

akkol[®]life

EKİM 2014
www.akkol.com.tr



ZUMA

Japon mutfağının boğaz manzaralı yeni adresi

KARADENİZ MUTFAĞI

Yeşil diyarın zengin yemekleri

AKKOL KOÇLUK KULÜBÜ

Kurumlarda Koçluk ve Mentorluk Uygulamaları

Doğan güneşin ülkesi JAPONYA



Erhan Özcan
Esas
işimiz
beklenti
yönetimi



Evrım Kuran
Y Kuşağı'nın
en belirgin
özellığı
sorgulamak



**Nuri Bilge
Ceylan**
Altın Palmiye
ödüllü usta
yönetmen



4 kat taze ve lezzetli



4'lü ambalajında Eker yoğurt
ile, her kaptaki aynı lezzet ve
tazelik buzdolabınızda.

www.eker.com.tr





Değerli Müşterimiz

Merhaba,

Yaz tatilinin ardından iş dünyasının yeniden hız kazandığı sonbahar dönemindeyiz. Tatillerin sona erdiği, havalann soğuduğu ve günlerin kısalmaya başladığı günler aynı zamanda, yenilenmenin de tam zamanı.

İşe yoğunlaştığımız bu yeni dönemde Akkol Life'in yeni sayısı ile birlikteyiz. 2014 yılının bu son çeyreğinde ve geride bıraktığımız aylara baktığımızda Akkol açısından başarılı bir dönem olduğunu görüyoruz.

Akkol Grup Türkiye ailesi büyüyor...

Bu yaz döneminde, 30 ayrı yeni hizmet noktamızın açılışını gerçekleştirdik. Akkol Grup, iş yerlerinde, eğitim kurumlarında profesyonel standartta hizmet sunarak büyümeyi sürdürüyor. Hizmet verdiğimiz noktaların

sayı ve hizmet kalitesini arttırarak sürekli ve yeni kazanımlarla yolumuza devam ediyoruz.

Bizleri tercih ederek, gösterdiğiniz beğeni sonucunda ulaştığımız bu nokta, çok sıkı çalışma ve kalite-egitim-denetim-sistem ve yeni hizmet yaklaşımlarımız sonucunda mümkün olabildi. Bu başanda sizlerle birlikte, çalışanlarımızın bitmek tükenmek bilmeyen enerjileri ile ürettiği hizmetin payı büyük. Çalışanlarımızın bu çabası ve siz değerli müşterilerimizin desteği olmadan bu başarıyı yakalamak mümkün olmazdı.

Sizlere daha iyi hizmet edebilmek için önümüzdeki dönemlerde daha çok çalışacağız ve daha çok üreteceğiz.

Çünkü siz değerli tüketicilerimizi seviyoruz ve sizleri patronumuz olarak görüyoruz.

Bu dönemde de geçtiğimiz dönem olduğu gibi, iş sağlığı ve iş güvenliği çalışmalarımızı hiç ara vermeden sürdürüyoruz. Çalışanlarımızın iş sağlığı ve güvenliği bilgi ve bilincini artırmak için yeni geliştirdiğimiz iyi bir eğitim programını önümüzdeki dönem uygulamaya alıyoruz.

Milli Eğitim Bakanlığı (MEB) Hijyen Eğitimlerimiz de hızla devam ediyor. Ayrıca, 12 kişilik kalite ekibimizin 190 soruluk kontrol formları ile yaptığı denetimler ve destekleyici eğitimler sayesinde çalışanlarımızın Hijyen ve Gıda Güvenliği bilincini yükseltmeye devam ediyoruz.

Değerli Okurlarımız,

Akkol Life'in bu yeni sayısında, güneşin doğduğu Japonya'ya gitmek ve sizlere deniz ürünlerinin ağırlıkta olduğu Japon mutfağını tanıtmak istiyoruz. İstanbul'da da bu mutfağın en seçkin temsilcisi olan Zuma'yı saygularımıza taşıdık. Y Kuşağı ile ilgili olarak Sn. Evrim Kuran ile yaptığımız keyifli söyleşiyi genç kuşağı tanımak için hararetle okumanızı tavsiye ediyorum. Akkol Lezzet Ustası'ndan lezzet tarifleri ve Karadeniz mutfağının seçkin örnekleri de bu sayımızda yer

alan konulardan. Doğanın renginin sanya döndüğü bugünler, trekking sporu için en güzel dönem, trekking ile henüz tanışmadıysanız, yazımızı dikkatle okumanızı öneriyorum.

Sonbahar dönemi, beslenme ve sağlığınız için özen gösterilmesi gereken bir dönem. Kışa geçiş yapıldığı bu dönemde, vücudunuzun gereksinim duyduğu besinler, yaz dönemine göre epey farklı. AKKOL Grup olarak hizmet verdiğimiz noktalarda "Diyetisyen Günleri" ile size

özel beslenme önerilerini, uzman diyetisyenlerimiz aracılığı ile sunmaya devam ediyoruz.

Sizden gelen öneriler bizim için çok değerli. Onlar kalite yolculuğumuzun adeta haritası. Bizlere hep yol gösteriyor. Yolumuzu aydınlatıyor...

Gelecek döneme kadar sevgiyle kalın...

Ferhunde Atalar

AKKOL GRUP GMY

ferhunde.atalar@akkol.com.tr



KAPAK 6

Doğan güneşin ülkesi

JAPONYA

Bu sayımızda yüzölçümü küçük ama nüfus, ekonomi ve kültürel olarak dünyanın büyük ülkesi Japonya ve Japon mutfağına doğru bir yolculuk yapıyoruz.



14 LEZZET USTALARI ÜNAL YILMAZ

Bu sayımızda, Akkol Türk Telekom Gayrettepe Aşçıbaşı Ünal Yılmaz ile güzel bir sohbet gerçekleştirdik.

10 RÖPORTAJ Türk Telekom Destek Müdürü ERHAN ÖZCAN

18 PORTRE Altın Palmiye ödüllü, usta yönetmen NURİ BİLGE CEYLAN

Türk Sineması'nın bu dahi yönetmeni ödüle doymuyor.

22 RÖPORTAJ Eker Gıda Genel Müdür Yardımcısı NEVRA EKER

34 İŞİN MUTFAĞINDAN 3. AKKOL VİZYON

AKKOL Vizyon toplantıları devam ediyor. Coşkulu bir organizasyonla yeni döneme yönelik hedeflerin yanında başarıların değerlendirildiği ödüller sahiplerini buldu.

20 LEZZET KEŞİFLERİ Yeşil diyarın zengin yemekleri KARADENİZ MUTFAĞI

26 LEZZET KEŞİFLERİ ZUMA RESTAURANT

Japon mutfağının
Boğaz'daki adresi

24 SAĞLIK EVDE GIDA SAKLAMA YÖNTEMLERİ

Yiyeceklerimizin bir kısmını hemen tüketiriz, bazılarını ise saklarız. Bu ürünler, soframıza besin değeri ve çeşitlilik açısından zenginlik sağlar.

38 KOÇLUK KULÜBÜ KURUMLARDA KOÇLUK VE MENTORLUK UYGULAMALARI

Kurumlarda koçluk ve mentorluk uygulamalarının amacı; daha üretken, daha yaratıcı ve çözüm odaklı bir kültürün yerleşmesidir.



Yönetim:

Akkol Grup adına imtiyaz sahibi
Ferhunde ATALAR
ferhunde.atalar@akkol.com.tr

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü:

Gözde ALİCAN
gozde.alican@akkol.com.tr

Yönetim Yeri:

Ferhatpaşa Mah. Akdal Sk.
No:5 Ataşehir/İstanbul
Tel : 0216 661 66 00
E-posta : akkol@akkol.com.tr

Yayın Türü:

Yerel, süreli, altı aylık.

Baskı:

Hat Baskı Sanatları

Yapım:



v2medya.com
Soyak Yenisehir
Şelale Sitesi C2/27
Ataşehir/İstanbul
Tel : 0850 220 80 70



**Sebze-meyve tedariginde öncü,
40 yıldır taze, 40 yıldır zamanında mutfağınızda...**



Adres : Battalgazi Mah. Şark Cad. Aytop Gıda Sitesi H Blok No:21 Sultanbeyli / İSTANBUL

Tel: 0216 572 72 97/ 0216 574 50 75/ 0216 574 50 76

Fax: 0216 573 39 82 Gsm: 0532 482 22 02

E-mail merkez@kokteylgida.com/ muhasebe@kokteylgida.com

Doğan güneşin ülkesi Japonya

Yüzölçümü küçük ama nüfus, ekonomi ve kültürel olarak büyük ülke Japonya, üç binden fazla adadan oluşuyor. Bu sayımızda Japonya ve Japon mutfağına doğru bir yolculuk yapıyoruz.

Bir ülkeyi daha iyi tanıyabilmek için o ülkenin yemeklerinden tatmak, gezmenin ve öğrenmenin başlangıç noktalarından biridir. Yaşam keyfi, biraz da böyle çıkar. Aslında bir ülkenin yemekleri o ülkenin ulusal karakterini, lezzet tercihini, estetik anlayışını ve hayat biçimini gösterir. Bu nedenle “Yemek Kültürü” denilmiş ve her ülkenin kendine özgü bir damak tadı oluşmuştur.

Japon mutfağı denildiğinde insanların ilk aklına gelen sushi olur fakat aslında, tempura, sukiyaki, udon, okonomiyaki, soba, ramen vb. yemekleri ile çok çeşitli ve zengin bir mutfaktır. Japon mutfağı denildiğinde piriç en önemli besin maddesidir. Biz Türklerdeki ekmeğın kültürü neyse Japonlarda da piriç aynı şekilde görebiliriz. Çünkü hemen her öğünde piriç yeniliyor. Bunun yanı sıra bir ada ülkesi olması nedeniyle bol bol balık ve deniz ürünleri sofrada yerini alıyor. Çin mutfağı etkilerini, Japon mutfağında da görüyoruz. Zaten Japonya her ne kadar Çin’le gerilimli ilişkiler içinde olsa da, birçok şeyi Çin’den almış. Birçok kaynak Japonların uzun yaşamala-



rnını mutfaklarıyla ilişkilendiriyor. Japon mutfağını yakından incelediğinizde bunda gerçek payı olduğunu gözlemlemek mümkün. Çünkü Japonlar doğaya olan bağlılıklarından dolayı mümkün olduğunca yemeklerinde kullandıkları malzemelerin doğal özelliğini bozmamaya gayret ediyorlar. Balığın binbir çeşit hali, "denizden ne çıksa yerim" sözü Japonları özetliyor. Aşırı baharatlı, tuzlu veya tatlı yemeklere Japon mutfağında rastlamanız oldukça nadir. Japonya'da bir restorana gittiğinizde en zor bulacağınız şey tuz olacaktır, genelde Japonlar bizlerin tuz serptiğimiz yerlerde soya sosu kullanıyorlar. Japon yemekleri bizler için ilk başta oldukça lezzetsiz, tatsız gelebilir. Ancak zamanla alışıyorsunuz. Gelelim yemeklere:"Pirinç pilavı" Japonya'da öğlen ve akşam yemeklerinde yan yemek, sabah kahvaltısında ise çiğ yumurta ve soya sosu (tamago-kake-gohan), natto veya diğer soslar ile karıştırılarak ana yemek olarak yenmekte. Japon pilavının Türk pilavıyla



hiçbir benzerliği yok. Yağ, tuz veya diğer tatlandırıcılar konulmadan sadece haşlanarak yapılıyor ve genelde yemeğin yanında veya sonunda servis ediliyor. Meşhur "Sushi" yemeği ise, birçok kişinin "çiğ balık" olarak bilmesine rağmen aslında sushi sirketi ile hazırlanmış sushi pilavı yemeklerine verilen isimdir. Birçok değişik sushi çeşidi var. "Sashimi" çeşitli çiğ balıklardan hazırlanan bir yemektir, genelde soya sosu ve wasabi (yaban turpundan yapılan bir acı) ka-

rıştınlıp bu karışımın içine batırılarak yeniyor. "Soba" buğday ve buğday unundan yapılan geleneksel bir Japon yemeği. Makarna gibi ince, çeşitli ekler ile sıcak veya soğuk olarak yeniliyor. Bu arada zaten Japonların pek sıcak yemek yemediğini ayrıca belirtmek gerekiyor. "Tempura" ise, ekmek kıntılarına batırılmış deniz mahsulleri ile, sebze veya mantarların tavada kızgın yağ ile kızartılması şeklinde yapılan bir yemek.



Japon mutfağında lezzetler:

Ramen

Japon mutfağında çorba içinde sunulan erişte



Tencereyi ateşe koyun ve zeytinyağını kızdırın. Karidesleri ekleyip 2-3 dakika kavurun. Ispanağı koyup yapraklar sönene kadar kavurmaya devam edin. Tuz ve karabiberini ekleyin. Daha sonra mantarları ve ezilmiş sarımsağı ilave edin ve 1-2 dakika daha pişirin. Soya sosunu, susam yağın ve acı biberi ekleyin. 1-2 kaşığı tuzdan sonra tavuk suyunu ve normal suyu ilave edin, suyun iyice kaynamasını bekleyin. Fokurdamaya başladıktan sonra noodle'ı atın. Yaklaşık 8 dakika pişirin. Noodle yumuşayınca ateşten alın.

Malzemeler

- 250 gr. noodle
- 2 avuç istiridye mantarı
- 2 avuç kestane mantarı
- 1 adet taze soğan
- 2 diş sarımsak
- 2 avuç ıspanak
- 150 gr. karides
- 4 bardak tavuk suyu – 4 bardak su
- 1-2 yemek kaşığı zeytinyağı
- 1 yemek kaşığı soya sosu, susam yağı, acı sos

Sushi

Pirinç sirkesiyle hazırlanan lezzet rulosu



Sushi dendiğinde genellikle yosuna sarılmış, ortasında çiğ balık ve çeşitli malzemeler olan pirinç ruloları aklı gelir. Sushi, pirinç sirkesiyle hazırlanan özel bir sosla marine edilmiş haşlanmış pirincin çeşitli malzemelerle ve de ağırlıklı olarak çiğ balık gibi deniz ürünleriyle karıştırılıp, rulo şeklinde sunulmasıdır. Yosuna sarılarak yapılan sunum şekli en çok rastlanan ve 'maki' olarak bilinen şekli. Ama bu, temelde dört çeşit olan sushi çeşidinden sadece bir tanesidir.

Maki Sushi: Yosun kullanarak pirinç, balık ve sebze ile streç filme sarılı bambu Amerikan servisi yardımıyla rulo haline getirip 6 veya 4 parçaya bölünen sushi çeşididir. Çok farklı çeşitleri vardır. Yosun dışarda veya içerde kullanılarak yapılabilir. Kullanılan yosuna "Nori" denir.



Kaliteli ürün, hızlı sevkiyat, aranan her ürün = Müşteri memnuniyeti

=
Kelebek
İç & Dış Ticaret



Bağlarbaşı Mah. Cemalbey Cad. No:44/A Maltepe/ İSTANBUL

Tel: 0216 634 27 77 Tel:0216 305 19 78 www.kelebektemizlik.com

Türk Telekom

1. Bölge Tesis ve Destek Müdürü
Sn. Erhan Özcan

Esas işimiz beklenti yönetimi

Türk Telekom 1. Bölge Müdürlüğü Tesis ve Destek Müdürü Sn. Erhan Özcan ile keyifli bir sohbet gerçekleştirdik.

Türk Telekom 1. Bölge Tesis ve Destek Müdürü olarak görev yapıyorsunuz. Kendinizi tanıtabilir misiniz?

