAHAT ROTALARI ARASINDA YER ALIYOR. BİRBİRİNDEN DEĞİŞİK FESTİVALLERİ İLE TURİSTLERİN İLGİSİNİ ÇEKEN ÜLKE, SON YILLARDAKİ EKONOMİK VE TİCARİ BAŞARILARIYLA DA AFRİKA'NIN GÜÇLENEN KALESİ HALİNE GELDİ.



YA



ismi kuzeyindeki Nijer Nehri'nden alan, doğusunda Kamerun, güneyinde Atlas Okyanusu ve batısında Benin ile sınırları çizilmiş bir Batı Afrika ülkesi olan Nijerya; 214 milyonluk nüfusuyla dünyanın en kalabalık altıncı ülkesi. Üstelik 2050 yılına gelindiğinde nüfusun 392 milyona çıkacağı ve Nijerya'nın dünyanın en kalabalık dördüncü ülkesi olacağı öngörülüyor. Ülke nüfusunun yüzde 41,7'si 0-14 yaşındayken 15-24 yaş arası nüfus da yüzde 20,3 paya sahip. Hayli önemli bir genç nüfus potansiyeli bulunan ülke, ekonomi ve ticarette de başarılı adımlar atıyor.

Nijerya, uzun yıllar İngiliz sömürgesi olarak kaldı ve bağımsızlığını kazanma yolunda çeşitli mücadeleler verdi. Büyük Buhran'ın yaşandığı 1930'lu yılların ardından İkinci Dünya Savaşı'nın da etkisiyle İngiltere'nin Nijerya'ya olan ilgisi, ticareti ve harcamaları azalmaya başladı. 1949 yılında anayasal faaliyetlere dahil olan Nijerya halkı, sonraki yıllarda ülke yönetimine daha fazla katılmaya başladı. Nijerya'nın bağımsızlığı 1960 yılında ilan edildi. 250'den fazla etnik kökene ev sahipliği yapan ülkenin zengin bir kültürel mirası var. Dokuzuncu yüzyıldan bu yana birçok krallığa ve devlete ev sahipliği yapan topraklarda, İslamiyet 14. yüzyıldan itibaren yayılmaya başladı.

Ülke nüfusunun yüzde 53,5'inin Müslüman, yüzde 10,6'sının Katolik ve yüzde 35,3'ünün Hristiyan olduğu biliniyor. Ülkenin ana dili İngilizce olmasına rağmen neredeyse her kabilenin kullandığı farklı bir dil mevcut. Kabilelerin her birinin din, dil, kültür ve gelenekler açısından farklılaşması nüfusu karma-

şık bir hale getirirse de bir yandan da çeşitliliğin iç içe yaşandığı kültürel bir mozaigi oluşturuyor.

MİLENYUM PARK

Nijerya'nın başkenti Abuja; ülkenin turizm, ekonomi ve siyaset merkezi. Nijerya'ya seyahat eden turistlerin uğramadan geçmediği şehir, etkileyici camileri, ilginç yeryüzü şekilleri ve parklarıyla öne çıkıyor. Şehir, Abuja Milenyum Park'a da ev sahipliği yapıyor. İtalyan mimar Manfredi Nicoletti tarafından tasarlanan, şehrin en büyük yeşil alanlarından biri olan Milenyum Park'ın bahçe kısımlarında beyaz Roma travertenleri kullanılmış. 2003 yılında İngiltere Kraliçesi ikinci Elizabeth tarafından açılışı yapılan park; birbirinden etkileyici bitkilerin oluşturduğu manzaralar ve tropik kuşlarıyla görülmeye değer bir etki yaratırken doğada ferah bir nefes almak isteyenlerin de uğrak noktası oluyor.

ABUJA ULUSAL CAMİ

Nijerya'nın simgesi olarak görülen ve 1984 yılından beri ibadete açık olan Abuja Ulusal Cami, modern mimarisiyle öne çıkan başkent Abuja'da yer alıyor. Kent Ulusal Cami gibi pek çok yapıya ev sahipliği yapıyor. Görkemli mimarisi ile dikkat çeken camiye Müslüman olmayan turistlerin namaz vakitleri dışında gelmesi uygun görülüyor. Ülkenin en büyük mimari yapılarından biri olan camide 15 bin kişi aynı anda namaz kılabilir. 60 bin metrekare alana kurulu olan camide ibadetin

yanı sıra eğitim ve konferans gibi faaliyetler de düzenleniyor.

EL SANATLARI KÖYÜ

Abuja'da bulunan el sanatları köyü şehre gelen turistlerin uğrak noktalarından biri. Ülkeye özgü geleneksel el sanatları eserlerinin ve kültürel objelerin satıldığı bu köyde, bölgeye özgü hatıraları satın alabilir ve yöresel yemekleri tadabilirsiniz. Ülkenin kültürel dokusunun da yakından görülebildiği köyde heykelden kolyeye, Afrika masklarından ülkeye özgü kıyafetlere kadar birçok şey bulunabiliyor.

MÜZELER

Birçok müzeye ev sahipliği yapan Nijerya'da görülmesi gereken müzelerin başında Nijerya Ulusal Müzesi geliyor. Ülkenin en önemli sanat koleksiyonunun sergilendiği müze, Lagos Adası'nın Onikan bölgesinde bulunuyor. Arkeolojik ve etnografik birçok eserin sergilendiği müze haftanın her günü ziyaret edilebiliyor. Kano şehrinde yer alan Gidan Makama Müzesi'nde de el sanatlarından resme ve müzik aletlerine kadar 11 farklı galeri içerisinde pek çok eser sergileniyor. Nijeryalı müzisyen Fela Anikulapo Kuti'nin müzeye dönüştürülen evi de sanatçının tüm yaşantısını ve izlerini ziyaretçilere sunuyor. 1973 yılında açılan Benin Şehri Ulusal Müzesi, Benin İmparatorluğu'na ait dökme demir parçaları, toprak eşyalar ve bronz heykeller gibi pek çok eser ve antikayı sergiliyor. Nijeryalı ünlü sanatçı Nike Davies Okundaye tarafından kurulan Nike Sanat Galerisi, Batı Afrika'nın en büyük sanat galerilerinden biri. Nijeryalı sanatçılara ait sekiz bine yakın çağdaş ve geleneksel eser haftanın her günü beş katlı binasında ziyaretçilerini bekliyor.

DEĞİŞKEN İKLİME UYGUN TARİH SEÇİLMELİ

Yıl içerisinde oldukça yüksek hava sıcaklıklarının görüldüğü ülkede nisan-dan ekime kadar yağmurlar sürüyor ve sıcaklıklar düşüyor. Kasımdan marta kadar ise kuraklıkların hakimiyeti başlıyor ve hava sıcaklığı 38 dereceye kadar yükseliyor. Ülkenin güneyinde ekvator iklimi görülürken merkezinde tropik ve kuzeyinde kurak bir iklim görülüyor. Bu değişikliklerin göz önünde bulundurulması daha iyi bir seyahat deneyimi için gerekli hale geliyor.

GSYİH
400
MİLYAR DOLAR

KİŞİ BAŞI GSYİH
2.032
DOLAR

NÜFUS
214
MİLYON

GENÇ İŞSİZLİK ORANI
%13,8

İTHALAT
36,5
MİLYAR DOLAR

İHRACAT
52,9
MİLYAR DOLAR



Doğalgaz ve petrolün yanı sıra kalya, demir, kömür, kireçtaşı, kurşun ve çinko gibi de doğal kaynaklara sahip olan ülkede kuraklık ve su baskınları gibi doğal tehlikeler de bulunuyor. Son yıllarda artan yağışlara bağlı olarak Nijerya'nın birçok bölgesinde sel hasarları yaşandığı da biliniyor. Günümüzde nüfusun hızlı artışı ve hızlı kentleşme çok sayıda çevre sorununa yol açarken hava ve su kirliliği, petrolün yarattığı kirlilik gibi güncel doğa sorunları da Nijerya'yı tehdit ediyor.

FESTİVALLERİN ÜLKESİ

Nijerya festivalleriyle de ünlü ülkelerden biri. Renkli ve eğlenceli bir festival kültürü olan ülkede film, balık, din, müzik gibi birçok alanda festival düzenleniyor. Eyo Festivali, ülkenin en değişik ve eğlenceli festivallerinden biri olarak biliniyor. Şubat ayında Lagos Adası'nda yapılan festivalle her yer beyaza bürünüyor. Festivale özgü beyaz kıyafetler giyilirken çeşitli dans ve sanat gösterileri nedeniyle dünyanın dört yanından turistler ülkeye geliyor. Calabas Festivali de Cross River halkının geleneksel ve modern yaşam tarzını harmanlayarak oluşturduğu yaratıcı kültürün bir kutlaması olarak biliniyor. Her yıl temmuz ya da ağustos ayında yapılan Osun Festivali ise bir hafta boyunca sürüyor. Sango Festivali'nde geçmişi hatırlamak ve geleneği kutlamak amaçlanıyor. Şehirleri neşe ve canlılıkla dolduran festivallerde at üze-



rinde gösterilerden ihtişamlı kültürel danslara kadar birçok eğlence ile halk ve turistler keyifli vakit geçiriyor.

YÖRESEL LEZZETLERDE BAHARAT VE ACI ÖNE ÇIKIYOR

Çok geniş bir yelpazesi bulunan Nijerya mutfağında biber çorbası, bamya çorbası, jollof pirinç, yer fıstığı çorbası, ogbono çorbası, owerri çorbası, puff-puff gibi lezzetler mutlaka denenmeli. Baharatın fazla kullanımı ile dikkat çeken Nijerya mutfağında acı da baskın bir lezzet olarak karşımıza çıkıyor. Fasulyeyle yapılan bir kek olan Moin Moin, Nijerya'nın meşhur yemekleri arasında. Ülkede en çok tüketilen yiyeceklerin başında ise yer elması, tatlı patates, şişe geçirilmiş et ya da karaciğer, keçi ve antilop eti ile



ŞEHİRLERİ NEŞE VE CANLILIKLA DOLDURAN FESTİVALLERDE AT ÜZERİNDE GÖSTERİLERDEN İHTİŞAMLİ KÜLTÜREL DANSLARA KADAR BİRÇOK EĞLENCE İLE HALK VE TURİSTLER KEYİFLİ VAKİT GEÇİRİYOR.





mango bulunuyor. Pirincin yanında servis edilen soslar, tavuk, sosis ve biftek de sıklıkla karşılaşılabilecek yöresel lezzetler arasında.

GÜÇLENEN EKONOMİ

Yaklaşık 400 milyar dolarlık gayri safi yurt içi hasılasıyla Afrika'nın en büyük ekonomisi konumunda bulunan Nijerya; aynı zamanda 214 milyonu aşkın nüfusuyla da Afrika'nın en büyük pazarını oluşturuyor. Ülkenin gayri safi yurt içi hasılasının 2024 yılında 762 milyar dolara yükselmesi bekleniyor. Nijerya'nın 2018 yılı ithalatı 36,5 milyar dolar olarak gerçekleşti, aynı yıl ülkenin ihracatı ise 52,9 milyar dolardı. Güney Afrika'da süren ekonomik durgunluğa rağmen Nijerya'nın gayri safi yurt içi hasılası 2019 yılının son çeyreğinde yüzde 2,5 artarken ekonomisi de yüzde 2,2 büyüdü. OPEC üyesi olan ülke, dünyanın sekizinci büyük petrol rezervine ve dokuzuncu büyük doğal gaz rezervine sahip. Sahra Altı Afrika bölgesinin tek doğalgaz ihracatçısı olan Nijerya'nın ekonomisi ham petrol ve doğalgaz ihracatına dayanıyor. Ülke, 2019 yılında Afrika Birliği üyesi 44 ülkenin imzaladığı Kıtasa Serbest Ticaret Bölgesi Anlaşması'na da dahil oldu.

