

**Kalifiye eleman
sorununun çözümü
noktasında,
tüm paydaşların
katılımıyla bir turizm
gelişim stratejisinin
oluşturulması ve
uygulanması zorunluluk
haline geldi**

Tedarikçiler Dosyası, Sayfa 42
“Otellerde Yatak ve Uyku Ürünleri”

Projeler Dosyası, Sayfa 60
“Termal Otel Projeleri”

Zyxel Networks Çözümleri ile Ağ Altyapınıza Yatırım Yapmanın Tam Zamanı!



Zyxel Networks'ün turizm sektörünün ihtiyaçlarına yönelik tasarlanan ürün ve çözümleri ile siz de konuklarınız için güvenilir ve hızlı Wi-Fi bağlantısından kişiselleştirilmiş konuk deneyimlerine, esnek yönetilebilirlik ve gelişmiş ağ yönetimine kadar çok çeşitli özellikler ve avantajlar sunmaya şimdiden başlayın!

UÇTAN UCA ÇÖZÜMLER İÇİN ZYXEL NETWORKS ÜRÜNLERİ



Sürdürülebilir ve Verimli İklimlendirme Çözümleriyle **OTELLER DAHA KONFORLU**



CLIVET

Soğutma Grupları & Isı Pompaları



FORM

Klima Santralleri



DUNHAM-BUSH

Soğutma Grupları



FORM

Fancoil & Isı Geri Kazanım Üniteleri



LENNOX

Paket Klimalar

FORM

1965'ten beri



FREVA

Açık & Kapalı Tip
Soğutma Kuleleri

www.formmerkeziklima.com

Yayın Merkezi

Turas Turizm Medya

Yayıncılık ve Ticaret

Ferah Mah. Taşlıbayır Sok. İlke 2 Sitesi

No:73 D.14 Üsküdar - İstanbul

0216 486 29 24 - 0542 412 07 16

www.turizmprojedergisi.com

Sahibi ve Sorumlu

Yazı İşleri Müdürü

Tuğyan Büyükaras

Genel Müdür

Bülent Büyükaras

bulent@turizmprojedergisi.com

Editör

Tuğyan Büyükaras

tugyan@turizmprojedergisi.com

Araştırma

Halet Tuncel

Projeler Danışmanı

Faruk Tuncel

Görsel Yönetmen

Esra Akgüngör

karaesra@gmail.com

Baskı

Şan Matbaa

Anadolu Cad. No: 50/3

Kağıthane / İstanbul

Tel: 0212 289 24 24

ISSN: 2757 - 9824

Abonelik

Yıllık Abone Bedeli 1350 TL

IBAN:

TR49 0006 4000 0011 2420 1654 23

Yayın Türü

Ulusal, Süreli, Aylık

Baskı yeri ve tarihi

İstanbul, Ekim 2024

2024 yılının ilk 8 ayında ülkemize gelen toplam ziyaretçi sayısı 40 milyonu geçti, ancak otel dolulukları yaz döneminde aylık bazda gerileme kaydetti

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın son açıkladığı verilere göre 2024 yılının ilk sekiz ayında 35 milyon 803 bin 874 yabancı ziyaretçi Türkiye'ye geldi. Yine aynı dönemde yurt dışında yaşayan 4 milyon 492 bin 105 Türk vatandaşı da Türkiye'yi ziyaret etti. Böylece toplam ziyaretçi sayısı 40 milyon 295 bin 979'a ulaştı. Yabancı ziyaretçi sıralamasında; ilk üç sırada, 4 milyon 550 bin 588 kişi ile Rusya, 4 milyon 385 bin 331 kişi ile Almanya, 3 milyon 102 bin 412 kişi ile İngiltere yer aldı. Geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre gelen yabancı ziyaretçi sayısı ise 33 milyon 426 bin 940 olmuştu. Buna göre 2024 yılının ilk sekiz ayında yabancı ziyaretçi sayısında, geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre yüzde 7,11 artış yaşandı.

TÜROB Başkanı Müberra Eresin, istatistiki verilere dayanarak yaptığı yorumda, 8 ayda Türkiye genelinde otel doluluklarının yüzde 61, İstanbul'da ise yüzde 64 olduğunu açıkladı. Dolulukların yaz döneminde aylık bazda gerileme kaydettiğini belirten Eresin, "Yıllık bazda ise Türkiye genelinde 2023'ün yüzde 5 üzerindeyiz. İstanbul'da ise aynı düzeydeyiz. İşler elbette beklediğimiz düzeyde değil. Fiyatlarımızda Euro bazında yüzde 15 civarında gerileme söz konusu. Ancak 'diplerdeyiz' şeklinde yaklaşımları da çok doğru bulmuyoruz. Turizmin en büyük yatırımcıları olarak, maliyet artışları ve kurlar bizi zorluyor" açıklamasında bulundu.

Turizm Proje Dergisi olarak, "Oteller" dosyamızda bu sayımızda turizm sektörünün ivedilikle çözüme ulaşması gereken, aslında pandemide yoğunlaşsa da çok daha önceleri başlayan kalifiye eleman sorununu inceledik. Sorunun sadece bugünü değil, geleceği de tehdit ettiğini, kalifiye personel eksikliğinin, ilerleyen yıllarda otellerin kalitesini düşürebileceğini, misafir memnuniyetini azaltabileceğini ve sektörün sürdürülebilir büyümesini tehlikeye atabileceğini gördük. Bu konuda otel temsilcilerimizden, derneklerden ve değerli akademisyenlerimizden görüş ve önerilerini aldık.

"Tedarikçiler" bölümümüzde "Otellerde Yatak ve Uyku Ürünleri" sektörünü inceledik. Misafir memnuniyetinin ilk kriterlerinden olan iyi bir uyku ve konforu, üstün hizmet anlayışıyla karşılayan yatak sektörü alanında faaliyet gösteren firmalarımızın, yurtiçi ve global sorunlar için devletten beklentilerine yer verdik. Firmalarımızın turizm sektörüne verdikleri hizmetleri, otellere ürün tercihlerinde tavsiyeleri, sorunları ve çözüm yollarını işledik.

Turizm Proje Dergisi olarak "Projeler" dosyamızda bu sayımızda, Türkiye genelinde yeni termal otel yatırımlarını araştırdık. Son güncellemelerini yaptığımız araştırmamıza göre 2024'te 9 yeni termal otel hizmete girdi. 2025 yılı ve sonrasında ise 15 termal otel sektördeki yerini almaya hazırlanıyor. Böylece toplam 24 tesis, 7 bin 444 yatak kapasitesiyle hizmet vermeye başlayacak.

"Gündem" bölümümüz, güncel turizm haberleri, "Dünyadan" bölümümüz, dünyada turizm haberleri, "Acenteler" bölümümüz, acenteler ile ilgili güncel haberleri, "Etkinlikler" bölümümüz, önemli turizm fuarları, toplantıları, "İstatistikler" bölümümüz, rakamsal turizm verilerini içeriyor.

Beğenilerinize sunar, iyi okumalar dileriz...

İçindekiler

Oteller Dosyası

Kalifiye eleman sorununun çözümü noktasında, tüm paydaşların katılımıyla bir turizm gelişim stratejisinin oluşturulması ve uygulanması zorunluluk haline geldi.....6

Tedarikçiler Dosyası

Misafir memnuniyetinin ilk kriterlerinden olan iyi bir uyku ve konforu üstün hizmet anlayışıyla karşılayan yatak sektörü firmalarımız, devletten yurt içi ve global sorunlar için ivedilikle çözüm bekliyor.....42

Projeler Dosyası

Türkiye genelinde, toplam 7.444 yatak kapasitesine sahip 24 yeni termal otel sektördeki yerini almaya hazırlanıyor.....60

TÜRKİYE DİSTRİBÜTÖRÜ
EF TEKNOLOJİ SİSTEMLERİ ELEKTRONİK
VE İNŞAAT SAN.TİC. A.Ş.

Ortaköy Mah. Sarı Efe Sok. No: 1 /1 Ortaköy
34347 Beşiktaş-İstanbul-TÜRKİYE
Tel : +90 212 327 05 01 (7/24) • Faks : +90 212 327 05 62
www.efteknoloji.com.tr • info@efteknoloji.com.tr



MIWA

OTEL KARTLI KİLİT SİSTEMLERİ

ALV2 WIDE TYPE

RFID CARD LOCK SYSTEM FOR HOTELS,
MULTI HOUSING AND MORE



**MIWA ALV2
GENİŞ TİP**

Miwa P ALV2 serisi son teknoloji elektronik kilitleme çözümleri ile günümüzün Otel Endüstrisine hizmet vermektedir. Birçok renk (bitiş) ve kol tipleri mevcuttur. Teknoloji, Mifare 13.56 Mhz kart ile BLE (Bluetooth) özelliğine sahip cep telefonları ile çalışmaktadır.



MIWA ALV3 ROZETLİ TİP

Miwa'dan en son teknoloji ALV3 Serisi, Mifare, Mifare Plus kartlar ile ve BLE (Bluetooth) özelliğine sahip cep telefonları ile çalışmaktadır.



**MIWA ALV2
SLIM TİP**

Miwa ALV2 SLIM serisi en şık modeldir. Birçok renk (bitiş) ve kol tipleri mevcuttur. Teknoloji, Mifare 13.56 Mhz kart ile BLE (Bluetooth) özelliğine sahip cep telefonları ile çalışmaktadır.



ALV2 SLIM TYPE

RFID CARD LOCK SYSTEM FOR HOTELS,
MULTIHOUSING AND MORE



REFERANSLARIMIZ

- Double Tree By Hilton Şanlıurfa • Double Tree By Hilton Trabzon • Rixos Beldibi • Holiday Inn Ankara • Ramada Tekstilcent • Charisma Deluxe Resort Hotel Kuşadası
- La Blanche Island Bodrum • Somerset Maslak • Club Med Palmiye Bodrum • My Home Resort Alanya • Kirman Belazur Resort Serik • Miracle Asia Airport
- Class Hotel Ankara • AKKA Antedon Deluxe Resort Hotel ve devamında 800'ün üzerinde proje.

Otelcinin Kârlı, Doğrudan Rezervasyon ve OTA Yönetimi Kılavuzu

Bir otelci olarak, geliri optimize etmek ve konuk deneyimi üzerindeki kontrolü sürdürmek için dengeli bir dağıtım stratejisine ulaşmak çok önemlidir. Online Seyahat Acentalarına (OTA'lar) ve Tur Operatörlerine (TO'lar) büyük ölçüde güvenmek, dağıtım maliyetlerini önemli ölçüde artırabilir ve kâr marjlarını azaltabilir; komisyonlar genellikle konukların ödediği gelirin %15 ila %30'u arasında değişir. Bunun tersine, direkt

rezervasyonlar daha düşük dağıtım maliyetleri, gelişmiş konuk deneyimleri ve artan kâr marjları gibi çeşitli avantajlar sunar.

Bu makede Exely ekibi, Türkiye'deki otelcilerin dağıtım kanallarını optimize etmelerine ve üstün misafir deneyimini sürdürürken kârlılığı artırmalarına yardımcı olacak temel stratejileri paylaşıyor.

Exely'den Otelciler için Stratejik Dağıtım Analizleri

1. Meta Arama

Motorlarından Yararlanın

Bazı rezervasyon platformları Google Otel Reklamları, TripAdvisor, Kayak ve Trivago gibi meta arama motorlarında yalnızca üyelere özel fiyatları göstermeye başladı. Doğrudan teklifinizi daha rekabetçi hale getirmek için bu platformları keşfedin ve web sitenizin ücretlerini orada görüntüleyin. Bu yaklaşım, doğrudan rezervasyon sağlayan özel fiyatlar ve paketler sunarak rekabetçi kalmanıza yardımcı olur.

2. OTA ve TO Kısıtlamalarını Yönetin

OTA'lardan ve TO'lardan tamamen kaçınmak yerine kısıtlamaları etkili bir şekilde yönetmeyi öğrenin:

- **Minimum-Konaklama (MinLos) ve Maximum-Konaklama (MaxLos) Taktikleri:** Doluluk ve geliri dengelemek için minimum ve maksimum konaklama süresi kısıtlamaları uygulayın.

- **Etkinlik Tabanlı Stratejiler:** Yüksek talep gören etkinlikler sırasında, hızlı rezervasyonları teşvik etmek için OTA'ları ve TO'ları kullanın ve doğrudan rezervasyonları çekmek için web sitenizde daha esnek koşullar belirleyin.
- **Gelişmiş Kullanılabilirlik Ayarı:** Talebin yoğun olduğu dönemlerde bazı odaları doğrudan satış için ayırın. Exely olarak, otelcilerin web sitesinde satılacak oda sayısını yalnızca geri kalan odalar zaten rezerve edildiğinde seçmelerine olanak tanıyan bir "Gelişmiş Kontenjan Ayarı" sunuyoruz. Bu, otelcilerin yüksek marjlı doğrudan rezervasyonlar olarak yüksek talepten daha fazla yararlanmasına yardımcı olur.

Tavsiye

Oteliniz hafta sonları her zaman dolu ancak hafta içi odaları boşsa, 3 günlük MinLOS'lu özel fiyat planları oluşturarak daha uzun konaklamaları teşvik edin. Örneğin, son veya ilk gecenin %10-30 daha ucuz olduğu bir fiyat planı sunun.

OTA kullanımlarında eğilim uzun vadeli konaklama planları yerine kısa vadeli konaklama yönündedir. Bu, daha yüksek komisyon ücretleri ve daha fazla temizlik masrafına yol açabilir. OTA'larda MinLOS'u 3 günlük olarak ayarlamanızı ve otel web sitenizde uzun süreli konaklamalar için ekstra indirim de dahil olmak üzere uzun süreli konaklamalar için ayrı bir fiyat planı sunmanızı öneririz.

3. Dinamik Fiyatlandırma Stratejileri

Fiyatları talebe, doluluğa ve sezona göre ayarlamak için dinamik fiyatlandırmayı kullanın. Düşük oranları çok önceden ayarlamaktan kaçının; bunun yerine gelirinizi optimize etmek için talep modellerini ve rakip fiyatlarını analiz edin:

- **Talep Takvimi Analizi:** Gelecekteki rezervasyonları takip etmek ve bunları geçmiş verilerle karşılaştırmak için talep takviminizi düzenli olarak inceleyin.
- **Rekabetçi Set İzleme:** Fiyatlandırmanızın rakiplere göre nerede olduğunu anlayın ve doluluk ve geliri en üst düzeye çıkarmak için oranları buna göre ayarlayın.

4. Fiyat Paritesini Sağlayın

OTA'lar ile resmi web siteniz arasındaki fiyat eşitliği çok önemlidir. Misafirler genellikle farklı rezervasyon kanallarındaki fiyatları karşılaştırır ve tutarsızlıklar doğrudan rezervasyonların kaybedilmesine yol açabilir. Doğrudan yüksek marjlı rezervasyonları teşvik etmek için web sitenizdeki fiyatların OTA'lardaki fiyatlarla eşleştigiinden emin olun.

Tavsiye

MinLOS ve MaxLOS kısıtlamalarını ayarlayarak popüler etkinlikler sırasında gelirinizi artırın. İnsanlar etkinliğe katılmaya geldiğinde yalnızca etkinlik süresince oda rezervasyonu yaparlar. OTA'larda etkinliğin süresinden daha uzun bir süre için MinLOS ayarlayın ve otel web sitenizi bu kısıtlamadan uzak tutun.

OTA teklifi

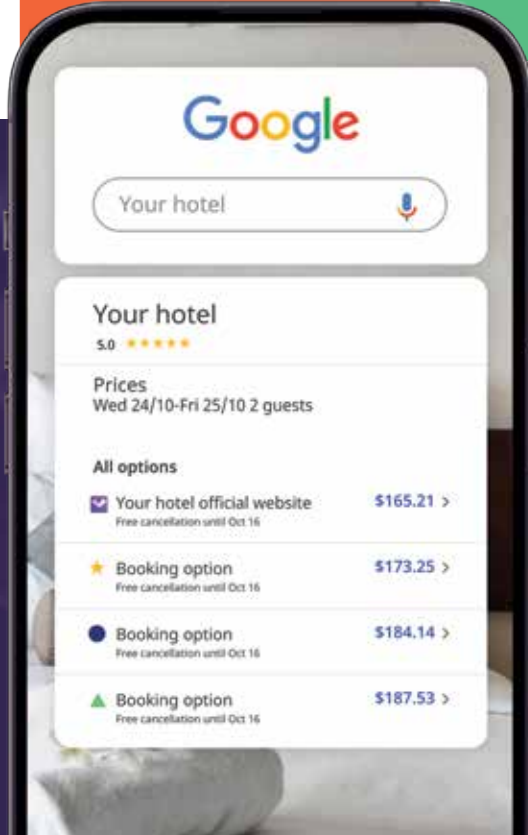
Geceliği 150\$
-%100 iptal ücreti

Web sitesi teklifi

Geceliği 150\$
+Ücretsiz karşılama içeceği
+İptal durumunda +%75 iade

Misafirin
seçimi

%



exely

Kârlılığı yüksek doğrudan rezervasyonlar, dijital pazarlama ve dengeli dağıtım stratejileri hakkında öneriler ve rehberlik almak için



kare kodu okutun,
formu doldurun sizi arayalım!

oteller



Kalifiye eleman sorununun çözümü noktasında, tüm paydaşların katılımıyla bir turizm gelişim stratejisinin oluşturulması ve uygulanması zorunluluk haline geldi

Turizm sektörünün en önemli sorunlarından birisi olan ve güncelliğini hiç yitirmeyen kalifiye eleman eksikliğine dair turizm profesyonelleri, sorunun her ne kadar “pandemiden sonra” diye nitelense bile aslında çok daha öncelerde var olduğunu, pandeminin sadece süreci hızlandırdığını belirtiyorlar. Sorun için otellerin, insan kaynakları politikaları olarak aldığı ve uyguladığı yöntemler, yerinde ve olumlu olsa dahi sorunun büyüklüğünden ötürü yetersiz kaldılar. Türkiye gibi turizmin, ekonominin en önemli kalemlerinden olan bir ülkede, bu soruna devletin çok daha radikal ve reel çözümler getirmesi konusunda sektörün tüm bileşenleri görüş birliği içindeler. Zira bu durum, sektörün büyüme potansiyelini ve hizmet kalitesini olumsuz yönde etkileyen temel faktörlerden biri olarak, gittikçe büyüyen bir tabloyla güncelliğini hep koruyacak.

Turizm Profesyonelleri, Kalifiye Eleman Sorunun Nedenleri İçin Ne Söylüyorlar?

Dönemsellik: Kalifiye elemanlar, 12 ay açık olan şehir otelleri ve bazı resort oteller haricinde, tesisin kapalı olduğu zamanlarda, işsiz ve güvencesiz kaldığından, düzenli bir gelir ve istikrarlı bir iş güvenliği arayışıyla başka sektörlerle geçmeyi tercih ediyorlar. Durumun yansıması olarak, kıyı otellerindeki personel eksikliği şehir otellerindeki personel sirkülasyonunu da olumsuz etkiliyor. En önemli sonuç olarak ise bu neden, gençlerin

turizmi bir meslek dalı olarak görmemesine, geçici bir iş kolu olarak görmesine ve yeni jenerasyonun kaybına yol açıyor.

Çalışma koşulları: Turizm sektörünün dinamikliği, otellerin 24 saat yaşayan bir mekanizma olması beraberinde uzun ve yorucu çalışma koşullarını getiriyor. Bununla beraber yönetsel sorunlar, aylık izin gibi sorunları yaşayan, aldıkları ücreti emeğe göre düşük bulan, farklı sektörlerde aynı meslek mensuplarını bünyesinde bulunduran firmaların ücret skalaları, piyasa koşullarını kıyaslayan kalifiye elemanlar, başka



sektörlere geçmeyi tercih ediyor. Bu durum iş-yaşam dengesine önem veren genç kuşağını da olumsuz etkiliyor.

Barınma Sorunu: Konaklama ihtiyacı duyan çalışanlara tahsis edilen lojmanların yetersiz koşulları, çalışanların iş performansı, motivasyonu ve genel memnuniyeti üzerinde ciddi olumsuz etkiler yaratıyor. Konforsuz lojmanlar, çalışanların işlerine devam etme motivasyonunu düşürebiliyor. Uzun vadede bu durum, işten ayrılmalara neden olabiliyor. Çalışanlar, daha iyi yaşam koşulları sunan başka iş fırsatlarını değerlendirme eğilimine giriyorlar. Ayrıca lojman olamayan bir yerde, çalışanın kendisinin ev tutması da bu ekonomide tercih ettikleri bir seçenek olmadığından, sektör değişimlerine sebep oluyor.

Uzun vadeli kariyer planlaması yapılamaması: Kalifiye elemanlar ve özellikle Z kuşağı, turizm sektöründe çalışmayı cazip bulmadıkları gibi, uzun vadeli kariyer planları yapabileceklerine de inanmıyorlar. Bunun nedeni personelin aidiyet duygusunun geliştirilememesi ile örtüşüyor. Zira her sene kısa süreli sezonluk bir iş için, üstüne bir de ortalamanın çok altında bir maaş ve fiziki zorlukları olan çalışma koşulları sunan sektör olması, günümüz gençlerini, turizmin sıkıcı ve geçici bir iş olarak görmesine ve kariyerlerine bir katkısı olamayacağını düşünmesine sebep oluyor. Ayrıca dijital çağda büyüdükleri için teknolojiye önem veriyorlar ve turizmde çalışmak onlar için daha geleneksel ve fiziksel bir iş; bu da ayrı bir etken. Kariyerlerine yön çecekleri bir rol model bulmakta zorlanan kalifiye elemanlar ve turizm okullarından mezun olan gençler başka sektörlerle yöneliyorlar.

Stajyer öğrencilerin durumu: Turizm bölümlerinde okuyan stajyerler, tesislere sadece deneyim alanı yaşamak ve gerçekte öğrendiklerini nasıl uygulayabileceklerini gösterebilecekleri bir alan bulma hayaliyle, teoriyi pratiğe taşımak için geliyorlar. Onları kadrodan saymak, normal çalışan kadar performans beklemek gelen stajyerin beklentisiyle uyumuyor. Devamında bıkkınlık duygusu ve sektörde çalışmama kararı geliyor ve maalesef bu sektörde çalışmayı düşünmüyorlar.

Sorunun Çözümü İçin Görüşler Neler?

