

SYKONSEPT

İki Ayda Bir Yayınlanır.

YIL: 4 SAYI: 22 TEMMUZ-AĞUSTOS 2008



HERŞEYİN ÇÖZÜMÜ VAR

UZLAŞMAK...

Türkiye'nin 2000'li yıllarda ulaştığı seviyenin, sahip olduğu olgunluk düzeyinin böylesi uzlaşmacı bir kültürü hayata geçirmek konusunda yeterli olduğuna inanıyoruz. Ülkenin ve toplumun geleceği ve buradan hareketle Türkiye'nin daha iyi bir noktaya gelmesi de buna dayanıyor.

Tarifini yapabilmek kadar uygulamaya dökülebilmek de zordur uzlaşmayı. Öncelikle iki tarafın ve bir sorunun ya da sorun demesek bile bir sıkıntının olması gerekir orta yerde. Dolayısıyla işin zorluğu da bu noktada ortaya çıkıverir. Hallolması gereken bir mesele vardır. Bu sebeptendir ki, ister bireyler bazında olsun isterse toplumlar nezdinde olsun uzlaşmak, yani en azından çözüm yolunu bulabilmek adına esnek davranabilmek kolay iş değildir açıkçası. Çözümün farklı toplum kesimleri arasındaki güç dengeleri üzerine inşa edilmediği toplumlarda bu iş daha da zordur. Çıkar ilişkilerinin sadece güçlülerden yana işlediği toplumlarda demokratik refleksler ve hukuki mekanizmalar da fazla gelişmiş değildir. Dolayısıyla da böylesi toplumsal ortamlarda çözümü bulabilmek hiç de kolay olmaz. Ve adına kriz dediğimiz, çıkmaz sokaklara girmek kaçınılmazdır böylesi ortamlarda.

Bu tespitlerden hareketle dünyanın pek çok ülkesinde, basit gibi görünen bir konuda uzlaşma sağlanamadığı için krizlere düşüldüğü görülebilmektedir. Türkiye'nin de son dönemlerde çeşitli gerekçelere bağlı olarak yaşadığı sıkıntılı süreçleri artık geride bırakabilecek bir uzlaşmayı gerçekleştirmesi zamanının geldiği düşüncesindeyiz.

Toplumlar ve siyasal sistemler çeşitli nedenlere bağlı olarak krize düşebilirler. Elbette o noktaya gelmemek ideal olandır şüphesiz ki. Ama en az onun kadar mühim olan, içine düşülen kriz ortamından bir şekilde çıkabilmektir. Daha doğrusu bunun yolunu bulabilmektir.

Binlerce yıla dayanan devlet geleneği, 1878'den bu yana çeşitli şekillerde var olan anayasal sistemi, 85 yıllık Cumhuriyet deneyimi ve yarım asrı aşan çok partili demokrasi kültürüyle her şeye rağmen Türkiye'nin bu birikime sahip olduğunu düşünüyoruz.

Ve o sebeptendir ki, Türkiye'nin ekonomik ve sosyal birikimini de bu gerçeklere eklediğimizde bu ülkenin bir uzlaşma kültürünü hayata geçirecek imkanlara sahip olduğunu görüyoruz.

Türkiye'nin 2000'li yıllarda ulaştığı seviyenin, sahip olduğu olgunluk düzeyinin böylesi uzlaşmacı bir kültürü hayata geçirmek konusunda yeterli olduğuna inanıyoruz. Ülkenin ve toplumun geleceği ve buradan hareketle Türkiye'nin daha iyi bir noktaya gelmesi de buna dayanıyor. Bunun için yapılması gerekenin de, uzun vadeli hedeflere göre davranarak milletin ve devletin çıkarları neyi gerektiriyorsa ona göre hareket etmekten geçtiğini düşünüyoruz. İnanıyoruz ve biliyoruz ki, Türkiye bunu yapabilecek güçtedir. Daha da önemlisi 21. yüzyılın lider ülkelerinden biri olarak da buna layıktır...

info@syk.com.tr

SYKONSEPT

YIL: 4 SAYI: 22

İki Ayda Bir Yayınlanır, Ulusal Süreli Yayın.

SYK Gümrük Müşavirliği Ltd. Şti. adına

İmtiyaz Sahibi: A. Baybars Soyak

Sorumlu Müdür: Mehmet Ali Gökaçtı

Adres: Acıbadem Caddesi, Haydar Yücebaşı Sokak,

No: 17 ACIBADEM-KADIKÖY/İSTANBUL

Tel: (0216) 330 94 00

Tasarım: GRAF

Renk Ayrımı ve Baskı: Dönüşüm Matbaa ve Reklam Hizmetleri
İnkılap mah. Küçüksu Cad. No: 131

34768 ÜMRANIYE-İSTANBUL

matbaa@matbaa.org / www.matbaa.org



SYK GÜMRÜK MÜŞAVİRLİĞİ LİMİTED ŞİRKETİ

İSTANBUL Acıbadem Cd. Haydar Yücebaşı Sk. No: 17
34718 Kadıköy

Faks: +90 216 330 94 01

BURSA Yalova Yolu 4. Km Buttım Plaza K: 6 16350

Fax: +90 224 211 40 04

FAZLA BİLİNMEYEN BİR YATIRIM ENSTRÜMANI: YATIRIM FONLARI

Yetkili kuruluşlarca, katılma belgesi karşılığında tasarruf sahiplerinden toplanan kaynakların, çeşitli sermaye piyasası araçlarına dengeli şekilde dağıtılarak verimlendirilmesini sağlayan oluşumlara "Yatırım Fonu" deniliyor.

8 0'li yıllarda yürürlüğe giren liberal politikalar neticesinde az sayılmayacak bir zamandır

ülkemizde var olsa da, yatırım fonları açıkçası çok da fazla tanınmıyor. Ülkemizde yürürlükte bulunan mevzuata göre; bankalar, aracı kurumlar, sigorta şirketleri, emekli ve yardım sandıkları, yatırım fonu kurabilirler. Yatırım fonu kurabilmek için Sermaye Piyasası Kurulu'ndan izin almak öncelikli şart. Yatırım fonları, borsalarda işlem gören yerli ve yabancı şirketlerin hisse senetleri ile özel ve kamu kesimi borçlanma senetleri, altın ve diğer kıymetli madenler ve bunlara dayalı olarak ihraç edilmiş sermaye piyasası araçlarına yatırım yapabiliyorlar. Yatırım fonları, A ve B Tipi olmak üzere iki ana gruba ayrılıyor. Portföy değerinin aylık ağırlıklı ortalama bazda en az %25'ini, devamlı olarak, Türk şirketlerinin hisse senetlerine yatırmış olan fonlar A Tipi olarak adlandırılırken, B Tipi fonlarda bu şartlar aranmıyor.