2008-2009 mali krizi sonrasında hızlı bir toparlanma yaşayan ülke, ekonomik büyümesini tarım, telekomünikasyon gibi hizmetlerle ileri seviyelere taşıdı. Ekonomik çeşitlilik ve güçlü büyümeye rağmen ülke halkının yaklaşık yüzde 62'sinin aşırı yoksulluk içinde yaşadığı biliniyor. Ülke ekonomik büyüme seyrinde stabil bir büyüme periyodu yakalasa da yetersiz elektrik temini, altyapı eksikliği, yasal reformlarda gecikmeler, etkisiz yargı sistemi ve kısıtlayıcı ticaret politikaları nedeniyle eleştiriliyor. Ülkede üretilen başlıca tarım ürünleri kakao, yer fıstığı, pamuk, hurma yağı, mısır, pirinç, tatlı patates ve balık. Ülkede gelişmiş başlıca sektörler ise ahşap, deri, tekstil, çimento, ayakkabı, kimyasal, seramik ve çelik.

TÜRKİYE İLE NİJERYA İLİŞKİLERİ

Türkiye ile Nijerya arasındaki ilişkiler, 1982'de Nijerya'nın eski başkenti Lagos'ta imzalanan ticaret anlaşmasına dayanıyor. Bu anlaşma kapsamında, Türkiye'nin Nijerya'dan kakao, kauçuk, palm cevizi, kalay metali, çinko, ham petrol ve kömür gibi ürünler ithal etmesi; Nijerya'ya ise gıdadan inşaata, elektronikten tarım aletlerine kadar farklı alanda ürün ihrac etmesi kararlaştırıldı.

Türkiye'nin Afrika kıtasındaki en büyük ticaret ortaklarından olan Nijerya ile 2019 yılı dış ticaret hacmi 2,3 milyar dolara ulaştı. Türkiye, Nijerya'dan 1999 yılından itibaren sıvılaştırılmış doğal gaz, 2019'dan itibaren ise petrol ithal etmeye başladı. Nijerya'ya en fazla ihrac edilen ürünler arasında demir ve çelik, mobilya parçaları, inşaat malzemeleri, gıda ürünleri bulunuyor. Türkiye, 2018'de Nijerya'dan en fazla susam alan ülke oldu. Türk Hava Yolları Lagos, Abuja ve Port Harcourt'a sefer düzenliyor. 2011'de DELK bünyesinde Türkiye-Nijerya İş Konseyi kuruldu. Nijerya'da 40'tan fazla Türk firma faaliyet gösterirken bu firmalarda 500'den fazla Türk ve 2 bin 500'den fazla Nijeryalı istihdam ediliyor.

Hızla artan potansiyeli ile Türk ihracatçıların da radarına giren Nijerya, 2018 yılında Çin'den 7,1 milyar dolarlık ithalat yaparken bu ülkenin toplam ithalat içindeki payı yüzde 19,4 oldu. Çin'i 4,2 milyar dolarlık ithalat yapılan Hollanda izledi. Nijerya 2018 yılında Türkiye'den 310,7 milyon dolarlık ithalat yaptı. Türkiye, Nijerya'nın en çok ithalat yaptığı 22. ülke oldu. Türkiye'nin Nijerya'nın toplam ithalatı içindeki payı ise yüzde 0,85 oldu. Türkiye'nin Nijerya'ya ihracat yapan başlıca sektörleri kimyevi maddeler ve mamulleri, makine ve aksamı, çelik, bakliyat ve elektronik olarak görülüyor. Nijerya'nın ham madde, ara mamul, sermaye malları, nakliye ekipmanları ve bitmiş tüketici ürünlerinde Türk ihracatçıları için iyi bir pazar olduğu görülüyor.



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



“İKİ BÜYÜK KARA KITA SİNEMA VE EDEBİYAT”

TABUTTA RÖVEŞATA,
CENNETİ BEKLERKEN,
FİLLER VE ÇİMEN GİBİ
ŞİMDİDEN TÜRK SİNEMA
KLASİKLERİ ARASINDA
YERİNİ ALMIŞ FILMLERİN
YÖNETMENİ DERVİŞ ZAIM,
YENİ FİLMİ FLAŞBELLEK’İ
SİNEMASEVERLERLE
BULUŞTURMAYA
HAZIRLANIYOR.

DERVİŞ ZAIM

B

u kez çok farklı bir hikayeyle seyirciyle buluşacak olan Derviş Zaim, filmlerinin senaryolarını da yazıyor. Ayrıca iki romanı bulunan Zaim’le edebiyat-sinema ilişkisi, pandemiyle dönüşen sinema izleme yöntemleri ve geçilen zor dönemde sanata nasıl destek verilebileceği konularını konuştuğumuz keyifli bir röportaj gerçekleştirdik.

Pandemi kısıtlamalarının olduğu dönemi nasıl geçirdiniz? Şu an işlerinize nasıl devam ediyorsunuz?

Herkes gibi ben de pandemi sürecinde kendimi korumaya gayret ettim. Bu aşamada çalışmalarımı evden sürdürdüm. Pandemi öncesi film çekiyorduk, montajın sonlarına doğru karantina başladı. Bu dönemin sonrasında filmin özel efektleri uzaktan yapıldı. Efektleri hazırladığımız şirket ile iletişim kurabileceğimiz dijital bir sistem kurduk ve beş ay süren özel efekt sürecini bu şekilde tamamladık. Yine bu süreçte üniversitede verdiğim dersler de online olarak devam etti. Temmuz ayında özel efektler bitince de ses ve renge yoğunlaştım. Filmin çekim sonrası işlemleri için yurt dışına çıkmam gerekiyordu. Bu yüzden ağustos ayında filmin kalan işlerini bitirmek için yurt dışında çalıştım. Pandemiye yoğun bir dönem geçirdiğimi söyleyebilirim.

Tüm aksaklıklara rağmen süreci planladığımıza yakın biçimde devam ettirebildik. Bu süreç çekimler devam ederken başlasaydı fazlasıyla zorlanacaktık. Bu yüzden pandeminin filmin çekimleri bittikten sonra başlaması bizim adımıza büyük şans oldu.

Yeni filminizden biraz bahseder misiniz?

Filmimiz Flaşbellek’in tanıtımını önümüzdeki günlerde yapacağız. Çok kısa bahsetmem gerekirse, Flaşbellek, konusunu Suriye’de yaşanan savaştan alan bir film. Hayatını korumakla vicdanının sesini dinlemek arasında kalan Suriyeli karakterin hikayesini anlatıyor. Senaryoyu kendim kaleme aldım. Film Konya ve Gaziantep olmak üzere iki şehirde çekildi. Uluslararası yapımlarda rol almış, Arap dünyasının önemli oyuncularını filmde yer alıyor. Çıkan sonuçtan da memnun olduğumu söyleyebilirim. Seyircinin de keyif alacağı bir iş yapmaya gayret ettik.

En son filminiz Rüya’yı, 2016 yılında çekmişsiniz. Bu dört yıllık bekleyişin sinema filmi

için uzun bir süre olduğunu düşünüyor musunuz?

Benim şartlarıma göre uzun bir süre fakat bu proje için şartların olgunlaşmasını daha fazla beklemek zorundaydım. Çünkü hem prodüksiyon hem de finansman bakımından kolay bir iş değildi. Dolayısıyla böyle uzun bir dönem oldu. Ama sadece Flaşbellek değil, arada başka bir proje de alttan alta devam etti, o da hala sürüyor.

Diğer filmlerinizi gözlemlediğimiz bir çizgi-niz var; filmlerinizi geleneksel sanatlara değiniyor ve Türk sanatlarıyla olabildiğince dirsek temasında bulunuyorsunuz. Bu filminizde bu çizgi devam ediyor mu?

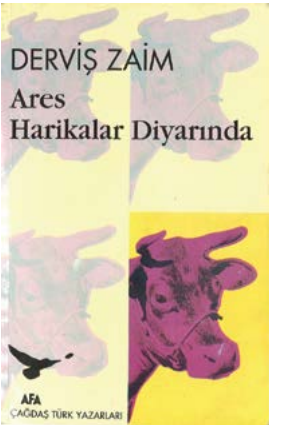
Flaşbellek daha önceki filmlerime çok benzemiyor. Daha önceki filmlerimden epey farkı var ama yine de ötekilerle ortak denecek, devam eden bazı yapılar var. Filmin içinde devam eden bu unsurlar, meraklısı tarafından fark edilecektir.

Kültürel çalışmalar alanındaki eğitiminiz senaryo çalışmalarınızı nasıl etkiliyor?

Filmlerimin bu şekilde ortaya çıkmasının sadece Warwick Üniversitesi’nde kültürel çalışmalar eğitimi görmemle bir ilgisi yok. Kültürel çalışmalar eğitimi görmemin benim birikim yelpazemin farklı yerlere uzanabiliyor olmasında bir etkisi olduğunu reddetmiyorum. Eğitiminin filmlere bir etkisi var belki ama onun yanı sıra çok daha başka etkenler de var. Bir filmi çekme aşamasında, filme koyma kararını verdiğiniz her şey sizin geçmişinizle doğrudan bağlantılıdır. Geçmişinizde bir sürü faktör bir araya gelir, konuşur, müzakere eder, çatışır; böylece çektiğiniz o film başka türlü olmayacak şekilde ortaya çıkar. Bende de böyle oluyor. Dolayısıyla işlerimin üzerinde belirleyici çok fazla unsur bulunuyor. Bunların tümünü açığa çıkarmak bazen iyidir, bazen yaratıcılık için sakinlik olabilir.

Sizin iki de romanınız var. Kendi filmlerini yazan ve çeken bir sinemacı olarak edebiyat alanında da üreten biri olmanız, hikâye kurma biçimlerinize bakışınızı nasıl şekillendiriyor?

Sinema ve edebiyat birbirinden çok farklı kumaşlar. Bir kumaştan diktığımız elbiseyi diğerinden dikemeyebilirsiniz. Dolayısıyla bunun farkında olarak konuşuyorum. Edebiyatı yapabildiğiniz şeylerle sinemada yapabildiğiniz şeyler farklıdır. Bu yüzden ikinci romanımı yazmaya uzunca bir süre ara ver-



**EDEBİYATTA YAPABİLDİĞİNİZ
ŞEYLERLE SİNEMADA
YAPABİLDİĞİNİZ ŞEYLER
FARKLIDIR. BU YÜZDEN İKİNCİ
ROMANIMI YAZMAYA UZUNCA
BİR SÜRE ARA VERDİM.**



**FLAŞBELLEK, KONUSUNU
SÜRİYE'DE YAŞANAN
SAVAŞTAN ALAN
BİR FİLM. HAYATINI
KORUMAKLA VİCDANININ
SESİNİ DİNLEMELİK
ARASINDA KALAN
SÜRİYELİ KARAKTERİN
HİKAYESİNİ ANLATIYOR.**

dim. Belki de çıkması gereken biçimi ve içeriği aramaya gayret ettiğim, onu beklemeye bilinçli bilinçsiz kendimi adadığım için böyle oldu. Sinemayla edebiyat birbirinden her ne kadar farklı olsa da birbirleriyle konuşabilir, muhabbet edebilirler. Bu farklı ama bir noktada benziyor olmak durumunu bir enerjiye nasıl çevirebilirim meselesi, her zaman benim içimi gıdıklar. Karakter yaratırken, ilk romandan kaynaklanan edebiyat birikimim senaryolarıma da etki ediyor. Keza film dilini sadeleştirmeye gayret ederken, nasıl daha az malzemeyle derdimi anlatabilirim diye düşünürken, elde edebildiğimi zannettiğim bir bilgi varsa o birikim ister istemez benim edebiyatta daha ekonomik anlatımın nasıl olabileceğine ilişkin tavrımı bilemiş olabilir. Buna benzer bir sürü karşılıklı etkileşimden bahsetmek mümkündür. Birbirlerini destekledikleri gibi bazen köstekledikleri de olabiliyor. Ama ikisi de bilinmezlerle dolu olan iki büyük kara kıta. Onları keşfetmenin zevkini yaşıyorum. Hele de bunların arasındaki ortaklıklardan bahsedecek olursak o zaman önümüze üçüncü bir kara kıta çıkar. Üçüncü

kitabı keşfetmenin zevki ve mihneti de eş derecede onlar kadar derin ve önemlidir.