Sektörün en önemli sorunu olan nitelikli eleman sorunu için oteller kendi istihdam politikalarını belirleyerek, çözüm adına önemli adımlar atıyorlar. Personellerine konforlu yaşam alanı, servis imkanları ve eğitim fırsatları veriyorlar. Mesleki eğitim veren liseler ve üniversitelerle

iş birliği yapıyor, kariyer günlerine katılıyor, işe girişlerin gerçekleşmesiyle departman beceri eğitimleri gerçekleştiriyor, çevrimiçi eğitim sistemleriyle kendilerine tanımlanan özel eğitimlerle sürekli eğitim hakkı sağlıyor, dil becerilerini geliştirmeleri için çeşitli fırsatlar sunuyorlar. Mentor olarak yeterli eğitimi almış olanlarla öğrencileri bir araya getirip mentorluk çalışması yapılmasını sağlıyor, mezuniyet sonrasında ise hedefleri doğrultusunda istihdam garantisi ve kariyer geliştirme alanında koçluk hizmeti veriyorlar. Yurt dışından eleman temininden önce kendi gençlerini kazanmayı hedefleyen otellerimiz, sektör adına önemli adımlar atsa da sorunun kalıcı çözümü için maalesef yeterli olmuyor. Nitelikli eleman açığı için, her ne kadar birtakım zorluklar barındırsa da aracı firmalar aracılığıyla yurt dışından eleman temin etme yolunu seçiyorlar. En önemli sorun olan mevsimlik çalışmanın dezavantajlarından kurtulmak için devlet politikaları ve desteği ile yapılabilecekler için öneri olarak: **Mevsim dışında çalışma fırsatları yaratma:** Mevsimlik çalışanlar için yıl boyunca sürdürülebilir istihdam yaratmak adına turizm destinasyonlarının sezonlarını genişletmek önemlidir. Bu amaçla, sağlık, kültür, spor, kongre turizmi gibi alanlarla turizm sezonu uzatılabilir ve otelcilik sektöründe sürekli istihdam sağlanabilir. **Yıl boyu açık kalabilecek hizmetler:** Spa, wellness, restoranlar, etkinlikler sunarak, mevsim dışı dönemlerde de talep yaratılabilir. **Mevsimlik çalışanlara devlet desteği:** İşsizlik ödeneği kapsamının genişletilmesi mevsimlik çalışanlar için önemli bir çözüm olabilir. Mevsimsel işsizliğe karşı, devlet tarafından sağlanan işsizlik ödenekleri ya da sosyal güvence paketleriyle çalışanların gelir kayıpları minimize edilebilir. Bu konuda STK'lar ve sendikalar tarafından ilgili bakanlıklara taleplerin sürekli olarak iletilmesi suretiyle konunun gündemde tutulması çözüm sağlayabilir. **Mevsimsel çalışan havuzları oluşturma:** Otellerin bir araya gelerek mevsimlik çalışan havuzları oluşturmasıyla, mevsimsel çalışanların farklı tesislerde iş bulabilmesi sağlanabilir.

Devletin İzlemesi Gereken Politikalar:

-Sektörün bir Turizm Meslek Yasa Tasarısı olmalıdır. Turizm Bakanlığı'nın çalışan işgücünün haklarını koruyucu yaptırımlarda bulunması gerekmektedir.

-Kalifiye eleman sorununun otellerin bir sıkıntısı olarak görülmesinin ötesinde sektörel kalkınma planları arasında yer alması gerekiyor. Devlet, turizm işletme sahiplerine ve potansiyel personellere daha fazla destek sağlamalıdır.

-Çalışma saatleri düzenlemesi veya fazla mesai ücretlerinin ödenmesini garanti altına alan ve işçi haklarını koruyan politikalar geliştirilmelidir.

-Devlet, turizm sektörüne yönelik eğitim programlarını yaygınlaştırarak, üniversiteler ve meslek liselerinde turizm odaklı bölümlerin geliştirilmesini teşvik etmelidir. Bu programlar kapsamında uygulamalı eğitimler artırılarak, staj yapmanın zorunlu hale gelmesi sağlanabilir. Özel sektör ile ilişkilerin sıkı kurulup, sektörün ihtiyacı olan derslerin oluşturulmasına yönelik danışma kurulları oluşturulması gereklidir.

-Kalifiye çalışan yetiştirilmesi için devlet, özel sektörde çalışanların mesleki eğitim ve sertifikasyon programlarına katılımını teşvik eden, eğitim masraflarının karşılanması veya vergi indirimi gibi destekler sağlayabilir.

-Özellikle gelişmemiş veya gelişmekte olan turizm bölgelerinde, turizm sektöründe çalışmak isteyen gençlere yönelik burs programları, istihdam garantili eğitim projeleri gibi teşvikler uygulanabilir.

-Kamu ile turizm sektöründe hizmet veren firmalar, ortaklaşa projeler geliştirerek, iş başı eğitimi ve mentorluk programları oluşturulabilir. Bu projeler, kamu kaynaklarının etkin kullanımını sağlarken, sektörün ihtiyaç duyduğu iş gücünün yetişmesini sağlar.

Sektör duayenleri turizm sektöründeki istihdam sorununun, sadece bugünü değil, geleceği de tehdit ettiğini, kalifiye personel eksikliğinin, ilerleyen yıllarda otellerin kalitesini düşürebileceğini, misafir memnuniyetini azaltabileceğini ve sektörün sürdürülebilir büyümesini tehlikeye atabileceğini ve ivedilikle çözülmesi gerektiğini vurguluyorlar.





**Müberra Eresin / TÜROB -Türkiye
Otelciler Birliği Başkanı**

Hepimizin bildiği üzere dünyanın her alanda yaşadığı makineleşme ve dijitalleşme, üretimde emek faktörünün nicel olarak azalmasına sebep olmuştur. Turizm işletmeleri, belirli ölçüde bu otomasyondan etkilenmiş olsa da hala insan faktörünün hizmet üretiminde en önemli unsur olduğu işletmelerdir. Günümüzde istihdam yaratıcı sektörlerin başında turizm işletmeleri en önemli yeri oluşturmaktadır. Müşteri memnuniyeti ve sadakatinin çalışan performansı ile doğrudan ilişki içinde olduğu turizm işletmelerinde insan kaynağı planlaması bu işletmelerin verimliliği açısından hayati önem taşımaktadır. Zira turizm işletmeleri sundukları hizmet nedeniyle 7/24 faaliyetlerini sürdürmek zorunda olduklarından bankalar, maden

Turizmde çalışan sayısının artırılması ve sürdürülebilir istihdam için TÜROB olarak, sektörümüzün özellikleri ve gereksinimleri ile uyumlu hale dönüştürülerek güncellenmesi girişimlerimiz sürüyor

ocakları, fabrikalar gibi belli gün ve saatlerde kapatılmaları veya hizmete ara vermeleri mümkün değildir. SGK tarafından Haziran 2024 ayı verilerine dayanarak yayınlanan son raporda; 532 bini konaklama, 850 bini yiyecek & içecek, 78 bini seyahat acentesi ve 41 bini de havayolunda olmak üzere, turizm sektörümüzde çalışan sayısı tarihi bir rekorla 1 buçuk milyon rakamını geçmiştir. İşletme başına 8,36 çalışan ile diğer sektörler göre turizm sektörü açık ara önde olmasının yanında ülke genelindeki toplam istihdamın yüzde 9'una ulaşmıştır.

Ağustos ayı istatistiklerinde, sektörde çalışan sayısının 1.7 milyonu aşmasını bekliyoruz

Turizm istihdamında zirve ayı olan Ağustos ayı istatistiklerinde, sektörde çalışan sayısının 1.7 milyonu aşmasını bekliyoruz. Mevcut İş Kanunu ve mevzuatı, denetimlerdeki yorum farklılıkları; sektörümüzün özellik ve gereksinimlerine uygun esnek çalışma uygulamasını önlerken,

başta gençler ve kadınlar olmak üzere daha fazla istihdamın önüne geçmektedir. Ayrıca sektörün dünyada genel kabul görmüş uygulamaları ile çelişen çok sayıda düzenlemeyi barındırmaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Rehberlik ve Teftiş Grup Başkanlığı ile İŞKUR nezdinde temaslar başlattık. Sektör işletmelerimizde 'kamu-çalışan-işveren' birlikteliğinde var olan çalışma barışının daha fazla güçlendirilmesi amacıyla turizmde çalışan sayısının artırılması ve sürdürülebilir istihdam için mevzuat düzenlemesi gerektiren; başta sektörün en büyük gereksinimi olarak karşımızda duran esnek çalışma modelleri ile bu meyanda geçici iş ilişkileri, haftalık izin, yıllık izin, fazla çalışma, özel istihdam büroları gibi pek çok konunun, konaklama işletmelerimiz öncelikli olmak üzere, sektörümüzün özellikleri ve gereksinimleri ile uyumlu hale dönüştürülerek güncellenmesi için girişimlerimiz sürüyor.

Radisson Otel Grubu olarak, adaptasyona öncelik veriyor, işe girişi takip eden ilk 3 ay içinde çok yoğun departman beceri eğitimleri gerçekleştiriyoruz. Çalışan memnuniyetini çok önemsiyoruz ve her yıl düzenlediğimiz “Radisson Talks” anketiyle ölçüyor ve sonuçlara göre iyileştirmeler yapıyoruz

Radisson Otel Grubu, dünya genelinde 10 farklı alt markaya sahip bir otel grubudur. Bu markalar şehir otellerinden tatil köylerine, dağ otellerinden resortlara kadar çeşitlilik gösterir. Dolayısıyla, her otelin bulunduğu lokasyona ve konseptine göre farklı operasyonel ihtiyaçlar ortaya çıkar. Ancak genel anlamda tüm otellerimiz yıl boyunca açık ve 12 ay kesintisiz hizmet veriyoruz. Bu çeşitlilik, misafirlerimize dört mevsim boyunca kaliteli hizmet sunmamızı sağlıyor. İstihdam sorunu sektör genelinde mevcut. Bu durum, Türkiye'ye has bir durum da değil. Otelcilik sektöründe yeni ekibe katılanların hızlı adaptasyonu her zaman öncelikli olmuştur ama artık daha da büyük önem taşıyor. Bu sebeple işe girişi takip eden ilk 3 ay içinde çok yoğun departman beceri eğitimleri gerçekleştiriyoruz. Radisson Otel Grubu olarak, istihdam etmenin zorlaştığı bu günlerde çalışan bağlılığını artırmak adına kariyer hedeflerine ulaşmaları için çeşitli adımlar atıyoruz. Örneğin, Eylül ayını tamamen 'Kariyer Ayı' etkinlikleriyle geçirdik. Bu program, çalışanların bir sonraki kariyer adımlarını planlamalarına ve kişisel gelişimlerini organize etmelerine olanak sağlıyor. Ayrıca, Ekim ayında tüm personelimiz ve RHG'da çalışmak isteyenler için "Career Fair" etkinliği düzenleyeceğiz. Çalışan memnuniyetini çok önemsiyoruz ve her yıl düzenlediğimiz "Radisson

Talks" anketiyle ölçülüyor ve sonuçlara göre iyileştirmeler yapıyoruz.

Turizm Meslek Liseleri, Turizm Meslek Yüksek Okulları ve Mesleki Eğitim Merkezleri, otelcilik sektörü için kaliteli istihdam sağlama konusunda uzun süredir önemli bir rol oynamaktadır. Bu merkezlerin sayısının artırılması ve daha fazla teşvik sunulması, kalifiye eleman sorununu çözmek adına önemli bir adım olabilir

Genç jenerasyonun farklı öncelikleri olduğunu kabul etmemiz gerekiyor. Radisson Otel Grubu olarak, değişime ve yeniliklere açık bir şirketiz ve gençlerin beklentilerine uyum sağlamayı önemsiyoruz. Gençler bireysel gelişim fırsatlarını öncelik sırasında en üstte tuttukları için, biz de eğitim ve gelişim fırsatlarıyla onların radarında kaldığımızı inanıyoruz. Yeni iş kolları hızla gelişirken, otelcilik emek yoğun bir sektör olarak gençler için cazip olmayabiliyor. Ancak uzun vadede değerlendirildiğinde otelcilik sektörünün, iş güvenliği ve kariyer gelişimi açısından avantajlar sunduğunu görüyorlar. Ayrıca, uluslararası kariyer imkanları da gençler için önemli bir çekim faktörü olabilir. Radisson Otel Grubu otellerindeki ekiplerin farklı kültür ve inançlardan kişilerle zenginleştirilmesinin



**Nergis Yönet / Radisson Otel Grubu /
Kıdemli İnsan Kaynakları Müdürü, Türkiye**

önemine yürekten inanıyor. Çeşitliliği artırmanın ve ekipleri farklı bakış açılarıyla zenginleştirmenin, istihdam sorununa etkili bir çözüm olmasının yanısıra, otellerimizde konaklayan misafirlerin çeşitliliğiyle de uyum sağladığına inanıyoruz. Otellerimiz istihdam alanında uzun süredir MEB Mesleki Eğitim Merkezleriyle iş birliği yapmaktadır. Bu yaklaşımla Radisson Grubu'nun sosyal sorumluluk alanında temellerinden olan Think People / İnsanı Düşün temeline uygun olarak eğitim imkanı bulamamış gençlerimize kolay istihdam imkanı sunuyoruz. Turizm Meslek Liseleri, Turizm Meslek Yüksek Okulları ve Mesleki Eğitim Merkezleri, otelcilik sektörü için kaliteli istihdam sağlama konusunda uzun süredir önemli bir rol oynamaktadır. Bu merkezlerin sayısının artırılması ve daha fazla teşvik sunulması, kalifiye eleman sorununu çözmek adına önemli bir adım olabilir. Ayrıca, devlet-üniversite iş birliği çerçevesinde otelcilik alanında eğitim gören gençlerin sektöre daha hızlı entegre olabilmesi için ortak projeler geliştirilebilir. Eğitim ve sektör arasındaki bu köprüünün güçlendirilmesi, uzun vadede turizmde istihdam sorununu minimize edebilir.



Dr. H. Kader Şanlıöz Özgen / Özyeğin Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi Otel Yöneticiliği Bölümü

2007 yılında kurulan ve ilk öğrencilerini 2008 yılında öğrenim yaşamına kazandıran Özyeğin Üniversitesi'nin ilk açılan bölümlerinden biri de Türkiye'de alanında tek program olan Otel Yöneticiliği Bölümü'dür. Takip eden yıllarda Le Cordon Bleu International ile yapılan münhasır ortaklık ile 2012 yılında Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü kurularak bu alandaki ilk öğrenciler üniversitede öğrenime başlamışlardır. Girişimci bir araştırma üniversitesi olma hedefiyle, öğrencilerinin sektörel yönelimlerini erken dönemlerde kazanarak, bilinçli ve topluma katkı sağlayan bireyler olarak yetiştirme misyonu olan Özyeğin Üniversitesi'nde, Uygulamalı Bilimler Fakültesi ve bölümleri de bu hedefe yönelik misyonlarla kurgulanmışlardır. Otel Yöneticiliği lisans programının misyonu, geleceğin otelcilik liderlerini, başta otel yöneticiliği, yiyecek-içecek işletmeciliği ve turizm olmak üzere, hizmet sektörünün tüm paydaşları için katma değer yaratacak, yönetici adayları ve girişimciler olarak yetiştirmektir. Gastronomi ve Mutfak Sanatları lisans programının misyonu, geleceğin liderlerini, başta gastronomi ve mutfak sanatları olmak üzere, yiyecek-içecek sektörünün tüm paydaşları için katma değer yaratacak, girişimciler olarak yetiştirmektir. Her iki bölümün dersleri, teorik ve uygulama temelli olarak yapılandırılmış olup, öğrencilerin sektöre yönelik ilk uygulamalarını yaptıkları 3.650 metrekairelik alana sahip Mükemmellik Merkezi; Swissotel Hotels & Resorts, The Marmara Collection Group ve Marti Hotels & Resorts sponsorluğunda iç mimarisi ve tefrişi gerçekleştirilen otel odaları ile, ön-büro ve rezervasyon alanları, 80 kişi kapasiteli banket odası, 110 kişi kapasiteli L'Atelier Bleu uygulama restoranı, tadım sınıfı ve 5 mutfaktan oluşmaktadır. Otel Yöneticiliği Bölümü, ACPHA (Accreditation Commission for Programs in Hospitality Administration) Akreditasyonunu Avrupa'da ve Türkiye'de alan ilk ve tek program olarak, 2023 yılı yaz dönemi itibarıyla ve bir seferde verilen maksimum 7 yıl süreyle, 2030 yılı yaz dönemine kadar akredite edilmiş durumdadır. Sektörel eğitim ve profesyonel gelişimi, topluma nitelikli gençlerin kazandırılması amacının bir parçası olarak konumlandırılan Özyeğin Üniversitesi'nde yapılandırılan Otel Yöneticiliği ile Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümleri, öğrencilerinin alana ilgili teorik bilgilerini uluslararası standartlarda uygulamaları bağlamında önemli olanaklar sunmakta ve buna yönelik her türlü projeyi desteklemektedir. Lisans programlarının ikinci ve üçüncü yılı sonlarındaki yaz aylarında zorunlu stajlarını gerçekleştiren öğrenciler,

Türkiye'de alanında tek program olan Otel Yöneticiliği Bölümü ve Le Cordon Bleu International ile yapılan münhasır ortaklık ile kurulan Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü'müzden, her yıl yüzde 90 üzerinde bir istihdam oranıyla öğrencilerimizi sektöre kazandırıyoruz

çoğunlukla bunlara ek olarak gönüllü staj veya sezonluk çalışma şeklinde sektöre yoğun olarak katılmakta; Türkiye'nin öncü otel ve yiyecek-içecek işletmeleri yanında özellikle gastronomi alanına dünyanın önde gelen restoranlarında stajlarını gerçekleştirmektedirler. Her yıl Aralık ayında bir gelenek hale gelmiş olan Sektörle Buluşma etkinliği, 60'tan fazla markanın öğrencilerimizle bir araya gelerek ilk tanışma ve görüşmelerini yürüttükleri önemli bir etkinlik haline gelmiştir. Hemen hemen bölümlerimizin kuruluşunu takiben ilk stajlarla birlikte başladığımız bu etkinlik ayrıca sektör profesyonellerinin de önemli bir buluşma noktası haline gelmiş durumdadır.

Kalifiye istihdam sorunun en önemli çözümü; turizm sektörünü ilgilendiren tüm paydaşlar olarak birlikte çalışmak, ulusal ve uluslararası çapta iyi örnekleri inceleyerek bunların yaygınlaşmasına ve geliştirilmesine fırsat tanımaktır

Sektörde hiç deneyimi olmayan gençlerin sektöre ısınmaları, profesyonel yöneticileri kendi evlerinde ağırlamaları, onların kendilerine güvenlerini geliştirmeleri açısından çok önemli. Bununla beraber, mezuniyeti yaklaştırmış öğrencilerimiz de ilk iş görüşmelerini yine bu etkinlikte yapmış oluyorlar. Fakültemizde bu etkileşimlerin yoğun olması, öğrencilerin sektörü yakından tanımlarını, gerekli çabave gelişim ivmesini gösterirlerse yakın gelecekte hangi pozisyonlarda çalışabileceklerini, sektörün zor yönleri yanında uzun dönem kariyer olanakları ve fırsatlar sunan potansiyelini fark ediyorlar. Bu nedenle, her yıl yüzde 90 üzerinde bir istihdam oranıyla (Otel Yöneticiliği Bölümü için bu oran yüzde 98) öğrencilerimizi sektöre kazandırıyoruz. Kalifiye istihdam sorunun en önemli çözümü; turizm sektörünü ilgilendiren tüm paydaşlar olarak birlikte çalışmak, ulusal ve uluslararası çapta iyi örnekleri inceleyerek bunların yaygınlaşmasına ve geliştirilmesine fırsat tanımaktır. Turizme yönelim ve eğitim, tekipleştirme ile şekillendirilemeyeceği gibi sadece ön lisans ve lisans düzeyinde bir eğitime de sıkıştırılmaz. Turizmin, toplumun tüm kesimine hitap edebilecek çeşitlilikle olanakları sunduğunu toplumun anlaması ve buna yönelik politikaların geliştirilmesi, tüm paydaşların geliştireceği çalışmalarla mümkündür. Özyeğin Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi olarak, geçmişteki öğrenimleri çok çeşitli olup, sektöre bir şekilde ilgi duyan gençleri bu sektöre kazandırmak ve sektörde kalmalarını sağlamak adına pek çok çalışma yürütüyoruz. Onları, sıklıkla sektöre bir araya getirecek projeler, çalışmalar, yarışmalar, buluşma ve seminerler vb. etkinliklerle sektöre ısındırarak, sektörü zor ve keyifli yönleriyle tanımlarına yardımcı olmaya çalışıyoruz. Aslında bir nevi

rehberlik yapmış oluyoruz. Devletin buradaki rolü de bu iş birliklerinin yolunu açacak, kolaylaştıracak şekilde, yükseköğretim kurumlarını esnek olmaları konusunda serbest bırakarak, yenilikçi, esnek, teknoloji ve etkileşim odaklı, hatta modüler öğretim programlarının lisans müfredatlarında daha kolay yer alabileceği politikalar geliştirmesi yönündedir. Ayrıca gençlerin sektörde istihdamı konusunda işletmelere gerekli finansman olanaklarının sağlanması, özellikle gençlerin sosyal güvencelerini gözetken kanuni gerekliliklerin karşılanması da önemlidir. Bununla birlikte sektörün de gençleri özellikle staj dönemlerinde ucuz iş gücü olarak görmeyi bir yana bırakıp, onlar için verilen emekleri maliyet olarak değil, sektörün geleceğine yapılan yatırımlar olarak görmeleri gerekir. Bu konuda yöneticiler kadar yatırımcıların da bilinçlendirilmesi gerekmektedir. Devletin bu konuda da politika geliştirici, düzenleyici ve denetleyici bir rol üstlenmesi; ülkenin sürdürülebilir turizm hedeflerini gerçekleştirmesi yönünde nitelikli genç istihdamının en kritik konulardan biri olarak topyekûn seferberlik ve yönelim gerektiren, belirli zümrelerin değil, sektördeki bölgesel ve ülkesel tüm paydaşların etkili olduğu bir ağ içerisinde geliştirmesi ve yönlendirmesi gerekir. Kalifiye eleman sorununun en önemli nedeni, turizmde çalışmanın itibarını yitirmesi ve bu alana yönelen gençlerin bir gelecek hayali kuramamasıdır. Burada sorumluluk, konuyla ilgili tüm paydaşlardadır. Günümüzde sektör profesyonellerinin de dile getirdiği üzere, turizmle ilgili lise ve yüksekökol düzeyi programlar, herhangi bir başka bölümü kazanamayan, hiç değilse diploma sahibi olunur, gözüyle bakılan alanlar haline gelmiş durumdadır. Oysaki Türkiye'de turizmin ve otelcilik yatırımlarının ivmesi, bu konuda acilen önlem alınması ve uzun vadeli, tutarlı programlar geliştirilmesinin gerekli kılınmaktadır. Türkiye'de turizm yoğunluğunu yaşayan çeşitli bölgelerde, gençleri turizmde kazandıran uygulamaları hayata geçiren otel işletmelerinin sayısı çok azdır. Özellikle ulusal otel grubu olarak gelişen ya da uluslararası markalarla gelişme sürecindeki otel gruplarında yetenek ve yetkinlik geliştirme, sektöre özendirme ve tutundurma hedefli kurumsal çözümlerin ele alındığı görülmektedir. Ancak bu çözümlerin yaygınlaştırılması gerekmektedir. Sektör, makro ve mikro ölçekte pek çok zorlukla mücadele etmektedir ve pandemi bu zorlukları derinleştirerek etkilerini daha da yaygın ve ciddi düzeylere taşımıştır. Her halükârda bu yöndeki çalışmaların, özellikle günümüzde turizm istihdamı kaynaklı göçler de dikkate alınarak, devlet ve yatırımcılar başta olmak üzere sektör, akademi ve STK'ların katılımıyla uzun dönemli politika ve programlar olarak planlanması ve bu çalışmaların vakit kaybetmeden başlatılması önem arz etmektedir.