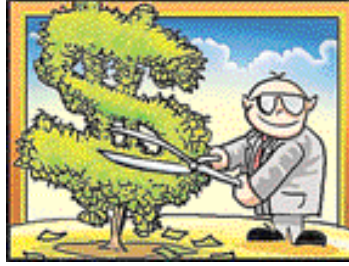


Belli başlı fon türleri nelerdir?

Portföyü en az % 25 oranında hisse senedi içeren (A) ve hisse senedi içermesi zorunlu olmayan (B) tipi genel ayırımının altında, fonların ağırlıklı olarak yatırım yaptığı kıymet türleri ile adlandırılan birçok çeşidi vardır.

HİSSE SENEDİ FONU: En az % 51'i Türk hisse senetlerinden oluşur.

İŞTİRAK FONU: En az % 51'i kurucusunun iştiraklerince çıkarılmış menkul kıymetlere yatırılır.



GRUP FONU: En az % 51'i belirli bir topluluğun menkul kıymetlerine yatırılır.

SEKTÖR FONU: En az % 51'i belirli bir sektörü oluşturan ortaklık menkul kıymetlerine yatırılır.

TAHVİL VE BONO FONU SENETLERİ: En az % 51'i kamu ve / veya özel sektör borçlanma senetlerine yatırılır.

YABANCI MENKUL KIYMETLER YATIRIM FONU: En az % 51'i yabancı özel ve kamu sektörü menkul kıymetlerine yatırılır.

ALTIN VE DİĞER KIYMETLİ MADENLER FONU: En az % 51'i ulusal ve uluslararası borsalarda işlem görmekte olan altın ve diğer kıymetli madenler ile bu madenlere dayalı sermaye piyasası araçlarından oluşur.

KARMA FON: Portföyünün tamamı hisse



senetleri, borçlanma senetleri, altın ve diğer kıymetli madenler ile bunlara dayalı sermaye piyasası araçlarından en az ikisinden oluşur.

LİKİT FON: Portföyünün tamamı, vade yapısı en çok 180 gün olan ve vade ortalaması 45 gün olan sermaye piyasası araçlarından oluşur.

DEĞİŞKEN FON: Yukarıdaki türlerden herhangi birine girmeyen portföylerdir.

ENDEKS FON: Baz alınan ve Sermaye Piyasası Kurulu tarafından uygun görülen bir endeksin, fonun birim pay değeri arasındaki korelasyon katsayısı en az %90 olacak şekilde ve portföyünün en az % 80'i devamlı olarak endeks kapsamındaki menkul kıymetlerin tümünden ya da örnekleme yoluyla seçilen bir kısmından oluşmuş olan fondur.

ÖZEL FON: Katılma belgeleri önceden belirlenmiş kişi veya kuruluşlara tahsis edilmiş fon türüdür.

Belirtilen fon türlerinden Likit Fon hariç diğer tüm fonlar A Tipi veya B Tipi olarak kurulabiliyor. Uygulamada tahvil ve bono ile Yabancı Menkul Kıymet Fonu B Tipi, Değişken ve Karma Fonlar A ve B Tipi, diğer fon türleri ise A Tipi Fon niteliğinde kurulmaktadır.

DIŞ EKONOMİK İLİŞKİLER KURULU



80 sonrasında dünyaya açılan ve açıldığı bu dünya ile ticaret yaparak zenginleşmek isteyen Türkiye'nin o zorlu süreçten geçerek bugünlere gelmesinde ve dünyada söz sahibi olmasında pek çok kuruluşun büyük payı bulunuyor. İşte DEİK de bunlardan bir tanesi. Türk iş adamları ile 75 ayrı ülkedeki iş adamlarını bir araya getiren DEİK, bir anlamda Türk iş dünyasının gözü ve kulağı işlevi görüyor.

Kuruluş amacı:

1 988 yılında kurulan DEİK, 5174 sayılı kanunun 58. maddesine dayanılarak hazırlanan ve Kasım 2005'te yürürlüğe giren yönetmelik uyarınca özel hukuk hükümlerine tabi tüzel bir kişilik kazanmıştır. Bu yönetmelik uyarınca yeniden yapılanan DEİK, Türkiye'nin önde gelen birlik, dernek, vakıf gibi özel sektörü temsil eden kurucu kuruluşlardan oluşmaktadır. Tüm etkinliklerinde kurucu kuruluşlarla işbirliğinde olan DEİK, kendi üyeleri yanında Türkiye'nin genelinde etkin olan bu kuruluşların üyelerine de ulaşabilmektedir. Bu sayede geniş bir erişim alanına sahip olan DEİK, Türk özel sektörünün dış ilişkilerini koordine eden bir kuruluş niteliğindedir.

Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu'nun önde gelen amacı, Türkiye'nin yabancı ülkeler ve uluslararası topluluklarla olan ekonomik, ticari, sınai ve mali ilişkilerini izlemek, bu ilişkilerin kurulmasına ve geliştirilmesine yardımcı olmaktır. DEİK bu amaca ulaşmak için sınai işbirliği başta olmak üzere dış ticaret ağının genişletilmesi ve hizmet sektörlerinin yurt dışına açılması gibi iş dünyasına yeni pazar olanakları sağlayacak hedeflere yönelmektedir.

Hedefleri:

Türkiye ile yabancı ülkeler ve uluslararası topluluklar arasında sektörel temelde iş olanaklarını araştırarak, mevcut olanakların harekete geçirilmesine ve iş

fırsatlarının değerlendirilmesine de yardımcı olmayı görev edinen DEİK, Türk ekonomisinin dünya ekonomisi ile bütünleşmesi konusunda çaba harcamaktadır.

DEİK, ürün ve hizmet ticareti konusunda işbirliğinin geliştirilmesi yanında, özellikle Türkiye'deki yatırım ortamının yurt dışında tanıtımı konusunda aktif çalışmalar yürütmekte, yabancı yatırımcıları Türkiye'de uzun vadeli yatırımlara teşvik etmekte ve Türk iş adamları için cazip bölgelerde Türk yatırımlarının artması ve teşvik edilmesi yönünde çalışmaları da sürdürmektedir. Tüm bu çalışmalarını yürütürken "karşı kanatları" ile etkin işbirliği içinde Türk iş aleminin ihtiyaç duyduğu bilgiyi üyelerine iletmeyi görev bilen DEİK, karşılıklı sorunlar, belirlenecek stratejiler konusunda ise Türk kamu kuruluşlarıyla yakın işbirliği ve iletişim içindedir.