Peki, bu aralar üzerinde çalıştığınız ya da aklınızda dönüp duran bir kitap projeniz var mı?

Kitaptan ziyade yeni film projem var, onunla flörtleşmelerim devam ediyor. Şu aralar ilerleme kaydettiğimi de söyleyebilirim. Başka projeleri de kafamda şekillendirmek için okumalar yapıyorum. Kütüphaneye sık sık uğruyorum.

Üniversitelerde de ders veren biri olarak genç nesille bir arada ve iletişim halinde olmak nasıl bir etki bırakıyor?

Ders vermeye hazırlanıyor olmak ister istemez sizin daha diri kalmanızı sağlıyor. Çünkü ders verirken meseleniz neyse onu enine boyuna bilmeniz gerekiyor. Öte yandan öğrencilerin sorduğu bir soru, bazen o güne kadar hiç düşünmediğiniz şeyleri aklınıza getirebiliyor ve yeniden düşünmenizi sağlayabiliyor. O yüzden gençlerle bir arada olmak faydalıdır. Farklı bir perspektife sahip olmanızı sağlayabilir. Bazen de bunların hiçbirisi olmayabilir, çok sıkılabilirsiniz. Bunlar biraz

başlama ve kiminle karşı karşıya kaldığınıza göre değişkenlik gösterir.

Yeni dönemde pandemiyle birlikte gösterim olanakları sınırlandırıldı ve zorlaştı. Sinema ve kültür sanat sektörünün şu anki durumunu ve geleceğini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Kimsenin gelecekte ne olacağını bildiğini sanmıyorum. Pandeminin sonrasında seyircinin salonlara dönüp dönmeyeceği tavrı da bizim bundan sonra neyi yaşayacağımızı belirleyecek. İnsanlığın seyretme deneyiminde hiç vazgeçmediği ve muhtemelen pandemi sonrasında da vazgeçmemek için direneceği bir özelliği var. O da topluca, hiç tanımadığı kişilerle birlikte karanlık bir ortamda gösteri izlemek. Asıl mesele; insanların pandemide ve sonrasında eski film izleme alışkanlıklarına ne şekilde döneceği. Pandeminin seyrcinin insanı bu tip izleme alışkanlıklarında nelere zorlayacağı ya da başka alışkanlıklara sevk edip etmeyeceği önemli. Pandemi sonrasında dijital izleme platformlarında bir artış ve yelpaze zenginliği bekliyorum. Amerikalıların başını çekeceği birtakım izleme yordamları ortaya çıkabilir. Bunlar bizi bir süre oyalayabilir ancak insanlık pandeminin olumsuz etkisi azalmaya başladığında yine toplu halde bir şeyler izlemek için kıpırdanmaya başlayacaktır. Çabucak eskisi gibi olur mu bilmiyorum ama bu dürtünün insanlığın içinde hep var ve olacağına eminim.

Sizce bu süreçte sanata ve sanatçıya hem devlet hem de özel sektör nasıl destekler sunmalı?

Çok büyük bir kriz yaşanıyor. Özellikle özel sektörde çalışan insanlar, hayatın nasıl devam edeceğini öngöremedikleri bir süreç içerisinde. Görebildiğim kadarıyla devletler de ne yazık ki kültür-sanat alanında üretim yapan insanları, desteklenmesi gereken kategoriler sıralamasında öncelikli yerlere yerleştiremediler. Ekonominin kendi öncelikleri, harcama sıralamaları var. Ama netice oldukça üzücü. Umalım ki bu süreç kısa sürede sona erer ve insanlar önlerini daha olumlu biçimde görebilecekleri şartlara kavuşurlar.



“FEYZA HEPÇİLİNGİRLER ÇOCUKLARA ULAŞMANIN GURURUNU YAŞIYORUM”

Yaklaşık çeyrek asır önce yazdığı ‘Türkçe Off’ kitabı ile akıllara kazınan Feyza Hepçilingirler, yıllarca yetişkinler için yazdıktan sonra 2013 yılından bu yana çocuklara sesleniyor. Değişik alanlarda yazmayı sevdiğini söyleyen Hepçilingirler, “Yayın dünyasındaki kargaşadan biraz yıldığım için, bir adım geri çekilip çocuk dünyasına döndüm” diyor.

Öncelikle içinde bulunduğumuz pandemi sürecinden başlayalım. Bu süreci nasıl yorumluyorsunuz, günleriniz nasıl geçiyor?

Altmış beş yaş üstü bir birey olarak ölüm sırasının en başına yerleştirilip eve hapsedilenlerden biriyim. Kendime hemen bir “Ölmeden önce yapılacak işler” listesi oluşturup uygulamaya koyuldum. 64 tane kitap okudum, 132 tane film izledim. Okul öncesi için üç manzum öykü, ortaokul düzeyi için iki öykü kitabı, büyükler için de bir masal kitabı yazdım.

Bu süreçte evde geçirdiğimiz günler size ce okuyucu ve yazar adına nasıl bir etki yaratıyor?

Herkeste olumlu bir etki yaratmış gibi gelmiyor bana. Olumlu etki bir yana, sinirsel yıkım, sarsıntı, bunalım ve sıkıntı yarattı. Okur olarak başlangıçta herkes okuyamadığı bütün kitapları okuyacağını sandı ama bir süre sonra izlenimlerini dostlarıyla paylaşmayacağı kitapları okumak o kadar da anlamlı gelmedi. Yazarlar hazır boş bir zaman bulmuşken deli gibi çalışacaklarını, bütün projelerini hayata geçireceklerini sandılar ama yanılmıyorsa karamsarlık baskın geldi; hayaldeki hesaplar salgın gerçeğine pek fazla uymadı. Umarım okurda ve yazarda benim sezemediğim olumlu etkileri olmuştur.

Hayattan ilham alan, onu dönüştüren yazın dünyası, böyle zamanlarla nasıl bir misyon üstleniyor. Her dönem bir şekilde yazarın ve edebiyatın hayatına sızmıştır. Sizdeki yansıması ne oldu?



PANDEMİ SÜRECİNDE YAŞAMI VE ÖLÜMÜ YENİDEN SORGULAMAK GEREKTİĞİNİ DÜŞÜNDÜĞÜNÜ BELİRTEN FEYZA HEPÇİLİNGİRLER; “BU SÜREÇTE 64 TANE KİTAP OKUDUM, 132 TANE FİLM İZLEDİM. OKUL ÖNCESİ İÇİN ÜÇ MANZUM ÖYKÜ, ORTAOKUL DÜZEYİ İÇİN İKİ ÖYKÜ KİTABI, BÜYÜKLER İÇİN DE BİR MASAL KİTABI YAZDIM” DİYOR.

Korona hakkında ne düşündüğümü sorunlar, bu süreçle ilgili hazırladıkları kitaplara katkıda bulunmamı isteyenler oldu ama bir an önce bitip gitmesini istediğim bir hastalıktan, kalıcı bir eser çıkacağına kuşkuyla yaklaştığım için hiçbir bende yazma isteği uyandırmadı. Edebiyat bir misyon üstlenmişse de benden habersiz oldu bu! Ben ölüm sırasında öncelikli olduğumu kabullenme çabasıdaydım o sıra. Bir tempo tutturmuş giderken üstünde düşünmediğim iki basit gerçeği, yaşamı ve ölümü yeniden sorgulamam gerektiğini düşündürdü; bundan sonra yazacaklarımı ve yaşamıma nasıl sızacağını bilemem ama çok az zamanım kaldığını ve acele etmem gerektiğini anımsattı bana.

Yaklaşık çeyrek asır önce yazdığınız ‘Türkçe Off’ kitabınız 49’uncu baskısını yaptı. Çevrenizde yapılan dil bilgisi hatalarını düzeltiyor musunuz?

Asla müdahale etmiyorum ama o korkuyu yaydığımın maalesef farkındayım. Bunu çevremdekiler de söylüyor. İnsanlarda böyle bir ürküntü yarattığım için çok üzgünüm ama yapacak bir şey yok.

‘Sabah Yolcuları’ 80’li yıllarda yazdığınız bir öykü kitabı. Ancak insanların algıları ve istekleri değişti. Merak ediyoruz, bakışınızı nasıl değiştiriyorsunuz?

‘Sabah Yolcuları’ benim ilk öykü kitabım. Yeni baskısı geçen ay yayımlandı. Tekrar gözden geçirirken aynı endişeleri taşıyordum; “Acaba 40 yıl önce yazılmış öyküler bugünün insanına ne söyleyecek, eskidi mi?” diye. Ancak eskimemiş. Edebiyatın en güzel tarafı, eskimemesi. Çünkü insan eskimiyor. Yeni kuşaklarda da benzer duyarlılıklar var. Aynı şeyleri hissediyorlar. Zamanı yakalamaya çalışıyorum. İnsanlar artık daha kısa, daha çarpıcı şeyler okumak istiyor. Okumaya ayırdıkları zaman çok sınırlı. Hatta okumaya ayıracak çok fazla zamanları yok. O yüzden herkese hitap etmeyi hayal edemiyorum.

Uzun yıllar yetişkinler için yazdınız ancak şimdi çocuklar için yazıyorsunuz. Çocuk kitabı yazmaya nasıl başladınız?

Çocuk kitabı yazarlığı çok yabancı olduğum bir alan değil. 1980’de Ahmet Taner Kışlalı Kültür Bakanı iken çocuk yapıtları yarışması açılmıştı. Ben de adımı duyurmak için bunu bir fırsat olarak kullanmışım demek.

YAZARLIK BAĞIMLILIK YARATIR MI?

Yaratıyor tabii. Yazacağınız şey her neyse, nasıl bir kişi hayal ettiyseniz gerçekten onun içine giriyorsunuz. Mesela çocuklar buluşmalarımızda çok soruyorlar, nasıl yazıyorsunuz diye. Ben onlar için yazdığım kitapların sonuna tiyatro eseri ekliyorum. Kitabın yarından sonrasında oyun yer alıyor. Çünkü kendini başkasının yerine koymayı tiyatro ile daha kolay sağlayabilirim. Her ne kadar son zamanlarda empati kurmak çok moda bir sözcük olsa da bunu yapmak için başkasının gözüyle bakmak, onun ayakkabısıyla yürümek gerekiyor. Bunu yaptığımız zaman insanlara kötülük etmek konusunda bir adım geri dururuz. Ben de yazarken kimi anlatıyorsam onun gözünden bakmaya çalışıyorum. O nasıl konuşurdu, ne derdi diye hayal ederek yazıyorum. Birçok kişi oluyor. Okurken de öyle değil mi? Okuduğunuz kaç kitap varsa o kadar kişi hayatınıza katılmış oluyor. O kişiler artık yaşamınızda gerçek kişiler gibi yer alıyor, zenginleşiyorsunuz. Yazarken de biz öyle zenginleşiyoruz. Bu da bağımlılık yaratıyor.

Yarışmaya bir çocuk oyunu göndermiştim. Başarı ödülü aldım. Yarışmayı kazanınca adım duyuldu. Sonrasında büyüklere yöneldim. Öykü ağırlıklı bir dönemim, sonrasında ise 20 yıl kadar Türkçe ağırlıklı bir dönemim oldu. Türkçe ile ilgili kitaplar okuyup araştırmalar yaptım. 2013’ten bu yana da ortalıktaki kargaşadan biraz yıldığım için, bir adım geri çekilip daha masum olduğu için çocuk dünyasına döndüm. Burada o kadar güzel karşılandım ki; bunu tahmin etmiyordum. Çünkü çocuk kitabı, öyle bir alan ki; okuyandan fazla yazar var. Onların arasından çocuklara ulaşmak biraz zor olacaktı ama kendimi değişik alanlarda denemeyi çok seviyorum. O yüzden bu kadar farklı türlerde yazdım. O kalabalığın içinde kendimi var edebilecek miyim diye düşündüm. Bunu başarmanın gururunu yaşıyorum. Çocuklara ulaşmayı başardım.

Peki çocukların gülmelerini mi yoksa şaşırp düşünmesini mi istiyorsunuz? Böyle bir kaygınız var mı?