**Ethem Zagikyan / / Continent Worldwide
Hotels / Yönetim Kurulu Başkanı**

Ülkemizin ekonomik döngüsünde her zaman önemli bir yer tutmakta olan, turizm sektörü maalesef son birkaç yıldır büyük zorluklarla mücadele ediyor. Her geçen gün profesyonel çalışanların azaldığı ve gençlerin ilgi göstermeyi bıraktığı 'ölen' bir iş kolu olmaktan da öteye gidemiyor sektör artık. Denizimiz, güneşimiz ve misafirperverliğimizle dünyanın dört bir yanından turistleri çekiyoruz veya çekiyorduk. Bu sene gündemden düşmeyen skandallarımızla, misafirperverlik konusunda da artık o kadar da iyi olmadığımız konuşuluyor dünyada; değil mi? Fahiş fiyatlar, turistleri dolandırmaya çalışan taksi şoförleri. Ekonomik krizler ile boğuşan ülkemiz ve ülkemizin insanları belki de kısacık bir sezonda, ne kadar kazanırsam kardır diyor. Ama uzun vadede daha büyük problemler ile karşılaşacağımızı düşünen yok. Günü kurtarmaya çalışıyoruz. Kalifiye personel bulma ve bu personeli elde tutma sıkıntısı yıllardır var. Bu yeni bir şey değil. Sektör liderleri, dernekler herkes bu konu ile ilgili bazen bir şeyler yazıyor ama gerçekten çözüm ile ilgili gerekli adımlar atılmıyor. Turizmin bel kemiği olan otellerimiz, her sezon başında bir tür 'personel avı'na çıkıyor ve ne yazık ki av genellikle pek bereketli geçmiyor. Turizmdeki istihdam sorununun temelinde aslında iki ana unsur yatıyor: Mesleğin cazibesini kaybetmesi ve ekonomik koşulların çalışanları tatmin etmemesi. Geçmişte otellerde çalışmak hem ekonomik anlamda hem de sosyal prestij açısından son derece cazip ve prestijli bir seçenektir. Şimdi ise, bu tür bir prestiji hayal bile edemezsiniz. Gençler, turizm sektöründe çalışmayı cazip bulmadıkları gibi, uzun vadeli kariyer planları yapabileceklerine de inanmıyorlar. Şimdi soruyorum: Kim her sene kısa süreli sezonluk bir iş için, üstüne bir de ortalamanın çok altında bir maaş ve fiziki zorlukları olan çalışma koşullarıyla sektörde kalmak ister ki? Günümüzde artık, turizmin sezonluk bir iş kolu olması, personelin aidiyet duygusunu geliştirmesinin önündeki en büyük engellerden biridir. Çalışanlar, kısa vadeli işlerde kendilerini güvende hissetmedikleri gibi, bir de sezon sonu işsiz kalacaklarının bilinci içindeler. Bu

Turizm sektöründeki istihdam sorunu, sadece bugün değil, geleceği de tehdit ediyor. Kalifiye personel eksikliği, ilerleyen yıllarda otellerin kalitesini düşürebilir, misafir memnuniyetini azaltabilir ve sektörün sürdürülebilir büyümesini tehlikeye atabilir

da doğal olarak sektöre olan ilgiyi azaltıyor. Üstelik, ekonomik şartlar da ortada. Maaşlar düşük, iş güvencesi neredeyse yok ve sezon bittiğinde bir sonraki yıl ne olacağı belirsiz. Bununla birlikte Z kuşağı artık servis ve hizmet sektörünü bir profesyonel iş olarak görmüyor ve bu alan, onların ilgisini çeken bir iş olmaktan çıktı. Bu sorunu yıllar önce Rusya'da çalıştığım dönemlerde de yakından gözlemleme fırsatım oldu. Orada da benzer bir durum yaşanıyordu ve çözüm olarak, Sovyet sonrası ülkelerden gelen işçilerle açığı kapatmaya çalıştılar. Her ne kadar bu fikir bazı kesimler tarafından hoş karşılanmasa da Türkiye'de de benzer bir yol izlenmeli. Özellikle Türki Cumhuriyetler ile yapılacak anlaşmalar çerçevesinde, bu bölgelerden işçi alımı sağlanarak sektörün personel açığına bir nebze olsun çözüm bulunabilir.

Turizm sektöründeki istihdam sorununu çözmek, uzun vadeli bir vizyon ve strateji gerektiriyor. Eğitim, iş güvencesi, sektörde cazip koşullar yaratılması ve dışarıdan işçi alımına kadar uzanan çeşitli çözüm önerileri, bu sorunu aşmamıza yardımcı olabilir. Ama en önemlisi, insan kaynağına yatırım yapmayı unutmamalıyız. Çünkü sonuçta, turizmi parlatan da gölgeleyen de insanın kendisidir

Peki, bu istihdam sorununu dışarıdan işçi almadan nasıl çözebiliriz? Öncelikle turizmin sadece sezonluk bir iş olmadığını vurgulamalı ve bu algıyı değiştirmeliyiz. İş güvencesi sağlayan, daha uzun vadeli iş modelleri geliştirmeliyiz. Örneğin, resort otellerde çalışan bir personelin, sezon dışı dönemde şehir otellerinde ya da turizmin farklı kollarında istihdam edilmesi sağlanabilmeli. Böylece personelin yıl boyunca bir iş güvencesi olabilir ve on iki aylık bir iş için sektörde kalma motivasyonu artar. Burada, geçtiğimiz senelerde yazdığım "Otelde Nitelikli Personel ve İstihdam Sorunu" adlı yazıda da belirttiğim gibi, uzun vadeli planlamalar yapılmadığı sürece, sektörde kalifiye personel sorununun çözülmesi mümkün olmayacaktır. Gençler, bu sektörde yükselme şansı olduğunu, kariyer yapabileceklerini ve gelişim fırsatlarına sahip olabileceklerini hissetmedikleri sürece bu iş kolu kan kaybetmeye devam edecektir. Bu da sadece maaşlarla değil, kişisel gelişimlerini destekleyen eğitim programlarıyla mümkün olabilir. Eğitim kurumlarıyla iş birliği yaparak,

turizm sektörüne özel çıraklık programları ve staj imkanları yaratılabilir. Yani, çalışanın kendini değerlessiz hissetmediği, aksine bu meslekte bir geleceği olduğuna inandığı bir sistem kurulmalı. Bir diğer önemli unsur ise sektörün imajı. Günümüz gençleri, turizmi sıkıcı ve geçici bir iş olarak görüyor. Bu imajı değiştirmeli, turizmde çalışmanın getirdiği avantajları daha fazla ön plana çıkarmalıyız. Farklı kültürlerle tanışma fırsatı, dünyayı görme şansı ve dinamik bir çalışma ortamı gibi unsurlar, sektöre olan ilgiyi artırabilir. Şöyle bir bakacak olursak, Avrupa'da gençlerin turizm sektörüne olan ilgisinin bizden çok daha fazla olduğunu görebiliriz. Neden mi? Çünkü orada turizm, saygı duyulan bir meslek ve gençler bu sektörde bir gelecek inşa edebileceklerine inanıyorlar. Biz de turizmde çalışmayı cazip hale getirecek pazarlama kampanyaları yapmalı, bu sektördeki fırsatları daha görünür kılmalıyız. Yabancı işçi alımı bu noktada geçici de olsa bir çözüm olabilir. Özellikle nüfus sorunu yaşayan Kanada ve Rusya gibi ülkeler, uzun süredir göçmen ve işçi alımı yaparak bu sorunu çözmeye çalışıyor. Bizim de bu tür adımlar atmamız gerekebilir. Yabancı işçi çalıştırma konusunda belli kriterler belirlenmeli ve bu süreç kolaylaştırılmalı. Tabii, burada toplumun tepkisini de göz önünde bulundurarak, dengeli bir şekilde ilerlemek gerekiyor. "Kendi halkımız dururken neden yabancı işçi alıyoruz?" sorusunu cevaplarken, sektördeki yerli iş gücünün azalmasının sebeplerini de iyi anlatmak zorundayız. Bugün çözülmeyen küçük sorunlar, yarın büyük krizlere yol açabilir. Turizm sektöründeki istihdam sorunu, sadece bugünü değil, geleceği de tehdit ediyor. Kalifiye personel eksikliği, ilerleyen yıllarda otellerin kalitesini düşürebilir, misafir memnuniyetini azaltabilir ve sektörün sürdürülebilir büyümesini tehlikeye atabilir. Eğer şimdiden bu sorunlara çözüm bulmazsak, önümüzdeki yıllarda sadece turizmciler değil, bu sektörden ekmek yiyen herkes bu krizle yüzleşmek zorunda kalacak. Sonuç olarak, turizm sektöründeki istihdam sorununu çözmek, uzun vadeli bir vizyon ve strateji gerektiriyor. Eğitim, iş güvencesi, sektörde cazip koşullar yaratılması ve dışarıdan işçi alımına kadar uzanan çeşitli çözüm önerileri, bu sorunu aşmamıza yardımcı olabilir. Ama en önemlisi, insan kaynağına yatırım yapmayı unutmamalıyız. Çünkü sonuçta, turizmi parlatan da gölgeleyen de insanın kendisidir.

İNOKSAN

İnoksan'dan esnek ve çok yönlü açık büfe servis hatları

İnoksan olarak kaliteli, estetik ve dayanıklı açık büfe servis ürünleriyle işletmenize özel çözümler sunuyoruz. Ürünlerimizi keşfedin, işletmenizi bir adım öne taşıyın.

**DROP-IN
BENMARI SERAN CAMLI**



INO-KDHS

**DROP-IN
SOGUK VITRIN**



INO-KDV

**DROP-IN
PASLANMAZ YÜZEY**



INO-KDSB

**DROP-IN
SOGUK HAVUZ FANLI**



INO-KDC



Gerçekleştirdiğimiz
projeleri incelemek
için QR kodu taratınız.

www.inoksan.com

Bizi sosyal medya hesaplarımızdan takip edebilirsiniz.

İnoksan @inoksankitchen inoksanmutfak company/inoksan



Çağrı Merkezi
0850 290 44 00



Buğra Artıç / Güney Marmara Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği (GÜMTOB) / Yönetim Kurulu Başkanı

GÜMTOB; 1984 yılında Bursa Otelciler Derneği olarak kurulmuş olup, 1989 yılında bölgemizde 8 ilimizi de (Bursa, Çanakkale, Kütahya, Balıkesir, Eskişehir, Bilecik, Yalova, Afyonkarahisar) hizmet bünyesine katarak, Güney Marmara Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği olarak çalışmalarını sürdürmektedir. Birliğimizin amacı, turizm ile ilgili konular, sorunlar ve çözümler üzerinde bilimsel ve pratik çalışmalara katkıda bulunmak, turizm ve turistik tesislerin, turizm gereklerine uygun gelişimini sağlamak, bu doğrultuda üyeleri arasında ve turizmle doğrudan veya dolaylı ilgisi bulunan kamu kurum ve kuruluşlarla irtibatı, koordinasyonu sağlamak, üyelerimizi sektör içinde ve dışında temsil etmektir. Birliğimizin, aynı çatı altında birlik ve beraberlik içinde çalışma kararlılığımız ile bugün itibarıyla üye sayısı 273'e ulaşmıştır. Bir araya gelmek, tek çatı altında toplanmak, tek bir yumruk olmak gerek lobi faaliyetleri gerekse yaptırım gücü açısından daha etkin olmaktadır. GÜMTOB, Türkiye Otelciler Federasyonu-TÜROFED üyesi olup 23 delege ile temsil edilmektedir. GÜMTOB üyeleri direkt olarak TÜROFED üyesidir.

İstihdam sorununun çözümü için adil bir ücret politikası benimsenmeli, eğitim ve kariyer geliştirme programlarına ağırlık verilmeli, çalışma ve istihdam koşulları iyileştirilmelidir

Turizm, ülkemizin en dinamik ve büyüyen sektörlerinden biridir ve ekonomimize önemli katkılar sağlamaktadır. Ancak bu sektörde en sık karşılaşılan sorunlardan biri mevsimlik işçilik ve istikrarsız istihdamdır. Mevsimlik işçilik modeli, yatırımcıların ve işletmelerin personel maliyetlerinden tasarruf etmelerini sağlarken, çalışanlar için de belirsizlik yaratıyor. Sezon dışında iş bulmanın zorluğu, işgücü piyasasında istikrarsızlığa ve finansal belirsizliğe yol açmaktadır. Çalışanların ay sonunu getirmekte zorlandığı bu dönemlerde ekonomik güvensizliğe yol açabilir. Mevsimlik işgücü yönetimi ek maliyetler getirir ve sürekli işgücü arayışı ve tekrarlanan eğitimler nedeniyle ek maliyetler artar. Sürekli çalışan devri misafir memnuniyetini ve sadakatini olumsuz etkileyecektir. Mevsimlik çalışma modelinde çalışma saatlerinin belirsizliği ve ücretlerin normalden düşük olması

GÜMTOB olarak, Büyükşehir Belediyesi Eğitim ve İstihdam Ofisi İşbirliği'nce, ön büro servis ve kat hizmetleri alanlarında kurslar yaptık, bu eğitimlerimizi yabancı dil kursu ile destekleyip, mezunlarımıza işletmelerimizde iş imkanı tanıdık

Turizm fakülteleri ve meslek yüksekokulları ile sektörün iş birliği güçlendirilmeli ve ortak projeler üretilmelidir. Sektörde istihdamın, kalifiye işgücünün korunması için yatırımcılara yeni teşvikler ve destekler gerekiyor. Turizm Bakanlığı, Hazine ve Maliye Bakanlığı ve Çalışma Bakanlığı'nın sektör temsilcileri ile bir araya gelerek, istihdam destekleri hakkında ortak çalışmalar yaparak, istihdam oluşturma politikaları hazırlayarak uygulamaya koymalıdır

Türkiye'de hızla gelişen turizm nedeniyle personel ihtiyacının artmış olması ve akabinde pandemi sürecinde yaşanan nitelikli personel erozyonu bugün personel tedariki noktasındaki sorunun çok daha ciddi boyutlarda hissedilmesine neden oluyor. Özellikle pandemi sürecinden sonra daha çok su yüzüne çıkan turizmde istihdam konusu, yaşanan ülkesel ve global krizlerin yarattığı belirsizlik ve bunun gelecekte de sektörü tehdit edebilecek bir potansiyel olması dolayısıyla çalışanların sektöre olan güvenini azalttı. Bu durum çalışanların sektörden uzaklaşmasına yol açarken, önceleri prestijli olan turizm mesleği son yıllarda son çare olarak görülmeye başlandı. Hemen hemen her departmanda personel sıkıntısı yaşıyoruz. Turizm çalışanı için en büyük potansiyel olan turizm fakültelerinden ve yüksekokullardan mezun olan öğrencilerin birçoğunun turizm dışı alanlara yönelmeyi tercih ettiğini gözlemliyoruz. Eskiden turizm imrenilecek nadide bir sektördü, artık bu imajı maalesef yok. Turizme hak ettiği saygınlığı kazandırmak için çalışmalar yapılmalı.

Turizm fakülteleri ve meslek yüksekokulları ile sektörün iş birliği güçlendirilmeli ve ortak projeler üretilmeli. GÜMTOB olarak bölgemizde yaşanan istihdam sorununa bir nebze de olsa çare olabilmek adına Büyükşehir Belediyesi Eğitim ve İstihdam Ofisi İşbirliği'nce ön büro servis ve kat hizmetleri alanlarında kurslar yaptık. Bu eğitimlerden başarı ile mezun olanları işletmelerimizde iş imkanı tanıdık. Ayrıca bu eğitimlerimizi yabancı dil kursu ile destekliyoruz. Ayrıca Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu Turizm ve Seyahat Bölümü ile hizmet iş birliği sözleşmesi yaptık. Burada eğitim gören öğrencilerimizle periyodik olarak bir araya gelerek, öğrencilerimizle deneyimlerimizi paylaştık. Bu yıl mezun olan öğrencilerimize istihdam desteği sağladık. Geçen yıllara göre daha fazla öğrencimiz sektörde çalışmaya başladı. Turizmin ülke ekonomisi için stratejik önemde olduğu ve ülke ekonomisine katkıları ve turizm sektörünün neredeyse sıfır ithalatla döviz kaynaklı gelir elde etme ve cari açığa doğrudan olumlu etki yaratma özelliğiyle dikkate alınarak ülke ekonomisine ve istihdamına katkısının tartışmasız olduğu bir gerçektir. Turizm sektöründe hizmeti sağlayan ve hizmeti alan, insandır. Sektörde istihdamın, kalifiye işgücünün korunması için yatırımcılara yeni teşvikler ve destekler gerekiyor. Turizm Bakanlığı, Hazine ve Maliye Bakanlığı ve Çalışma Bakanlığı'nın sektör temsilcileri ile biraraya gelerek istihdam destekleri hakkında ortak çalışmalar yaparak, istihdam oluşturma politikaları hazırlayarak uygulamaya sokulmalıdır.



Semih Anıl / BWH Hotels / Türkiye And Ots Director of Development

sağlanmasıdır. Maalesef ülkemizde son yıllarda çeşitli bölgelerde arz tarafında bu dengenin ciddi anlamda bozulduğunu ve sektöre çok fazla eklenen bu tesisler için kalifiye personel bulmanın neredeyse imkansız hale geldiğini gördük. Tüm bu sorunların ortak bir hareketle çözülebilmesi için topyekûn bir turizm gelişim stratejisi geliştirilmeli ve ilgili mercilerin yakın takibi ile hayata geçirilmelidir. Ancak bu şekilde yakın gelecekte olumlu sonuçlar almaya başlayabiliriz.



Modern ve Lüks Bir Arada!

Başkent'in kalbinde, devlet kurumlarına, elçiliklere ve Ankara'nın tarihi güzelliklerine yakın konumu ve şehrin kültürel dokusunu yansıtan şık odaları ile JW Marriott Ankara size lüks ve konforu bir arada sunuyor.

Birbirinden farklı ambiyansa ve rafine lezzetlere sahip restoran, barları, geniş, ferah balo ve toplantı salonları ve şehrin en huzurlu kaçış noktası Karma Spa ile JW Marriott Ankara'da konaklamanız unutulmaz bir deneyime dönüşüyor.



İrfan Yaşar / İstanbul Medeniyet Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü Dr. Öğretim Üyesi

İstanbul Medeniyet Üniversitesi 21 Temmuz 2010 tarihli ve 27648 Sayılı Resmi Gazetede yayınlanan 6005 Kanun No ile kurulmuş, yerleşkesi İstanbul'un Anadolu yakasında bulunan bir devlet üniversitesidir. İstanbul Medeniyet Üniversitesi'nin misyonu, medeniyet odaklı, ürettiği bilim, teknoloji ve sanata evrensel değerleri katan özgün bir üniversite olmak. İstanbul Medeniyet Üniversitesi Turizm Fakültesi İstanbul'daki "devlet" üniversiteleri arasında "tek" turizm fakültesi olarak, şehir merkezinin karmaşasından uzak, havadar ve nispeten doğa ile daha iç içe bir konumda olan Tuzla-Orhanlı yerleşkesinde bulunmaktadır. Fakültemiz bünyesinde, gastronomi ve mutfak sanatları ve turizm işletmeciliği olmak üzere aktif 2 bölüm mevcuttur. Turizm işletmeciliği bölümümüz 2016-2017 akademik yılında, gastronomi ve mutfak sanatları bölümümüz ise 2017-2018 akademik yılında öğrenci kabulüne başlamıştır. Dünyanın en fazla ziyaret edilen şehirleri arasında yer alan İstanbul; birçok medeniyetin bıraktığı tarihi ve kültürel mirası, Boğaz, Adalar, Tarihi Yarımada gibi kültürel ve tarihi yapıları ve buna ek olarak spor, sanat, sağlık ve gastronomi turizmi gibi gelişen diğer turizm çeşitleriyle, turizm açısından büyük önem arz eden bir destinasyondur. İstanbul'un sahip olduğu tüm bu avantajlar sayesinde fakültemizde eğitim alan öğrencilerimiz dünyanın ve Türkiye'nin önde gelen bu destinasyonunda eğitim alma fırsatına ek olarak; iş, kariyer ve staj olanaklarından da faydalanma şansına sahiptirler. Bu bağlamda turizm fakültemiz İstanbul'un ve bir devlet üniversitesi olmanın sunmuş olduğu tüm olanaklarla birlikte; kültürel mirasımıza ve değerlerimize sahip çıkmayı ve korumayı, gelecek nesillere aktarmayı, özel sektör paydaşlarıyla, yerel yönetimlerle, meslek örgütleriyle, toplumu besleyen ve toplumdan beslenen bir yaklaşımla sürdürülebilir kalkınmayı sağlamayı kendisine misyon edinmiştir. İstanbul Medeniyet Üniversitesi Turizm Fakültesi olarak bünyemizde bulunan alanında uzman, genç ve dinamik akademik kadromuzla eğitim-öğretim faaliyetlerimizi sürdürmekte, küresel gelişmeler ışığında ulusal ve uluslararası bilimsel çalışmalar gerçekleştirmekte, Avrupa Birliği projelerinde yer alarak ülkemizin ve üniversitemizin

İstanbul'daki "devlet" üniversiteleri arasında "tek" turizm fakültesi olarak gerek turizm işletmeciliği gerekse gastronomi ve mutfak sanatları bölümüne dair sektör-öğrenci buluşmaları sağlayan pek çok etkinlik gerçekleştirdik

başarısına ve tanınırlığına katkıları sunmaktayız. Öğrenci merkezli bir eğitim-öğretim anlayışı ile öğrencilerimize kariyerlerine yönelik tüm konularda bire bir danışmanlık yapmakta ve geleceğin lider yöneticilerini, şeflerini, araştırmacılarını ve girişimcilerini yetiştirmek üzere faaliyetlerimizi sürdürmekteyiz. 2024'ün ilk yedi ayında İstanbul'a giriş yapan yabancı ziyaretçi sayısı 10.467.313'tür (Kültür ve Turizm Bakanlığı, İstanbul Turizm İstatistikleri – 2024). Gerek turistik arz gerekse turistik talep yapısı itibarıyla avantajlı bir konumda bulunan İstanbul, İstanbul Medeniyet Üniversitesi Turizm Fakültesi bünyesindeki turizm işletmeciliği ile gastronomi ve mutfak sanatları bölümlerinde okuyan öğrenciler için de çok önemli bir istihdam arzı oluşturmaktadır. Öğrenciler turizm sektörünün farklı alanlarında hem staj-işyeri eğitimi alma hem de mezun olduktan sonra farklı pozisyonlarda işe başlama ve kariyer yapma şansına sahip olmaktadır. Turizm fakültesi olarak her zaman sektör-okul iş birliğinin önemine inanan bir düşüncedeyiz. Okulda verilen teorik ve uygulamalı eğitimlerin turizm işletmelerinde yapılacak işyeri staj uygulamaları ile pekiştirilerek öğrencilerin sektöre daha hazır bir hale gelmelerine katkı sağlanacaktır. Bunun yanı sıra fakültemiz bünyesinde düzenlenen kariyer günlerinde İstanbul'da faaliyette bulunan turizm işletmeleri temsilcileri davet edilerek öğrencilerle yüz yüze görüşebilme imkânları sağlanmaktadır. Ayrıca mesleki teknik gezi bağlamında öğrencilerin katıldığı otel ziyaretlerimiz gerçekleştirilmektedir. Okul-sektör iş birliği konusunda İstanbul'daki otel, seyahat acentesi, havayolu işletmeleri ve yiyecek-içecek işletmelerinin turizm eğitimi ve istihdam konularında örgün turizm eğitimi verilen özellikle üniversite birimleri ile daha fazla iş birliği içine girmeleri, birlikte proje yürütebilmeleri turizm sektörünün sürdürülebilirliği açısından da önemlidir.