İdari Yapı:

Senede bir kez toplanan DEİK Genel Kurulu; DEİK kurucu üyeleri, TOBB Yönetim Kurulu tarafından belirlenen temsilciler, İş Konseyi başkanları ve onursal üyelerinden oluşmaktadır. Genel Kurul tarafından iki yıllık görev süresi için seçilen DEİK Yönetim Kurulu, İş Konseyleri arasında koordinasyonu sağlamak, DEİK faaliyetlerini izlemek ve denetlemek ile görevlidir. TOBB Yönetim Kurulu Başkanı aynı zamanda DEİK Yönetim Kurulu Başkanı'dır. Yönetim Kurulu kendi içinden seçtiği 6 ila 8 kişi ile İcra Kurulu'nu oluşturur. DEİK Yönetim Kurulu Başkan Vekili aynı zamanda İcra Kurulu Başkan'dır. İcra Kurulu, İş Konseyleri'nin çalışmalarını



Yönetim Kurulu'nun belirlediği strateji ve politika önerileri çerçevesinde yönlendirmek ve DEİK organları ile ilişkilerinde koordinasyonu sağlamak ile görevlidir.

İş Konseyleri ve Faaliyetleri:

DEİK iki taraflı İş Konseyleri aracılığı ile faaliyet göstermektedir. Yabancı ülkelerde iş dünyasını temsil niteliğine sahip bir muhatap kuruluş ile işbirliği anlaşması imzalanmakta ve bu kuruluş "karşı kanat" olarak adlandırılmaktadır. Kasım 2006 itibarıyla DEİK bünyesinde 75 ülke ile karşılıklı iş konseyleri kurulmuş durumdadır.

Firmalar doğrudan doğruya ilgi alanlarına giren ülkelerin ya da bölgelerin iş konseylerine üye olmaktadır. Bölgesel olarak bakıldığında halen 75 ülke ile mevcut iş konseyinin dünyanın 10 değişik bölgesinde faaliyet gösterdiği görülmektedir. Bir firmadan birden fazla temsilcinin değişik iş konseylerine üye olması mümkündür. Bu nedenle, Kasım 2006 itibarıyla, 538 firmanın 1280 üyeliği mevcuttur. Firmaların konsey faaliyetlerine katılımı kendilerinin

belirleyeceği temsilciler vasıtasıyla sağlanmaktadır. İş dünyasında kişisel temasların ve tanıtımın rolü ve önemi nedeniyle konsey faaliyetlerinin önemli bir bölümünü ortak toplantılar ve heyet değişimleri oluşturmaktadır. Ortak toplantılar senede en az bir kez, değişimli olarak Türkiye’de ve “karşı kanat” ülkede yapılmaktadır. İş Konseyleri her yıl yapılan Genel Kurul toplantıları ile faaliyet politikalarını ve bütçelerini belirler. Genel Kurul iki yıllık bir görev süresi için kendi üyeleri arasından Konsey Yürütme Kurulu’nu, Yürütme Kurulu da kendi içinden bir üyeyi İş Konseyi Başkanı olarak seçer. DEİK İş Konseyleri dışında bölgesel ve uluslararası kuruluşlarla da işbirliği içindedir. Karadeniz Ekonomik İşbirliği Örgütü bünyesinde oluşturulan İş Konseyi nezdinde Türkiye’yi DEİK temsil etmekte ve konsey faaliyetlerine aktif olarak katılmaktadır. DEİK ayrıca, Dünya Ticaret Örgütü (WTO), Dünya Bankası (WB), Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası (EBRD), Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD), Çokuluslu Yatırımlar Garanti Kuruluşu (MIGA), Asya Kalkınma Bankası (ADB), İslam Kalkınma Bankası (IIB) ve Gelişen 8 (D-8) gibi uluslararası kuruluşlar ile yaptığı işbirliği ve çalışmalar sayesinde Türk işadamlarına küreselleşme sürecinde yeni olanaklar yaratma ve sorunlarına çareler bulma konusunda çaba harcamaktadır.



Türkiye’nin dünya enerji jeopolitiğinde sahip olduğu önemli konumu dünyaya tanıtmak ve dünya enerji koridorlarının belirlenmesinde Türkiye’yi ön plana çıkarmak amacıyla, ABD’li enerji danışmanlık kuruluşu CERA ile DEİK tarafından 1997 yılından beri her yıl ortaklaşa Enerji Konferansları

düzenlenmektedir. DEİK tarafından düzenlenen ve geleneksel nitelik kazanmış diğer bir etkinlik ise dünyanın önde gelen finans kuruluşlarının yer aldığı ve her yıl düzenlenen Londra Finans ve Yatırım Kongreleri’dir. Türk iş adamlarının faaliyetlerinin yoğun olduğu bölgelere özel önem veren DEİK bölgesel toplantılar da düzenlemektedir. “Avrasya Nereye Gidiyor” başlıklı paneller serisi, INEA işbirliğinde gerçekleştirilen “Güneydoğu Avrupa Zirvesi” ile “Kuzey – Güney Avrupa Ekonomik Forumu” bu çerçevede düzenli olarak yapılan etkinliklerdir. DEİK hazırladığı raporlarla Türk iş adamlarına faaliyette buldukları ülke ekonomileri hakkında bilgi vermekte ve işbirliği imkanlarını tanıtmaktadır. Yabancı iş adamları için ise, Türkiye ekonomisini ve yatırım olanaklarını tanıtan “Turkey in Figures”, “Business Guide to Turkey” başlıklı uluslararası yayınlar ve çeşitli sektörler için raporlar DEİK tarafından hazırlanmakta ve toplantılarda dağıtılmaktadır. Ayrıca DEİK’in, Oxford Business Group ile ortaklaşa hazırladığı yıllık “Emerging Turkey” dergisi ise tüm dünyada iş çevreleri tarafından takip edilmektedir. İş Konseyleri ve ilgili uluslararası kuruluşlarla ilgili temas, koordinasyon ve organizasyon faaliyetleri DEİK Direktörlüğü tarafından yürütülmektedir.

İş Konseyleri ve “karşı kanat” ülkelerindeki ekonomik gelişmeler, ticari ve sınıai işbirliği olanakları konusundaki araştırmalar, yurt içinde ve yurt dışındaki hükümet kuruluşları, temsilcilikler, akademik kuruluşlar, uluslararası organizasyonlar ve araştırma kuruluşları ile işbirliği DEİK Direktörlüğü tarafından koordine edilmekte ve bu çalışmaların sonucunda sağlanan bilgiler ise üyelere iletilmektedir.

Üyelik ne sağlar?