Mekanik tesisat konusunda Isısan ve Tokar gibi firmalarda görev yaptım. Proje ve şantiye mühendisliği görevlerinde bulundum. İş yaşamım bu şekilde başladı. Üretim sektörü bir aynanın iki kısmı gibi, bir yanda işletmecilik bir yanda da üreticilik. Sonrasında ISS firması ile tanıştık. ISS firması, dünyanın "tesis yönetimi" konusunda lider firması. ISS firmasının birçok projesinde teknik müdür olarak görev aldım. Binaların teknik bakım ve teknik işletme konularında çalıştım. Sonrasında işleri genişlettik ve tesis yönetim hizmetlerinin tamamına hükmedecek,

faydalı olabilecek görevlerde bulundum. Citibank'ların Türkiye operasyonunun tamamını yönettik, teknik bakım, işletme hizmetleri ve temizlik görevlerini yönettik. İstanbul'dan Gaziantep'e kadar yayılmış 54 şube, 2 adet genel merkeze yayılmış bir yapıydı.

Daha sonra genel merkeze geçtim, teknik hizmetler direktörlüğü yaptım. Geniş bir alana yayılan 200'e yakın proje, bu projelerin herbiri ayrı müşteri olarak kabul ederseniz çoklu nokta olan bir yapıydı. Orada ISS'in önemi çok büyük oldu, tüm dünyada 50'yi aşkın ülkede 25000'den fazla çalışanıyla çok ciddi know-how'ı olan bir firma.

O dönemde Türk Telekom ile tanışmamız oldu ve 2008 yılında kuruma girdim. Genel Müdürlük'te Tesis

Teknik Destek Müdürlüğü yaptım. 2-2. 5 yıl bu görevi yaptım, İstanbul 1. Bölge Müdürlüğü'nde Tesis Teknik Destek Müdürü olarak görev yapmaya devam ediyorum.

Türk Telekom'daki görevinizi anlatabilirsiniz? Zorlukları neler?

Genel Müdürlük ve Bölge Müdürlüğü birbirinden çok farklı iki kanat, İstanbul'un Avrupa yakasından başlayan ve Edirne'ye kadar uzanan 17 milyon metrekare bir alanda dağılmış binalar, santraller ve müdürlükler ve personel var. Bu alanda 10 milyon kişiye yaklaşan bir nüfus var, böyle ciddi bir nüfusun yaşadığı bir bölge operasyonunu yürüten ekibin hizmetini veriyorsunuz.

Akkol firmasının kaliteli ve çözüm odaklı bir yaklaşımı var. Verdiği yemek sayısı ve ekibiyle de, sektörde önemli bir noktaya geldi.



Tesis ve destek müdürlüğü altında açılım olarak, tesis yönetimi hizmetleri dışında insanların idari yönden beklentilerini de içeriyor. Aslında esas işimiz beklenti yönetimi.

Kurumumuz kamu kurumuyken, dönüşüm geçirdi ve geçirmeye devam ediyor. Kurum belli bir yere geldi ve gelmeye devam ediyor, bunu yaparken ortaklarınız, çalışma partner'larınız ve vendor'larınız iyi, profesyonel ve kaliteli olmak zorunda. Her hizmet için de bunu hedefliyoruz.

Türk Telekom'da uyguladığınız kalite sistemleri nelerdir?

İnsanları sağlıklı bir ortamda iş verimliliğini en iyi şekilde sağlayacak bir sisteme geçirmek. Teknik olarak konforunu sağlayacak sistemi kurmaya çalışıyoruz. Bina sayımız fazla, mobil ve saha ekibimiz çok, sık sık yer değiştiriliyor, uç noktada hizmet veren ciddi bir ekibimiz var. Merkezi noktalarda, müşteriye hizmet verilen noktalarda istediğimiz koşulları sağ-

layabiliyoruz ama uç noktalarda ve mobil saha noktalarında istediğimiz koşullara ulaşmamız zor oluyor. Bir yatırım, iş gücü, enerji ve zaman gerekiyor. Gelen talepler ve bizim rutin iş planlarımız bunları hep minimize etmeye çalışıyoruz. Kendimize göre yeni modeller geliştirdik, hedefledi-

ğimiz kaliteli hizmet için bu gerekli. Kalite yönetim sistemlerine uygun bir şekilde çalışıyoruz. İş sağlığı güvenliği OFSAS 18001, ISO 9001 kalite yönetim sistemi, çevre sağlığı ve güvenliği için 14001 sistemi var, müşteri memnuniyet yönetimi için 10001 sistemlerini de uyguluyoruz.

Türkiye'nin en değerli insanların yönettiği bir kurum ve bunun bir parçası olmak çok mutluluk verici



Türk Telekom Türkiye'nin en büyük ve gözde şirketlerinden bir tanesi. Türk Telekom'da çalışmanın sizin için farklılığı nedir?

Türk Telekom Türkiye'nin en fazla geçmişe sahip köklü kurumlarından bir tanesi. Temeli PTT ile birlikte Cumhuriyet'in ilk yıllarına dayanıyor. Türkiye'nin en değerli insanların yönettiği bir kurum ve bunun bir parçası olmak çok mutluluk verici. İşimiz artık teknoloji, teknoloji demek artık hız demek. Kurumsal olarak hızlı ve çevik olmaya çalışıyoruz, örneğin bir anza bildirdiğinizde en geç 2-3 saat içinde ekiplerimiz arızanızı çözmek üzere kapınızı çalıyorlar. Müşteri bizim için çok önemli, kendi içimizde "Müşteri Kahramanları" olarak ilan ettiğimiz çalışanlarımız var. Başarı detayda oluyor, detaylara

dikkat etmezseniz başarı gelmiyor. Kalite yönetim sistemlerimizin de bu başarıya ciddi katkısı var. Bu sektör çok hızla büyüdü, bütün dünyada iletişim çok büyük bir ihtiyaç ve son 30 yılda çok farklı hizmetlerle şekillendi.

Türk Telekom'da Tesis ve Destek Müdürlüğü hangi hizmetleri veriyor?

Hizmet sektörü artık gelişmiş ülkelerin yüzde 40'ının çalıştığı ve katma değer sağladığı bir alan haline geldi. G8 ülkelerinde de bu durum aynı şekilde, bazı ülkeler tarım çalışanlarını da hizmet sektörünün içinde kabul ediyor. Eğitim, yetkinlik ve vasıflı çalışanlar hizmet sektörünün en önemli öğeleri. Türk Telekom'da dönüşümü heyecanla yaşıyoruz.

Teknik hizmetler, güvenlik hizmetleri, temizlik hizmetleri, yemek ve ikram hizmetleri ve filo yönetim hiz-

metleri bizim tesis yönetim birimizin sorumlulukları içinde olan hizmetler. Destek grubu hizmetleri de, biraz daha kişisel ve insani, personelimizin idari ve özlük olarak beklendikleri hizmetler olarak ayrılıyor. Kreş ve anaokul hizmetleri, sağlık hizmetleri, ofis ve lojistik hizmetleri, lojman tahsis işlemleri de destek biriminin verdiği hizmetler arasında.

Akkol Grup ile çalışma sürecinizle ilgili neler söylemek istersiniz?

Akkol firmasının da kaliteli ve çözüm odaklı bir yaklaşımı var. Verdiği yemek sayısı ve çalışanların eğitimleri sayesinde kocaman bir firma haline geldi. Ciddi rakamlarda yemeği, kaliteyi bir üst basamağa taşıyarak ve taşıma isteğiyle, bize de hassasiyet gösterdi.



PRATİK ŞEF

Çıtır Kıtır Yeni Lezzetler

Çıtır Kıtır Piliç Kanat • Çıtır Kıtır Piliç Fileto • Çıtır Kıtır Piliç Baget



PRATİK ŞEF'in lezzet kaplı %100 piliç parçası yeni ürünlerini sofralarınızdan eksik etmek istemeyeceğiniz gibi, günün her anında aperatif olarak da keyfini sürebilirsiniz.

Akkol Türk Telekom Gayrettepe Aşçıbaşı

Ünal Yılmaz

Bu sayımızda, Akkol Türk Telekom Gayrettepe Aşçıbaşı Ünal Yılmaz ile güzel bir sohbet gerçekleştirdik. Ustamızın hazırladığı lezzetli yemeklerin tadına bakmayı da ihmal etmedik



25. 03. 1964 Bolu Mengen Doğumludur. 1977 de çırak olarak Bursa Sönmez Restaurant'ta meslek hayatına başlamıştır. Bolu Elemen İlkokulu mezunudur. 1979-1983 Çeşme Altinyunus otelinde soğuk şefi olarak çalışmıştır, 1983-1985 askerlik görevi yapmıştır. Daha sonrasında Kuşadası Fantasia da soğuk şefi, Enka Sosyal Tesisleri nde su şefi, Acıbadem Sağlık Kurumu Sosyal Tesisleri nde aşçıbaşı, İstanbul Teknik Üniversitesi nde aşçıbaşı olarak çalışmıştır ve Türk Telekom da hala aşçıbaşı olarak devam etmektedir. Hijyen eğitimi, İtalyan mutfağı, Uzak Doğu Mutfağı, Otelcilik, Fütürist, Stratejist, İş Tasarımı ve İş Avantajları, Presentasyon eğitimleri almıştır.



Malzemeler :

- 1, 50 kg bütün bonfile
- 100 gr ceviz
- 400 gr kültür mantarı
- 2 diş sarımsak
- 1 adet kuru soğan
- 15 dilim dana antrekot salam
- 1 kaşık sıvıyağ
- 3 adet yufka
- 2 kaşık hardal
- 1 yumurta sarısı
- 2 kaşık yoğurt
- 1 paket taze fesleğen
- 100 gr tereyağ
- Yarım çay kaşığı karabiber
- Tuz

Sebze buketi**Krep için malzemeler:**

- 300 gr un
- Yarım kilo süt
- 6 adet yumurta
- 1 çorba kaşığı toz şeker
- Yarım çay bardağı sıvıyağ

Sebze için malzemeler :

- 1 adet havuç
- 1 adet kabak
- 2 adet patates
- 2 adet çarliston biber
- 2 adet domates
- 1 adet pırasa yaprağı
- 100 gr kaşar peynir

Hazırlanışı:

Bütün bonfilenin sinir ve yağlarını temizliyoruz. Bonfileyi tuz ve karabiber ile ovuyoruz. Cevizleri ağzına gelecek irilikte rondodan geçiriyoruz. Mantarları kağıt havlu ile temizleyip rondoda kıyıyoruz. Tavada 1 kaşık sıvıyağ ile sarımsağı ve mantarları suyunu çekene kadar 5 dakika kavuruyoruz. Mantar ve cevizi karıştırıp püre kıvamında olmasını sağlıyoruz. Kızgın tavaya bonfileyi koyup her tarafının rengi dönene kadar kızartıp, mühürlüyoruz. Kenara alıp soğumasını bekliyoruz.

Sonra hardalı fırça yardımı ile her yerine sürüyoruz. Streç filmi tezgaha yanlamasına yayıp, füme antrekotu üstüste kare şeklinde yerleştiriyoruz. Üstüne püreyi yayıyoruz. Eti ortasına yerleştiriyoruz. Kendi tarafındaki streçten yardım alarak eti sanyoruz. Kenarlarını da sıkıştırıp kapatıyoruz. Sertleşmesi için dondurucuda 30 dakika bekletiyoruz. 3 kat yufkayı aralarını yağlayarak tezgaha seriyoruz. Eti alıp streçten dikkatlice çıkartıyoruz. Yufkanın

Beef Wellington



orta alt kısmına yerleştiriyoruz. Eti boyundan 15 cm keserek, fazlasını alıyoruz. Kendinize yakın kısımdan başlayıp rulo yapıyoruz. Kenar kısmın içeri doğru kıvrıp rulo yapmaya devam ediyoruz. Uç kısmına su sürüp yapışmasını sağlıyoruz. Üstüne sürmek için 1 yumurta sarısı ve yoğurdu çırtıktan sonra sürüp, tuz serpiyoruz. Fırını 200 derecede ısıtıp, yemeğimizi 25 dakika pişiriyoruz. Daha sonra fırından çıkıp

kesmeden önce 10 dakika dinlendiriyoruz. Krebi yaptıktan sonra diğer sebzeleri soteleyip krebin içine koyarak bohça şeklinde kapatıyoruz, sıcak suda pırasa yaprağını hafif pişirdikten sonra krebin ağzını bağlıyoruz. Domatesi sos yapıp bukletin üzerine koyduktan sonra rende kaşar peynir ilave ederek 180 derece ısıtılmış fırında 10 dk daha pişirip servise hazır duruma getiriyoruz.

MEYVE EŞLİĞİNDE ÇİKOLATALI SUFFLE



Malzemeler :

- 80 gr bitter çikolata,
- Yarım su bardağı kakao,
- 1. 5 su bardağı pudra şekeri,
- 1. 5 yemek kaşığı tereyağı,
- 3 yemek kaşığı un,
- 1 su bardağı süt,
- 4 yumurta,
- Yarım çay kaşığından az tuz,
- 100 gr pralin

Meyve için malzemeler :

- 1 adet şeftali
- 100 gr çilek
- 100 gr kayısı

Hazırlanışı:

Yumurthanın aklarını ve sarılarını ayırıyoruz. Dört suffle kabının içini yağlayıp pudra şeker serpiyoruz. Bitter çikolatayı rendeleyip, pudra şekeri ve kakaoyu harmanlıyoruz. Tereyağını bir tencerede eritip unu ilave ediyoruz. Un pembeleşmeye başlayınca sütü azar azar, rendelenmiş çikolata ve pralini sürekli kaşıtararak ekliyoruz. Rendelenmiş çikolatalı kaşımı ilave edip kaşıtmaya devam ediyoruz. 2-3 dakika sonra yumurta sarılarını ekliyoruz. Kısık ateşte 3-4 dakika pişiriyoruz. Tencereyi ocaktan alıp ılınmaya bırakıyoruz. Yumurta aklarını bir tutam tuz ekleyip kar gibi oluncaya kadar çırpıyoruz. Bunu çikolatalı kaşıma ekleyerek kaşıkla söndürmeden kaşıtarıyoruz. Kaşımı suffle kaplarına paylaşıtarıyoruz. Önceden ısıtılmış 220 dereceye ayarlı fırında 20 dakika pişiriyoruz. Fırından alıp pudra şeker serpiştirip sıcak servis yapıyoruz. Şeftali içerisinde çilek ve kayısı eşliğinde sunumumuzu yapıyoruz.





Gaziantep'li

Tatlıcı[®]

siz isteyin

Tatlının En Güzel Hali

www.tatlici.biz

Siz İsteyin...

Yıldırım Gıda İnşaat Turizm San. İç ve Dış Tic. Ltd. Şti.

Güvercintepe Mah. Malazgirt Sk. No:26 Altınşehir - Başakşehir / İST

Tel: 0212 687 58 58 (pbx) Faks: 0212 687 58 61

www.tatlici.biz • info@tatlici.biz • siparis@tatlici.biz



Altın Palmiye ödüllü, usta yönetmen;

Nuri Bilge Ceylan

“Bu ödülü birisine adamak istiyorum: Tutkuyla sevdiğim, yalnız ve güzel ülkeme...”

Sıradışı eserleri, ödüllü filmleri, endüstriyel sinemaya muhalif tarzıyla bilinen başarılı yönetmen, bu kez de Altın Palmiye ödülüyle şimdiden adını sinema dünyasının ustaları arasına yazdırmayı başardı.

26 Ocak 1959'da İstanbul, Bakırköy'de doğan Nuri Bilge Ceylan, Boğaziçi Üniversitesi Elektrik-Elektronik Mühendisliği bölümünden mezun oldu.