Turizm sektöründe istihdam edilecek personelin, bazı Avrupa ülkelerinde olduğu gibi, 12-16 yaş düzeylerinden itibaren mesleki turizm eğitimi alabilecekleri, mesleki eğitim okullarının açılması planlanabilir

İstanbul Medeniyet Üniversitesi Turizm Fakültesi olarak, 2023-2024 öğretim yılı içinde gerek turizm işletmeciliği gerekse gastronomi ve mutfak sanatları bölümü sektör - öğrenci buluşmaları, staj günü etkinlikleri, kariyer günleri etkinliği, otellere yönelik düzenlenen mesleki-teknik geziler, profesyonel bıçak eğitimi, Turizm Haftası Pizza Workshop Etkinliği, 21 Mayıs Dünya Çay Günü etkinliği, Günümüzde Kesici Aletler ve

Bıçaklar Semineri, 4. Global Gastro Ekonomi Zirvesi'ne akademisyen ve öğrenci katılımı, Sıfır Atık ile Medeniyet Çorbası Yarışması vb. etkinlikler gerçekleştirildi. Genç kuşak turizm mesleğine ilgili ancak turizm ve gastronomi eğitimi aldıktan sonra sektördeki çalışma şartları ile maaş ve ücretler konusunda endişe duymaktadırlar. Sektördeki çalışma şartları ve maaş ve ücretlerin iyileştirilmesi, iş garantisi verilmesi, sektörde çalışanlara yönelik işbaşı eğitimlerinin artırılması, turizmin farklı branşlarında örgün ya da yaygın eğitim almış işgücü oranının artırılması gibi faktörlere önem verilmesi gerektiğine inanıyoruz. Sektördeki kalifiye personel sorununun çözülmesi için başta turizm işletme belgesine sahip turizm işletmelerinde gerek örgün gerekse yaygın turizm eğitimi almış personel oranının artırılması yönünde turizm meslek kanununun çıkarılması ve bu gibi işletmelerde yüksek oranda mesleki eğitim yeterliliğine sahip personelin istihdam zorunluluğunun getirilmesi gereklidir. Çalışma şartları ile maaş ve ücret düzeylerinin istihdamı özendirici düzeylere çekilmesi gerekmektedir. Dolayısıyla turizm mesleği cazip hale geldiğinde bu mesleği severek yapmak isteyen kalifiye işgücü oranı da artış gösterecektir. Bahsedilen şartlar çekici hale gelmedikçe vasıfsız işgücü arzı da sürekli artacaktır. Ayrıca turizm sektöründe istihdam edilecek personelin, bazı Avrupa ülkelerinde olduğu gibi, 12-16 yaş düzeylerinden itibaren mesleki turizm eğitimi alabilecekleri mesleki eğitim okullarının açılması planlanabilir. Sektördeki kalifiye personel sorunun nedenleri şu şekilde sıralanabilir: Turizm sektörünün yapısal özellikleri (uzun çalışma saatleri, bayram ve tatil günlerinde çalışma zorunluluğu, yıl boyunca çalışma garantisinin verilememesi (özellikle sayfiye otellerinde), turizme katılanlar açısından turizm eşsiz bir faaliyet olarak görülürken, turizm hizmetini sunanlar açısından uzun süre ayakta kalma, düşük maaş ve ücretler ve mesleğin toplumda bir değer görmemesi gibi faktörler sektördeki istihdam sorunlarının başında gelmektedir. Bu konuda önerilebilecek çözüm; mesleki turizm eğitiminin küçük yaşlardan itibaren verilmeye başlanması, mesleki turizm eğitimi verilen farklı düzeylerdeki okullarda uygulamalı eğitimlere ağırlık verilmesi, örgün mesleki turizm eğitimi verilen okulların nicel olarak değil nitel olarak sayılarının artırılması, sektör-okul işbirliğinin geliştirilmesi, turizm meslek kanununun çıkarılarak turizm mesleğinin değerinin verilmesi ve turizm eğitimi almış personelin turizm sektöründe istihdam edilebilmesi için turizm işletmelerine yönelik devlet desteğinin artırılmasıdır.

Premium
Porcelain

YENİ

ALBUS

Albus Koleksiyonu, gastronomi dünyasında zarafet ve sadeliği bir araya getirerek şeflere ilham veriyor. Beyazın yumuşak tonlarıyla tasarlanan parçalar, yemek sunumlarına estetik bir dokunuş katıyor. Düz ve oval formlarıyla, sunumlarınızdaki incelikleri özgürce ifade etmenizi sağlıyor.

bonna

f in bonnatr @bonna.tr
www.bonna.com.tr





Orhan Belge / Boyalık Beach Hotel Spa & Thermal Resort / Genel Müdür

Tesisimiz, Çeşme merkeze 2 kilometre uzaklıkta yer alan, konum itibarı ile bölgenin en iyi özelliklerini bünyesinde barındıran bir alanda yer almaktadır. Gerek bölgenin doğal güzellikleri gerekse bulunulan konumun bölgedeki diğer önemli merkezlere yakınlığı, tesisi ayrıca değerli kılmaktadır. Açılış yılı itibarı ile HB / Yarım Pansiyon konseptte, toplam 253 odası ile hizmet vermektedir. Thermal ve plaj özellikleri ile yaz ya da kış fark etmeksizin misafirlerimize konforlu ve güvenli bir tatil sunmaktayız. Açılış yılı olan 2013 yılından beri tesisimiz 10 yılı aşkın süredir yılın 12 ayı hizmet vermeyi sürdürmektedir. Belirtildiği üzere Turizm bölgelerinin ortak sorunu olan kalifiye personel sorunu bölgemizde de mevcuttur. Bu sorun sezonluk açık olan tesislerde daha fazla yaşanırken, 12 ay hizmet vermeyi sürdüren tesislerde daha az hissedilir boyutlarda olmaktadır. Tesisimiz adına, açılışından itibaren

Tesisimiz adına, açılışından itibaren 12 ay hizmet vermeyi sürdüren bir alan olarak, mevcut personellerimizle yol haritamızı oluşturmayı ve çalışanımızı korumayı hedef alarak bir çözüm noktasına ulaştık diyebiliriz

12 ay hizmet vermeyi sürdüren bir alan olarak, bu husustaki sorunlarımızı minimum seviyeye çekmeyi başardık. Personellerimizin istikrarı bizler için önem arz etmektedir ve çalışan değişimindeki hızlı sirkülasyonunun hizmet kalitesini olumsuz etkileyeceği kanaatindeyiz. Bu nedenle mevcut personellerimizle yol haritamızı oluşturmayı ve çalışanımızı korumayı hedef olarak bir çözüm noktasına ulaştık diyebiliriz.

Devletin izlediği politika bugün sektörün ihtiyaç duyduğu kalifiye personeli yetiştirmekte yeterlidir. Sorunların çözümü işletmelerin kalifiye yetişmiş personelin ihtiyaçlarını karşılayıp, istihdamın sürekliliğini sağlayacak unsurları bünyesinde barındırmasıdır

Kalifiye eleman yetiştirmek hususunda gerek okul – uzman eğitmenler, gerek devletin kamu kurumlarının izlediği politika yıllar süren devinimle bugün yeterli donanıma sahip personel oluşturmada yeterlidir. Bu bağlamda izlenmesi

gerekten yol istihdamın artırılması hususunda neler yapılabileceği yönünde olmalıdır. Bu yönde etkinliklerin etkisi ne kadar arttırılırsa ortak bilinç edinme ve sektörün ihtiyacı olan donelerin saptanması o kadar kolaylaşacaktır. Faaliyetler ve katılım az olmamakla beraber genişletilebilir ve genişleme sektör için pozitif gelişim anlamına gelir. İstihdamın sürekliliği için verimliliğin sürekliliği esastır, bu esas doğrultusunda personelin mesleki ve kişisel gelişimlerini destekleyecek eğitim programları ile sürekli olarak bir dönüşüm süreci içindeyiz. Şimdiye dek tüm personellerimizin gözlem ve önerilerini de dikkate alarak eğitimleri programlarımıza dahil ettik ve hala da eğitimlerimizi güncel gereklilikleri yakından takip ederek aynı dikkatle sürdürmekteyiz. Devletimizin bu hususta izlediği politika bugün sektörün ihtiyaç duyduğu kalifiye personeli yetiştirmekte yeterlidir. Sorunların çözümü işletmelerin kalifiye yetişmiş personelin ihtiyaçlarını karşılayıp, istihdamın sürekliliğini sağlayacak unsurları bünyesinde barındırmasıdır.

İstihdam sıkıntısının pandemiyle de çok bağlantısı yok. Covid'in tahribatı muhakkak büyüktü ama, sektördeki personel sıkıntısının tahribatı çok daha yüksek. Covid geçti ama, o hayatımızda sanki hep kalacak gibi

Geçmiş yıllarda personel sıkıntısı veya kalifiye personel sorunu turizm sektörü ile sınırlı idi. Sektörün bu konudaki talepleri Turem, Tuğev, turizm meslek liseleri başta olmak üzere mesleğe odaklı okullardan kısmen karşılanıyordu ve bu okullara talep de yüksekti. Eğitim kalitesi de fena değildi. Günümüze doğru yolculukta ise, bu okullar teker teker kayboldu, kapatıldı. Turizmde geceleme sayısı sürekli artarken, yeni destinasyonlar açılırken, 50-60 milyon turist, 50-60 milyar \$ hedefler konulurken, istihdamla ilgili çalışmalar ve projeler dışında hiçbir somut yatırımları görmedik. Turizme başladığım 1980 'li yıllarda mesleki eğitim hocalarımız şunu derdi: "Her sektöre robot girecek ama, konaklama sektörüne giremeyecek," derlerdi. Şu anda sektörümüzde robotlar ve robotik çalışmalar görmüyoruz ama, sanki çok yakın gelecekte; robot cleaner, robot executive chef, belki de robot GM'ler iş arkadaşlarımız olacak. Ancak ve şimdilik bu robotlara ulaşmak imkansız değil ama biraz uzaklarda bekliyorlar. Sektörümüzde personel sıkıntısı zirveye ulaşmış durumda. O kadar sıkıntılı ki, personel bulamadığı için,

otelini açamayan, kiraya veren, hatta bu sektöre beddua ederek ayrılan çok fazla yatırımcı, işletmecisi var. Bu konuda onlarca yatırımcının, işletmecinin feryatlarını sıkça hepimiz daha çok duymaya başladık. Bu başlığı ele aldığı için, Turizm Proje Dergisi'ne minnettarız. Keşke, sektörümüzün tüm basın yayın organları bu konuyu hiç manşetten indirmese.

Uygulamaya konan turizm okullarıyla yapılan sözleşmeler de çare olmadı. Maalesef bu uygulama blok şeklinde birkaç grup otellerine entegre edildi ve ilgili okulların bölgesinde bulunan oteller dahi bu uygulamadan yararlanamadı. Netice olarak, yukarıda bahsettiğim gibi, sıkıntının dozu çok yüksek ama, çarelerle ilgili henüz atılmış bir adım yok

Tesislerimizde personel sıkıntısının böyle olacağını sinyalleri yıllar önce gelmeye başlamıştı. Sektörümüzün temsilcileri her ne kadar sıkıntılı durumu, ara sıra ilgililere iletmeye çalışsa da çok başarılı olunamadı. Durumun vahametini etkili bir şekilde başta ilgili



Yakup DEMİR / Gm & Owner / The D Hotel - Çeşme

Bakanlığımıza ve Devletin diğer yetkililerine, hatta Cumhurbaşkanımıza etkili bir şekilde aktarmak lazımdı. Belki Kültür ve Turizm Bakanı'mızın bazı başarılarına alkış tutabiliriz ama, istihdam konusunda dönemlerinde de kayda değer çalışma göremedik. Uygulamaya konan turizm okullarıyla yapılan sözleşmeler de çare olmadı. Maalesef bu uygulama blok şeklinde birkaç grup otellerine entegre edildi ve ilgili okulların bölgesinde bulunan oteller dahi bu uygulamadan yararlanamadı. Netice olarak, yukarıda bahsettiğim gibi, sıkıntının dozu çok yüksek ama, çarelerle ilgili henüz atılmış bir adım yok. Yani, otel yöneticilerimize "en büyük sorunun nedir?" desek. Fazlaca sorunu olmasına rağmen, hiç düşünmeden cevapları: "personel" olacaktır. Bu sıkıntının pandemiyle de çok bağlantısı yok. Covid'in tahribatı muhakkak büyüktü ama, sektördeki personel sıkıntısının tahribatı çok daha yüksek. Covid geçti ama, o hayatımızda sanki hep kalacak gibi.



Ergun Demiray / Dedeman Hotels & Resorts International / Yönetim Kurulu Başkanı

Dedeman Hotels & Resorts International, misafirlerinin değişen beklentilerine cevap verebilmek için oluşturduğu 9 ana marka ve alt markalarıyla, özellikle şehir otelciliği başta olmak üzere farklı konseptlerde hizmet sunuyor. Türkiye'nin 27 ilinde ve dünya genelinde 4 farklı lokasyonda yer alan toplam 41 otelimizden büyük bir çoğunluğu hangi konseptte olursa olsun yılın dört mevsim boyunca kesintisiz hizmet vermekte olup, 1 adet otelimiz ise sezonluk olarak hizmet vermektedir. Kalifiye eleman sorunu ne yazık ki sektör genelinde yaygın bir sorun. Biz de marka olarak bu durumdan olumsuz etkileniyoruz. Kalifiye çalışan sayısının sınırlı olması ya da bu kişilerin meslekten uzaklaşması, kurumları daha azıyla yetinmek zorunda bırakıyor. Dedeman olarak, bu konuda titizlikle hareket ediyor ve mümkün olan en iyi çözümleri bulmaya özen gösteriyoruz. Kalifiye eleman bulmakta yaşanan zorluklar, özellikle yabancı dil konusunda yetkin çalışanların sınırlı sayıda olması nedeniyle daha da derinleşiyor. Yabancı dil, turizmde sadece iletişim için değil, aynı zamanda müşteri memnuniyeti ve uluslararası standartlara uyum açısından da büyük bir öneme sahip. Bu nedenle, yabancı dil eksikliği sektörün önemli sorunlarından biri olarak karşımıza çıkıyor. Dedeman olarak, bu alandaki eksiklikleri gidermek için çalışanlarımızın eğitimine yatırım yapıyor ve dil becerilerini geliştirmeleri için çeşitli fırsatlar sunuyoruz. Turizm sektörü, dünya genelinde ve yerel ölçekte yaşanan pek çok olay ve değişimden en hızlı etkilenen sektörlerden biri. Bu nedenle kalifiye eleman sorunun nedeni hakkında tek bir sebep belirtmek zor. Ancak, çalışan adaylarının sektöre bakış açısı sorunun temelini oluşturuyor. Mesleğin prestijinin yüksek olması, tercih edilme oranını artıran önemli bir faktör. Bu bağlamda, prestiji düşüren en büyük sorunlardan biri olarak, eğitim yetersizliğini görüyorum. Turizm meslek okullarının sayısının azlığı ve tesislerin, düşük

Otelcilik alanında bir okul olarak tanınan Dedeman markası olarak, sektördeki eğitim açığını kapatmaya yönelik “Dedeman Akademi” projemizi hayata geçirmek için çalışmalara başladık

Ücret ödeme kaygısıyla, kalifiye çalışanlar yerine daha az eğitilmiş ve deneyimsiz kişileri tercih etmesi, mesleğin hakkıyla yapılmasını engelliyor. Bu duruma tanık olan kalifiye çalışanlar da meslekten uzaklaşıyor. Arkadan gelen, eğitim düzeyi yüksek bir kitle olmadığı için de zamanla büyük bir kriz doğuyor. Tüm bu etkenler birbiriyle bağlantılı. Buna ek olarak, Covid-19 salgını da sektöre ciddi bir darbe vurdu. Bu dönemde birçok kişi, turizmden başka sektörlere hızlı ve keskin bir geçiş yaptı.

Öncelikle mesleğe yönelik etkili bir iletişim stratejisi, yani doğru tanıtım şart. Tanıtımın ardından ilgi duyan hedef kitleye kapsamlı hem teorik hem de uygulamalı eğitimler sunulmalı. Eğitim alan kişileri sektörde istihdam etme kapasitesi artırılmalı ve ülke genelindeki otel markalarının mesleki standartlara sıkı bir şekilde uyması sağlanmalı. Bu sorumluluk sadece tek bir kişiye ya da kuruma yüklenemez; sektörde öncü olanlar ve sektörün tüm yapı taşları, aynı bilinçle hareket etmelidir

Turizm, sadece markalar bazında değil, aynı zamanda sektörün özelinde doğru ve etkili bir iletişim stratejisine ihtiyaç duyuyor. Türkiye, turizm potansiyeli oldukça yüksek bir ülke olmasına rağmen, çalışanlarının sektörden birer birer ayrılması üzücü bir durum. Özellikle gençlerin, Türkiye'nin bir turizm ülkesi olduğunu ve bu alanda çalışmanın sağladığı avantajları net bir şekilde anlaması ve tecrübe etmesi gerekiyor. Bunun için güçlü bir iletişim stratejisi geliştirilmeli. Turizmle ilgili bilgilendirici çalışmaların yanı sıra, sektörü ve Türkiye'yi tanıtıcı içerikler üretmek, Kültür ve Turizm Bakanlığı desteğiyle gençleri sürece dahil eden projeler oluşturmak önemli. Aynı zamanda, sadece bu alana odaklanan ve 360 derece eğitim sağlayan kurumlara da ihtiyaç var. Bu eğitimler, turizmin her alanını kapsamlı ve gençlerin teori ile pratiği bir arada deneyimleyebileceği imkanlar sunmalı. Otel markalarına da burada önemli görevler düşüyor. Eğitim alan gençlerin iş yerlerinde istihdam edilmesi, onların sektöre uyumunu hızlandıracaktır. İşin temelinden başlayarak sektörde yetişmek, turizmin bu önemli sorununu çözebilir. Otelcilik alanında bir okul olarak tanınan Dedeman markası olarak, sektördeki eğitim açığını kapatmaya yönelik “Dedeman Akademi” projemizi hayata

geçirmek için çalışmalara başladık. Dedeman Akademi kapsamında, gençlerin turizm sektörünü sevmesini sağlamak ve uygulama alanlarını genişletmek adına kolektif bir sistem oluşturmayı hedefliyoruz. Halihazırda stajyer öğrencileri yoğun bir şekilde kurumumuza dahil ediyoruz. Türkiye ve dünya genelindeki otellerimizde daha geniş staj imkanları sunmayı, teorik eğitimlerle yöneticilerimizin rehberliğinde mesleği detaylı bir şekilde aktarmayı ve iş gücünü artıracak süreli-süresiz istihdam imkanları sağlamayı planlıyoruz. İlk eğitimlerimiz için hazırlıklarımız sürüyor ve bu süreçte iş birliği yapmamız gereken tüm kuruluşlarla çok yakında görüşmelerimiz başlayacak. Biz Dedeman olarak, istihdam ve kalifiye eleman sorununun çözümünde gençlere turizmi sevdirmek ve onları sektöre kazandırmak gerektiğine inanıyoruz. Gençlerin turizmde olan ilgisini artırmak için, eğitim ve deneyimi bir araya getiren projeler çok önem taşıyor. Bu çerçevede, Özyeğin Üniversitesi İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Bölümü öğrencileri ile birlikte gerçekleştirdiğimiz otel tasarım projesi kapsamında otelcilikle mimariyi bir araya getirerek yüksek bir etkileşim yarattık. Bu proje, gençlerin sektörde tecrübe kazanmalarını sağlamak adına gerçekleştirdiğimiz keyifli ve eğitici projelerden biri olarak hayata geçti. Üniversitelerle olan bu tür ortak çalışmalarımızı gelecekte de sürdürerek, turizmde kalifiye iş gücünün artmasına destek vermek istiyoruz. Kendi görüşlerime göre bu konuda genel olarak izlenmesi gereken politikaları şu şekilde sıralayabilirim: Öncelikle mesleğe yönelik etkili bir iletişim stratejisi, yani doğru tanıtım şart. Tanıtımın ardından ilgi duyan hedef kitleye kapsamlı hem teorik hem de uygulamalı eğitimler sunulmalı. Eğitim alan kişileri sektörde istihdam etme kapasitesi artırılmalı ve ülke genelindeki otel markalarının mesleki standartlara sıkı bir şekilde uyması sağlanmalı. Bu sorumluluk sadece tek bir kişiye ya da kuruma yüklenemez; sektörde öncü olanlar ve sektörün tüm yapı taşları, aynı bilinçle hareket etmelidir. Elbette bu çözüm politikalarına eklenebilecek pek çok aksiyon mevcut. Temel yapıyı düzene sokup iyileştirme çalışmaları yapıldığında, bu yapının üzerine daha fazla eklemenin ve geliştirmelerin çok daha kolay olacağına inanıyorum.