Günümüzde firmaların sadece iç pazar ilişkisi ile yetinmesi mümkün değildir. Özellikle Türkiye gibi büyük ölçüde libere edilmiş ve edilmekte olan pazarlarda yüksek rekabetin getirdiği koşullara ayak uydurabilmek için

firmaların dış pazar deneyimine ve payına sahip olması temel koşullardan biridir. Ayrıca Türk firmalarının girişimcilik, risk alma ve dinamizm açısından son derece olumlu bir gelişim içinde olmalarına karşın iç ve dış pazarlarda rekabet gücüne sahip olabilmeleri için sermaye, teknoloji ve know-how desteğine ihtiyaçları olduğu da bir gerçektir. Bu destekler büyük ölçüde yurt dışı ilişkiler ile sağlanabilmektedir.

DEİK’in temel görevi, bünyesindeki iş konseyleri aracılığı ile iş dünyasının ihtiyaç duyduğu bu ilişkileri kurmak, firma iş planları ve stratejileri için gerekli bilgileri sağlamak, dış ilişkilerde karşılaşılan ve yeni işbirliklerinin oluşumunu olumsuz etkileyen sorunları belli ölçülerde bertaraf etmek, firmaların yabancı muhatapları ile bir araya gelmesini sağlamaktır. Üye firmaların yabancı ortak ve / veya proje finansmanı aradıkları projelerin potansiyel girişimcilere veya uluslararası finans kuruluşlarına tanıtımında da DEİK rol üstlenebilmektedir. Birleşmiş Milletler Sınai Kalkınma Teşkilatı (UNIDO), Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası (EBRD), Asya Kalkınma Bankası (ADB) ve benzeri kurumlar ile kurulan temas ağları, firmaların bu yöndeki taleplerini karşılayabilecek niteliktedir.

Çağımızda, sınıai ve ticari işletmelerin bilgi gereksinimleri hızla artmaktadır. Siyasi, sosyal gelişmeler de dünya pazarlarındaki ve teknoloji alanındaki gelişmeler kadar iş süreçlerini etkileyebilmektedir. Dolayısıyla firmalar giderek daha fazla çok yönlü bilgi mekanizmalarına ihtiyaç duymaktadır. DEİK, üyesi olan firmaların ve kuruluşların bilgi gereksinimlerine karşılık vermek için sürekli bir araştırma faaliyeti içindedir. Bu faaliyet firmalardan gelecek yeni talepleri de göz önüne alarak gelecekte daha da geliştirilecektir. Göz ardı edilmemesi gereken bir diğer husus, DEİK’in önemli sayıda ülke ile kurduğu temas ağlarının ülkemizin tanıtımında en etkin araçlardan biri haline gelmiş olmasıdır.

Kaynak: deik.org.tr

HERKES LİDER OLAMAZ!

Eğer lider olmak istiyorsanız en iyi fikirleri bulmalı, uygulamalı ve hayatınız boyunca öğrenmeyi sürdürmelisiniz. Kabul etmek gerekicek ki, liderlik vasıflarına sahip kişilere çok sık rastlanılmadığı için bürokraside ve işletmelerde sorunlar hızla yaygınlaşmakta. Bu tehlike karşısında uzmanlar, örgütü geleceğe taşıyacak kişilerin lider mi yoksa yönetici mi olması gerektiğini uzun zamandır tartışıyorlar. Lider, örgüt içinde sahip olduğu özellikleri ile yöneticilerden kesin bir çizgi ile ayrılır. Bu ayrılış noktasının somut göstergesi de başında olduğu işleme ve kuruma kazandırdığı artırlardır.

Liderlik Nedir?

Lider, iş ahlaki kurallarını temel alan, yaratıcılık ve değişim odaklı yönetim anlayışının öncüsüdür. Bu makamda görev alan kişilerin amacı ayrıcalık kazanmak ya da statü sahibi olmak değildir. Gerçek amaçları, bireyleri sinerji yaratarak ortak hedefler doğrultusunda çalıştırmak ve işletmeyi rakiplerinin önüne geçirmektir. Bu farklılık ve başarı yaratan davranışlara "liderlik yetkinliği" denilir. Lider, bireyleri ortak hedeflere yönelten, hedefleri benimseten, bireyler arası köprüyü oluşturan, dağınık güç ve bilgiyi bir araya toplayıp sinerji yaratan kişidir. Liderin tanımına açıklık getirebilmek için "lider kimdir?" sorusu sorulmalıdır. Bu sorunun cevabı şu maddelerdir:

- Sorgulayıcı ve sabırlı,
- Daima önde değil, yeri geldiğinde arka planda duran,
- Değişimin yaratıcısı olan,
- Prensipleri ile hareket eden,
- Zorluklara karşı mücadele eden,
- Ahlak kurallarını bireysel menfaatlerinin önünde tutan,
- Kararları takımıyla beraber alan,
- Daima değişime açık kişidir.



Aslında lider bu maddelerin toplamından çok daha büyük bir değeri ifade eder. Onu tanımlamak ve örgüt içindeki yerini netleştirmek için yönetim ve yönetici kavramlarını incelemek gerekir. Yönetim; örgütün üst yönetimi tarafından belirlenmiş amaç ve hedeflerin gerçekleştirilmesi için çalışanlara yön belirlenmesi, harekete geçirilmesi ve sonuçların değerlendirilmesi sürecidir.

Liderlerin temel özellikleri:

- Değişim mühendisidir ve yeniliklere daima açıktır.
- Vizyon ve misyon oluşturan kişidir. Geleceği öngörebilme yeteneğine sahiptir.
- Organizasyondaki enformasyon ve bilgileri anlama ve yorumlama yeteneğine sahiptir. Sürekli yeni enformasyon ve bilgi edinmeye çalışır.
- Mücadeleci, çalışkanlık ve atılım gücüne sahiptir. Organizasyonu başarıya doğru sürükleyen kişidir.
- Örgüt içinde gelişmeyi teşvik ve motive edici bir hava yaratır.
- İletişim yeteneği çok gelişmiştir.
- Entelektüel ve sorgulayıcıdır.

Hatalarından daima ders çıkarır.

- Çalışanlara örnek olacak şekilde davranışlarında açık ve tutarlıdır. Söz ve davranışları uyum içindedir.
- Güçlü ve zayıf yönleri iyi bilen ve hatalarından ders çıkaran kişidir.
- Piyasadaki gelişmeleri ve trendi, tüketicinin ihtiyaçlarındaki değişme ve gelişmeleri analiz etme yeteneğine sahiptir. Değişen şartlara kolayca uyum gösterebilme esnekliğine sahiptir.
- Takım ruhu felsefesine inanır. Paylaşımıcıdır. Başarının tüm çalışanlara ait olduğuna inanır.