Ardından Mimar Sinan Üniversitesi'nde iki yıl sinema eğitimi gördü. Boğaziçi Üniversitesi'ndeki eğitimi sırasında üniversitenin fotoğrafçılık (BÜFOK), dağcılık ve mağaracılık kulüplerine katılarak, doğa etkinlikleri ile ilgilendi.

Yaşadığı belirsizliğe Londra'da, ardından Katmandu'da cevap arayan Ceylan ardından Türkiye'ye döner ve askerlik yapmaya karar verir. Askerlik ona düşünecek zamanı vermişti. Artık ne istediğini biliyordu: Sinema...

Sinemaya ilk adım

İlk yönetmenlik denemesi olan kısa filmi “Koza”yı 1995 yılında izleyiciyle buluşturan Nuri Bilge Ceylan, daha ilk filminde Cannes Film Festivali'ne katılma başarısı gösterir. Bu aslında yükselen sinema kariyerinin ilk işareti sayılabilir. İlk uzun metrajlı filmi ise 1997 yılında çektiği Kasaba filmiydi. Film başta Berlin Film Festivali olmak üzere, birçok festivalde yerini

aldı. Bu ilk uzun metrajlı filminde ışık ve görsel sunum yeteneklerini fazlasıyla sergileyen Ceylan, kendi izleyici kitlesini oluşturma yolunda önemli bir adım atar. 1999'da Mayıs Sıkıntısı da beklentilerin üzerine çıkmış ve otoriteler tarafından beğeni kazanmıştır.

Sinemamızda ödül rekoru

Fakat kariyerindeki ilk büyük ödülünü ona 2002 yılında çektiği Uzak filmi kazandıracaktı. Film, Cannes Film Festivali'nin ikinci büyük ödülü olan 'Grand Prix' ödülünü alır. Toplam 47 ödül alan film, Türk Sineması'nın en fazla ödül alan filmi olmayı da başararak büyük bir ünü de beraberinde getirir. Nuri Bilge Ceylan bu filmde yakın arkadaşlarını, akrabalarını ve ailesini oyuncu olarak kullanır. Filmin yapımında da bir çok işi kendisi üstlenerek zor bir başarı elde eder. Uzak, aynı zamanda Kasaba ile başlayan ve Mayıs Sıkıntısı ile devam eden üçlemenin de son filmidir.

Aşk sette buldu

Bir sonraki filmi olan İklimler'in çekimleri esnasında filmlerinde sanat yönetmenliği de yapmış olan Ebru Ceylan ile evlenir. Bu evlilikten daha sonra Ayaz isimli bir çocukları olur. 2006 yılında gösterime giren bu filmiyle Ceylan bir kez daha ödül kazanmayı başarır. Film Cannes Film Festivali'nde 'Fipresci' ödülüne layık görülmüştür. Ancak bu ne ilk ödüllü filmidir, ne de sonuncu. 2008 yılında Üç Maymun filmiyle Cannes'da En İyi Yönetmen Ödülü'nü kazanır. Törende yaptığı teşekkür konuşmasında, hafızalarda kalan şu sözleri söyler: "Bu ödülü birisine adamak istiyorum: Tutkuyla sevdiğim, yalnız ve güzel ülkeme..."

Aynı zamanda film, Oscar adayları arasında ilk 9'a kalarak bu alanda da ilk Türk filmi olarak tarihe geçer. 2011 yılında Bir Zamanlar Anadolu filmiyle Cannes'da Büyük Jüri Ödülü'nü kazanır.

67. si geçtiğimiz Mayıs ayında düzenlenen Cannes Film Festivali'ne

"Kış Uykusu" filmiyle katılan usta yönetmen, Altın Palmiye ödülünü alarak, Yılmaz Güney'in Yol filmi'nin ardından bu ödülü alan ikinci Türk filmi olur. Altın Palmiye bu festivalin büyük ödülüdür.

Haluk Bilginer, Demet Akbaş, Melissa Sözen ve Nejat İşler gibi oyuncuların rol aldığı filmde, Ceylan ödülünü Quentin Tarantino ve Uma Thurman'ın elinden aldı.

Nuri Bilge Ceylan, daha sonra bir röportajında, Tarantino'nun kendisine, 'Kulübe hoş geldin! Ben Altın Palmiye aldığım da festival başkanı da bana aynı şeyi söylemişti' dediğini aktarır.

Evet, o artık Ustalar Kulübü'nün daimi üyelerinden biridir.

Minimalist tarzı, entellektüel yaklaşımı ve sanat odaklı filmleriyle sinema dünyasında kendine ait bir çizgi oluşturan Türk Sineması'nın bu dahi yönetmeninin, daha büyük başarılarla bizleri gururlandırmaya devam etmesini diliyoruz.

Ben hayatı zor kaldıran biriyim ve sürekli olarak sanata ihtiyacım var. Benim sinema yapma ihtiyacım buradan geliyor. Yaşamakta zorlandığım zor şeylerden söz etmeye devam edeceğim.



Yeşil diyarın zengin yemekleri: **Karadeniz Mutfağı**

Ormanları, denizi, nehirleri ve 4 mevsim sulanan toprağı ile Karadeniz, doğallığın sembolü. Ancak; doğal güzelliğinin yanında, yemeklerinin çeşitliliğı ve sofrasının zenginliğıyle de meşhurdur Karadeniz



Karadeniz'in bilinen 3 zenginliği; fındık, çay ve hamsidir. Ancak Karadeniz mutfağı dendiği zaman bunun çok ötesinde bir zenginlik çıkıyor karşımıza. Geleneksel lezzetlerini geçmişten bugüne değişimden uzak tutmayı başardığını de söylemek yanlış olmaz.

Karadeniz mutfağının vazgeçilmezlerinin başında; hamsi, mısır unu ve karalahana gelmektedir.

Mısır Ekmeği, Muhlama, Karadeniz Pidesi, Akçaabat Köftesi, Hamsi Buğlama, Karalahana Çorbası,

Laz Böreği, Kuru Fasulye, Hamsili Ekmek, Hamsi Pilavı, Silor Tatlısı, Hoşkran Kavurması ve daha nice-leri bu mutfağın en güzel örneklerinden.

Bazı yemekler, doğu ile batı arasında uzanan bu büyük coğrafyada yer yer farklılıklar gösterse de temelde aynı isimler ve aynı malzemelerle yapılmaktadır.

Yağmurlu iklim sebze-ler açısından çok verimli olsa da, hayvansal ürünlerin de önemli bir yer tuttuğunu göz ardı etmemek gerekir.

Tereyağı ve minzi çökeleği Karadeniz sofralarında olmazsa olmazdır. Yörede tomara denen yabancı bir bitkiden salata ve turşu yapılır. Sıklıkla suyu süzülen turşular, suda haşlanır, tereyağında kavrulur. Üstüne minzi eklenir. Huliya'nı yapılışı da buna benzer. Yabancı bitkilerden hamuçera (dağ çileği), lifor (böğürtlen), mora (ahududu), ahlat (yaban armudu), karayemiş (kirazi andırır, daha az tatlıdır), çakal eriği (ekşi dağ eriği) en sevilen meyvelerdir.

Muhlama

Karadeniz'in bu meşhur yemeği, yayla zamanlarında tercih edilen pratik bir yemektir. Karadeniz'i ziyaret edenlerin de aradıkları lezzetlerdendir. Ünü Karadeniz sınırlarını aşmıştır. Mısır unu, tereyağı ve genellikle minci adı verilen tuzlu çökelek (bazı yörelerde telli peynir veya su peyniri) peyniri kullanılarak yapılan bir yemektir.



Karadeniz Pidesi

Çok tüketilen, doyurucu bir yiyecek türüdür. Organizasyonlarda pratik olması sebebiyle tercih edilir. Hemen hemen tüm Türkiye'de birçok restoranın menüsünde kendisine yer bulmuştur. Hazırlanan bir hamurun içine özel malzemesinin yerleştirilip taş fırında pişirilmesiyle yapılır. Kıymalı, kavurmalı, sucuklu, kuşbaşı, kaşarlı ve kanşık çeşitleri vardır.



Akçaabat Köftesi

1930'lu yıllarda Akçaabatlı lokantacılar tarafından kıyma haline getirilen öküz ve dana etleriyle bunlara ilave edilen ekmek ve sarımsak kullanılarak yapılmıştır. Uygun bir şekilde yoğurularak ızgaralı ocaklarda pişirilerek sofralara gelmektedir. Öncelikle bölgeye tanıtımı yapılan Akçaabat köftesi o günden bugüne tüm dünyaya tanıtılmıştır.



Yöresel lezzetleri
tanıttığımız
özel günler
kapsamında
Karadeniz
lezzetlerini de
sizlere sunmaya
devam ediyoruz



Teknolojiye yatırımla Kalite standartımızı yükseltiyoruz

Taze süt ürünleri konusunda uzmanlaşmış, yoğurt ve ayranıyla bildiğimiz Eker'i daha yakından tanımak için Genel Müdür Yardımcısı Nevra Eker ile bir söyleşi yaptık.

Eker Süt Ürünleri'ni bize anlatır mısınız? Ne zaman kuruldu, tarihçesi nedir?

Eker Süt Ürünleri 1981 yılında Bursa'da Altan Eker tarafından kuruldu. Ancak 1996'da babamız Altan Eker'in vefatıyla yönetimi ikinci nesil ele aldı, ağabeyim Ahmet ve ben şirketi yönetmeye başladık. İlk işe başladığımızda oldukça gençtik ama o günden bugüne neredeyse 20 yıl oldu. Gençliğimizin verdiği enerji ve yenilikçi bakış açısıyla, 1996'dan bu yana teknolojiye yatırım yaparak kalite standartlarımızı yükseltmeye ve yeni ürünler geliştirmeye hep önem verdik. Eker için en önemli dönüm noktalarından biri 2006 yılında Fransız Andros firmasıyla yaptığımız yüzde 50-50 ortaklık anlaşmasıdır. Eker de bu ortaklıkla Fransızların üretim konusundaki uzmanlığından faydalanma imkanı elde etti. 2012'de Bursa Mustafakemalpaşa'da Türkiye'nin en yeni ve modern süt üretim tesisini kurduk, kapasitemiz üçe katlanmış oldu, ürün kalite ve hijyen standartları açısından Eker artık bambaşka bir lige atladı. Şu an Bursa, İstanbul, İzmir ve Ankara'da bölge müdürlüklerimiz ve Anadolu'da 14 farklı ildeki dağıtım merkezlerimizle her yıl tonaj bazında yüzde 15-20 oranında büyüyoruz ve açtığımız yeni dağıtım merkezleriyle Türkiye'de yaygınlığımızı sürekli artırıyoruz.

Eker Süt Ürünleri'nin faaliyet alanı, ürün yelpazenizi ve üretim standartlarınızı anlatır mısınız?

Eker taze süt ürünleri üretiyor. Eker'in en bilinen ve en yaygın ürünü ayran. Hatta Mediacat'in yakın zamanda



Kalite ve gıda güvenliği konusundaki uygulamaları

Tüm ürünlerimiz için Türk Standartlarına Uygunluk Belgelerimiz (TSE), Tarım ve Köyişleri Bakanlığında onaylanan Gıda Sicil ve Üretim Sertifikalarımız, ayrıca TS-EN-ISO 9001:2008; TS-EN-ISO 22000:2005; TSE Helal Uygunluk Belgesi ve en son olarak da BRC (Global Standart for Food Safety) belgelerini aldık. Kanunlarda belirtildiği gibi de HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point) Sistemi uygulamasıyla hammadde, yarı mamul ve son ürünün gerekli aşamalarda düzenli kontrolleri yapılarak son ürünün standardını sağlamaktayız.

yaptığı bir ankete göre de Eker yüzde 75 gibi oldukça yüksek bir oranla, Türkiye’de en fazla tavsiye edilen ayran markası. 1998’de 1 lt’lik cam şişe yayık ayranı market raflarına ilk sunan marka olarak, hazır ayranı evlere ve buzdolaplarına sokarak, yoğurttan ayran yapma alışkanlığını kırmayı başardık. 2007’de lansmanı yaptığımız geleneksel taze sütlü tatlılar kategorisi de Eker’in sektöre katmış olduğu en önemli yeniliklerden biri. Supangle, sütlac, sakızlı muhallebi, keşkül, kazandibi, tavukgöğsü gibi geleneksel tatlılarımızı evde yaptığınız gibi, hiçbir katkı veya koruyucu madde kullanmadan üretmeyi başaran tek marka ve firmayız. Yoğurt da Eker’in en iddialı ürün gurubu. Özellikle yeni fabrikamıza geçtikten sonra altyapı ve teknolojimiz sayesinde yoğurt üretimini ve standart kaliteyi yakalamayı başardık. Günlük pastörize sütte 2002’de piyasaya çıkartmış olduğumuz yumurta kabuğunun hammaddesinden yapılan ekolojik ambalajdaki yine bir farklılık yarattık. Eker; kefir, kaymak, tereyağ, kaşar ve beyaz peynir üretimi de yapmakta.

Eker Süt Ürünleri olarak müşterileri memnuniyeti adına neler yapıyorsunuz?

Biz Eker olarak en güçlü olduğumuzu düşündüğümüz yönümüze yatırım yapıyoruz, o da ürünlerimizin doğallık ve lezzet yönünü ortaya koymak. Çünkü biz Eker yoğurdunun annemizin ev yoğurdu lezzetinde, ayranımızı

köyde yayıktan elde edilen ayranın kıvamında üretme çabasındayız. Halkımızın gerçekten iyi bir damak tadı var. Eker’in lezzet ve doğallık konusundaki farkını ürünlerimizi tadararak görebiliyorlar.

Akkol Grup ile yürüttüğünüz çalışmalarınızdan bahsedebilir misiniz?

Yemek Sanayi grubu bizim için stratejik bir kanal. Gerek ürün grubu, gerek fiyatlama, gerekse de hizmet kalitesi açısından önem verdiğimiz bir satış kanalı yemek sanayi ve ev dışı tüketim. Akkol da alanında çok başarılı, çok önemli projelere hizmet veren bir yemek tedarikçisi. Biz Eker olarak Akkol Grup ile çalışabiliyor olmaktan

dolayı çok memnunuz, ağırlıklı ayran ve yoğurt ürünlerinde çalışıyoruz.

Biraz da sizin damak tadınızdan bahsedelim. Özellikle beğendiğiniz bir mutfak var mı?

Genel olarak yemek yemeyi çok seven bir insanım. Kesinlikle Türk mutfacı tercihim ve favorim. Et yemeklerini seviyorum ama biraz daha sebzeceğim ben. Zeytinyağlı sebze yemekleri evde benim vazgeçilmezim. Ayran malum et yemekleriyle, köfteyle, kebabla, pideyle çok iyi giden bir içecek. Ben de bölge ziyaretlerimde özellikle o şehrin başarılı restoranlarında mutlaka yemek yerim, tercihen bizim müşterimiz olanlarda tabi.



Eker 1980’li yıllarda günlük 10 tonluk süt işlemekteyken bugün 350 ton süt işlemekte.



Evde gıda saklama yöntemleri

Yiyeceklerimizin bir kısmını hemen tüketiriz, bazılarını ise saklarız. Bu ürünler, soframıza besin değeri ve çeşitlilik açısından zenginlik sağlar.



Büyükannelerimizin mutfaklarında erişmeden salçaya, turşudan makarnaya kadar pek çok ürün, uzun ve zahmetli uğraşlarla hazırlanır ve zamanı gelince tüketilmek için saklanırdı.