Aslında gülmelerinin arkasına düşündürecek şeyler koymaya çalışıyorum. Kitaplarımdan biri ‘Ezber Bozan Hatice Teyze’, diğeri ‘Masal Bozan Feride Teyze’. Güldürmek amaç değil, bir araç bende. Onları güldürmeyi seviyorum ama neden diye de sormalarını istiyorum. Hiçbir şeyi olduğu gibi kabul etmelerini istemiyorum, sorgulamalarını ve nedenini araştırmalarını istiyorum.

BENİM İÇİN ÇOCUKLARA
YAZMAK, YABANCISI
OLDUĞUM BİR DÜNYADA
YÜRÜMEK DEĞİL,
BİLDİĞİM BİR DÜNYADA
İLERLEMEK.



İNSANLAR İKİYÜZLÜLÜĞÜ
ÖĞRENİYOR YAŞADIKÇA.
HERKESE KARŞI FARKLI
BİR TAVIR SERGİLEME,
NABZA GÖRE ŞERBET
VERME ALIŞKANLIĞI
EDİNİYOR. ANCAK
ÇOCUKLARIN DOBRALIĞI
ÇOK GÜZELDİR.

Yetişkinliklerin de çocuk kitaplarını sevmeleri önemli bir etken. Bu nedenle üzerinizde bir sorumluluk hissediyor musunuz? Çocuk psikolojisi hakkında eğitim aldınız mı?

Ortaokuldan başlayıp üniversite son sınıfa kadar birçok alanda 41 yıl öğretmenlik yaptığım için çocuk dünyasını tanıyorum. Tabii çocuklar değişti; çocuklara göre kendimi değiştirmek de benim görevim. Nasıl büyükler için yazarken onların gözünden bakıyorsam çocuklar için yazarken de bir çocuk ne hisseder, nasıl algılar, neyden hoşlanır diye düşünüyorum. Çünkü çocuk zorla okusun değil, zevkle okusun isterim. Onun için bunun yolunu bulmak zorundayım. Kendimi ona göre ayarlamak, yenden biçimlendirmek zorundayım. Benim için çocuklara yazmak, yabancı olduğum bir dünyada yürümek değil, bildiğim bir dünyada ilerlemek.

Söylediğiniz gibi çocuklar daha farklı artık. Yetişkinlere gelince büyüdükçe saflığımızı yitiriyoruz. Çocuk olmak ile yetişkin olmak arasında nasıl bir fark görüyorsunuz?

İnsanlar büyüdükçe çeşitli duygularla kirleniyor. Korku kirlenici bir duygu çünkü. Çocuklar o anlamda masumiyetini kaybetmemiş oluyor. Gerçi çocukların acımasız olduğunu da gözden uzak tutmamalıyım. Bu, hayvani yanımızın henüz törpülenmemiş olmasından kaynaklanıyor. Ama biz bu yanları eğitmele törpüleyip daha insani boyut-

lara çekmeyi başarmak zorundayız. Çocukların o masumiyet içinde algılamaları, geri dönüşleri büyüklerden çok farklı. İnsanlar ikiyüzlülüğü öğreniyor yaşadıkça. Herkese karşı farklı bir tavır sergileme, nabza göre şerbet verme alışkanlığı ediniyor. Ancak çocukların dobralığı çok güzeldir. Çocuklar henüz o ikiyüzlülüğe ulaşmadıkları ya da kirlenmedikleri için düşündüklerini pat diye söylüyorlar. Bir de bugünün çocuğu çok cesur. Daha az korkutuyoruz demek ki. Eskiden korkutularak büyütülürdü çocuklar. 'Baban gelirse!' denirdi. Şimdikiiler daha cesur. O yüzden büyüklerin dünyasından epeyce farklılar. Ama korkum o ki; onlar da büyüdükçe o rengi yavaş yavaş alıyorlar.

İtiraf etmeliyim ki yazdığınız çocuk kitabı 'Dut Yemiş Bülbül'ü okumak, beni çok rahatlattı. Farkettim ki hayat; sıkı politika, korkunç cinayetler, boşuna meselelerle dolu. Diğer taraftan çocuk dünyasına girmek terapi gibi. Bu yüzden bir yetişkinin çocuk kitabı okuması çok mantıklı. Siz ne dersiniz?

Ben şiddetle öneriyorum. Ayrıca görev olarak da vermek gerekiyor. Çocukların eline tutuşturulacak kitapların önce büyükler tarafından okunması, bir çeşit görev olarak benimsemeli. Çünkü çocuğun okumasının ona hiçbir şey kazandırmayacağı, tam tersine kötü duygular içine düşüreceği kitaplar da var piyasada. Çocuk kitabı alanı epeyce denetimsiz. O yüzden büyükler çocuğun okuyacağı kitabı okusunlar lütfen. Sonrasında çocukla tartışınlar hatta. Beğenip beğenmediğini sorsunlar, nedenlerini de konuşsunlar. Böylece hem çocuğu okuduğu kitap üzerine düşünmeye alıstırmış olurlar hem de kendilerine bir iyilik yapmış olurlar. Çocuk dünyasının o naifliği içinde temizlenmiş hissederler kendilerini. Bu da bizim onlara bir iyiliğimiz olur.

Günümüzde yazar sayısı hayli arttı, kitapçılarda düzinelerce yeni çıkan kitap var. Bazı okuyucular en çok satanlar, yeni çıkan kitaplar ve yeni yazarlar ile arasına mesafe koyuyor. Siz ne düşünüyorsunuz?

Ben tepkimi yazarak ortaya koyuyorum. Ben tepkimi yazarak ortaya koyuyorum. 2013'te yayımlanan bir kitabım var, 'Nasıl Pop Yazar Olunur?' diye. O zamanlar Pops-tar diye yarışmalar vardı. Onlar gibi iki günde şöhret olmak isteyen yazar adayları da çoktu. Onları eleştirmek amacıyla yola çıkmıştım. Bugün popstarlık müessesesi çoktık çok şükür, yeni baskıda kitabın adını değiştire-

ceğim. 'Tek Kitapla Nasıl Şöhret Olunur' diyeceğim. Çünkü birçok kişinin amacı o; bir kitap yazayım, ünlü olayım, para kazanayım, televizyonlara çıkayım. Öyle olmuyor bu iş. İğneyle kuyu kazar gibi ve sebatla kazanılabiliyor şöhret, eğer kazanılacaksa. Zaten şöhret için yazmak nedir! Adını andığım kitap, böyle tepki ile yazılmış bir kitaptı.

Türk insanının az okuduğu konusu sık sık dillendiriliyor. Teknolojiyle birlikte hikayelere erişim kolaylaşıyor. Ne düşünüyorsunuz?

Türk insanı okuyor. Kitap ile ilgili sorunu olabilir ama sürekli okuyor. Herkesin elinde cep telefonu var en azından, tabletten ya da bilgisayardan okuyor. Kitap ile ilişkisi biraz zayıf olabilir ama orada da özellikle adı çok anılan kitaplar konusunda geri kalmayayım endişesi var. Okuma alışkanlığını çocuk yaşlarda başlatıyoruz ama sonra giderek azalıyor. Çünkü başka şeyler dayatıyor, sınavlarla testlerle boğuyoruz. O yüzden okuma oranı biraz düşüyor ama gençlerde okuma oranı epey yüksek bence.

Çok okunan kitaplar, her yerde çok hafif kitaplardır. Hiçbir yerde edebiyat ağırlıklı kitaplar deli gibi okunmaz. Japonlar çok okur ya da Almanya'da herkesin elinde kitap vardır metrolarda. Ama onların ne okuduğuna bakmak lazım. Herkes çok sürükleyici, 100 bin basan kitaplar okuyor.

Ne tür kitapları takip ediyorsunuz?

Takip etmek değil benimki, daha çok yetişmek kaygısı. Çünkü o kadar çok kitap var ve benim de okumadığım o kadar kitap var ki! Görseniz evde deste desteler. Birini okuyorum, yarısına gelip ayrıca koyup diğerine geçiyorum. Herhalde şu anda 10 kitabım vardır başlanıp yarım kalmış. Bazılarını bitirmiyorum açıkçası çünkü ne anlattığını, nasıl bir üslup kullandığını anladıktan sonra bırakıyorum. Çünkü gerçekten yetişmek çabası içindeyim. Koştur koştur bir yerlere ulaşmaya çalışıyorum.

Günde ne kadar okuyorsunuz?

Haftada en az bir kitap okumayı planlıyorum ama haftada dört kitaba kadar çıkabiliyorum. Ayda da en az beş kitap hedefim var, bunu rahatlıkla başarıyorum ama daha fazlasını istiyorum gönül. İşte ona zaman bulamıyorum.

KISA KISA

Sabah insanı mısınız yoksa gece kuşu mu? Sabah.

Yazarken çay mı kahve mi alırsınız? Kahveciyim.

Size ilham veren şey ne olur? Bazen tek bir söz.

Karşınızdaki kişide en çok hangi özelliğe dikkat edersiniz? Dobralık.

Gelecekte beklentiniz nedir?

Kimseye muhtaç olmamak tabii ki.

Zihninizi ne açar? Bulaşık yıkamak.

En sevdiğiniz söz nedir?

Bir Karadeniz türküsü duymuştum, çok hoşuma gitmişti. 'Bu dünyadan hayır yok, öteki de şüpheli'...



Kitaplar beyaz perdeye uyarlandığında çekiciliğini biraz kaybediyor olsa da hiç böyle bir isteğiniz oldu mu?

Böyle birkaç girişim oldu ancak hepsi başarısızlıkla sonuçlandı. "Kırmızı Karanfil Ne Renk Solar" benim epey okunan kitaplarımdan biri. Sinema ile ilgilenen birçok kişi onun için çok güzel filmi olur dedi fakat bunun için bir girişim olmadı.

Yeni bir kitabınız var mı?

Aslında yazdığım çok kitap var ama hepsi yarım. Çocukların Anadolu'yu çok tanımadıklarını fark ettiğim için bir mektup dizisine başlamıştım. Kendi yaştlarının Anadolu'nun birçok yerinde var olduğunu bilmelerini istedim. Bunun iki kitabı yayımlandı. Biri 'Ardahan'dan Gelen Mektup', diğeri 'Ayvalıklı olduğum için kayırdım biraz' 'Ayvalık'tan Gelen Mektup'. Şimdi 'Edirneden Gelen Mektup'a başladım. Eğer sürdürebilirim yedi bölgeden yedi mektup diye bunu tamamlamak istiyorum. Son başladığım çocuk kitabında da lahanalarla ilgili bir savaş anlatıyorum. Tamamen alegorik bir şey olacak. Büyükler içindeki şifreleri anlayacaklar, çocuklar da eğlenecek.

Merak ediyorum, lahanaları savaştırmak noktasına nasıl geliyorsunuz?

En son Karadeniz'e gittim iki gün arayla. Orada kara lahananın çorbası, yemeği, böreği derken her şeyi yapıyor. Ben Egelim, bizde kara lahana çok yoktur. Lahana-ları düşündüm. Beyaz lahana, mor lahana, kara lahana ve en son hayatımıza giren Brüksel lahanası... Dört çeşit lahana var. E bunlar arasında bir kavga olabilir pekala. Beyaz lahanalar, beyaz oldukları için birilerini çağırıştırıyor olabilir. Dahası onların lideri çok öfkeli bir adam olabilir. Bu, daha yeni başladığım bir hikaye ama beni çok heyecanlandırdı. Bir de farklı bir üslup yakalamam gerekiyor, yeni bir kitabın heyecanla gitmesi için. O zaman öbür işlerimi bırakıyorum. Var gücümle onu yazmaya çalışıyorum. Şu an lahanalar beni çok meşgul ediyor!

Pencere dergisi olarak hep sorduğumuz bir soru var, hayata hangi pencereden bakıyorsunuz diye. Cevabınız ne olur?

Çok kanatlı bir pencereden bakıyorum. Hangisini açsam başka bir manzara görüyorum. O kanatların her birini açık tutmaya çalışıyorum.