Liderliğin değişmez üç önemli özelliği:

a. Müşteri odaklıdır

Lider, zamanının önemli bir kısmını müşterilerle ilgili konulara ayırır. Örgütün varoluş amacının müşteriye en iyi hizmeti sunmak olduğunu çok iyi bilir. İşletmeyi kârlı kılmamanı sadece tasarruf, iyileştirme ya da kalite çalışmalarına bağlı olmadığını, müşteri memnuniyetinin ileride kazanç artışı şeklinde geri döneceğine inanır.

b. Eğitimi sürekli hale getirir

Lider, hayatı boyunca öğrenmeye, yeni fikirlere ve insanların görüşlerine açık kişidir. Okul hayatı çok gerilerde kalsa bile, alanıyla ilgili akademik konuları takip etmeyi sürdürür. Mesleki deneyimlerini artıracak seminer ve konferansları yakından takip eder. Lider olmayı beceremeyen kimi yöneticiler ise





eğitim sürecinin okul hayatı ile birlikte sona erdiğini düşünür.

c. Etkin personel ekolünü benimser

Lider, etkin personel yaratmak için önce çalışanlara yatırım yapar. Ardından yeterli performansa sahip olanları, kritik yönetim noktalarına yerleştirir. Bu atamalarda görevlerin kişinin geçmiş deneyimleri ile örtüşmesine dikkat eder. Hiç pazarlama ya da satış departmanında çalışmamış başarılı bir personeli, bu bölümlerden birine yönetici olarak getirmez. Personelin, kendi mesleki birikimleri doğrultusunda kariyer planı çizmesini ister.

Lider ile yönetici arasındaki fark:

Yeni ekonomik düzende lider ve yönetici kavramları birbirine çok sık karıştırılmaktadır. Liderlik insanın kendi doğal yapısından ve içten gelen bir olaydır. Yöneticilik ise öğrenilen ve eğitimi alınabilen bir konudur. Eğitim ve tecrübelerle kişi iyi bir yönetici olabilir. Ancak liderlik için daha birçok özelliğe ihtiyaç vardır. Bugün yönetici ve lider arasında işletmeye katkı boyutunda önemli farklılıklar görülür.

Örneğin, işletmedeki sorunların bütününe görme ve çözüm getirebilme

liderin en önemli yeteneklerinden biridir. Yöneticiler ise genellikle gündelik sorunların içinde kaybolmaktadır. Sorun çözme yeteneği; işletme, iktisat, hukuk ya da başka alanlarda alınan temel eğitimler ile kazanılmaktan çok, kişinin işletme içinde yetişmesine ve



gelişmesine bağlı bir beceridir. Lider de işletme içinde çeşitli kademelerde görev alıp yetiştiği için bu konuda oldukça başarılıdır.

Liderleri yöneticilerden ayıran diğer özellikleri şunlardır:

- Vizyon sahibi olmaları,
- Geleceğe yönelik analiz yapabilme becerileri,
- Yaratıcı düşünceye değer vermeleri,



- Çalışanlarına daima yol göstermeleri,
- Hem kendini hem de grubu motive edebilme becerileri,
- İnisiyatif sahibi olmaları.

Herhangi bir çalışan da sözü edilen bu niteliklere sahip olduğu takdirde lider olabilir. Bunun için işletmenin sahibi ya da yönetim kurulu başkanı olmanız

gerekmiyor. Ortaya koyduğunuz işler bunu netleştirecektir. Yönetici ve lider aynı kişi değildir.

Lider ve takım çalışması

İşletmelerde (takım çalışmasında) üyeler, enerjilerini sorun çözmeye, görev etkinliğine ve hedeflere ulaşmaya yönelik olarak kullanılmalıdır. Liderler ise üyelerin sahip olduğu kaynakları, işletmenin maksimum yararına olacak şekilde düzenlemelidir. Bunun için de, üyelerin bileşimi doğru etkilenmeli ve seçimlerine dikkat edilmelidir.

Seçme işi, kişilerin takım içerisinde yer alma isteğine ve buraya aktaracakları kişisel-teknik becerilerin bileşimine dayandırılmalıdır. Gelişigüzel yapılan bir seçim işlemi, takımın başarısını olumsuz yönde etkileyecektir.

Liderin takım yönetimini tercih etmesinin ve üyeleri büyük dikkatle seçmesinin nedenleri şunlardır:

- Sonuçları iyileştirmek,
- Etkin kararlar almak,
- Öncelikleri belirlemek,
- Problemleri çözmek ve her türlü çatışmayı engellemek,
- İşe katkı düzeyini artırmak,
- Çalışanların işi sahiplenmelerini sağlamak,

Çalışma ortamını iyileştirmek. Bütün bu verilerin ışığında makalemiz başlığına dönersek, herkesin lider olamayacağı gerçeğini kabul etmemizin gerektiği ortaya çıkar. Evet, insanların aldıkları eğitimle, içinde buldukları çevre ile olan etkileşimleri bağlamında kendilerini geliştirecekleri bir başka gerçekliktir. Ancak şunun da altını çizmek gerekcek ki, lider olmak için biraz da bu dünyaya o temel vasıflara sahip olarak gelmek gerekiyor. Sonrası kişinin, yani lider adayının kendisine kalmış.

Yönetici ve Lider arasındaki farklar...

Yönetici	=>	Lider
Başkalarının hedeflerine hizmet eder.	=>	Amaçları ve hedefleri kendisi belirler.
Başkaları tarafından yönetime getirilir.	=>	İçinde bulunduğu kesim tarafından yönetime getirilir.
Gücünü prosedür vb. noktalardan alır.	=>	Gücünü kendinden ve içinde bulunduğu gruptan alır.
Biçimsel olanı temsil eder.	=>	Doğal olanı temsil eder.

PETROL FİYATLARI NEDEN ARTIYOR?

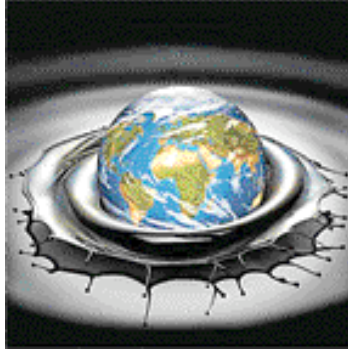
Uluslararası piyasalarda ABD ham petrolünün varil fiyatı 130 Dolar'ı aşarak, tüm zamanların rekorunu kırdı. Petrole olan güçlü talep ve ABD Doları'nın değerinin düşük olması, 2007 yılının başında 50 Dolar'ın altında bulunan ham petrol fiyatlarının yükselmesine neden oldu. Petrol fiyatları 1979 yılındaki İran İslam Devrimi'nden bu yana ilk kez 100 Dolar'ın üstüne çıktı.