Gürhan Sayar / Lazzone Hotel / Genel Müdür

Lazzone Hotel, İstanbul'da lüks konaklama hizmetleri, toplantı ve Onni SPA alanında lüks kişisel bakım hizmeti veren bir otel. Misafirlerimize, İstanbul'un yeni cazibe noktalarından biri olarak gelişen Haliç kıyısında, 126 odamız, biri 555 metrekaare balo salonu olmak üzere, toplam altı toplantı salonumuz, bir Haliç manzaralı teras restoranı ve alanımız ile hizmet vermekteyiz. Şirketimizin çatı markalarından Lazzone Mobilya'nın da deneyimi ile belki de İstanbul'da bulabileceğiniz en konforlu ve stil sahibi Signature suitlere sahip olduğumuzu söyleyebilirim. Turizmde istihdam sorunu, şahsen 3 seneden fazla süredir katıldığım tüm paneller ve medyada gündeme getirdiğim bir konudur. Açıkçası uzun zamandan beri ayak seslerinin duyulduğu ne yazık ki geldiğini göre göre bir miktar kafamızı sektör olarak kuma gömdüğümüz bir konu. Aslında objektif bakışta konunun geldiğini görmekte fakat açıkçası işletmeler olarak, bireysel bir önlemin sektörde çok büyük bir yansıması olmayacağını bildiği için, birçok yöneticinin bir miktar etkisiz kaldığı bir süreç. Sektör konuyu pandemi sürecine bağlasa da bence bu konu pandemiden çok daha öncesinde kendini hissettirmeye başlamıştı; pandemi sadece beklenmedik bir hız katmıştır. Yaklaşık 28 senedir bu sektörde olan

Sektör istihdam sorununu pandemi sürecine bağlasa da bence bu konu pandemiden çok daha öncesinde kendini hissettirmeye başlamıştı; pandemi sadece beklenmedik bir hız katmıştır

biri olarak istihdam sorununun esas kaynağını doğru adreslemediğimizi düşünüyorum. Bugün geldiğimiz noktada yapılacak en doğru şey, gençlerimizi ve hala deneyimlerini aktarabilecek durumdaki yetişmiş profesyonelleri, sektöre tekrardan nasıl tutunduracağımızı, çok büyük ölçeklerde ve yetkili makamlarca tekrardan planlamaktır. Bunun dışında bireysel girişimler veya bazı grupların kendi personelleri için sağladıkları özel imkanlar, sorunu çözmeye tek başına yeterli olmayacaktır. Kalifiye eleman sorununun nedeni aslında tek bir kaynaktan değil. Öncelikle sektör gelir seviyeleri, önceki senelerin her yönden altında devam etmektedir. Bunun dışında günümüzün getirdiği yeni imkanlar, sektördeki çalışanların kendilerini, yapabilecekleri diğer işleri kıyasladığında, turizm sektöründe emek yoğun bir çalışmanın ve uzun bir kariyer planının yerine; daha rahat çalışılan ve çoğu zaman daha yüksek getirisine olan sektörlere hatta bireysel girişimlere yönlendirmekte. Aslında yapılması gerekenin bunun önüne geçmek yerine buna sağlıklı alternatifler sunmak olduğunu düşünmekteyim. Deneyimli yöneticiler olarak bizler, işletmelerimizin sürekli yüksek hizmet standartlarında servis verdiğine emin olmak zorundayız. Kalifiye personel sorunları yaşamaktan kaynaklı olarak birçok işletme, yurt dışından belli pozisyonlardaki çalışanları temin etmeye başladılar. Biz de otelimizde daha çok misafir kontağı olan bölümlerde, yabancı dili sık kullanılan personelleri yurt dışından temin etmekteyiz. Tabii bunun getirdiği birtakım dezavantajlar da var. Belli oranda yabancı çalıştırabilmek, izin sürelerinin uzun olması, yurt dışı uçak maliyetleri, yurt içi konaklama hizmetleri gibi görünmeyen ama

ciddi maliyetleri var. Benim birçok kez inandığım konu, orta ölçekli işletmelerin bu konuda daha büyük taahhütler altına girmesi işletme maliyetleri açısından çok sürdürülebilir değil. Bunun sektörde kolektif bir şekilde çözülmesi gerekiyor yani 150 odalı bir otelin bir eğitim kurumu kurması ve bunu sürdürmesi günümüz ekonomik koşullarında çok kolay bir planlama değil; bu yüzden sektör temsilcilerimiz bir araya gelip bu konular üzerinde stratejiler geliştirmek zorunda. Bu bir devlet stratejisi; bizler küçük orta boyuttaki işletmeler olarak tabii ki elimizi zevkle taşın altına koyacak, çözümün bir parçası olacağız fakat kolektif toplu bir hareket olmadığı sürece işletmeler ancak kendilerini ve kısa vadeli çözümlerini üretebilirler. Halihazırda çok etkin şekilde bir turizm tanıtım platformu yaratılmış ve etkin bir şekilde sürdürülmekte fakat ne yazık ki turizm okulları gördüğümüz kadarıyla birkaç tane, özel sektör girişimi haricinde çok etkin değil. Biz her sene mümkün olduğunca çok yetişen eleman üretmeye çalışıyoruz fakat birçoğunun okulları bittikten sonra bu sektörde kalmadığını da takip etmekteyiz. Bu konuda turizmcilerin bir şekilde daha cazip koşullarla istihdam edilmesi gerekiyor. Asla arzumuz bu değil ama eğer bu konu biraz daha göz ardı edilirse Türkiye turizmi ne yazık ki beklenen büyük hamleyi yapıp, dünyanın yüksek gelir gruplarına hitap eden ülkelerinden değil; düşük gelir gruplarının yüksek volümlü ziyaretlerini yaptığı bir ülkeye dönüşebilir. Halbuki bizim hedefimizin yüksek gelir gruplarının, yüksek harcama yaptığı tabii ki bunun karşılığında da çok iyi hizmet ve unutulmaz deneyimler yaşadığı bir ülke olmayı sağlamak olmalıdır.

Devlet, turizm işverenleri, eğitim kurumları ve meslek odaları gibi paydaşlarla iş birliği içinde çalışarak, sektörde kalifiye eleman ihtiyacını belirleyerek, buna uygun çözümler üretebilir

Swissotel Resort Bodrum Beach olarak, misafirlerimize yüksek standartlarda konaklama, yiyecek, içecek ve diğer hizmetleri sunmayı hedefliyoruz. Otelimiz 1 Mayıs – 31 Ekim tarihleri arasında konuklarını ağırlamaktadır. Maalesef diğer bütün tesislerde olduğu gibi biz de kalifiye eleman sıkıntısını fazlasıyla yaşıyoruz. Personellerimizin büyük kısmı Z Kuşağından oldukları için, beklentileri oldukça farklı. Elbette düşük maaşlar en büyük etken fakat çalışma şartları da onlar için pek tercih edilmiyor. Örneğin hafta sonu ya da gece vardiyalarında çalışmak, haftada 1 gün izin yapmak gibi. Ayrıca dijital çağda büyüdükleri için teknolojiye önem veriyorlar ve turizmde çalışmak onlar

için daha geleneksel ve fiziksel bir iş; bu da ayrı bir etken tabii ki. Turizm sektöründe çalışma şartlarının iyileştirilmesi, maaşların ve yan hakların artırılması, çalışma saatlerinin düzenlenmesi gibi adımlar bu mesleğin daha çok tercih edilmesini sağlayacaktır. Ayrıca eğitim kurumları ve turizm işletmecilerinin birlikte geliştirebileceği programlarla, öğrenci arkadaşlarımıza bu mesleği daha iyi tanıtarak, kariyer fırsatlarını anlatmak pozitif etki sağlayabilir. Öncelikle devlet, turizm işletme sahiplerine ve potansiyel personellere daha fazla destek sağlamalıdır. Örneğin eğitim ve mesleki gelişim programlarına katılan bireylere burs veya mali destek sağlayabilir.



İlker Şen / Swissotel Resort Bodrum Beach / Genel Müdür

Devlet, turizm işverenleri, eğitim kurumları ve meslek odaları gibi paydaşlarla iş birliği içinde çalışarak, sektörde kalifiye eleman ihtiyacını belirleyerek buna uygun çözümler üretebilir. Dijital dönüşüm ve teknoloji kullanımını teşvik ederek, sektörde çalışacak kalifiye elemanların teknolojiye hakim olmalarını sağlar ve bu şekilde daha verimli ve yenilikçi çalışma yöntemleri benimsenerek, kalifiye personellerin yeteneklerini değerlendirebilir.



INVERTER MINIBAR

*DÜNYANIN İLK INVERTER MİNİBARI

TÜM MİNİBAR ÜRÜNLERİNDE 5 YIL GARANTİ

WWW.MINIBAR.COM.TR

@KLEOMINIBAR

@KLEOMINIBAR

KLEO
refrigeration



**Dr. Hakan Arslan / JW Marriott
Ankara / Genel Müdür**

Otelimiz, lüksü misafirlerimizle buluşturan bir şehir otelidir. Buradan da anlaşılacağı üzere otelimiz, yıl boyunca 7 gün 24 saat hizmet vermektedir. Maalesef turizmde istihdam sorunu uzun zamandır gündemde olan bir sorundur. Özellikle Covid 19 sonrasında önemli ölçüde kalifiye personel kaybı yaşadık. Bununla birlikte uzaktan öğretim nedeniyle birçok uygulama ve staj zorunluluğu olan öğrenciler bu konuyla ilgili sorunlar yaşıyor. Sorunun en büyük ve en önemli kısmı maalesef ücretler. Daha önceki yıllarda uzun çalışma saatleri olsa da getirisi yüksek olduğu için turizm tercih edilirken, şu an bu sebepten ötürü sektör çok fazla tercih edilmemeye başlıyor ya da mezunlarımız başka sektörlerde iş arayışına gidiyorlar.

JW Marriott Ankara olarak, üniversitelerimizle iletişimimizi yoğun tutarak gerek part time gerek stajyer gerekse tam zamanlı çalışan istihdamı ile ilgili sürekli görüşüyoruz

Bununla birlikte yeni jenerasyonun yüksek beklentiye sahip olmamaları konusunda doğru bilgilendirilmeleri gerekiyor. Özellikle yurtdışında kariyer yapmak isteyen birçok genç olduğu düşünüldüğünde, turizmin öneminden detaylıca bahsetmenin önemli olduğunu düşünüyorum. Kendim de akademisyen ve aynı zamanda profesyonel bir yönetici olarak, bu iki bağlantının çok iyi kurulması gerektiğini düşünüyorum.

Emek gücü yoğun bir sektör olan turizm her zaman kalifiye personele ihtiyaç duymaktadır. En önemli çözüm olarak öncelikle meslek liselerinden başlanarak, meslek yüksek okulları ve üniversiteler ile yoğun iş birlikleri yapılmalı ve ihtiyaçlara göre müfredatlar hazırlanmalıdır. Oteller içerisinde özellikle sektöre yeni başlayanlar için eğitimler sağlanmalı ve çalışanların şartlarını iyileştirecek adımlar daha çok atılmalı

Özel sektör ile ilişkilerin sıkı kurulup, sektörün ihtiyacı olan derslerin oluşturulmasına yönelik danışma kurulları oluşturulması gerekiyor.

Bunun yanı sıra bizler de üniversitelerimizle iletişimimizi yoğun tutarak gerek part time gerek stajyer gerekse tam zamanlı çalışan istihdamı ile ilgili sürekli görüşüyoruz. Yurt dışından daha çok operasyonel departmanlarda çalışmak için tam zamanlı istihdam da gerçekleştiriyoruz. Özellikle Türki Cumhuriyetlerden çalışan temin edip lojman desteği de sağlayabiliyoruz. Turizm istihdamına yönelik önlemler alınmadığı noktalarda, yabancı personel temini daha fazla gözlemlenebilir noktaya gelecektir. 2024 yılı itibarıyla Türkiye'nin 60 milyar dolarlık hedefleri olduğunu düşündüğümüzde, kalifiye eleman problemini oldukça önemli bir sorun olarak görüyorum. Emek gücü yoğun bir sektör olan turizm her zaman kalifiye personele ihtiyaç duymaktadır. En önemli çözüm olarak öncelikle meslek liselerinden başlanarak, meslek yüksek okulları ve üniversiteler ile yoğun iş birlikleri yapılmalı ve ihtiyaçlara göre müfredatlar hazırlanmalıdır. Oteller içerisinde özellikle sektöre yeni başlayanlar için eğitimler sağlanmalı ve çalışanların şartlarını iyileştirecek adımlar daha çok atılmalı.

Hilton İstanbul Maslak olarak, gittikçe derinleşen istihdam sorunundan daha az etkilendiğimizi söyleyebiliriz. Ekibimizde, bizimle uzun yıllar çalışan pek çok ekip üyemiz var

Hilton İstanbul Maslak, 1 Ağustos 2018'den bu yana İstanbul'un finans merkezi Maslak'ta hizmet veren bir otel. Otelimiz, bulunduğu konum itibarı ile kurumsal şirketlerle çevrili bir destinasyonda yer alıyor. Metro istasyonuna yürüme mesafesinde ve yeni havalimanına sadece 30-40 dakika uzaklıktayız. Konum olarak şehrin cazibe merkezlerine çok yakınız. 6 yıldır iş dünyası, sanatseverler ve İstanbul hayranlarına ev konforunda lüks konaklama imkânını, sıcak misafirperverlik anlayışıyla sunuyoruz. Yıl boyunca açık olan otelimizde deluxe, suite, kral dairesi seçeneklerinin de arasında olduğu tamamı işlevsel tasarımlar ve donanımlara sahip 284 oda ile misafirlerimizi ağırlıyoruz. Executive lounge ayrıcalıklarıyla konaklamayı tercih eden misafirlerimize, deneyimlerini daha üst seviyeye taşıma fırsatı sunuyoruz. Aynı zamanda Hilton İstanbul Maslak'ta tümü en son teknoloji ekipmanları ile donatılmış ve farklı nitelikteki etkinliklere ev sahipliği yapabilecek nitelikteki toplantı salonlarımız ile hizmet veriyoruz. Birçoğu gün ışığı alan 22 adet toplantı salonumuz mevcut. Tamamı 6.600 metrekare olmak üzere farklı katlarda bulunan toplantı ve konferans alanına sahibiz. 550 kişiye kadar gala düzeninde, 1000 kişiye kadar kokteyl düzeninde konuk ağırlama kapasitesinde olan

850 metrekare sütunsuz bir balo salonumuz bulunuyor. 5,5 metre tavan yüksekliğindeki bu balo salonumuz ve geniş fuaye alanımızla masal tadında düşünler için ideal bir mekân sunuyoruz. Gala düzeninde minimum 200 maksimum 400 kişi arasındaki davetleri Cupola salonumuzda rahatlıkla planlayabiliyoruz. Ayrıca en üst katta yer alan ve İstanbul'un 3 köprüsüne de göz kırpan The Roof ise, cam tavanlı panoramik şehir manzarası ile kutlama ve benzeri farklı etkinlikler için de sıkça tercih ediliyor. Turizm sektöründe özellikle pandemiyle başlayan istihdam sıkıntısının gün geçtikçe büyüdüğünü gözlemliyoruz. Sektörde kalifiye personel bulmakta her işletme gibi biz de zaman zaman sıkıntı yaşıyoruz. Ancak Hilton İstanbul Maslak olarak, gittikçe derinleşen bu sorundan daha az etkilendiğimizi söyleyebiliriz. Ekibimizde, bizimle uzun yıllar çalışan, pek çok ekip üyemiz var. Sektörümüzde kalifiye iş gücü temininde yaşanan zorlukların birçok nedeni var elbette ancak artan otel sayısına rağmen özellikle pandemi ile başlayan süreçte, başka sektörlerde kayan, başka ülkelere giden meslektaşlarımızla birlikte git gide büyüyen bir kaynak sorununuz bulunmakta. Başka sektörlerde geçişin ücret kaynaklı olduğunu düşünmüyorum. Emek yoğun sektörümüzün yeni neslin çoğunluğuna



**Ayla Türedi Özkılıç / Hilton İstanbul
Maslak / Otel Müdürü**

çekici gelmemesinden kaynaklı olarak da başka sektörlerde kayma var. Genç kuşağın sektörümüze ilgisi beklenen seviyede değil. Sektörde ileri yaşlarda ve deneyimli istihdam, emeklilik, yaş, hastalık gibi nedenlerle doğal olarak giderek düşmekte. Deneyimli işgücünü sektörde tutarak ve tecrübenin genç kuşağa aktarılmasını sağlayarak, bir nevi sektörel bilgi ve kültür transferi yaparak, sektörün kalibinin sağlıklı atmasına çalışıyoruz. Genç kuşak sektörde iyi bir kariyer yapabileceklerini görmeli ve buna inanmalı. Hilton İstanbul Maslak olarak bu konuya önem veriyor ve üniversitelerle iş birliğimizi her daim sıkı tutuyoruz. Turizm sektörü, seyahat, yeme-içme, spa, fitness, sağlık, eğlence, ulaşım, lojistik, bankacılık gibi sektörlerle doğrudan ya da dolaylı hizmet potansiyeli ile istihdama büyük katkı sağlamaktadır. Ülke ekonomisine büyük katkılar yapan böylesi önemli bir sektörde yaşanan işgücü sorununu gözmezden görmek mümkün değil. Çeşitli yasal düzenlemeler ve teşviklerle rahatlatılırsa, sektör ekonomiyeye artan oranda katkı sağlayacaktır.



DELPHIN
HOTELS & RESORTS



DELPHIN PALACE

RENOVATION PROJECT 2025





Yılmaz Taştan / Corendon Hotels & Resorts / İK Direktörü

Corendon Hotels & Resorts olarak, bir tanesi Kundu diğeri Kemer bölgesinde olmak üzere 2 otel işletmemiz bulunuyor. Corendon Grand Park Lara Hotel: Antalya-Kundu'da 35.000 metrekare alana sahip olan otelimiz, 896 odası ve her şey dahil konsepti ile 2013 yılından itibaren 12 ay misafirlerimize hizmet vermektedir. Corendon Playa Kemer Hotel: Antalya, Kemer bölgesinde 20.000 metrekare alana sahip ve 360 odası bulunan otelimiz, ultra her şey dahil konseptiyle 2016 yılından itibaren 01 Nisan-15 Kasım tarihleri arasında misafirlerimize hizmet vermektedir. Maalesef biz de diğer tesisler gibi istihdam anlamda sorunlar yaşıyoruz. Tesislerimizde yapmış olduğumuz işten ayrılış anketlerinden elde ettiğimiz verilere göre en önemli sorunun işin dönerselliği olarak karşımıza çıktığını görüyoruz. Turizm ve otelcilik sektöründe mevsimlik çalışma sorunu, iş gücü devamlılığını ve çalışanların iş güvencesini olumsuz etkileyen en önemli mesele. Bu sorunun çözülmesi için neler yapılabilir; tüm sektör temsilcilerinin ortak akıl yürütmesi gerekiyor. Uzun sürelerle çalışma, ücret yetersizliği, konaklama imkanlarındaki yetersizlikleri ise diğer başlıca sorunlar olarak sıralayabiliriz. Uzun Çalışma Süreleri: Sıcak yaz aylarında nefes almanın bile zor olduğu günlerde çalışanlara zorunlu olarak fazla mesai yaptırılması da kalifiye personellerin sektörden uzaklaşmasına neden oluyor. Çalışanların yeterince dinlenememesi, sosyal yaşantısına zaman ayıramaması ve iş-yaşam dengesini koruyamama en önemli sorunlar arasında yer alıyor. Ücret Yetersizliği: Sektör çalışanlarının ücretleri aynı sektörde diğer rakiplerin skalaları ile kıyaslanarak belirleniyor. Oysaki otelcilik sektörü çalışanlarının malum birçok sektörde iş bulma olanakları mevcut. Örneğin Teknik Servis Bölümünde Soğutmacı olarak görev yapan bir çalışan, birçok soğutma sistemleri hizmeti veren firmalarda iş bulma olanağına sahip. Aynı şekilde Temizlik Görevlileri, Garsonlar, Aşçılar vs. bu nedenlerle farklı sektörlerde aynı meslek mensuplarını

Şirket bünyesinde çalışanların yabancı dil bilgisini Dil Tazminatı ile teşvik ediyor; kariyer fırsatlarında Terfi Sistemi doğru işe doğru kişiyi görevlendirmeyi amaçlıyor; İK yönetim sistemi olarak bir mobil platform ile çalışanlarımızın önerilerini, şikayetlerini ve memnuniyetlerini alıp bu çerçevede aksiyon alıyoruz

bünyesinde bulunduran firmaların ücret skalaları, piyasa koşulları ve çalışanların beklentileri gibi faktörler göz önüne alınmalı, ücret belirlerken, adil ve rekabetçi bir ücret yapısının oluşturulmasına dikkat edilmelidir. Barınma Sorunu: Konaklama ihtiyacı duyan çalışanlara tahsis edilen lojmanlardaki konforsuzluk, çalışanların iş performansı, motivasyonu ve genel memnuniyeti üzerinde ciddi olumsuz etkiler yaratıyor. Lojmanlardaki rahatsızlık, çalışanların işe odaklanmalarını zorlaştırdığı gibi, yeterince dinlenemeyen çalışanlar, daha az verimle çalışıyorlar. Konforsuz lojmanlar, çalışanların işlerine devam etme motivasyonunu düşürebiliyor. Uzun vadede bu durum, işten ayrılmalara neden olabiliyor. Çalışanlar, daha iyi yaşam koşulları sunan başka iş fırsatlarını değerlendirme eğilimine giriyorlar.

Sektördeki mevsimlik çalışma sorununa yönelik çözüm önerilerimi başlıklar altında toplamak gerekirse; Mevsim Dışında Çalışma Fırsatları Yaratma, Mevsimlik Çalışanlara Devlet Desteği, Mevsimsel Çalışan Havuzları Oluşturma olarak sıralayabiliriz

Yurt dışından eleman temini, çalışan şartlarının iyileştirilmesi, okullarla yapılan iş birlikleri, resmî kurumlarla yapılan işbaşı eğitim programları ve iş garantili mesleki kurslar, elbette ki sorunun çözümü için yapılan çalışmalar arasında. Ancak, tekrar belirtmek isterim ki istihdamdaki en önemli sorun işin dönerselliği. Mevsimlik çalışma sorunu, iş gücü devamlılığını ve çalışanların iş güvencesini olumsuz etkileyen en önemli mesele. Sektördeki mevsimlik çalışma sorununa yönelik çözüm önerilerimi sizlerle paylaşmak isterim. Mevsim Dışında Çalışma Fırsatları Yaratma: Mevsimlik çalışanlar için yıl boyunca sürdürülebilir istihdam yaratmak adına turizm destinasyonlarının sezonlarını genişletmek önemlidir. Bu amaçla: Farklı turizm türlerine yatırım yapılabilir (sağlık, kültür, spor, kongre turizmi gibi). Bu tür faaliyetlerle turizm sezonu uzatılabilir ve otelcilik sektöründe sürekli istihdam sağlanabilir. Yıl boyu açık kalabilecek ek hizmetler sunarak (spa, wellness, restoranlar,

etkinlikler), mevsim dışı dönemlerde de talep yaratılabilir. Mevsimlik Çalışanlara Devlet Desteği: İşsizlik Ödeneği: İşsizlik ödeneği kapsamının genişletilmesi mevsimlik çalışanlar için önemli bir çözüm olabilir. Mevsimsel işsizliğe karşı, devlet tarafından sağlanan işsizlik ödenekleri ya da sosyal güvence paketleriyle çalışanların gelir kayıpları minimize edilebilir. Bu konu STK'lar ve sendikalar tarafından ilgili bakanlıklara taleplerin sürekli olarak iletilmesi suretiyle konunun gündemde tutulması çözüm sağlayabilir. Mevsimsel Çalışan Havuzları Oluşturma: Çalışan Havuzları: Otellerin bir araya gelerek mevsimlik çalışan havuzları oluşturması, mevsimsel çalışanların farklı tesislerde iş bulabilmesini sağlayabilir. Örneğin: Yazın Antalya'da, kışın ise Uludağ'da veya Kapadokya'da çalışan bir işçi için iş dolaşım programları oluşturulabilir. Böylece işçilerin yıl boyunca farklı turizm merkezlerinde çalışma imkânı yaratılabilir.

Devletin ve sektör temsilcilerinin kalifiye eleman sorununu çözmeye yönelik stratejik politikalar geliştirmesi gereklidir

Turizm sektörü, ülkemiz için stratejik öneme sahip bir sektördür. Büyük gelir kaynağı sağlamanın yanı sıra geniş çapta istihdam yaratma kapasitesine de sahiptir. Ancak, turizm sektöründe kalifiye eleman eksikliği, sektörün sürdürülebilir büyümesi ve rekabetçiliği için önemli bir sorun teşkil etmektedir. Bu nedenle devletin ve sektör temsilcilerinin kalifiye eleman sorununu çözmeye yönelik stratejik politikalar geliştirmesi gereklidir. Bizler de çalışanlarımızı kurum olarak desteklemek ve kariyer fırsatları sunmak için çalışmalar yapıyoruz. Şirket bünyesinde eğitim departmanı tarafından yabancı dil sınavları ile çalışanların yabancı dil bilgisini Dil Tazminatı ile teşvik ediyoruz. Şirket içi kariyer fırsatlarında Terfi Sistemi ile asgari nitelikler çerçevesinde yapılan sınav sistemi ile doğru işe doğru kişiyi görevlendirmeyi amaçlıyoruz. İK yönetim sistemi olarak bir mobil platform ile çalışanlarımızın önerilerini, şikayetlerini ve memnuniyetlerini alıp bu çerçevede aksiyon alıyoruz.