Günümüzde ise gıda maddeleri son derece modern ve sağlıklı koşullarda üretilip, çeşitli ambalajlarda üretime sunuluyor. Modern teknoloji ürünlerini kullanmak hem daha sağlıklı, hem de zamandan tasarruf sağlıyor. Ancak, bilinçli tüketiciler olarak, gıdaların saklanmak üzere hazırlanması sırasında ve saklama süreleri içinde nelere dikkat etmemiz gerekiyor?

Gıdayı eve getirirken soğuk muhafaza edin

Eğer yolunuz bir saatten fazla ise soğuk gıdalar 10°C'a dek ısınabilir. Bu nedenle alışverişe gelirken özellikle yaz aylarında arabanızın bagajına içinde buz olan bir soğutucu koymayı ihmal etmeyin.

Su ürünleri nasıl saklanmalı?

Balıklar avlandıktan sonra iç organları çoğunlukla çıkarılmadığı için, bozulma ve kokuşma riski daha yüksek olmaktadır. Bu nedenle satın alırken, iç organları çıkarılmış balıklarda (koku, gözler, solungaçlar, pullar ve et) yönünden daha dikkatli olunması önem taşır.

Balık etinin kolay bozulabilmesi nedeniyle, uygun koşullarda muhafazası gereklidir. Muhafaza amacıyla çoğunlukla soğuk ve/veya donmuş

muhafaza yöntemleri kullanılmaktadır. Soğuk uygulamada genellikle buz kullanılmakta, ancak bu şekilde birkaç gün muhafaza sağlanabilmektedir. Buzdolabı sıcaklığında da yine balık etinin özellikleri, ambalajlı olup olmaması gibi faktörlere göre 3-5 günlük bir saklama süresi belirtilmektedir.

Dondurulan balık eti ise uygun koşullarda çok daha uzun süre muhafaza edilebilmektedir. Bununla ilgili bir değerlendirme aşağıdaki tabloda görülmektedir:

Dondurularak muhafaza edilen balıklarda dayanma süreleri

Balık Türü	Muhafaza Süresi(Ay)		
	-18°C	-25°C	-30°C
Yağlı Balıklar (Sardalya, alabalık, deniz levreği vb)	4	8	12
Yağsız Balıklar (Morina, mezgit vb)	8	18	24
Yassı Balıklar (Dilbalığı, kedi balığı vb)	9	18	24
Istakoz, Yengeç	6	12	15
Karides	6	12	12

Dondurulmuş gıdaları nasıl çözmeliyiz?

Bazı gıda maddelerini uzun süre saklamak için buzlukta veya derin dondurucuda dondurmak sık sık başvurduğumuz bir yöntem. Ancak bu tür gıdaları çözerken, bazı noktalara dikkat etmek gerekiyor. Çabuk çözümleri için sıcak bir yere koymayın. Çok soğuk ortamdaki, birdenbire çok sıcak ortama konan yiyecekler, mikrop ve bakteri yuvası haline gelebilir. Bu nedenle, dondurulmuş yiyecekleri çözmek için, buzdolabının alt rafında bekletin. Böylece besin değerleri kaybolmaz.

Buzdolabında gıda maddelerini nasıl doğru saklayabiliriz?

Doğru saklama yöntemlerini kullanarak gıdalarının ömürlerini uzatabilir, dolayısı ile bütçenize katkıda bulunabilirsiniz. Yiyeceklerin yanlış yöntemlerle saklanması yalnız bütçeye değil, sağlığa da verdiği zararlar vardır. Tüm gıdalar için geçerli olan en önemli kural, bozulma şüphesi olan gıdaların saklanmaması, hemen atılmasıdır. Bozulmuş gıdaları atarken de çok dikkatli olmak gerekir. Bu gıdalar mümkünse, açık olarak değil de kimsenin ulaşamayacağı şekilde sarılarak atılmalıdır.

Ev koşullarında gıdaların büyük kısmı buzdolabında saklanır. Peki, buzdolabını bilinçli kullanıyor muyuz? Nasıl olsa buzdolabında diyerek, besinlerin saklama süresinin üzerinde dolapta tutulması bakterilerin üremesine yol açar. Gıdalar genellikle serin ve kuru yerde saklanmalıdır. Buzdolapları da çok doldurulmamalıdır. Çünkü çok dolu buzdolaplarında, hava rahatça dolaşmadığı için iyi soğutma sağlanamaz. Buzdolabının en sıcak bölgesi 5-7 derece ve soğuk bölümünün de -4 derece olması gerekir. (Buzluk ve derin dondurucu bu bölümlere dahil edilmemiştir.) Buzdolabınızın içinde bir küçük kaptaki saklayacağınız karbonat, gıdaların kokularını emerek kötü kokuların oluşmasına engel olacaktır.



- Ambalajı açılmış salam, sosis gibi şarküteri ürünlerini buzdolabında 3 gün tutabiliriz. 3 gün içinde tüketilmeyecekse dondurarak bu süreyi 6 aya kadar uzatabiliriz.
- Erzak dolabımızda veya buzdolabında daima ilk aldığımız ürünü önce kullanacak şekilde düzenleme yapalım.
- Süt ve süt ürünleri, ambalajları açılmadığı taktirde üzerinde yazılı olan saklama ısısında son kullanma tarihine kadar tazeliğini korur. Mikroorganizmaların çok kolay üremesi nedeniyle bu ürünler, ambalajları açıldıktan sonra mümkün olan en kısa sürede tüketilmelidir.
- Çiğ et ürünleri, buzdolabında 2-3 günden fazla tutulursa bozulma başlar. Daha uzun süre saklamak gerekiyorsa pişirmek ya da dondurmak gerekir.
- Ürünlerin buzdolabında renk, tat ve koku değişik-

liğine uğramadan saklanabilmesi için folyolar, cam vb. uygun kaplar kullanılması önerilir.

- Örneğin pişmiş bir yemeğin alüminyum bir tencere içinde birkaç gün dolapta bekletilmesi sonucunda, kapla ürün arasında madde alışverişi olur ki bu da insan sağlığı için zararlıdır.
- Dondurulmuş ürünler ise, buzluklarda ve derin dondurucularda saklanır. Bu ürünlerin saklama koşulları ile ilgili tüm bilgiler ambalajları üzerinde bulunur.
- Çok miktarda alınan ve uzun sürede tüketilecek ürünleri ise, dondurmadan önce porsiyonlara ayırın ve uygun ise kaplara koyun.
- Dondurduğunuz güne ait tarihi kaydedin.
- Tüm donmuş ürünler, çözüldükten sonra tekrar dondurulmaz ve kısa süre içinde tüketilmesi gerekir.

Japon mutfağının Boğaz'daki adresi Zuma Restaurant

Zuma Restaurant boğaz manzarası eşliğinde, sakin ortamıyla, Japon lezzetlerinin birleŐtiđi Şık bir mekan. YurtdıŐında da aynı konseptle verilen hizmetle Japon mutfağı konusunda İstanbul'da benzersiz bir deneyim yaratıyor.





Zuma'nın, Londra ve Hong Kong'tan sonra dünyadaki 3. şubesi, İstanbul Doors Group ve Zuma Londra ortaklığı ile Ortaköy'de hizmet vermeye başladı. Zuma, Londra'nın ünlü ve bol ödüllü Japon restoranı olarak tüm dünyada üne sahip. İstanbul şubesinin en büyük özelliği de eşsiz bir boğaz manzarasına sahip olması. Restoranın Boğaziçi'nin kıyısında yer alması önemli, ayrıca muhteşem manzaralı terası da hem yazlık hem de kışlık bir mekan olmasını sağlıyor. Dekorasyonu son derece sade ve şık. Mobilya ve aksesuarları dünyanın farklı yerlerinden getirilmiş.

Konsept olarak Londra Zuma ile aynı. İki kattan oluşuyor. Aperatif için lounge katı, yemek için suşi bar, robata grill ve açık mutfağın olduğu ana salon kullanılıyor. Modern Japon mutfağına ait yemekler arasında ebi tempura, black codi ızgara Şili levreği ve tuna tataki favoriler. Zuma Restaurant, Japonya'da günlük yaşamın yeme-içme geleneği olan "Izakaya" tarzını üstün kalite, malzeme ve ayrıntıya verdiği önemle bütünleştirerek İstanbullulara sunuyor.

Çağdaş Japon mutfağında yemekler ortaya getirilerek paylaşılıyor.

Tam ülkemizin sevdiği şekilde olan bu "ortaya" yemek, aynı anda birçok lezzeti denemenizi de sağlıyor. Ancak favori yemeklerinizi belirledikten sonra kimseyle paylaşmak istemeyebilirsiniz.

Zuma'da önerdiğimiz lezzetler

Ton balıklı sushi (akami) yine denemesi gereken tatlardan. Taze yılan balığı (unagi), somon (sake), levrek (suzuki) mönüdeki diğer gözde sushi seçeneklerinden.

Zuma'nın favorileri arasında yer alan ve wasabi sosuyla beraber servis edilen yengeç, en çok sipariş edilen ana yemekler listesinde ilk sıralarda. Ama Zuma'da ille de deniz ürünleri yemek zorunda değilsiniz tabii. Mönüde et yemeklerinin sayısı da hayli kabank. Yemeklerin sunumları yalın ve hoş. El yapımı servis tabaklarının Japonya'da bir usta tarafından Zuma için özel üretilmiş olması da yine hoş bir ayrıntı.

Adres: Salhane Sok. No: 7

Ortaköy-İSTANBUL

Tel: 0212 236 22 96 - 0212 236 25 96



Y Kuşağı'nın en belirgin özelliği Sorgulamak

Kuşaklar ekseninde iç ve dış müşteri davranışları ve işveren markalama çalışmaları yapan Evrim Kuran ile Türkiye'deki kuşak farklılıkları üzerine bir sohbet gerçekleştirdik.

Kuşak araştırmalarına nasıl başladınız? Kuşaklarla ilgili dikkatinizi ilk ne çekti?

Ben odak alanı jenerasyonel sistemler olan bir yönetim danışmanıyım. İç müşteri ya da dış müşteri tutundurma, motivasyonu, etkileşimine dair yaptığım tüm çalışmaların merkezinde kuşak teorisi yer alıyor. Şirketlerle, tüketici markası ya da işveren markası çalışmalarında hedef kitleleri olan kuşak segmentlerine uygun iletişim stratejileri geliştirmeleri konusunda danışmanlık veriyorum. Seminer ve konferanslarda konuşuyor, yazılar yazıyorum. İç ve dış müşteri segmentasyonunda kullanılan SES (Sosyo Ekonomik Statü) gibi yöntemlerin yeterince kapsayıcı ve niteleyici olmadığını fark ettiğimde, Türkiye'nin demografik yapısının zenginliğinden de etkilenerek, kuşak çalışmalarına yoğunlaşmaya karar verdim. 2000'li yılların başında yüksek lisans çalışmamda tez konusu olarak belirlediğim organizasyonel çekicilik ve Y jenerasyonu ilişkisini araştırarak başladığım çalışmaları, son 10 yıldır derinleştirdim ve Türkiye genelinde ve çeşitli komşu ülkelerde yaptığım araştırma ve uygulamalarla da zenginleştirdim. 10 yıl öncesinden epey farklı olarak, bugün geldiğimiz noktada,





Evrım Kuran www.evrımkuran.com

Dinamo Danışmanlık

Yönetici Ortak / Universum - Orta Doğu Direktörü

Hacettepe Üniversitesi İngiliz Dili ve Edebiyatı, Marmara Üniversitesi HR Management & Development ve Sabancı Üniversitesi Executive MBA bölümlerinde öğrenim görmüştür. 2005 yılından bu yana kurucu ortağı olduğu Dinamo Eğitim & Danışmanlık'ta kuşaklar ekseninde iç ve dış müşteri davranışları ve işveren markalama çalışmaları yapmaktadır. Çeşitli ulusal ve global markaların işveren markası danışmanı olan Kuran, işveren markası alanında dünyanın önde gelen araştırma ve danışmanlık şirketi Universum'un Orta Doğu Direktörlüğünü de sürdürmektedir. Evrim Kuran'ın ayrıca çeşitli süreli yayınlarda ve portallarda yazıları yayınlanmaktadır.

özellikle Gezi direnişi ile birlikte son 1 yıldır her kesimden insan Y kuşağını çok sık telaffuz eder oldu. Bu bir anlamda sevindirici; öbür tarafta ise kavramın içini boşaltma tehlikesine karşı dikkatli olunmalı.

Jenerasyon teorisi ve Y Kuşağı meselesi bir süredir "trend" olan popüler bir gündem olmanın ötesinde bir yerde. Jenerasyon teorisi, bireyleri etiketlemek, onları kategorilere yerleştirip, davranışlarını genellemeye yaramıyor. Jenerasyonları anlamının, organizasyonel sistemlerdeki mücadele alanlarında sihirli değnek etkisi yoktur; ancak belli başlı davranış kalıplarını analiz etmek ve anlamlandırmakta güçlü bir "lens" rolü görür. Jenerasyon teorisi, bir kuşak gelişirken, çalışırken, bir ürünü tüketirken, vs. hangi motiflerle hareket ettiğine dair genel bir harita çıkarabilmemize imkan tanıyan güçlü bir araçtır.

4 tane kuşak arketipi var ve bu arketiplerin temsilcisi olduğu dönemler süreç içerisinde döngüsel biçimde kendini tekrarlar, dönemlere verilen isimler (ya da harfler) değişiyor. Daha basit haliyle, örneğin bugün Y kuşağı diye tanımladığımız kuşak arketipi, içinde bulunduğumuz yüzyılda "Y" olarak adlandırılıyor olsa da, aslında Y dediğimiz kuşak, HERO arketipinin yirminci yüzyıl yansıması. Yani yirmibirinci yüzyılda HERO arketipi bir başka kuşak olarak karşımıza çıkabilir; üstelik yine Y kuşağına benzeyen bir davranış biçimi ile. Ama soruyu günlük yaşamda karşılaştığımız en eski kuşak hangisi şeklinde ele alacak olursak, 1927 – 1945 yılları arasında doğduğu varsayılan Sessiz Kuşak'tan bahsedebiliriz ki bu kuşak Türkiye nüfusunun % 7'sini oluşturuyor. (Bu arada, an itibarıyla Türkiye'de çok az sayıda da olsa Sessiz Kuşak ön-

cesi doğmuş olan ve hala yaşayan Cumhuriyet öncesi kuşağın mevcut olduğunu not düşmekte fayda var.)

Şu an Türkiye'de hangi kuşaklar bir arada yaşıyor? Bunların özelliği nedir?

1927-45 arası doğduğu varsayılan Sessiz Kuşak'tan başlayarak ele alacak olursak, Sessiz'leri 1946-64 arası gelen BB (Bebek Bombardımanı) kuşağı takip ediyor. Bu kuşak da Türkiye'nin % 19'unu oluşturuyor. Ardından gelen kuşak X kuşağı ve 1965-79 yıllarını kapsıyor; Türkiye nüfusunun % 22'si. 1980-99 arası olduğunu varsaydığımız Y kuşağı nüfusumuzun % 35'ini oluşturuyor ve 2000'den sonra doğmaya başlayan ve hala dünyamıza gelmeye devam eden Z'ler ise şimdilik % 17.

Baby Boomers kuşağına "Sandviç kuşağı" da deniyor çünkü aynı evde hem ebeveynlerine hem çocuklarına baktılar! Bu yıllar, dünyanın insan hakları hareketlerini ve radyonun altın çağını, Türkiye'nin ise ihtilali ve çok partili dönemi yaşadığı yıllar. Önceki döneme kıyasla ciddi nüfus artışının yaşandığı ve ilk televizyonun dünyaya geldiği bu dönemin insanların işe dair tutumlarını özetlersek, şöyle diyebiliriz: "ÇALIŞMAK İÇİN YAŞAMAK!"