ABD Doları'nın diğer önemli para birimleri karşısında değerinin düşmesi, Dolar varlıklarını nispeten ucuz olarak gören yatırımcıları petrol gibi diğer emtia alımlarına yönlendirmiş bulunuyor. Dolar'ın değerinin düşmesi Petrol İhraç Eden Ülkeler Örgütü (OPEC) gelirlerinin satın alma gücünü de düşürdü ve Dolar kullanmayan bazı tüketicilerin satın alma gücünü artırdı.

ABD Merkez Bankası'nın (FED) geçen yıl Ağustos ayının ortasından itibaren faiz oranlarını düşürmesi ve kredi krizinin etkilerini hafifletmek için merkez bankalarının mali piyasalara milyarlarca Dolar pompalaması, petrol ve altın fiyatlarını artırdı.

Emeklilik ve hedge [yüksek riskli] fonlardaki yatırımların petrol dahil diğer emtiaya yönelmesi petrol fiyatlarını yükseltti.

Petrolde daha önce fiyatlar arza ilişkin kaygılar yüzünden artarken, şu anda fiyatların yükselmesinde dünyanın en fazla petrol tüketen ülkeleri ABD ve Çin'in



petrole olan talebinin büyük etkisi bulunuyor.

Dünya petrolünün üçte birinden fazlasını üreten OPEC'in, fiyatların düşmesini engellemek için 2006 yılının sonunda petrol üretimini azaltmaya başlaması da fiyatların düşmesini engelledi. Geçen yıl Aralık ayındaki toplantıda günlük üretim kapasitesini değiştirmeme kararı alan OPEC, tüketici ülkelerin daha fazla petrol üretmesi çağrılarına rağmen, piyasadaki petrol arzının yeterli olduğunu ifade ediyor.

Dünyanın sekizinci büyük petrol üreticisi Nijerya'da petrol üretimi, petrol

endüstrisine yönelik saldırılar nedeniyle Şubat 2006'dan bu yana kesintiye uğramış bulunuyor. Petrol şirketlerine göre, saldırılar ve sabotaj nedeniyle Nijerya'nın günlük 559 bin varil petrol üretimi durdu. Dünyanın dördüncü büyük ihracatçısı İran'ın, nükleer programı nedeniyle Batılı ülkelerle yaşadığı gerginlik, petrol tüketicilerinin İran'ın petrol arzına ilişkin kaygılarını artırıyor.

İrak'ın yıllardır süren ambargo, savaşın ardından bitmek bilmeyen çatışmalar ve yeterli yatırım olmaması nedeniyle petrol endüstrisinden tam verim alamaması da fiyatların artmasında etkili oluyor. Bu durumun önüne geçebilmek adına OPEC'in petrol üretimini artıracağı belirtiliyor. En büyük petrol üreticisi Suudi Arabistan'ın Mayıs ayı üretimi, Nisan ayına göre günlük 200 bin varil artışla 9.3 milyon varile çıktı. Nijerya'da da petrol üretiminin günlük 200 bin varil yükselişle 2.05 milyon varil olmasının öngörüldüğü ifade ediliyor.

İran'ın da Mayıs ayında petrol üretiminin günlük 100 bin varil artışla 3.65 milyon varil olacağı tahmin ediliyor. Bu arada ABD ham petrolünün varil fiyatı Temmuz ayı teslimi 130,47 Dolar'a kadar yükseldikten sonra 130,36 Dolar'dan işlem görmeye başladı.

Uluslararası yatırımcılar petrolün varil fiyatının 2010 yılına kadar 200 Dolar olabileceğini iddia ediyorlar ki, böyle bir şeyin gerçekleşmesi halinde yaşanacakları tarif etmek imkansız görünüyor. Felaket demenin dışında...



BREZİLYA



Onları bugüne kadar daha çok top cambazları, Dünya Kupalarını havaya kaldıran milli takımları ve son yıllarda ülkemize birbiri peşi sıra gelen futbolcularıyla tanıdık. Açıkçası ortak noktamızı daha çok futbol topu oluşturdu. Ama Brezilya çok büyük bir ülke. Dünyanın önde gelen büyük ekonomilerinden biri olma yolundaki Güney Amerika'nın bu önemli ülkesine birde bu gözle bakmakta fayda var...

Tarihçe:

Brezilya (República Federativa do Brasil), Güney Amerika'da yer alan, kıtanın en büyük ve en kalabalık ülkesidir. Atlas Okyanusu'na uzun bir kıyısı vardır. Komşuları, güneyden kuzeye; Uruguay, Arjantin, Paraguay, Bolivya, Peru, Kolombiya, Venezuela, Guyana, Surinam, Fransız Guyanası'dır. (Ekvador ve Şili hariç tüm Güney Amerika ülkeleriyle komşudur.) Brezilya bayrağındaki sarı, topraklarından bol miktarda çıkarılan altını, mavi denizi ve yeşil, ormanları temsil eder. 1500 yılında Portekizli denizci Pedro Alvares Cabral tarafından keşfedilen Brezilya, önce bir Portekiz kolonisi iken 1822 yılında bağımsızlık ilanından sonra Brezilya İmparatorluğu ve 1889 yılında başkanlık sistemiyle yönetilen Brezilya Federe Cumhuriyeti şekline dönüşmüştür. Resmî dili Portekizce olan Brezilya'da başkan, milletvekilleri, senatörler, valiler, belediye başkanları, eyalet ve şehir meclisleri üyeleri dört senede bir yapılan seçimlerle belirlenir. 110 milyon seçmenin katıldığı 2002 yılı seçimlerinde tüm bölgelerde elektronik seçim sandıkları kullanılmıştır. Brezilya'da nüfusun %81'i Katolik, %18'i Protestan, %1'i ise Müslüman ve Musevidir. Katoliklerden 20 milyon kadarı aynı zamanda Afrika kökenli dinlere de mensuptur.