Konya

TARIMDAKİ GÜCÜNÜ SANAYİYE TAŞIDI



RAKAMLARLA KONYA

2,2 MİLYON
KONYA NÜFUSU



%55,1
GENÇ NÜFUSUN (35 YAŞ ALTI) ORANI



1,53 MİLYAR DOLAR
2020'NİN İLK 9 AYINDAKİ İHRACATI



2 MİLYAR DOLAR
2019 YILI İHRACATI



1,15 MİLYAR DOLAR
KONYA'NIN ORTALAMA YILLIK DİŞ
TİCARET FAZLASI



385
KONYA'DA BULUNAN YABANCI
SERMAYELİ FİRMA SAYISI



%95
İMALAT SANAYİNİN TOPLAM
İHRACATTAKİ PAYI



2000+
KONYA'DA BULUNAN YAKLAŞIK
İHRACATÇI FİRMA SAYISI

KAYNAK: WWW.KONYADAYATIRIM.ORG

TARIMDAKİ TECRÜBE VE
ÜRETİM GÜCÜNÜ SANAYİYE
AKTARAN KONYA, 2019
YILINDA EN FAZLA İHRACAT
YAPAN İLLER LİSTESİNDE
YER ALDI. 2020 YILININ
AĞUSTOS AYI İTİBARIYLA DA
KORONAVİRÜS SALGININA
RAĞMEN TÜRKİYE'NİN EN
FAZLA İHRACAT YAPAN 11. İLİ
KONUMUNDA OLAN ŞEHİR,
YABANCI YATIRIMCILARIN
ÇEKİM MERKEZİ HALİNE
GELMESİYLE YÜKSELİŞİNİ
SÜRDÜRÜYOR.

Konya, sahip olduğu üretim gücü ile ülke ekonomisinde stratejik rol oynuyor. Türkiye'nin tahıl ambarı şehir; un, tuz, şeker üretiminde ilk sırada yer alırken tarımsal makine ve ekipman üretiminde de lider konumda bulunuyor. Birincil alüminyum madeninin ülkede çıkarıldığı tek il olma özelliğinin yanı sıra dış ticaret fazlası veren şehirler sıralamasında 6'ncı sırada yer alıyor. 45 bin KOBİ'ye ev sahipliği yapmasıyla Türkiye'nin KOBİ başkenti olan Konya, yükselişini sürdürüyor.

SANAYİ İHRACATINI 13 KAT ARTIRDI

Konya, tarımdaki tecrübesini ve üretim gücünü tarım makinelerinin imalatına aktararak, 1960'lı yıllarda sanayileşme anlamında önemli adımlar attı. İmalatta usta-çırak ilişkisinin devam etmesi, Konya'nın beyin gücünün eğitim sonrası Konya'da

çalışmayı seçmesi ve bölge insanının girişimci ruhu, Konya'yı bugün Türkiye'nin en önemli sanayi şehirlerinden biri yaptı. Sahip olduğu geniş ve verimli topraklar ile Türkiye'nin en önemli tarım kenti olan Konya, sanayi ihracatını 16 yılda 13 kat artırarak tarım kenti görünümüne sanayi şehri kimliğini de ekledi. Bugün 80'in üzerinde sektörde üretim yapılan Konya'da, tarım dışında, otomotiv endüstrisi, makine imalat sanayi, gıda sanayi, savunma sanayi, döküm ve ayakkabı sektörleri öne çıkıyor. Konya, metal işleme alanında Türkiye pazarının yüzde 45'ine sahip. Türkiye'nin tarım makineleri ve aletleri ihracatının yüzde 45'ini Konya gerçekleştiriyor. Birçok marka modelin yüzde 70'den fazla parça ve ekipmanı Konya'da üretilirken, Türkiye'nin ihtiyaç duyduğu araç üstü parça ekipmanlarının yüzde 70'ini üretebiliyor. Ayakkabı konusunda uzmanlaşan şehir, yılda yaklaşık 80 mil-

yon çift ayakkabı üretimi ile Türkiye pazarının yüzde 20'sini oluşturuyor.

ken, kayıtlı ihracatçı firma sayısı da altı kat artış gösterdi.

İHRACATI, 1,53 MİLYAR DOLARI AŞTI

Birincil alüminyum madeninin Türkiye'de çıkarıldığı tek il olan Konya, dış ticaret hacmiyle de Anadolu'nun öne çıkan ekonomilerinden biri. 2019 yılında Türkiye'nin en fazla ihracat yapan 12'inci şehri konumunda olan şehir, 2 milyar dolar ihracat yaptı. Bir önceki yıla göre ihracatını yüzde 11,7 artırarak 38 ilin toplam ihracatından daha fazlasını tek başına yapmış oldu. Son dönemde en fazla ihracat artışı yapan şehirlerin de başında geldi. 2020 yılının ağustos ayı verilerine bakıldığında ise Konya'nın en fazla ihracat yapan iller sıralamasında bir basamak yükselerek 11. sıraya yükseldiği görülüyor. Tüm dünyada etkisini gösteren ve ekonomilerin daralmasına neden olan koronavirüs salgınına rağmen ilin ihracatı eylül ayında 1,53 milyar dolara ulaştı. Kentte bulunan 2 binden fazla ihracatçı firma, dünya genelinde 170'ten fazla ülkeye ihracat yapıyor. Konya ihracatı, son 20 yılda 23 kattan fazla büyür-

EN BÜYÜK ÜÇÜNCÜ SANAYİ BÖLGESİNE SAHİP

Çok sayıda ulusal ve küresel markaya ev sahipliği yapan Konya, Türkiye'nin yeni yatırım ve üretim merkezlerinden biri olmayı başardı. Konya Sanayi Odası öncülüğünde 70'li yılların sonunda hayata geçirilen yeni organize sanayi bölgeleri, bölgede sanayileşmeyi hızlandırdı. 23 milyon metrekare büyüklükteki Konya Organize Sanayi Bölgesi, Türkiye'nin en büyük üçüncü organize sanayi bölgesi konumuna geldi. Şu anda 2, 3, 4 ve 5'inci kısım genişleme alanlarında sanayi üretiminin yapıldığı bölgede 613 fabrika üretim yapıyor ve 42 bine yakın istihdam sağlanıyor. Konya OSB'nin, 6'ncı genişleme bölgesiyle ilgili yer seçim çalışmaları var. Konya sanayisinin istihdama sağladığı katkı sayesinde Konya'da işsizlik oranı yüzde 5,9 ile Türkiye ortalamasının çok altında bulunuyor. Şehir yabancı yatırımcıların da radarına girdiğinden bu oranın daha da düşmesi bekleniyor.



EN ESKİ YERLEŞİM BÖLGESİ

Konya, sadece Türkiye'nin değil dünyanın da en kadim şehirlerinden biri olarak biliniyor. Bölgede bulunan Çatalhöyük, bugüne kadar keşfedilmiş en eski ve en gelişmiş Neolitik devir yerleşim merkezi. Selçuklu Devleti'nin Anadolu'daki başkenti ve İpek Yolu üzerinde önemli bir konaklama merkezi olan Konya, aynı zamanda birçok İslâm ilim insanının ve mutasavvıfın yetiştiği önemli bir merkez olarak tarihte yerini aldı. Bu ilim insanlarından en tanınan isim de şüphesiz, Mevlana Celaleddin Rumi'dir.



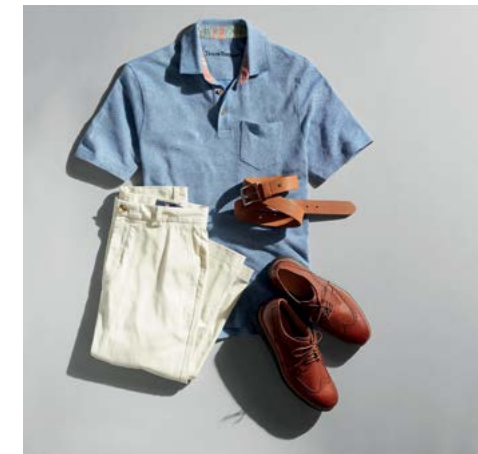
MODANIN YENİ BELİRLEYİCİLERİ

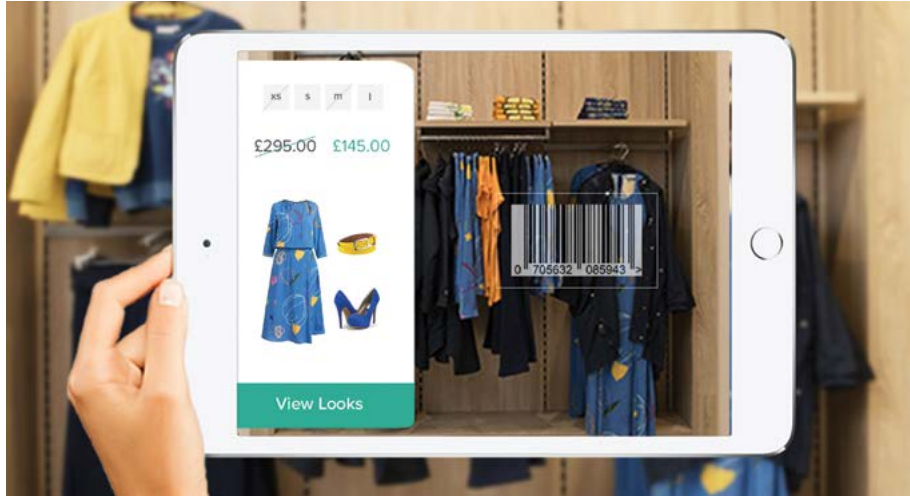
DİJİTAL STİLİSTLER

ÇOK DEĞİL, BUNDAN 25 YIL ÖNCE EPEY FARKLI BİR HAYATIMIZ VARDI. TA Kİ 90'LI YILLARDA TEKNOLOJİ HAYATIMIZA GİRENE KADAR. GEÇEN SÜREDE HAYAL EDEMEECEĞİMİZ KADAR YOL ALDIK. ANSİKLOPEDİLER VE TV'LER ESKİSİ GİBİ REVAÇTA DEĞİL ARTIK. DİJİTAL DÜNYA İHTİYACIMIZ OLAN EN SAKLI BİLGİYİ BİLE ÖNÜMÜZE GETİREBİLİYOR. GELECEKTE NE OLACAĞINI TANRI VE BİLİM DÜNYASI BİLİR ANCAK YENİ NESİL İŞ ALANLARI ÇOKTAN OLUŞTU. BUNLARDAN BİRİ DE DİJİTAL STİLİSTLİK...

Teknolojinin yaşadığı hızlı gelişim, insanların bireysel olarak muamele görme iştahını her geçen gün daha da kabartıyor. Dijital dünya ile beraber belirli alışkanlıkları olan büyük bir grubun parçası olmaktansa tercihlerimizi bireysel olarak ifade etmeye yöneliyoruz. Teknolojinin çevrim içi keşif ve dönüşümleri kolaylaştırmaya yönelik sağladığı katkıyla vücut bulan bu istekler, ister istemez markaları da "kişisel tercihlere uygulanabilir" sistemlere doğru yönlendiriyor. İnsanların bu isteklerine ise en hızlı cevabı veren sektörlerin başında moda geliyor. Günümüzde, sınırı olmayan ve herkesin kendi tarzını yaratma trendini vurgulayan moda sektörü, geleceğini teknolojinin içine sıkıca yerleştirmiş durumda. Oda sıcaklığına göre vücut ısınısını dengeleyen elbiselerden leke tutmayan kumaşlara, kinetik dengeyi sağlayan ayakkabılara dek yaşanan değişim, moda teknolojisinin hızla yükseleceğini gösterirken artan kişisel talepler ise çok daha fazlasının yolda olduğunu söylüyor. Önümüzdeki birkaç sene içinde moda teknolojinin bireyselliğe en fazla katkı sunacağı alanların başında ise stilistlik geliyor. Tüketicilerin ilhamdan satın almaya kadar hayatını kolaylaştıran moda dünyası, son yıllarda ağırlık verdiği yatırımlarıyla, tüketicilerin stillerini yansıtacak yapay zekalar oluşturmaya başladı. Pek çok marka, dijital stilistlerin, müşterilerle iletişim kurma yolunda büyük bir artı olacağını düşünüyor. 2019 yılının sonundan itibaren tüm dünyanın mücadele etmeye başladığı koronavirüs salgını da moda dünyasında birtakım değişimler yaşanmasına neden oldu. Pandemi nedeniyle mağazaların kapanması ya da tüketicilerin mağazalara gitmek istememesi dev moda markalarının inovatif çözümleriyle yeni bir boyuta taşındı. Birçok marka bu süreçte kişiselleştiril-

TÜKETİCİNİN HER HAREKET VE TERCİHİNDEN VERİ TOPLAYABİLEN MARKALAR, YAPAY ZEKALAR ARACILIĞIYLA, MÜŞTERİLERİN BİR SONRAKİ GÜN NE GİYMEK İSTEDİKLERİNİ TAHMİN ETMEYE ODAKLANARAK, ÜRÜN TASARIMI VE ÜRÜN GELİŞTİRME YAKLAŞIMLARINI YENİDEN ŞEKİLLENDİRMEYE ÇALIŞIYOR.