X Kuşağı, kuşak döngüsünde bireyciliği temsil eden bir grup. Paraya daha fazla odaklanan bu kuşağın kadınlarının da iş gücüne daha fazla katılmaya başlaması ile X jenerasyonu daha az çocuk sahibi olunan bir dönem olarak tarihte yerini alıyor. İşe dair tutumunu ise şu sözcükler özetliyor: "YAŞAMAK İÇİN ÇALIŞMAK!"

Y Kuşağı: Türkiye'de yaşayan 77 milyon kişinin % 35'i bu kuşağa ait. Bir başka deyişle, Avrupa'nın pek çok ülkesinin toplam nüfusundan daha fazla sayıda Y kuşağı birey var ülkemizde. Komüniteye ait olma talebi, paylaşım, haz odaklılık, süreçten keyif alma ve takım bilincini yansıtan

bu kuşağın iş yaşamına yönelik tutumu ise şu şekilde: “İŞ VE YAŞAM DENGESİ!”

Z Kuşağı: Şu an en büyüğü 14 yaşında olan bu kuşağın günlük hayatı ve iş dünyasını nasıl etkileyeceğine dair fütüristik yorumlar yapıyor. Meslek tercihlerinde ciddi farklılıklar olacağı, doktorluk, avukatlık gibi zaman ve emek gerektiren meslek dallarının değer kaybedeceği gibi yorumların yanı sıra, Strauss ve Howe'un başını çektiği jenerasyon teorisinin, sistemin her 80 ila 100 yılda bir kendini tekrarladığı ve başa döndüğü prensibine bakarsak, Z jenerasyonu, tekrarı oldukları Sessiz Kuşağın spiritüelliğini de yaşama yeniden kazandıracak.

Birbirinden en çok ayrışan ve birbirinin zıttı olan kuşaklar hangisi?

Doğal olarak, ardıl kuşaklar birbiriy-le en çok çelişen grupları oluşturuyor çünkü her jenerasyon bir önceki neslin yerleştirdiği kavramlara meydan okuyor – ki bu zaten gelişim için gerekli de bir olgu. Bununla birlikte en belirgin çatışmanın X ve Y arasında olduğunu gözlemliyorum. Çünkü X net bir biçimde bireyselliği, Y ise takım olmayı, komünitenin gereğini vurgulayan bir kuşak. Y kuşağının yaşamındaki ölçü birimi zaman; bir başka deyişle kantiteden çok kalite. Keskin biçimde sonuç odaklı bir tarzda yetişmiş olan X kuşağına kıyasla, Y kuşağı sürecin önemini vurgulayan bir yaklaşımda. Süreçten keyif almaya istekli. Takım içinde, takım ruhu ile çalışmayı seviyor. Onlara boşuna “Y” demiyoruz. İngilizce alfabede “WHY?” (Neden?) diye okunan bu harf, jenerasyonun en belirgin özelliklerinden birini anlatıyor: Sorgulamak. Düşüncede ve tavırda oldukça bağımsız yetiştirilen Y jenerasyonu, anlam veremedikleri her konuyu sorgulamak ve yeri geldiğinde statükoya meydan okumaktan kaçınmıyor. En önemli motiva-

törün ise dahil edilmek olduğunu düşünüyorum.

Kuşak değerlendirmeleri global olarak birbirinin aynı mı? Yoksa coğrafya, kültür ya da ülkelere göre değişiyor mu? Kuşakların özelliklerini belirleyen en büyük etken nedir, teknoloji, ebeveyn'ler?

Elbette coğrafi ve sosyoekonomik etmenlerin, kuşaklara ait davranış modellerinin ortaya çıkmasında belirleyici rolü var. Bununla birlikte, dünya çapında yapılan Y kuşağı araştırmalarının işaret ettiği önemli bir konu şu: Bölgesel farklılıkların en minimal olduğu kuşak Y kuşağı. Türkiye'nin Y kuşağına bakıldığında da dünyadaki –özellikle de gelişmiş batı ekonomilerindeki- Y kuşağından çok da dramatik farklılıklar olmadığını görüyoruz. Ancak yıl aralıklarında belirgin bir farklılık var. Batıda araştırmacılar Y kuşağını 1975'lerde başlatabiliyorlar; zira eve ilk PC'nin girdiği yılları baz alıyorlar. Bizde ise 1980'den önce kuşak geçişi olması mümkün değil; hatta 1985'ten itibaren belirgin Y hareketlerini gözlemleyebiliyoruz. Kuşağın bitiş yılı olarak ise 1999'u varsayıyoruz. Türkiye içindeki bölgesel farklılıklara gelince, bu konuda ülkenin tüm bölgelerinde ve birbirinden çok farklı kentlerde araştırmalar yapma şansı olmuş biri olarak en önemli gözlemim şu: Temel algı aynı kalırken, sadece kültürel soslar değişebiliyor. Örneğin, bir gencin ülkenin doğusunda veya batısında yer alması bilgiye erişim hızını ve dolayısıyla viral etkisini farklılaştırıyor. Veya, aile etkisini tüm bölgelerde tespit edebilmeniz mümkün.

Kuşakların iş yaşamına, yönetsel olarak getirdikleri avantajlar ve dezavantajlar var mı?

Türkiye'de şirketler ağırlıklı olarak 2 kuşaktan, yani X ve Y'lerden oluşuyor. Bu aslında oldukça ilginç bir

denklem. Fiziksel olarak birbirine bu denli yakın ama kültür ve anlayış olarak da bir o kadar uzak iki jenerasyondan bahsediyoruz. Şimdi Y'ler yönetici de olmaya başladılar. Hatta bugün Türk iş dünyasında tepe yöneticiliğe hazırlanan Y'ler de yok değil. Kuşkusuz ki performansı ölçerken, değerlendirirken, yönetirken farklı kriterler kullanmamızı gerektiren bambaşka bir çalışma anlayışları var. Hepimizin artık çok iyi bildiği gibi, Y çok daha fazla iş değişikliği yapmaya meyilli. Pek çok şirket tanıyorum ki, buradan yola çıkarak çalışan devir oranı sorununu çözenin bir yöntemi olarak daha düşük devir oranını yöneticilerine bir performans kriteri olarak koyuyor. Buna katılmadığım gibi, çok manipülatif bir hareket olduğundan tehlikeli olabileceğini de düşünüyorum. Bence modern şirket bugün artık sadece “Y kuşağının devir oranını nasıl düşürürüm”e odaklanmaktan vazgeçip, şu 2 önemli konuya kafa yormalı: 1. Bu çalışan organizasyonunda kaldığı süre içerisinde onunla en fazla nasıl değer yaratabilirim? 2. Nasıl öpüşerek ayrılalım! Bu ikincisinin ne kadar önemli olduğunu anlamak için kuşağın viral etkisini hatırlamamızda fayda var.

Bir başka önemli farklılık ise motivasyonel ölççeklerde. Y kuşağının yaşamındaki ölçü birimi zaman; bir başka deyişle kantiteden çok kalite. Bu kuşak süreç odaklı. Sadece sonuç yaratmakla değil, süreçte değer yaratmakla ve süreçte keyif almakla da ilgileniyor. Dolayısıyla hedef tayinleri ve performans değerlendirmeleri de buna uygun bir anlayış gerektiriyor. Şirketlerin artan sayıda Y liderliği ile birlikte karşılaşacakları hoş resimlerden biri de takım olma bilinci ve bunun getirdiği zenginlikler olacaktır. Bireysel çalışmalarda son derece yüksek performans gösterebilen X kuşağına kıyasla, Y kuşağı takım içinde, takım ruhu ile çalışmayı seviyor.

Y liderliğiyle şirketler için daha etkin



ve işlevsel geribildirim mekanizmalarının çalışılması gerekecek. X kuşağı iç referanslı bir düşünce yapısını temsil ediyor. Bir başka deyişle, kendi bildiği ve inandığının dışına çıkmak istemiyor. Y kuşağının ise dış referanslı bir tavır içinde olduklarını, yani diğerlerinin düşünce ve görüşlerini önemsediklerini söylemek mümkün.

Dinamo Eğitim & Danışmanlık'ta kuşaklar ekseninde iç ve dış müşteri davranışları ve işveren markalama çalışmaları yapıyorsunuz. Bu çalışmalarınızdan bahsedebilir misiniz?

'İşveren markası' kavramı, dünyada 10 yıllık geçmişe sahip bir kavram. Türkiye'de ise büyük bir hızla iler-

liyor. Artık Türkiye'de de çok başarılı olan lokal işveren markaları var. Aynı zamanda, Türkiye'de çalışan global markalar da işveren markası dillerini bu ülkeye göre lokalize etmeye çalışıyor. Nasıl tüketici markası dışındaki müşterinin etkileşimini yönetmeyi ve yönlendirmeyi hedefliyorsa, işveren markası da içeride ömür boyu marka elçisi olarak kalabilecek iç müşterinin bütün hayatına dokunuyor. Örneğin; Türkiye'ye baktığımızda, genç bir arkadaşın bir şirkette yaklaşık olarak çalışma ortalaması 2, 4 yıla indi. Bu da, şirketlerin işveren markası alanına daha çok özen göstermesi gerektiğini gösteriyor. Çünkü; 2, 4 yıl sonra o şirketten ayrılıp giden kişi, o şirketle ilgili olumlu ya da olumsuz tüm anılarını, hayatının geri kalan kısmında da

ayrıldığı yerin marka elçisi olmasını ya da olmamasını belirleyecek şekilde yanında götürüyor. Bu durum, birkaç yıl sonunda, kontrol edilemez bir kanal haline alabilir. O yüzden de şirketler, iç iletişimlerinde, mevcut veya önceki çalışanları ile potansiyel adaylarını stratejik olarak yönetebilmek için işveren markası yatırımları yapıyorlar. İşveren Markası'nı tek kelimeyle özetlemem istendiğinde REZONANS diyorum. Yani yankılanmak; belli bir frekansta titreşmek. Kendinizi salıncak sallarken düşünün. O salıncağı daha da yükseğe erdirmeye çalışmak için belli bir tempoda itmeniz gerekir. Tempolu itme sağlamadığınız takdirde çok fazla güç sarfetseniz dahi salıncağı daha yükseğe erdirmemezsiniz çünkü salıncağın eylemsizlik halinden ötürü zorla verilmek istenen kuvvet ne kadar hızlıysa, salıncak o ölçüde direnir. Siz de gereksiz yere yorgun düşersiniz! İtme ritmini eylemsizlikten etkilenmeyecek şekilde yavaşlattığımızda ise kendimizi çok rahat hissediyoruz ve çok fazla çaba harcamadan salıncağı yükseğe iteriz. İşte bu bize rezonansın yakalandığını gösterir. İş yaşamı da diğer tüm yükümlüklerimiz gibi salıncağı andırmıyor mu? Amacımız o salıncağı daha da ileri itmek değil mi? Ve bazen çok fazla çaba sarfettiğimiz halde salıncağı yükseltmediğimizi ve boşuna yorulduğumuzu hissetmiyoruz mu? Tam da bu noktada rezonans imdadımıza yetişebilir... Rezonans sağlanması için birden fazla kuvvetin belli frekansta titreşmesi gerekir demiştik. İş yaşamında rezonans sağlayabilmek için, tüketici markası ekseninde dış müşteriye önerilen değer ile "işveren markası" adıyla iç müşteriye sunulan deneyimin belli frekansta titreşmesinin, uyumlanmasının özellikle yeni nesil çalışanları çekmek ve tutmak için anahtar nokta olduğunu düşünüyorum.



AKKOL KONSEPT GÜNLER'DE MÜZİK ZİYAFETİ

Akkol Konsept Günler Organizasyonu kapsamında Akkol Çolakoğlu Kavacık'ta Müzik organizasyonu düzenledik. Enfes bir müzik ziyafeti ve birbirinden lezzetli ikramlarla yorgunluklara bir dinlenme molası verdik.

ADAY MÜŞTERİLERİMİZ TARAFINDAN DENETLENDİK



3. AKKOL VİZYON'DA FUTURİST UFUK TARHAN DA BİZLERLE BİRLİKTEYDİ



GGD VE TEĞEP' E ÜYE OLDUK

GIDA GÜVENLİĞİ DERNEĞİ (GGD)

Gıda Güvenliği Derneği, Türkiye Kalite Derneği (KalDer)'nin gıda sektöründeki üyelerinin 'Temiz Mutfak' projesi çalışmalarına yönelik kurulmuştur.

Akkol Genel Müdür Yardımcımız Ferhunde Atalar, Temiz Mutfak Projesini başlatmış, proje liderliğini yürütmüş ve hemen ardından Gıda Güvenliği Derneğinin kuruluşuna bizzat destek vermiştir.

GGD bugün, gıda güvenliği bilincinin geliştirilmesinde üretimden tüketime yön verici, organize edici, yaygınlaştırıcı faaliyetlerde bulunan lider bir kurumdur.

TÜRKİYE EĞİTİM VE GELİŞİM PLATFORMU (TEĞEP)

Kurumlar, eğitimciler, akademisyenler ve eğitim alanlardan oluşan paydaşları ile iş birliği içinde fikir üretip, araştırma ve geliştirme yapıp, ilkeler belirleyerek, öncü ve yerel bir öğrenim kültürünün yayılmasını sağlamak misyonu ile yola çıkmış; öğrenme kültürünü toplumun tüm katmanlarına yaymayı vizyon olarak belirlemiş bir dernektir.



AKKOL AİLESİ ETKİNLİKLERE DEVAM EDİYOR



EKİBİMİZ "TS ISO 10002 MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ" EĞİTİMİ ALDI

Tüm Departman Yöneticilerimiz, Operasyon Yöneticilerimiz, Proje Müdürlerimiz, Aşçıbaşlarımız, İç Tetkikçiler ve Kalite Sorumlularından oluşan 110 kişilik AKKOL Ekibine yönelik kalite eğitimleri kapsamında, TS ISO 10002 Müşteri Memnuniyeti Yönetim Sistemi eğitimi verildi. Eğitim programı süresince müşteri memnuniyeti ve müşteri şikayetlerinin değerlendirilmesi, yönetim sistemi ve uygulaması konusunda bilgiler paylaşıldı ve grup uygulamaları yapıldı.



3.AKKOL



Gelişme, hiç bir zaman

AKKOL Vizyon toplantıları devam ediyor. 3. Akkol Vizyon Toplantısı'nda coşkulu bir ortamda; dönemin değerlendirildiği verimli bir toplantı gerçekleştirildi. Bunun yanı sıra, geleneksel ödül

VİZYON



sona ermeyecek bir süreçtir

Akkol ailesi yine bir aradaydı. Yeni döneme yönelik hedeflerin belirlendiği ve geride bırakılan töreni ile dereceye giren mutfaklar müşteri memnuniyeti ve hijyen ödülleri aldı.

3. Akkol Vizyon Toplantımızı gerçekleştirdik





teket®

teklezzet

Doğadan Sofranıza

Teket, 1959 yılından itibaren süre gelen tecrübesini, günümüzün gelişen teknolojiyle birleştirerek hazırladığı tesisinde, Dana Karkas Et, İşlenmiş ve Paketlenmiş Kırmızı Et, Özel Üretim Baton ve Pişmiş Kesilmiş Tavuk ve Et Döner, Köfte Çeşitleri ve benzeri ürünlerini, soğuk zincir halkası kırılmadan, doğru ve zamanında sevkiyatı ile sizlerin hizmetine sunmaya devam etmektedir.