Ekonomi:

Tarım, madencilik, üretim ve hizmet sektörlerine dayanan Brezilya ekonomisi, diğer Güney Amerika ülkelerinden daha ağır basmakta ve yerini dünya pazarında sağlamlaştırıp genişletmektedir. 2001 - 2003 yılları arasında reel ücretler düşmüş ve ülke ekonomisi ortalama % 2.2 de olsa büyümeyi başarmıştır. Bu süreçte ülke birçok yerel ve uluslararası kaynaklı ekonomik sorunu da yaşamıştır. Bu ekonomik sorunlar bir önceki başkan Cardoso'nun ortaya koyduğu programın işlemesine engel oluşturmuştur. 2004'ten bu yana her yıl ülke ekonomisinde iş imkânlarını ve reel ücretleri arttıran büyüme kaydedilmekte olup, ekonomik programın üç direği; artan döviz oranları, enflasyon-hedefli rejim ve sıkı mali politikalarıdır. 2003 ve 2006 arasında ülkede ticaret fazlası oluşmuş ve yine bu dönemde 1992'den beri ilk kez döviz fazlası kaydedilmiştir. Tarım üretimindeki artış ihracata da katkı sağlamaktadır. Ekonomi yönetimi başarılı bir performans sergilemesine rağmen yine de bazı ekonomik sorunlar yaşanmaktadır. Bunların başında ülkenin iç ve dış borçları gelmektedir.

Türkiye ile İlişkiler:

Güney Amerika ülkeleri ile genellikle dostane ilişkiler içinde olan Türkiye'nin aynı ülkelerle olan ticareti ise aradaki mesafenin uzaklığına bağlı olarak fazla gelişme imkanı bulamamıştır. 2005 itibarıyla Türkiye'nin Brezilya'ya ihracatı 103 milyon Dolar olurken ithalatı ise 798 milyon Dolar olmuştur. Bu ülkeye başta otomotiv yan sanayi ürünü, kazanlar, makineler, meyve satarken, karşılığında motorlu kara taşıtları, metal cevheri selülozik maddeler, pamuk, plastik, kahve ve kakao ithal ediyoruz.



Dünyanın 10 büyük ekonomisi içinde yer alan bu 188 milyonluk ülke, hiç şüphesiz ki yatırımcılar için büyük fırsatları da sunuyor.

Detaylı bilgi için: deik.org.tr



Başkent	: Brasilla
Resmî Dil	: Portekizce
Yüzölçümü	: 8.514.000 km ²
Nüfus	: 188 milyon
GSMH (kişi başına)	: 8.584 USD
Para birimi	: Real
Telefon kodu	: + 55
İnternet alan kodu	: br
Brezilya Başkonsolosluğu (Ankara):	
	0312 468 53 20

MUCİZENİN DİĞER ADI: ZEYTİN VE ZEYTİNYAĞI



Kutsal kitaplarda bile adı geçen, üzerine yemin edilen zeytin ve bu bitkiden üretilen zeytinyağı kelimenin tam anlamıyla bir sağlık mucizesi. Ne var ki, ülkemizde hala o kadar da fazla bilinmiyor ve tüketilmiyor.

Zeytin:

Uzun ömürlü bir ağaçtır, yaklaşık 2000 yıl yaşayabilir. Verimli topraklarda yaşar ve gelişir. Meyvesi önce yeşil, olgunlaştıktan sonra da parlak siyah bir renk alır. Etli meyvenin içinde sert bir çekirdek vardır. Meyvenin etli kısmından ve çekirdeğinden elde edilen yağ bakımından çok değerli bir ağaçtır.

Kullanımı:

Zeytinin yaprağında tanen, uçucu yağlar, organik asitler ve rezin bulunur. Yapraklar ve gövde kabuğu %5 çay (infüzyon) halinde iştah açıcı, idrar söktürücü ve ateş düşürücü olarak kullanılır. Şeker hastalığıda kullanım alanı olduğu gibi, tansiyon düzenleyici olarak bilinir.

Üretimi:

Dünya zeytin üretici ülkeleri arasında; ağaç varlığı açısından Türkiye 4'ncü, alan açısından da 6'ncı sırada yer alır. Böylece dünya zeytinyağı üretimine %8 oranında katkıda bulunur, sofralık zeytin üretiminde de İspanya'dan sonra 2'nci sırada yer alır. Marmara Bölgesi'nin ağaç



varlığı açısından Türkiye içindeki payı da %10 olarak belirlenir.

Sofralık olarak üretilen zeytinin başlıca türleri, sele zeytin, konfipi zeytin, çizme yeşil zeytin sofralık yeşil zeytin, Kalamata tipi, İspanyol tipidir. Zeytinden elde edilen en önemli ürünse hiç şüphesiz ki zeytinyağıdır.

Zeytinyağı:

Zeytin kültüründe binlerce yıldan bu yana değişmeyen başka bir gelenek de zeytinden yağ çıkarma yöntemidir. Bunun nedeni zeytinyağının, zeytinlerin soğuk presten geçirilmesiyle elde edilmesi ve hiçbir kimyasal işleme gerek duymadan yenilebilmesidir. Zeytinler önce ezilerek hamur haline getirilir. Daha sonra bu hamur sıkılır veya presten geçirilir. En sonunda ise yağ, zeytin meyvesinin suyundan (karasu) ayrıştırılır. 19. yüzyılın başında ise teknolojinin gelişmesiyle hidrolik pres makinelerine geçildi. Bugün hidrolik pres makinelerinin yanı sıra, zeytin hamuruna hiç pres uygulamadan merkezkaç kuvvetiyle zeytinyağı elde etmeyi sağlayan makineler de kullanılıyor. Bunların içinde de en yaygını kontinü sistemidir...

Kontinü sisteme, tam otomatik sistem de denir. Önce zeytinler türlerine göre ayrılır. Huni adlı çukura dökülen zeytinler makine sistemiyle yapraklardan temizlenir ve kırıcıda ezilip kırılır (makine, üç bin devirle çekirdeği unufak eder). Buradan çıkan hamura, karıştırma yağmurdan sonra su verilir, posa ve şırası ayrıştırılır. Şıradan da yağ ve karasu ayrıştırılıp, yağ filtre tankına alınır, son tortuları ayıklanıp dinlenme tankına bırakılır. Buradan doğal yağ güğümlere, teneke ve şişelere doldurulur. Yağdan geriye kalan prina tekrar öğütülüp sabun yapmada kullanılır. Prina posasına pelet denir ve yakacak, yakıt olarak kullanılır.

Başlıca zeytinyağı türleri ise şunlardır.

Natürel: Düşük oranda doymuş yağ asidi, oleik asit, E, A, D, K vitaminleri içermektedir.

Organik: Ekolojik zeytinyağları, hiçbir kimyasal gübre, tarım ilacı kullanılmadan yetiştirilen üründür.

Natürel Sızma: Serbest yağ asitliği oleik asit cinsinden her 100 gramda 0,8 gramdan fazla olmayan yağlardır

Rafine: Rafine yağ, ince, yemeklik yağdır. Doğal yağın trigliserid yapısında değişikliğe yol açmaksızın üretilir.