Türkiye'nin ilk minibar üreticisi, 1954'ten beri.



Yüksek Konfor & Düşük Elektrik Tüketimi

INVERTER MINIBAR



www.elektromarla.com

Muratpaşa Mah. Uluyol Siteler Cad. No: 6/8A Bayrampaşa/ İSTANBUL

+90 212 545 79 80 +90 544 870 25 01

info@elektromarla.com



**Cihan Baykara / Grand Yazıcı Hotels
(Grand Yazıcı Club Turban Termal-Grand
Yazıcı Club Marmaris Palace-Le Chalet
Yazıcı) / Genel Müdür**

Grand Yazıcı Hotels olarak, bünyemizde üç otel bulunmaktadır. İlki Uludağ 1. Bölgede yer alan Le Chalet Yazıcı Otel'dir. Kış turizminin gözdesi olan tesisimiz 18 odalı olup, tam pansiyon konsepti ile butik hizmet vermektedir. Sıcak atmosferi ve adeta kendinizi dağ evinizdeymiş gibi hissettiren ortama sahip olmasıyla, bölgede en çok tercih edilenler arasında yer almaktadır. Birinci oteller bölgesinde olan otelimiz kış turizminin gözdesidir. Bir diğeri, Muğla ili, Marmaris ilçesi, İçmeler mevkiinde yer alan Grand Yazıcı Club Marmaris Palace Otel'dir. 459 odalı olan tesisimiz ultra her şey dahil konsepti ile sadece yaz sezonunda hizmet vermekte olup, bir tarafı yemyeşil çam ağaçlarıyla, diğer tarafı masmavi deniz ile çevrilidir. Aynı lokasyonda bulunan diğer resort otelimiz Grand Yazıcı Club Turban Termal Otel ise 543 oda kapasitesine sahip olup, yine denize sıfır konumdadır. Doğal termal su kaynağına sahip olması sebebiyle bölgede tüm sezon hizmete açık olan ender otellerden olup, yaz dönemi ultra

Üniversitelerde düzenlenen kariyer günleri programına, mümkün mertebe departman müdürlerimizle katılım sağlamak, özellikle turizm üzerine tahsil yapan kişilere, bu sektörde çalışma ve deneyim elde etme fırsatlarını sunmak, otellerimizin önem verdiği bir konudur

her şey dahil, kış periyodunda ise tam pansiyon konsepti ile aktifliğini sürdürmektedir. Ayrıca sağlıklı beslenme konsepti de olan otel, dönemsel olarak vegan, vejetaryen, pesketaryen, glutensiz, laktosuz gibi birçok beslenme türüne uygun bütçeler ve detoks programına uygun alkali içecekler sunabilmektedir. Kısacası misafirlerimize, üç otelde de kendilerini özel hissettireceği çeşitli hizmetler sunmaktayız. Kalifiye eleman konusunda şanslı olduğumuzu söyleyebiliriz. Otel personellerimizin çoğu uzun süredir bünyemizde çalışmaktadır ve işini sahiplenen, profesyonel ve eğitilmiş kişilerden oluşmaktadır. Marmaris'te yaz-kış hizmete açık alanlarımız olması, aynı zamanda Uludağ'da da hizmet vermemiz sebebiyle çalışanlarımıza istihdam sağlama fırsatımız olmaktadır.

Gençlerin ve/veya çocukların, henüz eğitim aşamasındayken; hangi sektörde ve nasıl bir kariyer planlaması yapmak istediği yönünde, çok daha farkındalık programları oluşturulmalı, swot analizleri geliştirilmeli ve süreç dikkatle takip edilmeli
Bir şirketin en mühim şanslarından birinin deneyimli

ve işini benimseyen personellere sahip olması olduğunun farkındayız. Bu nedenle lojmanların dinlenmeye uygun, temiz ve en önemlisi güvenli olması dikkat ettiğimiz unsurlardandır. Değişen ekonomik süreçleri de göz önüne alarak planlama yaptığımızı söyleyebiliriz. Çoğu çalışma arkadaşımıza 12 ay iş imkanı da sunarak, bu değeri koruma konusunda hassasiyet göstermekteyiz. Yabancı çalışan talebi sezonluk bazda bizlere de gelmektedir. Tecrübeleri ve vasıfları doğrultusunda değerlendirdiğimiz dönemler elbette olmaktadır. Bunun dışında üniversitelerde düzenlenen kariyer günleri programına mümkün mertebe departman müdürlerimizle birlikte katılım sağlamak, bu programlar ile yakından ilgilenmekteyiz. Özellikle turizm üzerine tahsil yapan kişilere, bu sektörde çalışma ve deneyim elde etme fırsatlarını sunmak, otellerimizin önem verdiği bir konudur. Gençlerin ve/veya çocukların, henüz eğitim aşamasındayken; hangi sektörde ve nasıl bir kariyer planlaması yapmak istediği yönünde, çok daha farkındalık programları oluşturulmalı, swot analizleri geliştirilmeli ve süreç dikkatle takip edilmeli, diye düşünüyoruz.

Armada Grannos Thermal Hotel & Convention Center'da, kalifiye eleman bulma anlayışından ziyade; yetenek bulma, yetenekleri kuruma katma anlayışı vardır

Otelimiz, Ankara'nın Haymana ilçesinde ve Ankara'ya 70 kilometre mesafede bulunmaktadır. 300 metrekare genişliğinde 1 Kral dairesi, 72 metrekare genişliğinde 21 Süit, 10 Connection oda, 3 Engelli ve 36 metrekare genişliğinde 181 standart oda olmak üzere toplam 216 odamız, 640 yatak kapasitesine sahiptir. 40-42 derece sıcaklığa sahip ve kaynağından çıktığı gibi kullanılan, 6,8 pH değeri ile pek çok rahatsızlığa şifa kaynağı olan dünyadaki eşsiz termal suyu ile hizmet vermektedir. Yılın 12 ayı açık olan otelimizde, kongre, sağlık, termal ve fizik tedavi konseptlerinin yanı sıra ve resort olarak da hizmet verilmektedir. Armada Grannos Thermal Hotel & Convention Center, çalışanlarının her birini yetenek olarak görmektedir. Klasik kalifiye yeteneği arayışından çıkan, elindeki yetenekleri sürekli eğitime alan bir yapıya sahiptir. Tabii ki bu süreçte sorunlar yaşamaktayız. Sorunlar yeni yöntemler üretmemize, ürettiklerimizi yeteneklerimize aktarma imkânı vermektedir. Armada Grannos Thermal Hotel & Convention Center'da, kalifiye eleman bulma anlayışından ziyade; yetenek bulma, yetenekleri kuruma

katma anlayışı vardır.

Kalifiye eleman sorununun çözümü için özellikle her şey dahil ve yarım pansiyon sistemlerinin değişmesi şart. Bu sistemlerde yetenekler (Tüm departmanlar olmasa da) kendilerini geliştirme imkânı bulamamaktadırlar. Otel fiyatlarının / toplam ödeme miktarlarının belli olduğu bir sistemde, yenilik yapılmaz; yetenekler teşvik edilemez

Kalifiye eleman sorununun nedenleri hakkında şahsi kanaatim, yeteneklerin, maddi kaygıları değil, manevi kaygılarını ön planda tutmalarıdır. Terfi beklentisi, terfiye giden yolda rol model eksikliği, rol modellerin alt yeteneklere bilgi aktarımı eksikliğinin giderilmesi sorunları çözecektir. İstihdam sorununun çözümü için yurt dışından eleman temini, çalışan şartlarının iyileştirilmesi, devlet- üniversite ve yüksek okul iş birliği ile kalifiye eleman sağlanması gibi çözüm yollarına gidiliyor. Bu seçenekleri otel olarak bizler de değerlendirmekteyiz. Lakin amacımız tam anlamıyla bir değişim değil, yeni gelen



**Hasan Yaşar / Armada Grannos Thermal
Hotel & Convention Center / Armada Grup
Türkiye Yönetim Kurulu Üyesi**

ile eskiyi daha rahat geliştirme düşüncesidir. Kalifiye eleman sorununun çözümü için özellikle her şey dahil ve yarım pansiyon sistemlerinin değişmesi şart. Bu sistemlerde yetenekler (Tüm departmanlar olmasa da) kendilerini geliştirme imkânı bulamamaktadırlar. Otel fiyatlarının / toplam ödeme miktarlarının belli olduğu bir sistemde, yenilik yapılmaz. Gelen her misafirden, yapacağımız her yenilikler ile yeni gelir kaynakları üretebileceğini bilen yönetimler, yeteneklerini teşvik eder. Yetenekler bu teşvikler ile kendilerini geliştirir. Gelişen yetenekler hem madden hem de unvan olarak bir beklenti içerisine girer, geleceğin daha aydınlık olduğunu düşünür. Bu durum onu motive eder. Özel sunumlar, özel yemekler, karşılama metotları ve benzeri birçok yeniliği düşünür hale gelir.



**Korhan Alşan / Ela Excellence
Resort Belek / Turizm Koordinatörü**

Ülke turizmine 15 yılı aşkın bir süredir hizmet veren Ela Excellence Resort Belek, Özak Global bünyesinde yer almaktadır. Faaliyet göstermeye başladığı 2007 yılından günümüze, kişiye özel tatil anlayışı ve uluslararası standartlardaki kalitesiyle hizmet vermeye devam eden Ela Excellence Resort Belek, Türkiye’de nitelikli çocuk ve aile konseptine sahip öncü otellere aittir ve yıl boyunca hizmet vermektedir. Özak Global, kurumsal kültürünü ve kalite anlayışını turizm sektörüne taşıyarak Bodrum, Kemer ve Didim’de yenilikçi fikirler ve imza projelerle yeni tatil konseptlerini hayata geçirmek için çalışmalarını sürdürüyor. Ela Excellence Resort Belek’te insan kaynakları anlayışımız kalifiye çalışanları bünyemize katabilmek için onlara sunduğumuz fırsatlarla şekilleniyor. Çalışanlarımıza sunduğumuz lojman hakkı, tüm çalışanlarımızı kapsayan yol servisi hizmetimiz ve çevrimiçi ve yüz yüze olmak üzere verdiğimiz eğitimler nitelikli çalışanların bizleri tercih etmesini sağlıyor. Ela Excellence Resort Belek çalışanları çevrimiçi eğitim sistemimizden kendilerine tanımlanan özel

Çalışanlarımıza sunduğumuz yan hak ve eğitimler nitelikli çalışanların bizleri tercih etmesini sağlıyor; Ela Excellence Resort Belek’in yeteneklerin buluşma noktasına dönüştüğünü görüyoruz

eğitimlerle sürekli eğitim hakkına sahip olabiliyorlar. Dahası, mutfak ve benzeri departmanlarda çalışanlarımızın ihtiyaçlarına yönelik yüz yüze eğitimleri destekliyoruz. Attığımız adımlarla Ela Excellence Resort Belek’in yeteneklerin buluşma noktasına dönüştüğünü görüyoruz. Gelecekte içimizden çok önemli turizm yıldızlarının çıkacağına inanıyoruz. Biz Ela Excellence Resort olarak yalnızca nitelikli çalışanlara ulaşmayı değil, grubumuza, ülkemiz turizmine değer katacak çalışanlar yetiştirmeyi hedefliyoruz. Sektörümüzdeki nitelikli çalışan sorununun temelinde, dönemsel iş sahibi olma, barınma sorunu, gençlere kariyerlerini geliştirme anlamında fırsatlar tanınmaması başlıklarının öne çıktığına inanıyorum. Bizler bu sorunları aşabilmek için çalışanlarımıza lojman hakkı tanıyoruz. Yıl boyunca hizmet verdiğimizden, sezon içerisinde ya da dışında çalışan sayımızda önemli değişiklikler yaşanmıyor. Ela Excellence çalışanları, işlerinin yıl boyu süreceğini biliyorlar. En önemlisi genç çalışanlarımızın kariyer hedeflerini destekleyecek eğitimler veriyoruz. Onların başarılarını karşılıksız bırakmamaya özen gösteriyor, ekip ruhunu yaşatarak, saygılı ve daima kendilerini geliştirebilecekleri bir iş ortamı sunuyoruz. Ela Excellence Resort Belek olarak, istihdam sorununu çözmek amacıyla çalışanlarımızın beklentilerine

yönelik bir insan kaynakları politikası izliyoruz. Daha önce belirttiğim gibi, çalışanlarımıza sunduğumuz lojman imkânı, barınma sorununa çözüm sağlıyor. Ela çalışanları, eğer bölgemizde yaşıyorsa ulaşımını servislerimizle sağlarken, bölgemiz dışından gelenler barınma sorununu lojmanlarımızda kalarak çözebiliyor. Ayrıca, üniversitelerin düzenlediği kariyer günlerine katılarak turizm alanında yeni mezun gençlerimize staj ve iş bulma imkânı tanıyoruz. Böylece hem kurumumuz hem de sektörümüz için nitelikli insan gücünün yetişmesine katkıda bulunuyoruz. Gençlerin turizm sektörüne yönelebilmesi için kariyer fırsatlarının çoğaltılması ve eğitimin çeşitlendirilerek, niteliğinin artırılması gerekiyor. Üniversitelerimizle, sektör arasında geçirgenliğin ve iş birliklerinin daha da güçlendirilmesi gerektiğini düşünüyorum. Yeni mezun gençler ‘nerede iş bulacağım’ sorunu yaşamadan, sektör içerisinde yerini kolayca bulabilmeli. Bunun için hem devletimize hem de sektörümüze görevler düşüyor. Staj programlarının devlet tarafından teşvik edilmesi daha fazla gencin meslek öğrenmelerini ya da öğrendiklerini pekiştirmelerini sağlayacaktır. Türkiye’nin insan kaynağı turizm sektörüne yetebilir nitelikte, yeter ki doğru teşviklerle desteklensin ve sektör-üniversite iş birliği güçlendirilsin.

Çevremizdeki turizm fakülteleri ile iş birliği yaparak, mesleklerinde istekli ve gelecek vaat eden öğrencilerle görüşmeler gerçekleştiriyor, eğitim süreçleri boyunca burs sağlıyor ve istihdam garantisi veriyoruz

Akra Antalya Otel hem iş hem tatil amaçlı seyahat edenler için uygun olan, modern, lüks ve kapsamlı hizmetler sunan beş yıldız otel konseptiyle, 12 ay açık şekilde hizmet vermektedir. Antalya gibi turistik bölgelerde, nitelikli elemanlar için, işletmeler arasında yoğun bir rekabet söz konusudur. Çalışanlar daha iyi ücret ve çalışma koşulları sunan ve 12 ay istihdam garantili işletmeleri tercih ederler. İşyerimiz de Türkiye’nin en iyi işverenleri arasında yer aldığı için, nitelikli çalışanları bulmak konusunda rakiplerimize göre daha avantajlı durumdayız. Son yıllarda Antalya’da yaşam maliyetleri ve konut fiyatlarında yaşanan hızlı artış, özellikle turizm sektörü çalışanları için önemli bir sorun teşkil etmektedir. Şehir merkezine veya turistik bölgelere yakın konumlarda barınma zorluğu yaşayan nitelikli elemanlar, yüksek konut kiralari nedeniyle gelirlerinin büyük bir kısmını kira ödemelerine ayırmakta ve bu durum yaşam kalitesini olumsuz etkilemektedir. Sonuç olarak, sektörün çekiciliği azalmakta ve çalışanlar ya başka bölgelerde iş arayışına girmekte ya da farklı sektörlere yönelmektedirler. Turizm sektörünün karşılaştığı en

büyük zorluklardan biri de işlerin büyük oranda mevsimsel karakter taşımasıdır. Yaz aylarında iş fırsatları yoğunlaşırken, kış aylarında bu fırsatlar azalmaktadır. Mevsimsel iş yapısı, çalışanlar için iş güvencesi eksikliği yaratmakta ve nitelikli elemanlar düzenli bir gelir ve istikrarlı bir iş güvenciliği arayışına yönelmektedir. Bu durum, uzun vadeli kariyer planlamalarını zorlaştırmakta ve dolayısıyla nitelikli iş gücünün sektörde kalmasını güçleştirmektedir. Genç jenerasyon, iş-yaşam dengesi konusunda daha hassas bir yaklaşım sergilemektedir. Turizm sektöründeki uzun çalışma saatleri, yoğun tempo ve mevsimsel iş yükü bu beklentileri karşılamamaktadır. Ayrıca, sektörde çalışan ve mutsuz veya umutsuz durumdaki meslektaşlarının deneyimlerini gözlemleyen gençler, daha kolay ve ulaşılabilir hedeflere yönelme eğilimindedir.

Turizm sektöründe ihtiyaç duyulan becerilere sahip nitelikli eleman yetiştirmek için öncelikle kalifiye çalışanlarımıza, bilgi ve tecrübelerini yeni jenerasyona aktarabilecek uygun ortamlar yaratılmalıdır. Usta-çırak ilişkisini ülkemizde



**Abdurrahman Gül / Akra Antalya Otel /
İnsan Kaynakları Müdürü**

yeniden canlandırılmıyız

Yurt dışından çalışan temini konusunda bugüne kadar herhangi bir adım atmamış bulunuyoruz. Yerli kaynaklar ile sürdürülebilir başanya ulaşabileceğimize inanıyoruz. Çevremizdeki turizm fakülteleri ile iş birliği yaparak, mesleklerinde istekli ve gelecek vaat eden öğrencilerle görüşmeler gerçekleştiriyoruz. Bu öğrencilere eğitim süreçleri boyunca burs sağlıyor, mezuniyet sonrasında ise hedefleri doğrultusunda istihdam garantisi veriyoruz. Turizm sektöründe ihtiyaç duyulan becerilere sahip nitelikli eleman yetiştirmek için öncelikle kalifiye çalışanlarımıza, bilgi ve tecrübelerini yeni jenerasyona aktarabilecek uygun ortamlar yaratılmalıdır. Turizm fakülteleri, otelcilik okulları ve ilgili meslek yüksekokullarıyla, tabii ki işverenlerle de iş birliği yapılmalıdır. Usta-çırak ilişkisini ülkemizde yeniden canlandırmalıyız.



Alı Ulvi Gümüşhan / İkbal Thermal
Hotel & Spa / Genel Müdür

İkbal Thermal Hotel & Spa, Afyonkarahisar'ın doğasına uygun bir mimari, etkileyici bir konsept ve lüks hizmet anlayışı ile 12 ay boyunca hizmet vermektedir. Afyon merkeze 10 km, Zafer Havaalanına ise 49 km uzaklıkta konumlanan tesisimiz, "Oda Kahvaltı ve Yarım Pansiyon" konsepti ile bünyesinde barındırdığı konforun eşsiz bir tasarımıyla bulunduğu sade, ferah odaları ve suite odaları toplamda 286 odası ile konuklarını ağırlıyor. MineraSpa Merkezimizde, sağlıklı yaşam hizmetleri, spa ve spor aktiviteleri gibi birçok hizmet sunulmaktadır. Fitness merkezi, squash (duvar topu), termal havuzlar, özel termal aile banyoları, su kaydıraklı kapalı yüzme havuzu, çocuk havuzu, ısıtılmalı açık yüzme havuzu, açık termal havuz, Türk hamamı, sauna, jakuzi, buhar banyosu, kuaför salonu, masaj odaları, çamur banyoları, cilt ve vücut bakımları ile hizmet vermekteyiz. Bayanlar için kapalı bir yüzme havuzunun yanı sıra bay ve bayanlar için ayrı ayrı termal havuzlar mevcuttur. Mineraspa 3 farklı kategoride hizmet vermekte olup, bayanlara özel, baylara özel ve bay-bayan karışık şeklinde kullanım alanlarımız mevcuttur. Ayrıca Mineraspa kısmımızda toplam 6 adet özel termal aile banyosu (termal jakuzi, hamam kurna, duşa kabin ve dinlenme odası) mevcuttur. Minik misafirlerimiz için Kids Club mevcut olup, keyifli ve eğlenceli bir program sunmaktayız. Ayrıca özel günlerde Animasyon etkinliklerimiz mevcuttur. Hafta Sonlarına özel canlı müzik aktivitemiz mevcuttur. Turizm sektörünün en önemli sorunlarından birisi kalifiye elaman eksikliği sorunudur. Özellikle Güney ve Ege bölgesindeki otellerin çoğu 6-7 ay açık kalabiliyor. Bu da gençlerin her kış 5-6 ay işsiz kalmasına sebep oluyor. Bu ve benzeri sebeplerle de gençler turizmi bir meslek dalı olarak görmüyor, geçici bir iş kolu olarak görüyorlar. Yorucu çalışma koşulları, uzun çalışma saatleri, düşük ücret, insanca muamele görmemek, kariyer yolunu görememek, adaletsizlik sebebiyle birkaç sene çalıştıktan sonra sektör değiştiriyorlar. Şehir otelleri 12 ay faal olduğundan durum biraz daha iyi. Ancak kıyı otellerindeki personel eksikliği şehir otellerindeki personel sirkülasyonunu da olumsuz etkiliyor. Genel olarak İkbal Thermal Hotel & Spa gibi 12 ay hizmet veren ve kurumsal tesislerde personeller uzun yıllar çalıştırdıktan personel sirkülasyonu da az olmaktadır ve kalifiye personel eksikliği

Turizm fakülteleri ve okullarıyla iş birliği yaparak, okullardaki derslere konuşmacı olarak konuk oluyor; zorunlu olarak staj yapan gençleri gerçekten eğitmeye çalışıyoruz. İşini severek yapan bir stajyerin neleri başarabileceğini kendimiz gözlemliyoruz

daha az yaşanmaktadır. Odağı insana hizmet olan turizm endüstrisinde çalışanlarımızın da insan olduğunu gözden kaçırmayalım. Mutlu çalışan, mutlu misafirler yaratır.