Ürünlerimiz, İslami Usullere göre ve Türk Gıda Kodeksi, Et Ürünleri Tebliğine uygun olarak hazırlanır, tüm işlemler Veteriner hekim ve Gıda mühendisleri gözetiminde yapılmakta ve ISO 22000 gereği ile de takip edilmektedir.



www.teket.net

Kurumlarda Koçluk ve Mentorluk Uygulamaları

Kurumlarda koçluk ve mentorluk uygulamalarının amacı; daha üretken, daha yaratıcı ve çözüm odaklı bir kültürün yerleşmesidir.



Ferhunde Atalar
Akkol Grup GMY
Yönetici ve Kurumsal Koç

Koçluk ve Mentorluk kişinin gelişmesine yardımcı olan iki farklı yaklaşımdır. Aslında amaç aynıdır, sadece yöntemlerde farklılık vardır.

Biri ötekinden üstün müdür?

Ne zaman hangisine başvuralım?

Hangisi daha etkilidir?

Bu yazımda, birbirine karıştırılabilen Mentorluk ve Koçluk hakkında şirket uygulamaları ve deneyimlerimden söz edeceğim. Önce, Koçluğun babası Sokrates'in Üç Filtre Testi'ni hatırlayalım...

Sokrates'in Üçlü Filtresi

- Arkadaşınla ilgili ne duyduğunu biliyor musun?

Bir dakika bekle diye cevap verdi Sokrat.

- Bana bir şey söylemeden evvel senin küçük bir testten geçmeni istiyorum. Buna "Üçlü Filtre Testi" deniyor. - Üçlü Filtre?

Doğru, diye devam etti Sokrat.

- Benimle arkadaşım hakkında konuşmaya başlamadan önce, bir süre durup ne söyleyeceğini filtre etmek, iyi bir fikir olabilir.

Birinci filtre "Gerçek Filtresi"

- Bana birazdan söyleyeceğin şeyin tam anlamıyla gerçek olduğundan emin misin?

Hayır, dedi adam, Aslında bunu sadece duyduğum ve...

Tamam, dedi Sokrat, Öyleyse, sen bunun gerçekten doğru olup olmadığını da bilmiyorsun.

Şimdi ikinci filtreyi deneyelim, "İyilik Filtresi"

- Arkadaşım hakkında bana söylemek üzere olduğun şey iyi bir şey mi? - Hayır, tam tersi...

- Öyleyse, diye devam etti Sokrat. Onun hakkında bana kötü bir şey söylemek istiyorsun ve bunun doğru olduğundan emin değilsin. Fakat yine de testi geçebilirsin, çünkü geriye bir filtre daha kaldı.

Şimdi, üçüncü filtreye bakalım; "İşe Yararlılık Filtresi"

- Bana arkadaşım hakkında söyleyeceğin şey benim de işime yarar mı?

- Hayır, gerçekten değil.

İyi, diye tamamladı Sokrat. Eğer, bana söyleyeceğin şey doğru değilse, iyi değilse ve işe yarar, faydalı değilse bana niye söyleyesin ki?

Sonuç olarak; sınırlayan inançlarımızı, engelli düşüncelerimizi bu biçimde sorgulamak, gerçekten kendimize yapacağımız en büyük iyilik olacaktır. İşte, cesur-güçlü sorular sorarak bunu kendimiz yapabilir, koçlardan destek alabiliriz.



Koçluk mu alalım? Mentor mu bulalım? Hangisi etkilidir?

Ne yapmak istediğinize bağlı. Bu teknikler hangi amaçla ve nerede kullanılır? Bu detaylara girmeden önce, Mentorluk nedir ona bakalım....

Mentor kelimesinin kökeni mitolojiden gelmektedir. Homeros Odyssia'da Ithaca Kralı Ulysses'in savaşa gitmeden önce oğlu Telemachus'u en yakın arkadaşı Mentor'a emanet ettiğini anlatır. Kralın savaştan dönmesi yirmi yıl alır ve Mentor, prensi kralın yokluğunda en iyi şekilde eğitir ve yetiştirir.

Mentor kavramının tarihçesi, birkaç nedenden dolayı yol göstericidir. Birincisi, yetiştiriciliğin miras özelliğinin altını çizmesidir. Bu liderler, kendisinden sonra bir değer bırakmak gerektiğini bilir. İkincisi ise, deneyimle bilgeliği birleştirmesidir.

Mentorluk nedir?

Deneyimli ve konusunda uzman bir kişinin (mentor) bilgi ve deneyimini, diğer bir kişiye (mentee-protege) aktardığı ve ona örnek olduğu, öğrenme ve gelişim ilişkisidir.

Mentor

- Kişiyi bir alanda geliştiren kişi
 - Tercihen kurumun içinden olurlar
 - Belli bir alanda gelirler
 - Mentor, mentorluk alan kişinin sorumluluğunu taşır
 - Onu takip eder
 - Mentee'nin gelişiminden ve hedefe ulaşmasından sorumludur.
- Mentorluk, yıllar öncesinden bütün zamanlara doğru yürüyen, bu günün tüm organizasyonlarında hayat bulan, canlı-yaşayan, gelişim ihtiyacını karşılayan uzun soluklu bir ilişkidir. Tam potansiyeli kullanmaya yardımcı olur.
- Mentorluk tesadüfen oluşmaz. Yararlan da bir anda ortaya çıkmaz. İlişkisel bir boyut taşır, ama iyi bir arka-



daşlığın ötesindedir.

Tarihte bu süreç; mentor'un niyeti ve mentee'nin kararlı, sabırlı ve gerçek talebi ile başlar...

Mentor aracılığıyla yetiştirilen bireyler, deneyimden etkilenmekte, bu alanda gelişmek için doğal bir merak ve coşkulu bir enerji ile gayret sarfetmektedirler. Eğer yetiştirilmek üzere olan kişide coşkulu bir istek ve hak ediş yoksa verme eylemi durur.

Buna Doğal Mentorluk denilebilir mi?

İhtiyacı olan kişiler mentorun bu deneyim, bilgi ve işçısına çekilirler. Günümüz iş dünyasına bakarsak mentorun yine verme niyeti, aktarmını kalpten yapılabilmesi ilişkinin temeldir. Ve bu durum özgündür, özeldir, adeta iş tanımlarına sığmaz... Eğer hak ediş yoksa, şeklen devam edebilir ve bence deneyim aktarmı durur. O halde, ortak nokta HAK EDİŞ'dir.

Bu bilgiler sonrasında mentor ve mentee ilişkisine tekrar bakalım.

Bilgisini, tecrübesini, aklını paylaşmaya hazır bir bireyin; benzeri donanım ve değişimi dileyen bir kişi ile arasındaki destekleyici ilişkiyi temsil eder.

Peki, günümüz iş dünyası Mentorları ne yapar, nasıl yapar?

- Profesyonel kariyer, yönetim ve liderlik becerileri ile rol model olurlar
- Açık fikirli, esnek ve desteğe ihtiyaç duyulan alanların farkında olurlar
- Kendisini ve diğerlerini geliştirmeye istekli olurlar
- İletişimde ve ilişki yönetiminde başarılıdır.
- Tüm iş yoğunluğuna rağmen mentee'si için zaman yaratır ve ulaşılabilir olurlar.

Kurum Kültürü

Mentorluk, kurum içindeki değerli bilginin, kurum kültürünün, liderlik deneyimlerinin ve tecrübelerin belirli bir sistem çerçevesinde yönetim kadrosuna aktarımı ve deneyimli yöneticilerin kendilerinden daha az deneyimli, gelecek vadeden, şirkette önemli görevlere gelmesi beklenen çalışanların kişisel, kariyer ve mesleki gelişimlerine destek olunmasını sağlar.

Mentorluğun kurum açısından en büyük getirilerinden biri de çalışanların kurum bağlılığının artması ve çalışanların performansının yükselmesidir.

**Mentorluk İlişkisinde Verilen Mesaj
Evet, Sen de Yapabilirsin...**

Tabii hemen burada kurum kültür devreye giriyor. Bunun için, şirketlerin deneyimli çalışanlara alan açan, deneyimin önemine dair bir etki alanı oluşturması ön koşuldur. Çünkü mentorluk bu iklimde var olabilir. Bu da tıpkı kişilerde olduğu gibi şirketlerin hakkedişidir.

İşte o zaman, mücevher değerindeki deneyimlerin yeni çalışanlara gönülden aktarım alanı oluşacaktır.

FA

Koçluk nedir ona bakalım

Koçluk istenen performansa ulaşmak için koç (coach) ve danışan (coachee-performer) arasında kurulan, danışanın çözüm üretmesine yönelik planlı bir gelişim ilişkisidir

Koçluk ve Mentorluk potansiyeli aktive eder ve potansiyeli performansa çevirir. Bütün olan, bilge ya da bilen tarafımızın ortaya çıkarılma sürecinin desteklenmesidir.

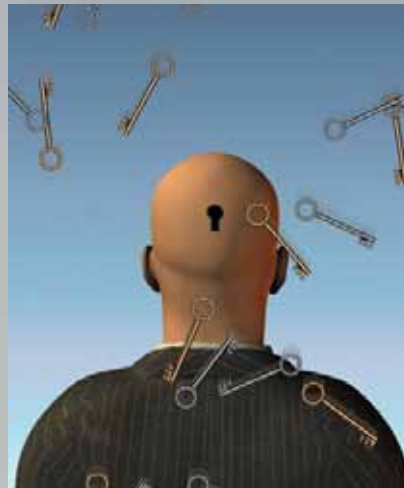
FA

Jonas Salk de şöyle der;
"Doğru soruları bulunuz.
Cevapları icat etmenize
gerek kalmayacak, mevcut
cevapları bulacaksınız."

Peki, Koçluk nereden geliyor?

Bugünün dünyasında koçluk dediğimiz uluslararası yaklaşım temellerini, ağırlıklı olarak Sokrates'ten alır. Sokratik diyalog, tez ve antitez üzerine yapılanmıştır. Antitez odaklı sorular, tez odaklı yanıtlarla oluşan diyalog yeni bir alan açar. sonunda bir sentez ortaya çıkar. Kişinin bilinci adeta bir üst realiteye sıçrar, bu yeni bir biliş halidir. Farkındalık artmıştır. İşte! Binlerce yıllık felsefi yaklaşımlar, yeni düşünce ve sorgulama teknikleri, günümüzün kişisel ve kurumsal gelişim bilgileri ile birleşince yeni bir meslek olan doğar. Adı: KOÇLUK

Tüm dünyada hızla yükselen, başanlı sonuçları ile hepimizi hayrete düşüren Koçluk sorularla çalışır. Tüm varoluşu ile güçlü sorular sorar ve derin dinler.



Koçluk içimizdeki kapıları açar...
FA

Koç

- Alanın tamamen dışında olabilir
- Meslekten bile olmayabilir
- Kişinin ulaşmak istediği hedefe gitmesinde yol arkadaşıdır
- Soru sorar, çözümleri kişiye buldurur, çözüm üretmez
- Tavsiye vermez
- Hedefi ortaya koymasını sağlar
- Geçmişle işi olmaz gelecekle uğraşır

Koçluk İlişkisinde Verilen Mesaj:
"Sana yatırım yapıyorum, senden yüksek performans bekliyorum. Sana güveniyorum"

İyi bir Koç; liderlik, motivasyon, derin ve güçlü soru sorma, sezgiyi kullanma, cesaretlendirme, etkin dinleme, odakta tutma, geribildirim verme, sorumluluk yaratma, özyönetim, sınırlarını zorlama gibi bazı önemli yetkinliklere sahip olmalıdır ki; bir başkasına bu desteği verebilsin...

Yöneticilerin %84'ünün iş hedefleri arasında koçluk yapmak var ve koçluk yapmayı seviyorlar. Çalışanların %87'si kendisine koçluk yapılmasını istiyor; ancak sadece %52'si yöneticilerinden koçluk alıyor.

BlessingWhite Consultancy,
2009

Koçluk ve Mentorluk

İş Yaşamına Yönelik Koçluk daha çok çalışanların tavır ve tutumlarıyla ilgili ilgilenebilir. Belirlenen hedeflere ulaşmada doğru adımları, doğru zamanda atmak önemli...

Koç, kişiye kendi yolunu bulduruyor. Etkin dinleme ve güçlü-cesur sorularla potansiyeli aktive ediyor. Zamanında hedefe ulaşılmasını kolaylaştırıyor ve çözümü bulduruyor.

İş Yaşamına Yönelik Mentorluk Çalışanların potansiyellerini ortaya çıkarmayı ve geliştirmeyi hedeflemektedir.

Mentor bunu bizzat rol model olarak yapıyor...

Çalışana, doğru donanım, eğitim, motivasyon verdiğimiz takdirde; potansiyeli performansa dönüştürebiliyoruz.

Günümüzün iş dünyasında mentorluk kavramı farklı bir boyut kazanmış; ekip kurma, lider geliştirme ve kariyer yönetimi gibi konulara odaklanmıştır. Performansla ilgili konuların ise, koçluk yaklaşımıyla daha etkili yönetildiği ortaya çıkmıştır.

Mentor, çalışanların işlerini kolaylaştıran lider yöneticilik niteliği ile İş Yapış'ı öğretiyor, deneyim aktarmı yapıyor, yol gösteriliyor ve kişiyi yolda tutuyor.

Tekrar soralım... Koçluk mu? Mentorluk mu?

Her ikisinde de.

Amacı ortak, sadece, yöntem ve tekniklerinde farklılık var.

Ortak Nokta Nedir?

Potansiyelin Performansa Dönüştürülmesidir...

Biz kim ile çalışalım şimdi?

Bir Koçla mı? Mentorle mi? Hangisine ihtiyacımız var?

Zaman zaman her ikisine de ihtiyacımız var.

FARKLAR ve ORTAK ALANLAR



Her ikisinin amacında da farkındalık arttırmak kişi ve kurumları ileriye doğru götürmek var.

Ne zaman-Kim ile çalışalım

• Eğer, içinizdeki kapıları açmak istiyorsanız, KOÇLUK alabilir ve kendinize uygun bir MENTOR bulabilirsiniz.

• Ekibinizin potansiyelini aktive etmek istiyorsanız; MENTORLUK ve zaman zaman KOÇLUK uygun olacaktır.

• Kuruluşunuzdaki entelektüel sermayeyi geleceğe taşımak istiyorsanız, MENTORLUK.

• Eğer, zaman kısıtınız varsa, amacınıza göre; GRUP KOÇLUĞU ve GRUP MENTORLUĞU alabilirsiniz.

• İş hayatında ihtiyaç doğrultusunda; mentorluk yaklaşımı, aynı zamanda koçluk tekniği kullanabilirsiniz.

Her ikisinin sentezlenerek, harmanlanarak, karma kullanımı da DOĞRU ve ETKİLİ bir yöntem olacaktır.

Sonuç olarak, en ideal durum; sadece mentorluk veya sadece koçluk siste-

minden yararlanmak yerine, her iki sistemin de güçlü olduğu alanlardan, gerektiği durumlarda ve ihtiyaca göre, birlikte yararlanmak uygun olacaktır. Her iki yöntemin sürdürülebilir uygulanması; çalışanların ve kuruluşların yetkinliklerini artıracak kişiler, kendi yaşamlarının liderliğine; kurumlar ise, TOPLAM KALİTE = MÜKEMMELLİK YOLCULUĞUNA doğru ilerleyeceklerdir...

Kuruluşlara ışık olan Mentor ve Koçlara, bu ışığa çekilen tüm çalışanlara sevgilerimi iletirim.