2011 YILINDA SAN FRANCISCO'DA KURULAN STITCH FIX YAPAY ZEKA ALGORİTMALARINI VE İNSAN STİLLERİNİ BİR ARAYA GETİREREK, MÜŞTERİLERİNE EN SEVDİKLERİ RENKLERİN VE TRENDLERİN KOMBİNASYONUNA DAYANAN TASARIM ÖNERİLERİ SUNUYOR. "HYBRID DESIGN" ADI VERİLEN SİSTEM, CANLI TASARIMCILARIN ONAYINDAN GEÇEN DESEN VE TEKSTİL ÖNERİLERİ SUNUYOR.

miş moda asistanları, çevrim içi mağaza gezme ve çevrim içi alışverişte danışmanlık gibi kişiye özel hizmetlerini çeşitlendirdi.

KİŞİSELLEŞTİRİLMİŞ GARDİROPLAR

Bugün moda ikonu olarak adettiğimiz Hollywood starlarından sahneye çıkan dünyaca ünlü yıldızlara, kırmızı halıda boy gösteren isimlerin giyimlerinden moda dergilerinde boy dergilerindeki giydiği kıyafetlere kadar imrenerek baktığımız tüm tarzların arkasında başarılı stilistler, moda danışmanları yer alıyor. Modanın homojen olarak devam ettiği 10 yıl öncesine kadar, onların dizaynlarını ve giydirdiklerini taklit ettik. Derken moda, "zamansız" ve "kişisel" olarak kendini güncelledi. Diğer yandansa ürün yelpazesinin hızla çeşitlenmesi, beraberinde büyüyen gardıropları ve hangi kombinasyon sorusunu getirdi. Bu da müşterilerine her zamankinden daha iyisini sunma yarışında olan markaları, teknolojinin nimetlerinden yararlanmaya bir kez daha itti: Dijital stilistlere. Tüketicinin her hareket ve tercihindan veri toplayabilen markalar, yapay zekalar aracılığıyla, müşterilerin bir sonraki gün ne giymek istediklerini tahmin etmeye odaklanarak, ürün tasarımı ve ürün geliştirme yaklaşımlarını yeniden şekillendirmeye çalışıyor. Bu durum markalara fikir açısından kolaylık sağlarken, tüketicilere de kendi stil danışmanlarıyla çalışma fırsatını sunuyor. Özellikle pandemi sürecinde birçok tüketici, dijital stilistlerin önerilerini dikkate aldı ve bu süreçte hizmet alanını dijitalleştiren markaların başarı imvesini yukarı taşıdığı net bir şekilde görüldü.

MARKALAR YAPAY ZEKADAN ETKİLENİYOR
Yapay zekanın, kişisel stilist olarak hayatı-

mızda yer alması için biraz daha zamana ihtiyacımız olsa da moda sektörü içindeki yerini çoktan almış durumda. 2018 yılında Tommy Hilfiger, Amerikan merkezli bilişim firması IBM ve New York merkezli Moda Teknoloji Enstitüsü ortak bir çalışma yürüttüklerini açıkladılar. "Reimagine Retail" isimli projede IBM'nin yapay zeka araçları kullanılarak, gerçek zamanlı moda endüstrisi trendleri, Tommy Hilfiger ürünleri etrafında müşteri duyarlılığı ile renk ve stillerde yenileme başlıkları üzerine analizler yapıldı. Yapay zeka sistemlerinden gelen bilgiler, markanın sonraki koleksiyonları için tasarımcılarla paylaşıldı. 2011 yılında San Francisco'da kurulan Stitch Fix ise yapay zeka algoritmalarını ve insan stillerini bir araya getirerek, müşterilerine en sevdiği renklerin ve trendlerin kombinasyonuna dayanan tasarım önerileri sunuyor. "Hybrid Design" adı verilen sistem, canlı tasarımcıların onayından geçen desen ve tekstil önerileri sunuyor. Müşteriler "özel stil aboneliği" sayesinde kendisine en uygun kombinasyonlarına ulaşıyor.

Yapay zeka asistan sayısı artıkcı, markaların ürün geliştirme ve yeni iş kolları etrafında daha akıllı stratejik kararlar alması da kolaylaşacak. CLO 3D gibi tasarım platformları, tasarımları anında ve en uygun şekilde hazırlamamızı sağlıyor. Basit uygulamalar ile başlayan sanal stilist ve kişisel tasarım konusu, birkaç sene sonrasının moda dönemini yaratmak için gerekli yatırımların büyük bir kısmını almış durumda. Herkesin kendi asistanına sahip olma isteği, bugün "hızlı moda" olarak adlandırdığımız giyim sektörünü daha da hızlandıracağı benziyor.

PEN
CE
RE

KEYİF
MOLASI





ARTVİN, ŞAVŞAT



ŞANLIURFA, HALFETİ



ÇANAKKALE, GÖKÇEADA



SİNOP, GERZE



İZMİR, SEFERİHİSAR

SAKİN YAŞAMIN İZİNDE

Cittaslow bugünlerde sık sık duyar olduğumuz kavramlardan. İtalyanca 'şehir' anlamına gelen Citta ile İngilizce 'yavaş' anlamına gelen Slow sözcüklerinden türeyen bu kavram; Türkçe'ye sakin şehir olarak yerleşecek gibi görünüyor. Kalabalık şehirlerde yaşamak geride bıraktığımız son birkaç ayda daha da zorlu hale gelmeye başladı. Karmaşa, stres, trafik, bir yerlere yetişme kaygısı ve gürültü derken, yeterince bunalan şehir insanının COVID-19 ile mücadelesi başladı. Salgının ve kaygı seviyesinin yükselmeye başladığı dönemde

SOSYAL YAŞAMDAN EKONOMİYE KADAR PEK ÇOK ALANI ETKİLEYEN COVID-19 PANDEMİSİ, ALIŞKANLIKLARIMIZI VE HAYATA BAKIŞ AÇIMIZI DA DEĞİŞTİRİYOR. KARANTİNA VE YOĞUN KİŞİSEL ÖNLEMLERLE GEÇEN AYLARIN ARDINDAN TATİL ROTALARINI BELİRLEYENLERİN İLK TERCİHİ DOĞA İLE İÇ İÇE, KALABALIKLARDAN UZAK, SAKİN VE BİLİNMEDİK YERLER OLUYOR.

evlere kapanmak zorunda kalan insanların büyük çoğunluğu içsel yolculuklarında ve sosyal yaşamlarında dönüşmeye başladı. Sosyal izolasyonun öneminin sürekli olarak vurgulandığı bu süreçte, kalabalık ortamlarda yaşamak da bu ortamları ziyaret etmek de insanlar tehlikeli bir deneyime dönüşürken, "Cittaslow"u yeniden gündeme getirdi.

COVID-19 salgınının yarattığı birçok değişiklik uzmanların da ifade ettiği gibi insanın kendi kendine kalması, şehrin ve hayatın olağan akışından sıyrılması, farkındalığın artması ve tazelenmeyi beraberinde getirdi. Unutulan hatıralar yeniden keşfedildi, eski alışkanlıklara geri dönüldü, yeni hobiler edinildi, her zaman şikâyet edilen o "vakitsizlik", yerini bir anda "bolca vakte" bıraktı. Salgının yaz ayları boyunca da devam etmesi alışılmış tatil rotalarını gözden düşürdü. Tedbirlerini alarak pandemiden bir nebze olsun kaçmak isteyen, ufak bir tatil plan-



MUĞLA, AKYAKA



KALABALIKLARI ARDINDA BIRAKMAK, KISA BİR NEFES ALMAK İSTEYENLER, TÜRKİYE'NİN EŞSİZ GÜZELLİKLERİ İLE BİRLEŞEN BİRBİRİNDEN FARKLI SAKİN ROTALARI, TATİL PLANLARI ARASINA EKLEDİ.

layanların ortak noktası 'sakinlik' oldu. Kalabalıkları ardından bırakmak, kısa bir nefes almak isteyenler, Türkiye'nin eşsiz güzellikleri ile birleşen birbirinden farklı sakın rotaları, tatil planları arasına ekledi. Dünya genelinde 30 ülkede, 264 adet sakın şehir bulunuyor. Türkiye de 17 adet sakın şehre ev sahipliği yapıyor.

İZMİR, SEFERİHİSAR

Her ne kadar Türkiye'nin en büyük üçüncü ili olsa da İzmir, ülkenin en sakın ilçelerinden birine; Seferihisar'a ev sahipliği yapıyor. Seferihisar; güneş enerjisiyle çalışan sokak lambaları, kompost tesisi projesi, karbon ayak izi, peyzajında kullanılan yöresel bitkiler ve güneş enerjisi santrali projesi gibi adımlarıyla ekolojik yaşamın adeta merkezi. Doğası ve mimarisi ile de sakinlik arayanlara iyi bir seçenek sunan ilçede Sığacık Kalesi, Teos ve Lebedos Antik Kenti, Myonnessos (Çifit Kalesi) gezilecek yerlerin başında geliyor.

Mandalina bahçeleriyle bilinen ilçede zeytinlikler ve enginar tarlalarına da sık sık rastlanıyor. Sığacık Kalesi içerisinde kurulan Sığacık Üretici Pazarı'nda köylerden gelen ürünlere ve organik gıdalara erişmek mümkün. Oklavadan sıyrma, tatlı tarhana, yuvalaça, ekmek dolması

ve mandalina tatlısı bölgenin en otantik yemekleri arasında.

ÇANAKKALE, GÖKÇEADA

Türkiye'nin en büyük adası olan Gökçeada; bozulmamış doğası, özgün mimarisi, organik tarıma verilen önem ve adrenalin sporlarına uygun yapısıyla sakın fakat dolu dolu yaşamak isteyenlerin vazgeçilmez adresi konumunda. Gastronomi açısından son derece gelişmiş olan ada, her sene Eko-Gastronomi adıyla bir festivale ev sahipliği yapıyor. Zeytincilik ile çam ve kekik balı yetiştiriciliği oldukça önemli bir yere sahip. Aynı zamanda şarap ve süt ürünlerinde de organik tarım yapıyor. Bamyalı levrek, deniz kestanesi, ıspanaklı kalamar adada tadılabilecek özel lezzetlerden birkaçı.

Adada görmeye pek alışık olmadığı- mız şekilde bir de göl bulunuyor. Tuz Gölü çevresinde keyifli vakit geçirebileceğiniz, tarihi Rum köyleri, Yeni Bademli Höyüğü, Marmaros Şelalesini görebileceğiniz bir tatil planı için Gökçeada doğru rota.

ARTVİN, ŞAVSAT

Artvin'in yeşil doğası ile görenleri hayran bırakan ilçesi Şavşat; Ahıska kökenli Kıpçak Türkleri ve Gürcülerin de yaşadığı, mi-

lattan önce dönemde de birçok kültüre ev sahipliği yapmış bir bölge olarak dikkat çekiyor. Ülkenin en kuzeydoğusunda yer alan ilçe, özellikle Karagöl, Sahara Karagöl Milli Parkı, farklı ağaç türleriyle kaplı kamp ve karavan alanları ile sakın bir kaçamak yapmak isteyenlerin tercih ettiği rotalardan.