Turizm Bakanlığı'nın çalışan işgücünün haklarını koruyucu yaptırımlarda bulunması gerekmektedir. Bunun dışında sektörde çalışan işgücünün haklarını korumak amacıyla ilgili kurumların, işletmeler üzerinde denetim mekanizması oluşturması gerekmektedir. Ücret düzeylerinin artırılması ve çalışma saatlerinin uygun şekilde düzenlenmesi öncelikli yapılması gerekenlerdendir. Mutlu çalışan, mutlu misafirler yaratır

Turizm sektöründe temel sorunlar, ücretlerin düşüklüğü, sosyal güvenliğin olmaması, çalışma saatlerinin aşırı olması, yönetim sorunları, aylık izin sorunları olarak sıralanabilir. Turizm işgücü maliyetlerini düşük tutma çabaları özellikle beşeri sermayesi yüksek kişilerin sektörden uzaklaşmasına neden olmaktadır. Ayrıca bu ücret politikası çalışanlarının motivasyonlarını dolayısıyla da verimliliği etkileyecektir. Çalışma saatlerinin yüksek olmasının yanında ücretler çok düşük düzeylerde seyretmektedir. Kısaca diyebiliriz ki, bu şekilde görülmemekle birlikte turizm sektörü emek sömürsünün en fazla olduğu sektördür. Çalışanların demografik özelliklerini ve sağlanan haklarını incelediğimiz zaman otel yıldız sayıları ile arasında anlamlı bir ilişkinin çıktığını görüyoruz. Eğitim düzeyi, çalışma saatleri, sosyal güvence, aylık izin olanakları ve ücret açısından incelendiği zaman yıldız sayısı arttıkça çalışanların bu haklarında bir iyileşme olduğu görülmektedir. Otellerin yıldız sayıları arttıkça daha fazla kurumsallaştıkları göze çarpmaktadır. Bunun sonucu olarak 4-5 yıldızlı otellerde ve tatil köylerinde çalışan personele tanınan haklar daha sistematik ve daha fazladır. Ücret düzeyinde de anlamlı bir farklılık olduğu ortaya çıkmaktadır. Yıldız sayısı arttıkça oteller çalışanlarına dahi iyi bir çalışma ortamı hazırlamak ve müşteri memnuniyetini sağlamak için hizmet içi eğitim vermektedir. Turizm sektörünün, hizmet sektörü olması ve emek-yoğun bir sektör olması nedeniyle çalışanların beşeri sermayelerini artırmaya yönelik yapılacak katkılar, misafir memnuniyetini sağlamanın yanında işgücünün verimliliğini artıracaktır. Şüphesizdir. İkbal Thermal Hotel & Spa olarak emek-yoğun bir sektörde yer almamız, hizmeti veren ve hizmeti alanın insan olması dolayısı ile insan faktörü öneminin bilincinde büyük bir aileyiz ve "Biz İkbal'iz" mottomuz ile hizmet vermeye devam etmekteyiz. Turizm işletme belgesine

sahip işletmelerin, yönetiminde alanında uzman, lisans eğitimi almış insan kaynağının eksikliği devam etmektedir. Öncelikle gençleri yetiştirmek, mesleği sevdirmek ve sektörde tutunmalarını sağlamak için onlara insanca çalışma şartları sunmalı, eğitim, adil ücret ve kariyer koçluğu vermeliyiz. Çalıştığımız oteller kıyı oteliye sezonu uzatmak için çalışmalar yapmalıyız. Alternatif turizm türleri geliştirmeli ve pazarlamasını yapmalıyız. Böylece daha uzun süreli çalışma koşulları sunabildiğimiz personeli kaybetmeyiz. Yurt içi ve yurt dışı fuarlarda bölgemizi pazarlarken, pastayı büyütmek için, yerel yönetim ve kamu desteğinin yanında rakip otellerle de iş birliği yapmalıyız. Bölgemizdeki rakip otellerle rekabeti fiyatla değil hizmetle yapmalıyız. Aksi halde fiyatlar düştükçe daha az elemanla insanüstü efor harcamak zorunda kalırız ve çalışanlara insani çalışma koşulları sunamayız. Turizm fakülteleri ve okullarıyla iş birliği yaparak okullardaki derslere konuşmacı olarak konuk oluyoruz. Öğrencilerle yakın ilişkiler kurarak onlara yeri geldiğinde abilik ablalık yapalım yeri geldiğinde öğretmenlik. Zorunlu olarak staj yapan gençleri gerçekten eğitmeye çalışıyoruz. Öğrenciler mesleğiyle ilgili daha çok şey öğrendiği işletmede çalışmayı tercih edeceklerdir. İşini severek yapan bir stajyerin neleri başarabileceğini kendimiz gözlemliyoruz. İşe alırken 2-3 aşamalı görüşme yapıp, sınav, kişilik testleri, referans kontrolleri yaptığımız çalışanları, ilk hatalarında, bir kelamla, muhasebe departmanı üzerinden işlem yapmıyoruz. Bu sorunları ortadan kaldırmak amacıyla çeşitli yollar izlenebilir. Ancak bazı sorunlara baktığımız zaman bir devlet politikası uygulanması gereklidir. Öncelikle Turizm Bakanlığı'nın çalışan işgücünün haklarını koruyucu yaptırımlarda bulunması gerekmektedir. Bunun dışında sektörde çalışan işgücünün haklarını korumak amacıyla ilgili kurumların işletmeler üzerinde denetim mekanizması oluşturması gerekmektedir. Sektörde çalışan işgücünün beşeri sermayesinin yüksek olması verimliliği artıracak ve işletmelerin karlılığını etkileyecektir. Ücret düzeylerinin artırılması ve çalışma saatlerinin uygun şekilde düzenlenmesi öncelikli yapılması gerekenlerdendir. Çünkü işgücünün motivasyonun etkileyen bu iki unsur hizmet sektörü için çok önemli bir faktördür. İşgücünün motivasyonun yüksek olmasının verimliliği ve karlılığı olumlu yönde etkilemesi gerektiği sektör yöneticilerine seminerlerle ve toplantılarla anlatılmalıdır. Sektör yöneticilerinin belirli aralıklarla bir araya gelerek sektörün sorunlarını tartışmaları ve çözüm önerileri aramaları sektörün gelişimi açısından sağlıklı sonuçlar doğuracaktır.

TURİZM SEKTÖRÜNÜN İHTİYAÇLARINA UYGUN TEKNOLOJİ ÇÖZÜMLERİNE TEK NOKTADAN ULAŞIN

Otel Yazılımları ile Entegrasyon



IP | Bulut | Hibrit İletişim Çözümleri

Santral, Çağrı Merkezi,
Video Konferans
Yazılım ve Donanımları



Uç Birimler

IP, Analog Otel Telefonları,
IP DECT Sistem,
Yazılım Telefonları



Operatör Çözümleri

Ses, İnternet, Faks



Güvenlik Çözümleri

RFID Takip, İç Mekan Navigasyon,
Özel Yazılım Çözümleri,
Video Analiz Yazılımı

GÜVENİLİR, MALİYET AVANTAJI SAĞLAR, HIZLANDIRIR, OPERASYONEL VERİMLİLİĞİ
VE MÜŞTERİ MEMNUNİYETİNİ ARTTIRIR, YAYGIN VE YETKİN TEKNİK DESTEK SUNAR.



www.karel.com.tr

KAREL
Yüz yüze teknoloji



George Maştaoğlu / Selectum Hotels & Resorts Koordinatörü

ANEX Group çatısı altında 2017 yılında başlayan serüvenimiz, bugün Selectum Hotels & Resorts ve Kremlin Palace markalarımızla 11 otel olarak devam ediyor. Aile, yetişkin, eğlence, toplantı gibi birbirinden farklı konseptlerden oluşan otellerimizin ortak noktası; zamansız bir güzellik, benzersiz bir kültürel deneyim ve seçkin hizmet anlayışıdır. Bu doğrultuda, yaz sezonu boyunca hizmet veren tesislerimizin yanı sıra 4 mevsim hizmet veren tesislerimiz de bulunuyor. Otellerimiz genellikle sahil veya doğal manzaralar gibi pitoresk bölgelerde yer almaktadır. Doğayı, konforu ve lüksü bir araya getirerek, misafirlerimize tekrar yaşamak isteyecekleri bir konaklama deneyimi sağlıyoruz. Antalya, Bodrum, İstanbul, Vietnam, Küba ve Dominik Cumhuriyeti'nde bulunan otellerimizin her biri farklı karakterlere sahip ama hepsinin amacı aynıdır: Ruha hitap eden, unutulmaz deneyimler sunmak. Türkiye dahil birçok ülkenin turizm sektöründe karşılaştığı ortak sorunlardan biri olan istihdam sorununu biz de yaşıyoruz. Özellikle, sezonluk hizmet veren tesislerimizde, nitelikli çalışan sorununu çok daha fazla hissediyoruz. Kalifiye çalışan sorununun birçok nedeni var. En temel nedenleri sezonluk hizmetin yaygınlığı, yoğun çalışma koşulları ve şu anki ekonomik koşullarda yeterli gelmeyen ücretlerdir. Sezonluk hizmet, kişilerin uzun vadeli istihdam garantisi bulamayacağını düşünmesine ve dolayısıyla turizmi kariyer planlarının arasında değerlendirmemesine neden oluyor. Bu sebeple, meslek okullarında veya üniversitelerde ilgili bölümlerden mezun olan birçok potansiyel turizmcinin, farklı iş kollarına yönelerek kariyer planlamaları yapmaları sonucu ortaya çıkıyor. Kuşaklar arası farkların, çalışma hayatına bakış açılarında belirgin farklılıklara neden olduğu görülüyor. Bu farklar, çoğunlukla yoğun ve esnek çalışma saatleri gerektiren turizm sektörünün genç jenerasyon için tercih edilmemesine neden oluyor. Yapılan araştırmalar, özellikle 1997 yılı itibarıyla doğan jenerasyonun, daha serbest çalışmaya yatkın olduğunu ve kısa sürede ilerleme arayışında olduğunu gösteriyor. Dolayısıyla genç jenerasyon, iş hayatı ve özel

Selectum Hotels & Resorts markası olarak protokol okullarımızla çalışıyor; öğrencilere staj imkanları sunuyor, okullarda çeşitli alanlarda eğitimler veriyor, burs imkanları sağlıyor ve kariyer fuarlarının gerçekleşmesine katkı ve katılım sağlayarak turizm sektörüyle tanıştırıyoruz

hayat dengesini zorlaştıran bu sektörü cazip bir kariyer alanı olarak görmüyor.

Ülkemiz, kültürel ve doğal zenginlikleri açısından dünyada paha biçilemez bir değerdekken, sezonu birkaç aya sıkıştırılmış bir turizm politikasını kabullenmemeliyiz. Hep birlikte ve tabii ki devlet desteği ile 12 ay tercih edilen ülke konumuna gelerek istihdamı kesintisiz hale getirmemiz şart. Turizm sektöründe kalifiye çalışan sorununu çözmek için devletin uygulayabileceği politikalar hem eğitim hem de istihdam alanlarında olabilir

Ülkemiz, kültürel ve doğal zenginlikleri açısından dünyada paha biçilemez bir değerdekken, sezonu birkaç aya sıkıştırılmış bir turizm politikasını kabullenmemeliyiz. Hep birlikte ve tabii ki devlet desteği ile 12 ay tercih edilen ülke konumuna gelerek istihdamı kesintisiz hale getirmemiz şart. Sadece Antalya Bölgesi'nde bile birçok ülkenin sahip olduğu doğal ve kültürel zenginlikten fazlası mevcutken 7 aylık bir sezonu kabullenmemeliyiz diye düşünüyorum. Turizm sektöründeki istihdam sorunlarının çözümü için temel olarak sezonluk çalışma, nitelikli iş gücü ve sosyal haklar gibi konulara odaklanılmalıdır. Sezonluk hizmet verilmesinden kaynaklanan sorunların çözümü için sürdürülebilir turizm politikaları benimsenmelidir. Bu kapsamda, özellikle grup oteller, faaliyet alanlarını çeşitlendirmeleri ve yabancı turistlerin yoğun olmadığı dönemlerde yerel turistleri hedefleyen faaliyetler geliştirmelidir. Nitelikli iş gücünün artırılması için, mevcut çalışanlara sürekli mesleki eğitim ve gelişim fırsatları sunulmasının yanı sıra turizm eğitimlerini destekleyici çalışmalar yapılmalıdır. Örneğin biz, Selectum Hotels & Resorts markası olarak protokol okullarımızla çalışıyoruz. Okullarımızdaki öğrencilere staj imkanları sunuyoruz, okullarda çeşitli alanlarda eğitimler veriyoruz ve öğrencilere burs imkanları sağlıyoruz. Kariyer fuarlarının gerçekleşmesine katkı ve katılım sağlayarak turizmi anlatıyoruz. Böylece nitelikli iş gücünün temeli olan eğitime katkı sağlayarak, öğrencileri turizm sektörüyle tanıştırıyoruz. Belki de bir diğer düşünce, dijitalleşme ve teknoloji kullanımının artırılması yönünde olabilir. Online rezervasyon sistemleri, dijital

tur rehberliği, sosyal medya pazarlaması gibi teknolojik alanlarda nitelikli eleman ihtiyacının artışı, bu alanlara yönelik eğitim programları düzenlenerek turizm sektöründe daha geniş bir istihdam sağlanabilir. Mevcut kalifiye çalışanların, sektörde kalmasını sağlamak için çalışan memnuniyetinin artırılmasına yönelik çalışmaların başlatılması ve sürdürülmesi gerektiğini düşünüyorum. Bunun için kariyer basamaklarının net olarak belirlendiği, yatay geçiş gibi farklı pozisyonların deneyimlenebildiği bir yapı oluşturularak kariyer gelişim olanakları yaratılmalı; performans bazlı ödüllendirme sistemlerinin oluşturulmasıyla aidiyet duygusunu artıran motivasyon ve takdir sistemleri geliştirilmelidir. Turizm sektöründe kalifiye çalışan sorununu çözmek için devletin uygulayabileceği politikalar hem eğitim hem de istihdam alanlarında olabilir. Devlet, turizm sektörüne yönelik eğitim programlarını yaygınlaştırarak, üniversiteler ve meslek liselerinde turizm odaklı bölümlerin geliştirilmesini teşvik edebilir. Bu programlar kapsamında uygulamalı eğitimler artırılarak staj yapmanın zorunlu hale gelmesi sağlanabilir. Kalifiye çalışan yetiştirilmesi için devlet, özel sektörde çalışanların mesleki eğitim ve sertifikasyon programlarına katılımını teşvik eden, eğitim masraflarının karşılanması veya vergi indirimi gibi destekler sağlayabilir. Sezonluk hizmet veren tesislerde çalışanlara, sosyal güvenlik ve işsizlik sigortası gibi destekler sunularak, nitelikli çalışanların sektörde kalması teşvik edilebilir. Çalışma saatleri düzenlemesi veya fazla mesai ücretlerinin ödenmesini garanti altına alan ve işçi haklarını koruyan politikalar geliştirilebilir. Özellikle gelişmemiş veya gelişmekte olan turizm bölgelerinde, turizm sektöründe çalışmak isteyen gençlere yönelik burs programları, istihdam garantili eğitim projeleri gibi teşvikler uygulanabilir. Kamu ile turizm sektöründe hizmet veren firmalar, ortaklaşa projeler geliştirerek, iş başı eğitimi ve mentorluk programları oluşturulabilir. Bu projeler, kamu kaynaklarının etkin kullanımını sağlarken sektörün ihtiyaç duyduğu iş gücünün yetişmesini sağlar. Bu gibi devlet politikaları, turizm sektöründeki kalifiye çalışan eksikliğini gidermeye yönelik uzun vadeli çözümler sağlayabilir, sektörün daha sürdürülebilir ve rekabetçi bir yapıya kavuşmasına yardımcı olabilir.



CONTINENT
Worldwide

size **Yatırımlarınızda**
çok kazandıran
Karlılığınızı
arttıran
markalar

Suudi Arabistan | Lübnan | Birleşik Arap Emirlikleri | Nijerya | Türkiye |
Gürcistan | Endonezya | Vietnam | Pakistan | Hindistan

 **Swiss Inn**
by CONTINENT

 **CONTINENT**
HOTELS & RESORTS

AncyrA
HOTELS&INNS

lofty collection by **CONTINENT**
HOTELS collection

ContinentWorldwide.com



**Ufuk Sönmez / Granada Luxury Hotel
Operasyon ve Mesul Müdürü / Tüm
Gastronomi Yöneticileri Derneği Yönetim
Kurulu Başkanı**

Paylaşımımı öncelikle sektörün içinde 25 yılını vermiş bir turizm emekçisi ve 20 yılını üzerinde sektöre katma değer sağlayan (Tüm Gastronomi Yöneticileri Derneği) STK Başkanı olarak dile getirmek isterim. Nereden başlayalım ki artık nereden tutsak elimizde kalacak gibi ama gayet düz ve farklı bir bakış açısı ile aktarmaya çalışacağım. Ülkemizde istikrarlı bir şekilde her yıl gelen turist sayısında artış gözlemlenmektedir. Buna bağlı olarak da artan bir döviz girdisi fakat bunun yanında ortada büyük bir sorun olarak gözüken meslekten uzaklaşmalar söz konusu olmaktadır. Kısaca sorunları şu şekilde özetleyebiliriz. Turizm Meslek Yasa Tasarısı olmalı. Bireysel müşteriler çok az geliyor. Yüzde 85 oranında turizm acentelerine bağlı kalındığından pazarlık gücü azalıyor, fiyatlar ucuzluyor. Turizm, Otel-Acente-AVM üçgeninden kurtarılmalı, turisti otele kapatmayıp şehre çıkartmalı, şehirler canlanmalı. Her şey dahil sistemi tekrar şekillendirilmeli. Sezon 12 aya yayılmadığı için mevsimlik işçi çalıştırılması sorun oluyor, nitelikli ve eğitimli işçi bulmak zorlaşıyor ayrıca bilhassa Antalya'daki ev kiralardaki artış turizm çalışanlarının sektörden uzaklaşmalarına sebep oluyor. Tabii ki şu an en sıkıntı yaşadığımız sorun personel sıkıntımız. Dikkatinizi çekerim kalifiye

Turizm sektöründe şu an en sıkıntı yaşadığımız sorun personel sıkıntımız; dikkatinizi çekerim kalifiye personel sıkıntısı değil bile artık. Her işletme ve STK bizim üç yıldır yönettiğimiz gibi gönüllü koçluk yaparak üniversitede turizm okuyan öğrencilerimize iş bulma konusunda destek olabilir

personel sıkıntısı değil bile artık. Türkiye'nin birçok şehrinde turizm liseleri ve üniversiteleri mevcut; yılda 50 binin üzerinde mezun veren bir sisteme sahibiz fakat neredeyse mezunların çoğu sektörün yakınından bile geçmiyor. Neden mi, hep bir ağızımızda, şahsım da dahil neymiş efendim, sürdürülebilirlik yokmuş evet olmaz, olamaz da öncelikle sorunun dibine inmek gerekli. Bu konudaki önerim naçizane öncelikle kimler turizmci olabilir? 1 yıl bu iş yapanla, yıllarını vermiş kişiler aynı kefeyle konulmamalı; devlet destekli bir yasa ile sektörde minimum 10 yılını tamamlamış olanlar turizm memuru olmalı ve devlet kadrosuna geçmeli. Eğer ki bu kişiler sezon sonu işsiz kalacak ise devlet bu kişilerin SGK ve kısa çalışma ödeneklerini kesintisiz vermeli ya da işverenler ile entegre bir sistem olmalı (ör. işveren sigorta matrahını sağlamalı devlet kısa çalışma ödeneği vermeli ya da tam tersi, bir sistem) bu sistem en azından bir nebze sektöre güvenilirlik sağlayabilir ayrıca oteller arası geçişin önüne de geçebilir.

Otellerin sezonluk olmasına göre, kışın açık olmasına göre ve kapasitelerine göre maaş kriterleri belirlenmelidir; asgari ve üst limitler belirlenmeli ve her pozisyon için maaş skalası yüzde 5' i geçmemelidir. Böylelikle oteller arası personel sirkülasyonu en aza inecektir Bir başka sorun aynı bölgede çalışan otellerin

verdiği maaş skalaları birbirinden çok farklılık göstermektedir ve bu süreç çok fazla personel sirkülasyonuna sebep olmaktadır. Otellerin sezonluk olmasına göre kışın açık olmasına göre ve kapasitelerine göre maaş kriterleri belirlenmelidir asgari ve üst limitler belirlenmeli ve her pozisyon için maaş skalası yüzde 5' i geçmemelidir böylelikle oteller arası personel sirkülasyonu en aza inecektir. Devlet denetiminde ve gözleminde olmasında fayda olacaktır. Her işletme ve STK bizim üç yıldır yönettiğimiz gibi gönüllü koçluk yaparak üniversitede turizm okuyan öğrencilerimize iş bulma konusunda destek olabilir. Özetle beklemek, talep etmeden, sorunları ve çözümünü bir proje haline getirip talebe dönüştürmeden kendiliğinden çözülmesini beklemek, bugüne kadar elde edilen sorunlar yumağını büyütmekten başka bir sonuç vermeyecektir. Her örgüt ve her sektör, amaç birliği içinde belirlenecek hedeflere ulaşmak için yapacakları iç değerlendirmelerle, kendilerine yontmadan, açık yüreklilikle tespit edecekleri sorunları kiminle ve nasıl çözebileceklerini düşünmelidir. Bu süreçte ortak sorunlar tüm tarafların katılımı ile rekabet ve husumet duyguları bir tarafa bırakılarak ortak faydayı arttıracak bir anlayışla ele alınmalı ve birlikte mutabık kalınan ilkeler, iş, eylem, davranış ve görevler yazılı olarak tespit edilmeli ve yasalastırılmalıdır.

Devletin önce öğrenciyi, sonra okulu sonra da işveren olarak bizi desteklediği bir sisteme ihtiyaç var

Hyatt Regency İzmir İstinyePark, şehir oteli konseptinde 12 ay hizmet vermektedir. Turizmde istihdam sorunu, sanırım sadece bizim otelde değil şu anda sektörümüzde tüm dünyanın sorunu. Bazı departmanların özelinde personel bulmakta zorlanıyoruz. Ülkede yaşadığımız hiper enflasyon, özellikle genç jenerasyonun gelecekle ilgili umutlarını, planlarını sanırım negatif olarak etkiliyor ve bu insanların birikim yapmak, ev sahibi olmak vs gibi konularda hiç umitleri yok. Bunun dışında birçok otelin izlediği maaş politikası, özellikle güney otellerinde insani olmayan koşullardaki lojmanlar ve 3-5 ayın sonunda işsiz kalmaları gibi nedenler maalesef işimizin sürekliliği konusunda ciddi sorun oluşturuyor. İzmir'de oteli 2023 Ocak ayında tam kadro

açtık. Sonrasında yaz döneminin gelmesiyle özellikle F&B ve mutfak bölümlerinden Bodrum ve Çeşme ye çok ciddi personel kaybettik. Bunun üzerine bu bölümlerde ve kat hizmetleri departmanında değerlendirmek üzere Kazakistan, Özbekistan, Türkistan gibi bölgelerden personel getirdik ve çok iyi şartlarda konaklama / beslenme imkanı sağladık. Çok da memnunuz. Üniversiteler maalesef bu okulları yöneten yöneticilerin kıfayetsizliği ve ilgisizliği yüzünden aynı ezberlerle iş yapmaya çalışıyor. Diğer taraftan okuldan gelen öğrenci, yıllardır köle gibi çalıştırıldığı için, okuldan gelen gençlerle maalesef dikey tutturamıyoruz. Devletin sadece okulu değil, bizi ve öğrenciyi de desteklediği bir sisteme ihtiyacımız var. Ancak



**Zafer Canbaz / Hyatt Regency İzmir
İstinyePark / Genel Müdür**

aynı koltuklarda yıllarca hatta on yıllarca oturan insanlarla bu iş maalesef tıkanmış durumda. Devletin önce öğrenciyi, sonra okulu sonra da işveren olarak bizi desteklediği bir sisteme ihtiyaç var. İşsizlikten dolayı otelcilik okullarında öğretmen olmuş eğitimcilerle maalesef yürümez. İlgili okulların eğitim sistemi, müfredatı ve teknolojisi maalesef günümüz koşullarını desteklemiyor.