Günde sadece 2 dakikayla hayatınızı nasıl değiştirirsiniz?

İtiraf edeyim, bu tür başlıklara çoğu zaman güvenmem. Çok iddialı başlıklar genelde okuyucuyu içeriye çekmek için atılır ve içeride de çoğu zaman yeterli ve tatmin edici bilgi bulamazsınız. Evet, bu başlığı sizi içeriye çekmek için attım, ancak diğer yazılardan farklı olarak, ben içerikle de sizi tatmin edeceğime inanıyorum.

İbrahim Babadağı

Dikkat ettiyseniz, mutlu olmak çok zor, çok kolay bir şekilde mutsuz oluyoruz. Yürürken çamura basmak bizi çok mutsuz ediyor ama sağ salım eve varabilmek bizi mutlu etmiyor. Sevgilimizle ayrılmak bizi çok mutsuz ediyor ama bizi evde hep bekleyen ailemiz için mutlu olmak hiç aklımıza gelmiyor. Garip bir şekilde, insan psikolojisi negatifiğe kaymaya çok daha müsaittir. Mutlu olmak için hep çabalamamız gerekir çünkü hayat içerisinde bizi mutlu edecek detayları bir türlü yakalayamayız.

İşte bu detayları yakalayamayızın sebebi aslında kendimize onları keşfedecek kadar zaman ayıramamamız. Halbuki günde ayıracağımız 2 dakika bu detayları keşfetmemize yol açabilir. Yani, hayat mücadelesinden, gün içi koşturmacasından koparak sadece 2 dakikayı kendinize ve sevdiğinizinize, aşağıya yazdığım şekilde ayırmanız sizi gerçekten mutlu bir insan yapabilir. Denemeden bilemezsiniz, hepsi olmasa bile, bir kaçı sizi mutlaka değiştirecek. İşte 2 dakika ayırarak hayatınızı daha olumlu hale getirmenizi sağlayacak ipuçları:

Stres Altındayken Her Şeyi Bırakın ve 2 Dakika Nefes Alın

Stresin sizi ve hareketlerinizi ele geçirmesine izin vermeyin. Yapılan araştırmalar stres altında verilen kararların diğerlerine oranla çok daha fazla hata içerdiğini ortaya koyuyor. Dolayısıyla, bir şeyleri yetiştirirken, hızlı karar vermeniz gerekirken, aksiyon almanız gerekirken durun ve 2 dakika derin nefes alın. Kafanızı toplayın ve öyle devam edin. İşe yarayacak.

Sevdiğiniz Birini Arayın ve 2 Dakika Konuşun

Sadece iki dakikanızı ayırıp sevdiğiniz birini arayın ve sesini duyun. Bu kız arkadaşınız, anneniz veya kankanız olabilir. Üşenmeyin, telefonu elinize alın ve arayın. 2 dakika havadan sudan, onu ne çok sevdiğinizden, eski günlerden bahsedin. Geyik yapın, özlediğinizi belirtin. Göreceksiniz tüm dertlerinizi unutturacak.

2 Dakika Boyunca Sevdiğiniz Birine Sarılın

Hala bunu ne kadar çok az kişinin yaptığını görüp üzülüyorum. Halbuki sarılmak dünyadaki en değerli şeylerden biri. Eğer karşıdaki insanı seviyorsanız sarılın. Böyle 10 saniyelik sarılmalardan bahsetmiyorum, sarılın ve 2 dakika boyunca ayrılmayın. Sizi o kadar iyi hissettirecek ki.

2 Dakika Boyunca Yürüyün:

Elleriniz cepte, kafalığınız bom boş bir şekilde yürümeye çalışın. Yürürken hiç bir şey düşünmeyin, sadece dışarıyı gözlemleyin. Gelip geçen insanlar, arabalar. Herkesin bir hayat koşturmacası var, belki biri bir trafik kazası haberi duydu ve ona yetişmeye çalışıyor, biri daha yeni yakınına kaybetti. Diğeri işten atıldı, başka biri bu akşam evlilik teklif edecek. Dünyada 6 milyar insan var ve her birinin kendi gündemi var, bu tek başına inanılmaz bir şey değil mi? Düşünün ve rahatlayın!

2 Dakikalığına Geçmişte Başardığınız Şeyleri Yazın

Bunu belki her gün yapamazsınız ancak ara ara şu ana kadar hayatınızda başıyla tamamladığınız her şeyi yazmak sizin motivasyonunuzu olumlu anlamda etkileyecek. Mesela yaşınıza oranla iyi bir kariyeriniz mi var, erken yaşta ev sahibi mi oldunuz, diğerlerine oranla daha mı çok kitap okuyorsunuz, sizi farklı yapan ne? Bunları liste haline getirin ve görünür bir yere asın!

2 Dakika Boyunca Egzersiz Yapın

Egzersiz ve spor yapmanın mutluluğunuz üzerindeki etkisini neredeyse yüzlerce kez okudunuz. Bir de bizden okuyun çünkü neredeyse hayati bir şekilde önemli. 2 dakika boyunca yürüseniz bile döndüğünüzde özgüveniniz artıyor, mutluluğunuz tavan yapıyor.

2 Dakika Boyunca Şükredin

Masa başında oturuyorsunuz, elleriniz kollanız yerinde, iyi kötü bir işiniz var ve gelir sahibisiniz. Bir aileniz var, akşam gideceğiniz adres belli. Haftasonları arkadaşlarla iki tek atacak kadar keyiflisiniz. Ee? O zaman şükredin. "Neden şükrediyorum?" diyorsanız, herhangi bir TV kanalının ana haber bültenini sadece 5 dakika izleyin, anlayacaksınız.

Hayat gerçekten bazı şeyleri önemsemek için çok ama çok kısa. Tüm olumsuzluklardan kurtulup bizi mutlu edecek küçük detayları yakalayamamız gerekiyor. Ancak böyle hayata hakkettiği değeri verebiliriz. Başarılar!

Başarı Güzeldir, Ama Ter Kokar!

Gary Player, uzun yıllar yerel ve uluslararası golf turnuvalarında başıyla oynayan usta bir golf oyuncusuydu. İnsanlar ona sürekli şöyle diyordu:

"Topa sizin gibi vurabilmek için herşeyimi verirdim!"

Bir gün yine aynı sözlerle karşılaşan Player, sonunda kendini tutamayıp karşılık verdi: "Hayır, vermezsiniz!!! Topa benim gibi vurabilmek için herşeyi, ancak kolay olsaydı yapardınız! Topa benim gibi vurmak için ne yapmanız gerekiyor biliyor musunuz? Her sabah 05. 00'te kalkıp, golf sahasına gidip, bin tane topa vurmanız gerekiyor. Elleriniz kanamaya başlayınca, kulüp binasına gidip, elinizdeki kanı temizledikten sonra bir bant yapıştınp, bin tane topa daha vurmanız gerekiyor! İşte o zaman topa, benim vurduğum gibi vurabilirsiniz."



Çatlak Kova

Hindistan'da bir sucu, boynuna astığı uzun bir sopanın uçlarına taktığı iki büyük kovayla su taşımış. Kovalardan biri çatlakmış. Sağlam olan kova her seferinde ırmaktan patronun evine ulaşan uzun yolu dolu olarak tamamlarken, çatlak kova içine konan suyun sadece yarısını eve ulaştırabilirmiş.

Bu durum iki yıl boyunca her gün böyle devam etmiş. Sucu her seferinde patronunun evine sadece 1, 5 kova su götürbilirmiş. Sağlam kova başansından gurur duyarken, zavalı çatlak kova görevinin sadece yarısını yerine getiriyor olmaktan dolayı utanç duyuyormuş.

İki yılın sonunda bir gün çatlak kova ırmağın kıyısında sucuya seslenmiş. "Kendimden utanıyorum ve senden özür dilemek istiyorum. " "Neden?" diye sormuş sucu. "Niye utanç duyuyorsun?" Kova cevap vermiş. "Çünkü iki yıldır çatlağım-

dan su sızdığı için taşıma görevimin sadece yarısını yerine getirebiliyorum. Benim kusurumdan dolayı sen bu kadar çalışmana rağmen, emeklerinin tam karşılığını alamıyorsun. " Sucu şöyle demiş: "Patronun evine dönerken yolun kenarındaki çiçekleri fark etmeni istiyorum. " Gerçekten de tepeyi tırmanırken çatlak kova patikanın bir yanındaki yabani çiçekleri ısıtan güneşi gör-



muş. Fakat yolun sonunda yine suyun yarısını kaybettiği için kendini kötü hissetmiş ve yine sucudan özür dilemiş. Sucu kovaya sormuş: "Yolun sadece senin tarafında çiçekler olduğunu ve diğer kovanın tarafında hiç çiçek olmadığını fark ettin mi? Bunun sebebi benim senin kusurunu bilmem ve ondan yararlanmamdır. Yolun senin tarafına çiçek tohumları ektim ve her gün biz ırmaktan dönerken sen onları suladın. İki yıldır ben bu güzel çiçekleri toplayıp onlarla patronumun sofrasını süsleyebildim. Sen böyle olmasaydın, o, evinde bu güzellikle-ri yaşayamayacaktı

Hepimizin kendine özgü kusurları vardır. Hepimiz aslında çatlak kovalarız. Kusurlarınızdan korkmayın. Onları sahiplenin. Kusurlarınızda gerçek gücünüzü bulduğunuzu bilerseniz eğer, siz de güzelliklere sebep olabilirsiniz.

Doğa seni çağırıyor: TREKKING

Doğal güzellikleri yaşamak ve doğada bulunmak, hem de spor yapmak isterseniz, sizi trekking yapmaya davet ediyoruz.

Günümüz teknolojileri ve mekanizasyon artık yaşantımızdaki beden hareketlerini kısıtlıyor. Teknoloji artık her şeyi insanın rahatlığı için yeniden tasarlıyor. Bu yüzden de günlük yaşam içinde insanı daha pasif ya da daha az aktif hale getiriyor. Oysa yaşamı tanımlamaya kalktığımızda "hareket"i en başa koymamız gerekiyor. Çünkü yaşamın özü harekettir.

Son dönemlerde spor faaliyetleri içinde doğa sporları ön plana çıkmaya başladı. Bunun belki de en büyük nedeni doğa sporlarının, spor yaparken şehrin stresinden uzaklaşma, temiz hava ve aktivite ile zihnen dinlenmeyi de sağlaması. Doğa sporlarının insanda disiplin, kararlılık, uyum, dayanıklılık, karar verme ve uygulama gibi becerilerin gelişimine katkılarının olması, önemini daha da artırıyor.

Doğa sporlarının bir çok türü var, kuşkusuz herkes tarafından kolaylıkla yapılan doğa yürüyüşleri, bir başka deyişle trekking sporunu sizlere tanıtmayı planlıyoruz.

Doğa yürüyüşleri çok fazla teknik beceri ve yeterlilik gerektirmeyen biraz bilgilendirme ve biraz da kondisyon ile herkesin rahatlıkla yapabileceği bir faaliyettir.

Trekking

Aslında bizler doğanın bir parçasıyız ve doğa her zaman bizi çağırıyor. Doğanın bu çağrısına kulak vermeye ve kendinizi daha fazla özgür hissetmek için trekking yapmaya sizi davet ediyoruz. Trekking için en çok sorulan sorulardan birinin başında kimlerin trekking yapabileceği geliyor. Buna yürüyebilen herkes diye cevap vermek yanlış olmaz. Elbette herkes her yere yü-

riyemez. Çok zorlu, kondisyon ve hazırlık gerektiren parkurlar da var ama herkesin yürüyebileceği parkurlar da var. Fiziksel kondisyonuna göre göre sağlıklı olan ve yürüyebilen herkes hedefe varır geç ya da erken önemli değil. Zaten trekking bir yarışma da değil.

Doğa yürüyüşü için boğazlı bir ayakkabı giymelisiniz. Doğa yürüyüşlerini sıklıkla yapmaya karar verirseniz trekking ayakkabılarından mutlaka satın alın.

Trekking yaparken bunlara dikkat edin

- Parkur ve program bilgilerini inceleyin.
- Zorluk derecesini dikkate alın. Ne kadar süreyle nasıl bir yürüyüş yapabileceğinize karar verin ve buna uygun bir tur seçin.
- Yürüyüşe gideceğiniz günden ön-

ceki gece erken yatın.

- Doğadayken toza çamura bulaşmaktan korkmayın, ilk gördüğünüz suya ya da çamura basın.
- Patikalardan yürürken tek sıra olmaya özen gösterin.
- Ekili dikili yerlerden geçerken özen gösterin, izinsiz hiçbir şey koparmayın.
- Dere geçişlerinde taşlara basarak yürünür. Bastığınız taşı önce hafifçe yoklayarak oynak ya da kaygan olup olmadığını kontrol edin. Dik bir yerden çıkarken önde gidenlerin hareketlerinde taş yuvarlanırsa taş diye bağırın.
- Sık dalların arasından geçerken önünüzdekinden 1 m kadar geride kalmaya çalışın ki önünüzdeki geçtikten sonra serbest kalan dallar size çarpmasın.
- Çevreyi korumaya azami özen gösterin. Çöpünüzü doğada bırak-



mayın. Meyve atıkları, ekmek, yiyecek atıkları gibi organik atıkları orman içine hayvanlara bırakın.

Doğa Sporları nedir?

Doğada ve doğal ortamda, bir malzeme yardımıyla veya malzemesiz olarak yapılan sporların tümüne doğa sporları denir. Dağcılık, Kaya tırmanışı, doğa yürüyüşü, kampçılık, mağara dalışı, kanyon geçişi, yamaç paraşütü, paramotor, kanat, yelken kanat, motorlu deltakanat, nehir kanosu, rafting, sualtı dalış, serbest dalış, doğa fotoğrafçılığı, tur kayağı, buzul tırmanışı, donmuş şelale tırmanışı, dağ bisikleti, orientering, base jumping, yelken, rüzgar sörfü, uçurtma sörfü, ve benzeri aktiviteler doğa sporlarına örnek olarak gösterilebilir.

İstanbul'a yakın başlıca trekking parkurları

BALLIKAYALAR Kocaeli Gebze'nin Tavşanlı köyündeki bu vadi, kayaya alışkın olamayanlar için zorlu bir parkur. Neredeyse tamamen kayalar üzerinde yürünüyor

ERİKLİ ŞELALESİ Çınarcık'ın Teşvikiye köyünden başlayan parkurda dik yokuşlar ve iki şelale var.

TERKOS GÖLÜ Terkos gölü civarında iki önemli parkur var. Biri Ormanlı köyünden başlıyor. Köyden Karadeniz'e giden yolu takip edin. Sahile varmadan ormana giden sağdaki yolun başında aracınızı bırakın ve ormana giden yola girin.

İNCEĞİZ KÖYÜ Çatalca'ya dört kilometre uzaklıkta olan köyün en ilgi çekici özelliği, hemen dışındaki kayalıklarda oyulmuş mağaralar.

RUMELİFENERİ DEMİRCİKÖY Bir yanınız orman, bir yanınız Karadeniz. Keyifli ve kolay bir yürüyüş rotası. Rumeli Feneri'ndeki kaleden itibaren yürümeye başlayabilirsiniz.

MAŞUKİYE KELTEPE Sapanca üzerindeki Maşukiye'den Keltepe'ye kadar giderek yürüyüşünüze buradan başlayabilirsiniz.

YEDİGÖLLER Bolu Yedigöller genellikle sonbahar görüntüleriyle meşhurdur. Doğanın canlanmaya başladığı bugünler ise en keyifli yürüyüş zamanıdır. Doğanın yamaçlar üzerindeki renk oyunlarının en güzel gözlemlendiği yerlerden biri burası.