Şavşat'ta Arsiyan, Sahara ve Bilbilan yaylarının üç tarafı balkonlu, ahşap evleri de gezilmeye değer. Alabalık, peynir eritmesi, silor, pide ve açma ketesi Şavşat'ın mutlaka tadılması gereken yöresel yemekleri arasında.

SİNOP, GERZE

Sakinliği ve doğal güzelliğiyle bir balıkçı kasabası görünümünde olan Gerze; tarihi dokusunu ve doğal yapısını iyi korumuş olması, deniz tatiline uygunluğu ve geleneksel değerlerini yaşatmasıyla Türkiye'nin en güzel ve sakın bölgeleri arasında yer alıyor. Mavi denizle yeşil bitki örtüsünün iç içe geçtiği tipik bir Karadeniz ilçesi olan Gerze'de el sanatları, özellikle de ahşap oymacılığı öne çıkıyor. Tahta oyuncak, model gemi ürünleri bölgeye kimliğini veren unsurlardan biri.

Gerze'de yerel mutfığa ve organik gıda üretimine çok değer veriliyor. Her Cuma kurulan Üretici Pazarı'nda köy-

lüler yetiştirdikleri ürünleri ve el emeği, göz nuru eşyaları satışa çıkarıyor. Gerze'nin yöresel yemekleri Karadeniz mutfığının zengin etnik kökeninden gelen farklı tatlara açık. Mamelika – Hoptiri, Tuzlu balık, Zibidik, Kaşıyak bu yemeklerden sadece birkaçı. Gerze'de mutlaka ziyaret edilmesi gereken yerler arasında Derecuma Camii, Yakupağa Konağı, Yelken Tepe, Sorkun Şelalesi, Sökü Yaylası bulunuyor.

ŞANLIURFA, HALFETİ

Şanlıurfa'nın mimarisi ve doğal güzellikleriyle büyüleyen, üç bin yıllık kadim bir geçmişe sahip olan ilçesi Halfeti, siyah gülleri, endemik böcekleri, batık kenti, Rum Kalesi, yemekleri, doğası, eşsiz panoraması ve kendine özgü daha birçok özelliğiyle sakın yaşamı sevenlerin ideal lokasyonu konumunda.

Birecik Barajı'nın yapımı sırasında Halfeti'nin büyük kısmı sular altında kalarak batık kente dönüştü. Batık kenti gezmek için tekne turuna çıkıldığında sular altında kalan Savaşan Mahallesi'nin sokakları, dükkân ve evlerin çatıları, Ulu Camii'nin minaresi görülebiliyor. Halfeti'yi ziyaret edenler 13 farklı kuş evi türünü inceleme fırsatı buluyor. Halfeti'ye özgü yerel yemekler arasında ise sabut balığı kebabı, erik tavası ve kebat reçeli bulunuyor.

MUĞLA, AKYAKA

Gökova Körfezi'nin en güzel koylarına ve doğasına sahip yerlerinden biri olan Akyaka, doğasını ve özgün mimarisini koruyabilen ender bölgelerden biri. Akyaka, doğal güzellikleriyle akılda kalsa da Güney Batı Anadolu medeniyetlerine binlerce yıl ev sahipliği yapması nedeniyle kültürel açıdan da bir zenginliğe sahip. Ahşap oymalarla süslü, özel bir mimariye sahip olan Akyaka evleri, begonvillerle kaplı görünümüyle adeta bir kartpostalı anımsatıyor.

Deniz tatili için en güzel destinasyonlarından biri olan Akyaka, akvaryum berraklığında azmaklarıyla ziyaretçilerine Akdeniz folklarıyla birlikte yüzme şansı tanıyor. Akyaka'ya gelmişken mutlaka gezilmesi gereken yerler arasında Gökova Körfezi, Sedir Adası. Kadın Azmağı geliyor. Bölge uçurtma ve rüzgâr sörfü, yamaç paraşütü, rafting, kaya tırmanışı gibi ekstrem sporların da merkezlerinden biri konumunda.



DÜNYA GENELİNDE 30 ÜLKEDEN, 264 ADET SAKİN ŞEHİR BULUNUYOR. TÜRKİYE DE 17 ADET SAKİN ŞEHRE EV SAHİPLİĞİ YAPIYOR.



2020'NİN VE GELECEĞİN PARLAYAN YILDIZI E-TİCARET



TEKNOLOJİNİN VE DİJİTAL CİHAZLARIN GELİŞİMİ İLE BİRLİKTE SON YILLARIN YÜKSELEN TRENDİ HALİNE GELEN E-TİCARET, İŞ DÜNYASINI FARKLI BİR BOYUTA TAŞIYOR. KORONAVİRÜS SALGINI SÜRECİNDE ARTAN İVMESİYLE BİRÇOK SEKTÖRE UMUT OLAN E-TİCARET, ÖNÜMÜZDEKİ YILLARDA SATIŞ VE PAZARLAMA STRATEJİLERİNİ BİR HAYLİ DEĞİŞTİRECEK GİBİ GÖRÜNÜYOR. BİR SÜREDİR ARTAN E-TİCARET YATIRIMLARI İLE DİKKAT ÇEKEN İŞ DÜNYASI, YAŞANILAN SÜREÇTE BU KAVRAMIN NE KADAR GÜÇLÜ OLDUĞUNU BİR KEZ DAHA GÖRDÜ.

Kapıdan kapıya pazarlama yapılan yıllar aslında çok değil; 15, belki 20 yıl öncesine dayanıyor. Fakat geçen yıllar içerisinde hem Türkiye’de hem de dünyada satış ve pazarlama yöntemleri bambaşka boyutlara ulaştı. İnternetin hayatımıza girmesi, cep telefonlarının, tablet, bilgisayar gibi akıllı cihazların her eve girmesi ve teknolojinin tüm hızıyla kişiselleşmesi alışveriş alışkanlıklarımızı da değiştirdi. Günümüzde özellikle Y ve Z kuşağı tüketiciler herhangi bir ürünü satın almadan önce internet üzerinden araştırma yapıyor, müşteri deneyimlerini inceliyor ve çoğu zaman satın alma işlemini online kanallar üzerinden yapıyor. Gelinen bu noktada e-ticaret hacminin günden güne büyüyen yapısı birçok sektörün ve işletmenin de dönüşmesine yol açıyor. E-ticaret müşterilere kolay, hızlı, her an ve her yerden ulaşılabilen bir alışveriş deneyimi imkânı sunarken işletmelere de mağaza, çalışan, operasyon gibi alanlarda daha az maliyetle daha fazla müşteriye ulaşma avantajı sağlıyor.

E-ticaret bugün kendi başına bir sektör oluşturmuşken ödeme sistemlerinin ve lojistik altyapılarının gelişmişliği sayesinde de büyümesini sürdürüyor ve birçok açıdan cazip bir alan olmayı başarıyor. We Are Social 2020 raporuna göre Türkiye’de nüfusun yüzde 74’üne tekabül eden 62 milyon kişi internet kullanıcısı. Her 10 kişiden 9’unun mobil cihazı bulunurken bu cihazların yüzde 89’u akıllı telefonlardan oluşuyor. İnternet kullanıcılarının yüzde 81’i online ürün araması yaparken yüzde 84’ü online mağaza ziyareti gerçekleştiriyor ve bu adımları atan 10 kişiden 6’sı online alışveriş işlemini tamamlıyor. En fazla e-ticaret harcaması yapılan sektörler ise seyahat, elektronik cihazlar, güzellik ve moda, mobilya, hobi ve oyuncak, gıda ve kişisel harcama, oyun, müzik oldu. Dünya geneline bakıldığında ise nüfusun yüzde 59’una tekabül eden 4,5 milyar insanın internet kullandığı, kullanıcıların yüzde 80’inin online ürün araması yaptığı ve yüzde 90’ının online mağaza ziyaretleri yaptığı, bu adımları gerçekleştiren her 10 kişiden



TALEP KARŞILANAMAYINCA ELEŞTİRİLER BAŞLADI

Koronavirüs salgını sürecinde dijital pazar yerleri ve e-ticaret siteleri eleştirilerin de hedefinde yer aldı. Artan talebi karşılama noktasında zaman zaman yetersiz kalınması tüketicilerin sistemi eleştirmesine neden olurken özellikle mart ayında görülen fahiş fiyat uygulamaları da tepkiyle karşılandı. Tedarik zincirinde yaşanan aksaklıklar, satın alınan ürünlerin tüketicilere zamanında teslim edilememesi problemini doğururken bu süreçte yoğun mesai harcayan lojistik sektörü de eleştirilerden nasibini aldı. Yaşanılan olumsuz tablo sonrasında e-ticaret alanında faaliyet gösteren firmalarının nitelikleri de tüketiciler tarafından sorgulanmaya başlandı.

7'sinin online alışveriş işlemini tamamladığı görülüyor.

SALGIN, E-TİCARETİN HIZINI ARTIRDI

E-ticaretin kritik önemi, koronavirüs salgını ile birlikte daha üst noktaya taşındı. Ekonominin, ticari faaliyetlerin ve sosyal hayatın durma noktasına geldiği bu süreçte sektörler; yeni çözüm yolları ararken tüketiciler de var olan ihtiyaçlarını karşılayabilme noktasında birtakım alışkanlıklarını değiştirmek zorunda kaldı. Yaşanan bu sorunun çözümü ise e-ticarete bulundu, koronavirüs e-ticaretin hacmini görülmemiş şekilde artırdı. E-ticaret, salgın boyunca gerek iç gerekse küresel ticaretin sürdürülebilmesini, tüketicilerin neredeyse tüm ihtiyaçlarının karşılanabilmesini sağladı. İş dünyasının durma noktasına geldiği pandemi sürecinde e-ticarete yönelen sektörler ve firmalar, bir başarı imvesi yakalayarak büyümeye devam etti. E-ticareti etkin olarak kullanabilen, bu alana yatırım yapan firmalar rekabet üstünlüğünü elde ederken Ticaret Bakanlığı da firmaları e-ticarete yönelmeleri konusunda destekledi. Bakanlığın koordinasyonunda başlatılan 'E-ticaret olarak KOBİ'lerimizin yanındayız' kampanyası sayesinde yedi bin kişiye ilave istihdam sağlanırken 3 bin 761 KOBİ de ilk defa e-ticaret ile tanıştı. Üstelik Ticaret Bakanlığı, firmaların e-ticaret sitelerine üyeliklerini desteklemek amacıyla da çalışmalar yürüttü. Pandemi sürecinde dijitalleşmenin önemine

dikkat çeken Bakanlık, Pazara Girişte Dijital Faaliyetlerin Desteklenmesi kararı ile firmaları e-ihracata özendirmek amacıyla e-ticaret sitelerine üyelik giderlerini 2020 yılında yüzde 80, sonraki yıllarda yüzde 60 oranında destekleyeceğini açıkladı.

E-TİCARET HACMİ 91,7 MİLYON LİRAYA YÜKSELDİ

Türkiye'de de bu gelişmelere bağlı olarak e-ticaret hacmi oldukça genişledi. Mart ayı itibarıyla Türkiye'de görülmeye başlanan koronavirüs vakaları, birtakım tedbirleri de beraberinde getirdi. Sokağa çıkma kısıtlamalarına ek olarak tüketicilerin değişen alışkanlıkları, alışverişlerin online ortamda gerçekleştirilmesine neden oldu. E-ticaret altyapı sağlayıcısı IdeaSoft, ocak ve mart aylarındaki e-ticaret hacmi değişikliğini ortaya koymak üzere sekiz binden fazla e-ticaret sitesinin siparişlerini inceledi. Bulgular; bu süreçte dezenfektan, maske, kolonya, ateşölçer ve eldiven gibi koronavirüs önlemleri kapsamında kullanılan ürünlerin satışlarının yüzde 5 bin 400 ile 280 arasında artış gösterdiğini ortaya koyuyor. Salgının ülkede görülmesiyle birlikte hijyen ürünlerine olan ilgi artarken, tüketiciler gıda alışverişlerinde de stok yapma eğilimine girerek çevrim içi alışverişlere yüklenmeye devam etti. Kapanan fiziki mağazalar nedeniyle hazır giyimden teknolojiye kadar pek çok alanda e-ticaret hacimleri hızla arttı. Yılın ilk yarısında e-ticaret faaliyetinde bulunan firmaların sayısı 68 bin civarındayken bu sayının önümüzdeki yıl 100 bini aşacağı düşünülüyor.