Riviera: Rafine zeytinyağı ile gıda olarak doğrudan tüketilebilecek natürel zeytinyağların karışımından oluşur.

Karma prina: Doğrudan gıda olarak tüketilebilecek natürel zeytinyağları ile yemeklik rafine prina yağ karışımından oluşan bir yağdır.



HAZIR YEMEK (CATERING)

Son 20 yılda hazır yemek sektörü çok hızlı bir büyüme gerçekleştirdi. Sadece İstanbul'da günlük ortalama 3.5 milyon kişi toplu yemek şirketlerinden yemek yiyor. Gıda mühendisinden aşçısına, beslenme uzmanından kimyager ve işçisine kadar 350 bin kişiyi istihdam eden hazır yemek sektörünün cirosu 2005 yılında 10 milyar dolar'ı aştı. Toplu yemek sektörünün [fabdot-catering] payı ise 3 milyar dolar civarında. Ancak sorunlar da çok büyük. Ve bu konuda acil olarak önlem alınması gerekiyor...

1 960'larda büyük şehirlerdeki fabrikaların yemekhane kurması, 1970-80'lerde fabdot firmalarının açılması ve 1990'larda yabancı sermaye yatırımlarıyla hazır yemek sektörü çok büyük bir hızla büyüdü. Sektörde, Türkiye genelinde faaliyet gösteren 5 bin işletme var. Kurumsal yemek hizmeti satın alanların sayısı ise 6 milyon kişi. İstanbul Yemek Sanayicileri Derneği yetkililerine göre bu rakamın kamu ve özel sektörle birlikte 20 milyonu bulduğu tahmin ediliyor. Yani sektörde yapılacak hatalar milyonlarca insanı etkileyebilecek ölçüde büyük. Mesela pilav ve elmadan ibaret bir öğle yemeği için 700 ton elma, 30 ton pirinç tüketiliyor. Gıda, tarım, kimya, tekstil, çelik sektörünün de beslendiği yemek endüstrisi, sanayi olamayışının sıkıntılarını da yaşıyor.

Mönü başına maliyetleri 3 YTL'den aşağı olmaması gereken yemekler, 1.5-2 YTL'ye şirketlere pazarlanıyor. Kıyasıya rekabet eden yemek şirketlerinin yüzde 70'i hâlâ kayıt dışı. Kâr etmek için maliyetin bile altına inen fiyatlar; gıda güvenliği, gramaj, besin değeri, hizmet kalitesi ve temizlikten taviz vermek ya da çalmak anlamına geliyor.

Yakın zamanlara kadar Türkiye'ye gelen yabancı sermaye şirketleri Fransız Sodexo ve Sofra (İngiliz Compass-STFA) gibi yabancı firmaların yanında pek çok yerli firma da her gün on binlerce kişinin karnını doyuruyor.

5 bin şirketten sadece 340'ının gıda dernekleri çatısı altında birleşmesi,



aslında haksız rekabeti de gözler önüne seriyor. Kayıt dışı olma isteği, milyar Dolar'lara hükmeden sektör temsilcilerini örgütlü olmaktan da uzaklaştırıyor. İstanbul'da yemek üreten işletme sayısının 2 bin 700 civarında olduğu bilinmesine karşın sektörün en büyük sivil toplum kuruluşu İstanbul Yemek Sanayicileri Derneği'nin (İYSAD) üye sayısı sadece 160. Dernek vasıtasıyla belirlenen fiyat standartlarına ve temiz sektör çağrılarına ise uyulmuyor.

Merdiven altı denilen şirketlerin sayısı 4 binden fazla...

Sadece fiyat standartları değil, asgari hijyen şartları da yerine getirilmiyor. Menüler beslenme uzmanlarının fikri alınmadan hazırlanıyor, yemekler gıda mühendislerine gösterilmeden pişiriliyor. Merdiven altına iki tencere, bir ocak atan 'yemek firmasıyım' diye geçiniyor. Üstelik binlerce de müşteri buluyor. Şirketin tabelasına catering unvanı ekleyip yemek



satacağı iş yeri ve fabrikalara inşaatçılık, boyacılık hatta dekorasyonculuk yapmaya kalkanlar bile var.

Peki maliyeti 3 YTL olan bir öğünlük yemek nasıl yarı fiyatına satılır? Sorunun cevabını uzmanlar şöyle veriyor. KDV'den, vergiden, işçiden, ham madde ve hizmet kalitesinden kaçırma gibi bin bir yöntemler kullanılırsa fiyatı da kırmak mümkün. Haksız bir rekabet söz konusu ama asıl önemli olan bilinçli tüketicinin olmaması. Yetkililer aslında merdiven altı şirketlerin değil, merdiven altı müşterilerin olduğuna dikkat çekiyor ve çalışanını düşünmeyen iş yerleri ucuz yemek olsun dediği müddetçe bu sorunun önüne geçilemeyeceğini belirtiyorlar.

YEMEK SATIN ALIRKEN ŞİRKETLERE TAVSİYELER:

- Yemek maliyeti ile satış fiyatını karşılaştırın. Eften ucuz sucuk, süttten ucuz peynir kullanılıyorsa bilin ki yanlış yerden hizmet alıyorsunuz.
- Soğuk yiyeceklerin soğuk, sıcakların sıcak taşıyıp saklandığını kontrol edin.
- Taşımalı yemek yerine, iş yerinde üretim yapabilecek alternatifleri arayın.
- Şirketlerden gıda denetimi, laboratuvar ölçümü, mikrobiyolojik test isteyin. Yemek üretilen yerleri ziyaret edip denetleyin.
- Yemeklerinizi 15-45 derece sıcaklıklarda uzun süre bekletmeyin. Sıcak yemeklerin servis-saklama ısısı 63 derecedir. Düşük sıcaklıklar bakteri üretir.
- Menü planlamalarını beslenme uzmanlarının, yemek reçetelerini gıda mühendislerinin hazırlamasını isteyin.

BURSA'DA GEÇMİŞ ZAMAN OLUR Kİ...



Bursa'nın yeşilliği ile ünlendiği ve tanındığı günler geride kalalı çok zaman oldu. Yemyeşil bir ovaya doğru tarihi bir kentin silüetinin yansıdığı zamanlar geçip gideli çok oldu. Tarihi Osmanlı evlerinin kentsel dokuyu oluşturduğu şehir de artık belleklerde bir anı olarak kaldı.. Herşey değişirken Bursa da bu değişimden payına düşeni aldı. Günümüz Bursası artık her yönüyle modern bir kent. Elimizde ki bu soluk fotoğrafta gördüğümüz Yıldırım Camii ve etrafında ki eski kent dokusu ise anılarda kaldı.