Trekking için ayakkabı seçimi önemlidir. Öncelikle arazi tipine göre seçim yapmak gerekir. Ayrıca ayağınızın büyüklüğü ve şekli, vücut ağırlığınız ve sırt çantanızın ağırlığı gibi etmenleri de göz önünde bulundurmak yararlı olacaktır.



Sosyal medya ne kadar sosyal?

New York'ta ünlü bir restoran son zamanlarda neden sürekli olumsuz geri bildirim aldıklarını tespit etmesi için bir danışmanlık firmasıyla el sıkışır. Firmanın ortaya çıkardığı şey inanılmaz. Aşağıda bu işbirliği sonunda restoranın nasıl bir gerçekle karşılaştığını kendi sundukları verilerle görebilirsiniz. Sonuç sahiden beklenmedik.



Hem buralı müşterilerimize hem de turistlere hizmet veren ünlü bir restoranız. Yıllardır yaptığımız bu işte son zamanlarda fark ettik ki bundan 10 yıl öncesine göre daha fazla çalışanla hizmet vermemize ve menüden bazı yemeklerimizi kaldırma-mıza rağmen servis müşterilerimiz tarafından çok yavaş bulunuyor.

Restoran yorum sitelerinde en yaygın olarak karşılaştığımız şikayet servisin çok yavaş olduğu ve insanların boş masa için uzun süre beklediği yönünde.

Bu yorumlardan hareketle bu durumu açıklığa kavuşturarak problemin ne olduğunu bulacak bir danışmanlık firmasıyla anlaştık. Beklediğimiz

bir şekilde ilk olarak çalışanlarımızın daha fazla eğitime ihtiyacı olduğunu, mutfaktakilerin yeterince etkin çalışmadığını belirttiler.

New York'taki pek çok restoran gibi kapalı devre kamera sistemi ile biz de restoranımızı izliyoruz. Şu anda dijital sistemde kayıtlarımızı tutsak da 10 yıl öncesinde hala video ka-



setlerle kayıt işlemini gerçekleştireyorduk. Günün her anı kayıt gerçekleşiyor ve bu kayıtları 3 ay boyunca güvenlik sebepleriyle tutuyorduk. Firma bu eski kayıtları bulmamızı ve çalışanlarımızın 10 yıl öncesinde bugünden farklı olarak nasıl hareket ettiklerini bulmamızı istedi. Kayıt odasına gittiğimizde hiçbir kaset bulamadık. Ancak eski kayıt cihazlarının içinde birer kaset kaldığını gördük.

Eski kaydın üzerindeki tarih 1 Temmuz 2004'ü gösteriyordu. Restoran o gün oldukça kalabalıkmış. Büyük bir monitöre bağlayıp izlemeye başlamadan önce hemen yanında bir başka monitöre de yine oldukça kalabalık bir başka gün olan 3 Temmuz 2014 tarihindeki kamera kaydını aktardık.

Çok dikkatli incelediğimiz bu kayıtların sonucunda şu ilginç verilere ulaştık:

2004

- Müşteriler içeri giriyor.
- Masalara geçiyorlar ve menüleri açıyorlar, 45 müşteriden 3'ü başka bir masaya geçmek istiyor.
- Müşteriler menüyü kapatıp siparişini verene kadar ortalama 8 dakika harcıyor.
- Garsonlar anında masanın yanında belirip siparişleri alıyor.
- Başlangıçlar 6 dakikada hazırlanırken daha zor olanları birkaç daki-

ka daha uzun sürüyor.

- 45 müşteriden 2'si masaya gelen yemeği geri gönderiyor.
- Garsonlar bu sırada masaları gözlüyor ve herhangi bir ihtiyaç ortaya çıktığında masaya koşuyor.
- Müşteriler yemeklerini bitirdiklerinde hesaplar masaya geliyor ve 5 dakika içerisinde masa boşalıyor.
- Ortalama masada kalma süresi: 1 saat 5 dakika.

2014

- Müşteriler içeri giriyor.
- Masalara geçiyorlar ve menüleri açıyorlar, 45 müşteriden 18'i başka bir masaya geçmek istiyor.
- Menüyü daha açmadan müşteriler telefonlarını çıkarıyor. Bazıları fotoğraf çekerken bazıları telefonlarında başka şeylerle ilgileniyor. (Müşterilerimizin kablosuz ağ hareketlerini incelemediğimiz için detaylı bilgi edinemiyoruz.)
- 45 müşteriden 7'si garsonları hemen yanına çağırıyor ve telefonlarından garsonlara bir şeyler gösterirken yaklaşık 5 dakika geçiyor. Garsonlara burada ne yaptıklarını sorduğumuzda internet şifresini soran müşterilere yardımcı olmaya çalıştıklarını söylediler.
- Nihayet garsonlar masaya yaklaşarak müşterilerin siparişini almak istiyor. Büyük çoğunluk henüz menüyü bile açmadığından garsonlardan biraz beklemelerini istiyor.

- Müşteriler menüyü açıyor. Tekrar ellerine telefonlarını alıp menünün üzerinde telefonlarıyla ilgilenmeye devam ediyor.
- Garsonlar, müşterilerin sipariş vermeye hazır olup olmadığını öğrenmek için masaya gidiyor. Müşteriler biraz daha zaman istiyor.
- En sonunda sipariş vermeye hazırlarlar.
- Müşteri masaya oturduktan sonra sipariş verene kadar geçen ortalama süre: 21 dakika.
- Yemekler 6 dakika içerisinde servis ediliyor, bazı zor yemeklerin servisi birkaç dakika daha uzun zaman alıyor.
- 45 müşteriden 26'sı ortalama 3 dakikasını yemeklerin fotoğrafını çekmeye ayırıyor.
- 45 müşteriden 14'ü birbirini yemek önlerindeyken ya da yemeği yerken çekiyor. Fotoğraflar üzerine konuşulması ve bazen tekrar çekilmesi ortalama 4 dakika alıyor.
- 45 müşteriden 9'u yemeklerini soğuduğu ve tekrar ısıtılması gerektiği için geri gönderiyor. Açıkça belli ki telefonla biraz daha az zaman geçiren müşteriler yemeğinin soğuduğundan şikayet etmiyor.
- 45 müşteriden 27'si garsondan grup fotoğrafı talep ediyor. 14'ü fotoğrafı beğenmeyip yeni bir tane çekilmesini isterken bu esnada yaşanan havadan sudan muhabbetler ve fotoğraflar üzerine yorumlar sebebiyle ortalama 5 dakika geçiyor. Dolayısıyla garsonlar başka masalarla bu esnada ilgilenemiyor.
- Müşterilerin çoğunun yemeği bittikten sonra hesabı masaya istemesi arasında yaklaşık 20 dakika geçiyor. Bunun ötesinde bundan 10 yıl öncesine kıyasla hesap geldikten sonra masadan kalkılması ortalama 15 dakika daha uzun sürüyor.
- 45 müşteriden 8'i telefonuyla ilgilenerek yürüdüğünden restorandan ayrılırken ya garsona ya da başka müşterilere çarpıyor.
- Ortalama masada kalma süresi: 1 saat 55 dakika.

KONSER

Zorlu Center, İstanbul

06 Aralık 2014

“Kemanı ağılatan adam”, büyük keman virtüözü Farid Farjad

Dünyanın en önemli keman virtüözlerinden olan ve Türkiye’de “kemanı ağılatan adam” olarak bilinen Fars asıllı ABD vatandaşı Farid Farjad, 1966 yılında Tahran Müzik Konservatuvan’nda klasik müzik üzerine yüksek lisans yaptı. Bundan sonraki dönemde Tahran Senfoni Orkestrası’nda önemli görevler alan Farjad, Fars halk müziğinde çok derin bir birikime sahip oldu ve keman ile Batı klasik müziği üzerinde de çalışmalarda bulundu.



FESTİVAL

İstanbul

23 Ekim-2 Kasım 2014

24. Akbank Caz Festivali

Türkiye’nin en uzun soluklu festivallerinden biri olan Akbank Caz Festivali, bu yıl 24. ’sünü 23 Ekim - 2 Kasım tarihleri arasında şehri cazın farklı renkleriyle kucaklayacak.

Ağırladığı dünya çapında caz yıldızları ve ev sahipliği yaptığı unutulmaz performanslar ile sadece Türkiye’de değil, uluslararası platformda da merakla beklenen bir etkinlik haline gelen, organizasyonu Pozitif Live tarafından gerçekleştirilen 24. Akbank Caz Festivali kapsamında festivalin yıldız isimleri arasında Jamie Cullum, Christian McBride Trio ve Kenny Barron & Dave Holland yer alıyor.



FESTİVAL

Ankara, İstanbul

18 Ekim - 04 Aralık 2014

Kampa Workshops

Ayşe Kızılöz ve Vernon Frost’un katılımıyla Kampa Workshops, ağustos ile aralık ayı boyunca İstanbul ve Ankara’da düzenlenmeye devam ediyor.

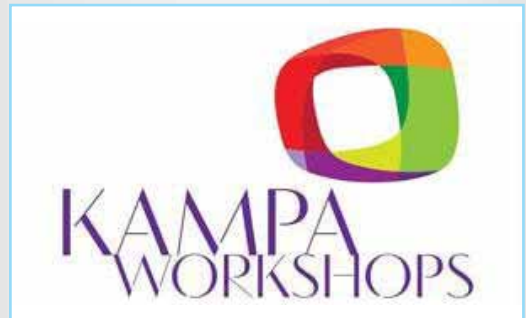
Program:

22 Kasım:

Yaşam Coşkusu Yakala

4 Aralık:

Labirent Semineri



SİNEMA

İstanbul

11 - 17 Ekim 2014

13. Filmekimi İstanbul'da

İstanbul Kültür Sanat Vakfı (İKSV) tarafından 13. kez düzenlenecek Filmekimi bu yıl yine Vodafone FreeZone sponsorluğunda gerçekleştirilecek. İstanbul ayağı 11-17 Ekim tarihlerinde yapılacak 13. Filmekimi, bu yıl da sinema keyfini Türkiye'nin farklı şehirlerine taşımaya devam edecek.

Yeni sinema sezonun habercisi olan Filmekimi'nin 13'üncüsünde, her yıl olduğu gibi merakla beklenen filmler Türkiye'de ilk defa beyazperdeyle buluşacak. Prömiyerini Sundance, Cannes, Venedik ve Toronto gibi festivallerde yapan 40'a yakın film 7 gün boyunca İstanbul'da, Ekim ayı boyunca da Türkiye'nin dört bir yanındaki sinema salonlarında gösterilecek.



ATÖLYE

BJK Koleji, İstanbul

29 Aralık 2014

Pırpır Robot Atölyesi (8-12 Yaş)

BJK Koleji Bilim Müzesi'nde 8 - 12 yaş grubu çocuklara yönelik düzenlenen "Eğlenceli Bilim" atölye çalışmaları başlıyor. Bilimin eğlenceli yüzüyle buluşan çocuklar, uzman rehberler eşliğinde hayata geçirdikleri projeleri ile birlikte eve dönmenin mutluluğunu yaşıyor.

Pırpır Robot Atölyesi (8-12 Yaş)

Kablolar, piller ve özel devre elemanları çocukların önünde şekillenmeyi bekliyor. Mucitler, ışık yardımıyla çalışan bir devre tasarlıyor ve bu devreyi birçok renkli malzemeyle oluşturdukları robotlarına takıp, robotlarını ışıkla harekete geçiriyorlar.

Kontenjan: 20 Kişi



KONSER

Ooze Venue, İzmir

26 Aralık 2014

Yeni Türkü

Yeni Türkü, 26 Aralık'ta sevilen şarkılarını Ooze Venue'de seslendirecek.

Şimdi ve Sonra... Yeni Türkü...

Adını albümde bir şarkı olarak yer alan Yılmaz Erdoğan'ın Ankara şiirinin dizelerinden alan yeni albüm, 10 yeni Yeni Türkü şarkısı içeriyor. Albümün çıkış parçası "Böyle Gitmez", Cengiz Onural ve Derya Köroğlu imzalı... Şarkı, radyolarda ve TTNNet Müzik platformunda dinleyicilerle buluştu.





AYUMİ'NİN MUTFAĞI

AYUMİ TAKANO
İŞ BANKASI KÜLTÜR
YAYINLARI

Kolayca bulabileceğiniz malzemelerle şuşilerden pilavlara çorbalarından çaylara fotoğraflar eşliğinde tarifler Ayumi'nin Mutfağı'nda yalnızca yemek tarifleri değil, o yemeklerin yenildiği topraklarda nasıl bir kültürün var olduğuna ilişkin bölümlere rastlayacaksınız. Çubukların nasıl tutulacağından, Japon lokantasında nereye oturmanız gerektiğine dair bu ilginç köşeler geleneksel Japon yemek kültürünün geçtiğimiz yıl içinde UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras listesine alınmasının nedenlerine de ışık tutacak. "Bu kitabın mutfağımızda bir köşede yer bulması dileğiyle..."



MEVSİMİNDE YEMEK

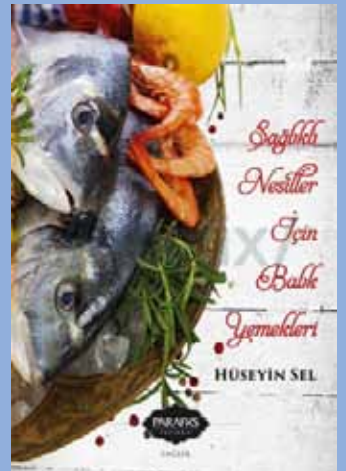
AYDAN ÜSTKANAT
REMZİ KİTABEVİ

Gıdaları tanımak ve mevsiminde yemek bu kitapta... Hazır ve hızlı yemeklerin, kimyasalların ve rafine (işlenmiş) gıdaların gittikçe arttığı günümüzde, bunlardan kaynaklı hastalıklar da hızla artıyor. Sağlıklı bir hayat, doğru ürünü seçmek ve onu bilinçli tüketmekten geçiyor. Gıdaları tanımak ve mevsiminde, doğru tüketmek hem çok önemli, hem de sandığımızdan daha kolay.

SAĞLIKLI NESİLLER İÇİN BALIK YEMEKLERİ

HÜSEYİN SEL
PARAFİKS YAYINEVİ

Bir gün her zamanki gibi gazetelere göz gezdirirken bir gazetenin köşe yazısında şöyle bir başlık dikkatimi çekti: "Başkent'te balık tüketilmiyor". Okuduğum bu köşe yazısında ülkemizde kişi başına balık tüketimi 8 kg, başkent Ankara'da ise 2 kg, Avrupa'da ise 24 kg olarak tespit edildiği dikkatimi çekti. Üzülerek bu yazıyı okuduğumda bunun nedeni ne ve nasıl çözümlenebilir diye düşünmeden edemedim.



SMA[®]
Metrostar A.Ş.

25. Yıl

www.smametrostar.com.tr



14.500 m2 açık,
9.500 m2 kapalı alan
son sistem teknolojiyle
donatılmış modern
merkez binamız ve
depomuz



SMA Metrostar A.Ş.
25. Yılında
Türkiye'nin En İyi Ürünlerinin
ve En Kaliteli Markalarının,
Tüketiciyle Buluşma
Noktası olmaya
devam ediyor.



profesyonellerden oluşan
güçlü dağıtım ekibimiz
115 araçlık filomuz

iştiraki olduğumuz
kuruluşlarımız
artan yatırımlarımızla
500 kişiyi istihdam
ediyoruz