Ticaret Bakanlığı'nın açıklamalarına göre 2020 yılının ilk yarısında Türkiye'de e-ticaret hacmi geçen yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 64 oranında artarak 91 milyar 700 milyon liraya yükseldi. Bu rakamın yüzde 91'i yurt içi harcamalardan ve yüzde 4'ü diğer ülkelerin Türkiye'den alımlarından meydana geldi. Yılın ilk yarısındaki e-ticaret harcamalarının 58 milyar TL'sinin kartlı ödemelerle, 30,1 milyar TL'sinin havale/EFT yoluyla ve 3,4 milyar TL'sinin de kapıda ödeme yöntemiyle gerçekleştirildiği biliniyor. Türkiye genelindeki e-ticaretin

yüzde 47'si İstanbul, yüzde 8'i Ankara ve yüzde 5'i İzmir'de gerçekleşti.

DÜNYA GENELİNDE TÜKETİCİLERİN TERCİHİ E-TİCARET OLDU

E-ticaret yalnızca Türkiye'de değil, dünyanın neredeyse tamamında artış trendi göstererek 2020'ye damgasını vurdu. ABD'nin perakende e-ticaret satışları yılın ikinci çeyreğinde önceki çeyreğe göre yüzde 31,8 artarken bir önceki yıla kıyasla yüzde 44,5 yükseldi. Yılın ilk çeyreğinde 160,4 milyar dolar olan e-ticaret hacmi, yılın ikinci çeyreğinde 211,5 milyar dolar olarak görüldü. 2020 yılında ülkedeki perakende satışlarının yüzde 14,5'ini e-ticaretin oluşturacağı öngörülüyor. Bu oran bir önceki yıl yüzde 11 civarındaydı. Üstelik pandemi sona erse ve fiziki mağazalar eski işlevlerine geri dönse bile ABD'li tüketicilerin e-ticareti tercih etme oranlarında değişiklik olmayacağı düşünülüyor. 2024'te ülkenin e-ticaret hacminin 1 trilyon doları aşması da beklentiler arasında. Dünyanın en hızlı büyüyen e-ticaret pazarı Çin'in ardından, sıralamada ikinciliğe oturan ABD, e-ticaret penetrasyonu en yüksek ülkelerden biri. Ülkedeki internet kullanıcılarının yaklaşık yüzde 80'inin en az bir kere internet alışverişi yaptığı biliniyor.

E-TİCARET YATIRIMLARI ŞİRKETLERİN PLANLAMALARINDA İLK SIRADA YER ALIYOR

İnternette yapılan alışverişlerin yarsından çoğunun mobil cihazlar ile yapıldığı biliniyor. Bu nedenle e-ticaret alanına yatırım yapan ya da yapacak olan firmaların mobil uygulama ara yüzlerinin gelişmiş olması önem taşıyor. Fiziksel mağazaların kapanması nedeniyle düşen ciroların yükseltilmesi amacıyla ağırlık verilen e-ticaret, olağanüstü büyüklere ulaşmasına rağmen fiziki mağazalarda elde



edilen gelir seviyesinin yakalanmasına yeterli olmadı. Fakat geleceğin trendi olarak görülen e-ticarete iş dünyasının yatırımlarının devam edeceği öngörülüyor. Tüm dünya genelindeki alışverişlerin yüzde 14'ünün e-ticaret ile gerçekleştirildiği ve bu rakamın 2023 yılına kadar yüzde 22'ye ulaşacağı düşünülüyor. Dünya genelinde hızlı ve istikrarlı bir şekilde artan e-ticaret faaliyetlerinin 2020 yılında 4,13 trilyon dolara ulaşacağı öngörülüyor. Ayrıca 2040'lı yıllara ulaşıldığında tüm alışverişlerin yüzde 95'inin e-ticaret yoluyla gerçekleşmesi de beklentiler arasında. Peki, iş dünyası beklenen bu değişime ne kadar hazır? İşte bu sorunun cevabını arayan işletmeler dijitalleşme yolculuğuna daha erkenden başlıyor. Şimdiden e-ticaret alanına yatırım yapmak, şirketlerin iş planlarında ilk sıralarda yer alamaya başladı. COVID-19 pandemisi ise bu durumu göz ardı eden şirketlerin bile çalışmalarına hız vermesini sağladı. E-ticaretin artan hacminin iş dünyasında bu alana yatırım yapmak dışında ne gibi değişimleri beraberinde getireceği henüz bilinmezken, fiziki mağazaların kira, çalışan, fatura gibi maliyet kalemleri de pandemi sürecinde sorgulanmaya başlandı.

2040'LI YILLARA ULAŞILDIĞINDA TÜM ALIŞVERİŞLERİN YÜZDE 95'İNİN E-TİCARET YOLUYLA GERÇEKLEŞMESİ BEKLENİYOR. PEKİ, İŞ DÜNYASI BU DEĞİŞİME NE KADAR HAZIR? İŞTE BU SORUNUN CEVABINI ARAYAN İŞLETMELER, DİJİTALLEŞME YOLCULUĞUNA DAHA ERKEN BAŞLIYOR.

RAKAMLARLA E-TİCARET

62 MİLYON
TÜRKİYE'DE
İNTERNET KULLANAN
KİŞİ SAYISI

4,5 MİLYAR
DÜNYADA İNTERNET
KULLANAN KİŞİ
SAYISI

68.457
TÜRKİYE'DE
E-TİCARET YAPAN
FİRMA SAYISI

%64
YILIN İLK YARISINDA
E-TİCARETEKİ
ARTIŞ

%47
TÜRKİYE
İHRACATINDA
İSTANBUL'UN PAYI



İNSANIN MERAK YOLCULUĞU

Hayat birtakım soruların peşinde cevaplar arayıp durduğumuz serüvenli bir yolculuktur aslında. Kimi sorular sihirli bir anahtar gibi umulmadık kapılar açar insanın önüne. Kimi sorularsa cevabı hiçbir zaman net olarak bilinmeyecek sonsuz bir yürüyüşe sürükler. Sorular her ne kadar hakikatin sırlı kapılarının anahtarlarını sunsa da cevapların arandığı o uzun süreç, yaşam yolculuğunun tam da kendisidir. Bu kitap, soru sormanın nasıl bir yolculuk başlatabileceğini deneyimlemek için yazıldı. Bazen kendinizi Balzac'ın neden günde 50 fincan kahve içtiğini öğrenmeye çalışırken bulacaksınız, bazen Leonardo Da Vinci'nin eşsiz üretkenliğinin nedenlerini ararken. Bazen de yazmanın ve okumanın insan üzerindeki etkilerini düşünüyor olacaksınız. Kitap, birbirinden farklı alanlarda ortaya atılmış sorularla başarılı ve mutlu olmakla birlikte ilham almayı da bilgi edinme yolculuğuna dahil ediyor.

Yazar: Kerem Kına, Umud Kına
Yayınevi: Destek Yayınları
Sayfa: 200
Basım Tarihi: Temmuz 2020
Fiyat: 24 TL



YEŞİLİN KIZI ANNE 3

Artık 18 yaşına basmış Anne Shirley, üniversiteye gitmek için Green Gables'tan ayrılmak üzeredir. Acaba üniversite hayatına uyum sağlayabilecek midir, yoksa bu yabancı yerde yapayalnız mı kalacaktır? Anne'in bu endişeleri, eski dostları Priscilla Grant, Gilbert Blythe ve Charlie Sloane'nun da Redmond'a gelmesiyle biraz olsun azalır. Bu dörtlü çok geçmeden yeni dostlar edinir ve kendilerini bir cümbüşü andıran üniversite hayatının içinde bulurlar: Sınavlar, yarışmalar, geziler, davetler ve yeni aşklar. Güzelliği ve zekâsıyla birçok genç erkeği büyüleyen Anne, düşlediği o büyük aşka sonunda kavuşabilecek midir? Yayımlandığı ilk günden itibaren çok sevilen ve defalarca ekrana uyarlanan Yeşilin Kızı Anne serisinin üçüncü kitabında, L. M. Montgomery, ask, üniversite hayatı, özgürlük ve ölüm temalarını odağına alıyor ve bu kitabı Anne gibi yaşamı güzelleştiren hayal-perest, güçlü genç kadınlara adıyor.

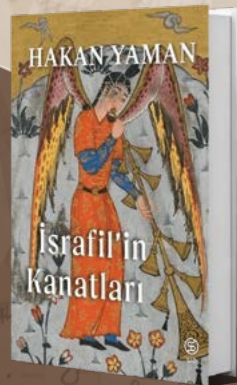
Yazar: Lucy Maud Montgomery
Yayınevi: Ephesus Yayınları
Sayfa: 384
Basım Tarihi: Ekim 2020
Fiyat: 42 TL



TANRI VERMİŞ PIRASA HIÇ YENİR Mİ YARASA?

Bir gün koronavirüs geldi ve hiçbir şey eskisi gibi olmadı. Ölüm, gün bakımlar, maske ve eldivenler, sosyal mesafeler. Nedenini araştırın herkes gözünü Çin'e dikmiş aynı merakla soruyordu. Yaratıcı Türk zekâsı tek cümlede neden sonuç ilişkisini bir pazar esnafının gözünden tek cümlede özetleye-riyordu: Tanrı vermiş pırasa, hiç yenir mi yarasa? Metin Uca, şahsına münhasır müzik ve eleştirel üslubuyla, değişen hayatlarımız, alışkanlıklarımız ve nedeni konusunda inanılmaz kompo iddiaları ve cevap sanılan cevapları yani koronavirüsün Türkiye yolculuğunu anlatıyor. Tanrı vermiş pırasa, hiç yenir mi yarasa, Türkiye'deki sağlık sistemine ve kriz yönetimine dair hasar tespit raporu niteliğinde. Sokağa çıkmak kimlere, ne zaman, ne kadar yasak? Koronavirüs hafta sonları daha mı çok buluyor? Uçak yolculuğunda zararsız olan koronavirüs, kültür etkinliklerinde niye saldırganlaşıyor?

Yazar: Metin Uca
Yayınevi: İnkılap Kitabevi
Sayfa: 204
Basım Tarihi: Ağustos 2020
Fiyat: 20 TL



İSRAFİL'İN KANATLARI

1900'lerin ortalarında, İstanbul'un kuytu bir köşesinde, adı ve yazarı bilinmeyen, gizemli, kayıp bir kitabın izini süren dört üniversiteli genç ve 1700'lerde, Sultan I. Mahmud döneminde elden ele gezerek insanların kaderine hükmeden aynı kayıp kitap. Eski Kahire'nin karanlık dehlizlerinden, Osmanlı İstanbulu'nun ara sokaklarına, Marsilyalı zengin bir kitap koleksiyoncusunun gemisinden, Türkiye'nin çalkantılı 50'li yıllarına kadar peşine düşülen, tüm alfabetlerle yazılmış, dört yönden de okunabilen, içinde kâinatın bütün sırlarının saklı olduğu bir gizemli kitap ve çok katmanlı bir hikâye.

Yazar: Hakan Yaman
Yayınevi: Sia
Sayfa: 376
Basım Tarihi: Temmuz 2020
Fiyat: 37,5 TL



Horoz Lojistik Mobilya Ev Teslimatı ve Montaj Hizmeti

Uçtan uca tam entegre mobilya lojistik montajı ve SSH hizmetleri.



Profesyonel Ekip, Güvenli Teslimat ve Minimum Hasar...

Dünya üzerindeki geniş networkümüz ve büyüyen güçlü ekiplerimiz ile denizyolu, havayolu, karayolu, depolama ve intermodal taşımacılık faaliyetlerinde, Türkiye'den tüm dünyaya yükünüzü hafifletiyoruz.