HILTON MALL OF ISTANBUL



SARNIÇ

BEDENİNİZİ VE RUHUNUZU DİNLENDİRİN !

Yoğun ve hareketli hayat temposunda geçiyor günlerimiz. günlük hayatın yorgunluğu ve stresinden arınmanın adresi Navitas spa'da sizleri bekliyoruz.

Spa merkezlerimizin girişinden çıkışına kadar sizlere eşlik ederek en uygun bakım programları ile hizmet veriyoruz. Vücut bakım programları, masaj terapileri ve aromatik yağlar ile yapılan bakımlar, ruhsal ve bedensel olarak vücudunuzu ve ruhunuzu dinlendirecek, stresten uzaklaştıracak.

Havuz, Sauna, Türk Hamamı, Buhar Banyosu, Masaj Terapi ve Fitness merkezinde keyifli bir gün geçirmeniz için her şey düşünülmüş ve hijyen şartlarına dikkat edilmiştir.

Yılların verdiği tecrübe ile 2007 yılında Sun Spor işletmesi olarak hizmete başladık ve Navitas Spa markamız ile hizmet sunmaya devam ediyoruz. Amacımız müşterilerimizi en iyi ve kaliteli hizmet deneyimi ile tanıştırmak. Bundan dolayı kurulduğumuz ilk günden bu güne kadar, her zaman daha iyisi prensibi ile çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Müşteri deneyimlerini önemsedik ve görüşlerini dikkate aldık. Gördük ki zaman kaliteyi, azimli ve prensipli çalışmayı haklı çıkardı. Bugün onlarca şubemizde yüzlerce uzman personelimizle hizmet vermenin mutluluğunu yaşıyoruz.

Özlediğiniz konfor ve beklentilerinizin üzerinde hizmet anlayışıyla Navitas Spa standartlarınızı çok yükseltecek!

Unutulmaz Spa Deneyimi



5.LEVENT



CROWNE PLAZA İSTANBUL
OLD CITY



ABANT PALACE



Bünyamin Öztürk / Elite World Hotels & Resorts Operasyon Direktörü

Elite World Hotels & Resorts olarak, yaklaşık 50 yıldır turizm sektöründe faaliyet gösteriyoruz. Türk misafirperverliğini temsil eden hizmet anlayışımızla bugün, iş turizminden resort turizmne kadar toplam 9 marka altında farklı kategorilerdeki otellerimiz ve 5 binin üzerinde yatak kapasitesiyle hizmet veriyoruz. Şehir otellerimizin yanı sıra iş turizmi, kongre ve toplantı, tatil gibi farklı turizm çeşitlerine hitap eden markalarımızla İstanbul'dan Van'a, Sapanca'dan Marmaris'e, Kuşadası'ndan Fildişi Sahilleri Cumhuriyeti'ne kadar Türkiye'nin ve dünyanın farklı yerlerindeki otellerimizde konaklama alanındaki üstün hizmet kalitemizi misafirlerimizle buluşturuyoruz. Resort turizmne hitap eden Marmaris otelimiz hariç tüm otellerimizde misafirlerimize tüm yıl boyunca hizmet veriyoruz. Turizm sektöründe kalifiyeli eleman sıkıntısı, son yıllarda tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de önemli gündem maddelerimizden biri durumunda bulunuyor. Bu durum, sektörün büyüme potansiyelini ve hizmet kalitesini olumsuz yönde

Temel amacımız, gelecek kaygısı içinde olmadan, sektördeki kariyer yolculuklarını birlikte planlamak ve uygulamak

etkileyen temel faktörlerden biri. Bu konuyu sadece kalifiye eleman olarak ele almamak gerekiyor. Üniversitelerin turizm bölümlerinde okuyan veya yeni mezun gençlerin sektöre olan ilgilerinin az olması, bizi en çok zorlayan konular arasında geliyor. Tüm bu sebeplerle sektördeki tüm paydaşlarımız gibi bizler de kalifiye / kalifiye olmayan ekip arkadaşları bulmakta zorlanıyoruz.

Turizm sektörü, sağladığı döviz girdisi sebebiyle ekonomimize önemli katkılar olan sektörlerin başında geliyor. Bu nedenle kalifiye eleman sorununun, otellerin bir sıkıntısı olarak görülmesinin ötesinde, sektörel kalkınma planları arasında yer alması gerekiyor

İstihdam sorununun nedenleri olarak gösterilen, barınma sorunu, dönersellik, ücret seviyesinin düşük kalması nedeniyle başka sektörler geçiş, genç jenerasyonun ilgisini çekmemesi gibi faktörler, otellerin bulunduğu şehre, konseptine, faaliyet gösterdiği sezonuna göre değişmekle birlikte genel olarak benzer nedenleri içeriyor. Barınma sorunu özellikle de büyük şehirlerde önemli bir sorunu teşkil ediyor. Genç jenerasyonun hizmet sektörüne ilgisinin olmaması da yeni kadroların oluşturulmaması noktasında önemli bir faktör oluşturuyor. Bunun yanı sıra pandemiyle birlikte çalışanların sektör değiştirme eğilimi, sektöre en büyük katkısı bulunacak yeni jenerasyonun çalışma koşulları

konusunda beklentilerinin karşılanmaması gibi sebepler sorunun katlanarak büyümesine neden oluyor. Sorunun çözümü bağlamında birden fazla kademede çalışmamız söz konusu. Yeni jenerasyonun, özellikle turizm okulu mezunu arkadaşlarımızın, kariyer beklentilerini karşılayacak, kısa ve orta vadeli programların hayata geçirilmesi bu çalışmalarımızın başında geliyor. Temel amacımız, gelecek kaygısı içinde olmadan, sektördeki kariyer yolculuklarını birlikte planlamak ve uygulamak. Bununla beraber, kariyer fuarlarına katılarak ve yerel yönetimlerle de yakın iş birliği içinde ilerleyerek bu soruna çözüm bulmak için çalışıyoruz. Turizm sektörü, sağladığı döviz girdisi sebebiyle ekonomimize önemli katkılar olan sektörlerin başında geliyor. Bu nedenle kalifiye eleman sorununun otellerin bir sıkıntısı olarak görülmesinin ötesinde, sektörel kalkınma planları arasında yer alması gerekiyor. Lise ve üniversitelerin turizm bölümlerindeki öğrencilerin, okurken ve mezun olduktan sonra sektörde çalışmaya devam etmelerini sağlamak çok önemli. Özellikle ara kadro çalışanların sektörde göreve başladıktan sonra, onların devamlılığını sağlayacak kariyer planlamalarına dair programların hayata geçirilmesi büyük önem taşıyor. Bunlara ek olarak otellere verilecek teşvik ve destekleyici programlar da mevcut çalışanların ve yeni jenerasyonun sektörümüze bakışını olumlu hale getirebilir.

Mesleki eğitim veren liseler ve üniversitelerle işbirliği yapıyor; kariyer gelişimine verdiğimiz önemi, Marriott ailesinin değerleriyle birleştirerek, çalışanlarımıza tercih edilen bir çalışma ortamı sunuyoruz

JW Marriott İstanbul Marmara Sea, misafirlerine yılın her dönemi, dört mevsim hizmet sunan huzurlu ve rahat bir ortam sağlamak üzere tasarlandı. İstanbul'un merkezine yakın olmasına rağmen, şehrin gürültüsünden uzak, sakin ve dingin bir konumda yer alıyor. Böylece misafirlerimiz, şehrin enerjisini istedikleri an deneyimleyebilirken, otelimize döndüklerinde tamamen rahatlayabilecekleri bir atmosfere kavuşuyorlar. Misafirlerimize sunduğumuz bu denge, İstanbul'un karmaşasından uzaklaşmadan huzur bulmalarını sağlıyor. Turizm sektöründeki istihdam sorunu, uzun yıllardır gündemin önemli konularından biri. Biz ise bu sorunu çözmek adına, mesleki eğitim veren liseler ve üniversitelerle iş birliği yapıyoruz. Kariyer gelişimine verdiğimiz önemi Marriott ailesinin değerleriyle birleştirerek, çalışanlarımıza tercih edilen bir çalışma ortamı sunuyoruz. Yeni başlayan ekip üyelerimize, Marriott'un global eğitim standartlarına uygun bir süreç sağlıyor ve online eğitim platformlarımız aracılığıyla sürekli eğitimler

veriyoruz. Bu sayede çalışanlarımız, sektörel trendler hakkında bilgi sahibi olurken, kısa süre içinde gerekli niteliklere de kavuşuyorlar. Bu yaklaşımımızla, istihdam sorununa somut adımlar atıyor ve çalışanlarımızın kariyer gelişimini her zaman önceliklendiriyoruz.

Dönersellik sorunu daha çok Ege ve Akdeniz bölgelerinde karşımıza çıkıyor. Bu bölgelerde dönemsel çalışma nedeniyle kalifiye eleman bulmak daha zor olabiliyor. Ücret seviyesi konusunda ise, rakip otellerle düzenli olarak benchmark yapıyor ve ücret politikalarımızı da buna uygun bir şekilde belirliyoruz

İstanbul'da yer aldığımız için dönersellik hareketlilik sorununun bulunmuyor, çünkü İstanbul yılın her ayında canlı bir destinasyon. Dönersellik sorunu daha çok Ege ve Akdeniz bölgelerinde karşımıza çıkıyor. Bu bölgelerde dönersel çalışma nedeniyle kalifiye eleman bulmak daha zor olabiliyor. Ücret seviyesi konusunda ise, rakip otellerle düzenli olarak benchmark yapıyor ve ücret politikalarımızı da



Gürkan Yelkenci / JW Marriott İstanbul Marmara Sea / Otel Müdürü

buna uygun bir şekilde belirliyoruz. Bu sayede, sektörde rekabetçi bir seviyede yer alıyoruz. Çalışanlarımızın şartlarını her zaman en iyi seviyede tutmaya özen gösteriyoruz. Ayrıca, mesleki eğitim veren liseler, üniversiteler ve İşkur gibi kurumlarla güçlü bir iş birliğimiz var. Özellikle meslek liseleriyle olan ilişkimiz oldukça olumlu; stajyer olarak aramıza katılan öğrenciler, mezun olduktan sonra da markamız altında kadrolu olarak çalışmayı tercih ediyorlar. Bu hem genç yetenekleri sektöre kazandırmamız hem de kalifiye eleman ihtiyacını karşılamamız açısından büyük bir avantaj sağlıyor. Eğitim kurumlarıyla sürdürdüğümüz bu iş birliği, gelecekte de istihdam sorununa yönelik çözüm geliştirmeye devam edeceğimiz bir yol haritası sunuyor.

Dükkan Kiraları Çok Arttı!

Her Metrekare Değerli!

Tek Çözümün: RATIONAL

Dar Alanlarda Fonksiyonel Çözümler! 2 teknolojik pişirme sistemi ile tüm operasyonunuzun %90'ını karşılayabilirsiniz. 2m² Alanda Teknolojik Mutfağını Kur!



Dar alanlar için fonksiyonel çözümleri deneyimlemek için QR kodu taratın.



Online pişirme seminerlerimize katılmak için QR kod üzerinden size uygun tarihi seçin ve kayıt olun!
rational-online.com



Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi, turizm sektöründe ihtiyaç duyulan nitelikli iş gücünü yetiştirmek amacıyla birçok otel ve turizm işletmesi ile iş birliği yapmaktadır



Prof. Dr. Oktay Emir / Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi, Uzaktan Öğretim Bölümü

Anadolu Üniversitesi, Türkiye'nin Eskişehir şehrinde yer alan, köklü ve prestijli bir devlet üniversitesidir. 1958 yılında Eskişehir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi adıyla kurulmuş, 1982 yılında bugünkü şekliyle Anadolu Üniversitesi ismini almıştır. Üniversite, Türkiye'nin en büyük üniversitelerinden biri olmasının yanı sıra, özellikle uzaktan öğretim sistemini hayata geçirmesiyle tanınmaktadır. Anadolu Üniversitesi'nin misyonu, çağdaş eğitim ve araştırma faaliyetleri ile topluma katkı sağlamak, ulusal ve uluslararası düzeyde bilimsel bilginin üretilmesine katkıda bulunmak ve öğrencilere geniş yelpazede kariyer fırsatları sağlamaktır. Aynı zamanda, yenilikçi ve girişimci bireyler yetiştirmeyi, topluma duyarlı ve etik değerlere bağlı bireyler kazandırmayı hedeflemektedir. Anadolu Üniversitesi'nde turizm sektörüne yönelik farklı fakülteler altında bölümler bulunmaktadır. Bunlardan ilki, Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi'dir. Fakülte bünyesinde üç bölüm bulunmaktadır. Bunlar; Turizm İşletmeciliği, Gastronomi ve Mutfak Sanatları ve Turizm Rehberliği bölümleridir. Bunun yanı sıra, Anadolu Üniversitesi Eskişehir Meslek Yüksekokulu bünyesinde turizm sektörü ile ilgili iki program bulunmaktadır. Bunlar, Turizm ve Otel İşletmeciliği ile Aşçılık Programları'dır. Son olarak, Açık Öğretim Fakültesi bünyesinde ön lisans düzeyinde Turizm ve Seyahat Hizmetleri, Turizm ve Otel İşletmeciliği, Kültürel Miras ve Turizm ve Aşçılık programları; Açık Öğretim Fakültesi'nin bir uzantısı olarak kurulan İşletme Fakültesi'nde ise Turizm İşletmeciliği Programı bulunmaktadır. Anadolu Üniversitesi çatısı altında bulunan bu programlar, turizm sektörünün dinamiklerine uygun ve nitelikli iş gücünü yetiştirmeyi amaçlamaktadır. Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi, turizm sektöründe ihtiyaç duyulan nitelikli iş gücünü yetiştirmek amacıyla birçok otel ve turizm işletmesi ile iş birliği yapmaktadır. Bu iş birlikleri, öğrencilerin teorik bilgilerini uygulamaya dönüştürmeleri ve sektöre adaptasyonlarını hızlandırmaları açısından büyük önem taşımaktadır. Örneğin; Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi'nin TUI Hotels



Arş. Gör. İpek İtcr Can / Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü

Resort Türkiye, Bodrum Otelciler Birliği, Anemon Grand Eskişehir ve Divan Turizm İşletmeleri A.Ş. ile partnerliği bulunmaktadır. Öğrencilerin sektörü deneyimlemesi için 60 günlük zorunlu staj dersleri bulunmaktadır ve bu süre isteğe bağlı olarak 90 güne kadar uzatılabilmektedir. Tüm bunların yanı sıra, öğrencilerin sektörel bağlantılarını güçlendirebilmeleri için uygulamalı dersler, eğitim gezileri ve etkinlikler düzenlenmektedir. Üniversite-otel iş birliği bağlamında otellere yönelik beklentilerin başında; partnerlik anlaşmalarının geliştirilmesi, staj imkanları yaratılması, kariyer günlerine katılım sağlanması, öğretim üyelerinin gerçekleştireceği teknik gezilere destek verilmesi ve sektör ile iş birliği içerisinde gerçekleştirilecek bilimsel projelerin önemsenmesi gelmektedir.

Sorunun çözümü bağlamında müfredatın güncel gelişmeler takip edilerek sektörel ihtiyaçlara göre düzenlenmesi, ders içeriklerinin teknoloji ve sürdürülebilirlik başta olmak üzere güncel konulara göre yenilenmesi, Z kuşağının öğrenme metotlarına göre ders anlatım biçimlerinin güncellenmesi, staj ve uygulamalı eğitimin artırılması ve akademik araştırmalarla sektör ihtiyaçlarına ışık tutulması gerekmektedir

Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi bünyesinde öğrenciler ile turizm sektörünü bir araya getirmek amacıyla birçok farklı etkinlik gerçekleştirilmektedir. Ayrıca, 2023 yılında beşincisi düzenlenen ve gelenekselleşen Kariyer Günleri ile öğrencilerin sektörel bir araya gelmesi sağlanmaktadır. Genç jenerasyonun turizm sektörüne olan ilgisi; değişen yaşam tarzları, sosyal medyanın popülaritesi, dijitalleşmenin etkisi ve seyahat deneyimlerine verilen önemin artmasıyla birlikte giderek büyümektedir. Özellikle Z kuşağı, keşfetme arzusu, kültürler arası etkileşim ve kişisel deneyimlere verdiği değer nedeniyle turizme büyük bir ilgi duymaktadır. Fakat bu ilginin yalnızca talep yönüyle sınırlı kalmaması; bir başka deyişle, turizm bölümlerini okuma isteğine dönüşmesi için ise sektörün çalışma şartlarının iyileştirilmesi, turizmdeki nitelsiz iş gücü ve düşük ücret algısının

ortadan kaldırılması ve turizm sektörünün çalışanlarına sunduğu ulusal ve uluslararası olanakların tanıtılması gerekmektedir. Turizm sektöründeki kalifiye eleman sorununu çözmek için, eğitim alanında özel üniversiteler, devlet üniversiteleri, meslek yüksek okulları ve sektör arasındaki iş birliğinin stratejik, sürdürülebilir ve yenilikçi bir temele oturtulması gerekmektedir. Bu konuda, müfredatın güncel gelişmeler takip edilerek sektörel ihtiyaçlara göre düzenlenmesi, ders içeriklerinin teknoloji ve sürdürülebilirlik başta olmak üzere güncel konulara göre yenilenmesi, Z kuşağının öğrenme metotlarına göre ders anlatım biçimlerinin güncellenmesi, staj ve uygulamalı eğitimin artırılması ve akademik araştırmalarla sektör ihtiyaçlarına ışık tutulması gerekmektedir. Bu konuda, devletin, sektör-üniversite-sivil toplum kuruluşları-kamu idarelerinin bir araya geleceği düzenli toplantılar ve arama konferansları düzenlenmesinin, kalkınma planlarının turizm ile ilgili olan kısımları için tüm paydaşlardan görüş ve öneriler alınmasının önemli olduğu düşünülmektedir. Turizm sektöründeki kalifiye eleman sorununun başlıca nedenleri arasında sektördeki mevsimsellik, düşük ücret politikaları, yoğun çalışma saatleri ve sosyal güvencelerin yetersizliği yer almaktadır. Özellikle turizmin sezonluk bir iş kolu olması, çalışanların sürekli iş güvencesi bulamamasına ve istikrarlı kariyer yolları oluşturamamasına neden olabilmektedir. Bunun yanı sıra, sektördeki yüksek iş gücü devri, otellerin ve turizm işletmelerinin çalışanlarına uzun vadeli yatırım yapma motivasyonunu azaltabilmektedir. Eğitim kurumlarında verilen teorik eğitimin pratikten uzak olması da sektörde işe başlayan yeni mezunların adaptasyon sürecini zorlaştıran önemli bir etkidir. Bu sorunun çözümü için öncelikle turizm programlarında uygulamalı eğitimin ağırlığının artırılması ve sektörel daha sıkı bir iş birliği kurulması gerekmektedir. Bunun yanı sıra, müfredatların yalnızca gelenekselleşen turizm dersleri ile sınırlı kalmaması; öğrencilerin gelişen dünya koşullarına uyum sağlamalarını kolaylaştıracak şekilde büyük veri analizi, kodlama, sosyal medya uzmanlığı, akıllı şehirler ve sürdürülebilirlik gibi alternatif alanlar hakkında da genişletilmesi önemlidir. Öte yandan, sektörün ise çalışma koşullarını iyileştirmesi, çalışanlara uzun vadeli kariyer imkanları sunması, ücret politikalarını gözden geçirerek nitelikli çalışanları sektörde tutma gayreti göstermesi gerekmektedir. Ayrıca, sürekli eğitim ve gelişim programları ile mevcut çalışanların gerek mesleki gerekse entelektüel becerilerinin güncellenmesi sağlanmalı, dijitalleşme, robotlaşma ve sürdürülebilir turizm gibi konularda uzmanlaşmalarına olanak tanınmalıdır. Bu sayede, hem sektördeki kalifiye eleman açığının azaltılabileceğine hem de turizmin rekabet gücünün artırılacağına inanılmaktadır.



Zehra Genç / Limak International & Resorts / Grup Eğitim ve Gelişim Müdürü

Otellerimiz 12 ay açık olmakla beraber UHD konseptte hizmet vermekteyiz. Turizmde istihdam sorununu herkes gibi tabii ki biz de yaşıyoruz. Covid ile başlayan kayıplar, EYT ile çok daha da fazlalaştı. Genç jenerasyona turizmi tanıtmak ve ilgi odağı haline getirmek için, turizm liderleri ile bir araya gelebileceği organizasyonların daha çok artırılması gerekiyor. Turizm bölümünde eğitimi tamamlayan kişilerden çoğu başka sektörlerde çalışmayı hedefleyebiliyor. Turizm bölümlerinde okuyan stajyerlerimiz tesislerimize geldiğinde, önce teoriyi pratiğe taşımak için geldiklerinin farkında olmak gerekiyor. Kadrodan saymak, normal çalışan kadar performans beklemek, gelen stajyerin beklentisiyle uyumuyor. Devamında bıkkınlık duygusu ve sektörde çalışmama kararı geliyor ve kaybediyoruz. Kalifiye personel yetiştiren, Turizm Eğitim Merkezlerinin (TUREM) kapatılması maalesef ki kalifiye personel yetiştirilmesi konusunda eksik yarattı. Evet belki MEB Mesip, Mesem vb. programlarla bu eksiği kapatmaya yönelik çalışmalar yürüttü. Fakat yeni yetişecek turizmci için TUREM'deki kadar detaylı bir eğitim programı artık yok. Turizm Meslek Liseleri, Meslek Yüksek Okulları ve Fakültelerden mezun ya da okumaktayken gelen arkadaşlarımız ise sadece deneyim alanı yaşamak ve gerçekte öğrendiklerini nasıl uygulayabileceklerini gösterebilecekleri bir alan bulma hayaliyle geliyorlar. Ama sezonda yoğunluk başlayınca çalışmak için gelenlerin ani

Her yeni işe başlayan çalışanımız için kendi departmanından bir departman koçu ataması yapıyor; öncelikle “Ailemize hoş geldin” diyoruz. Stajyer olarak gelen arkadaşlarımıza bu sektörü sevdirmek ve kazandırmak önceliğimiz oldu

gidişleri ile sirkülasyonun fazlalığı sonucunda yoğun tempoda eriyip gidiyorlar ve tercihleri okuduğu bölümün yerine başka sektörler oluyor. Günümüz şartlarında artık çalışanlar, yeterli konaklama imkanı bulabileceği kurumları tercih ediyor. Lojman olmayan ya da yetersiz imkan sunulan bir yerde kalmak istemeyip, kendisinin ev tutması da bu ekonomide tercih ettikleri bir seçenek değil.

TUREM gibi kurumların tekrar oluşturulmasının, kalifiyeli turizm çalışanı yetiştirilmesi ve kazandırılmasına katkı sağlayacağını düşünüyorum. Gençlerimizin turizm sektörüne kazandırılması, sadece teoriyle, ezberle değil, uygulama yapabilecekleri alanlarda imkan sağlanmasıyla olur. Böylece gençler hem daha mutlu oluyor hem de sektörü daha çok sevip benimsiyorlar

Artık umudumuz gençlerde. Stajyer olarak gelen arkadaşlarımıza bu sektörü sevdirmek ve kazandırmak önceliğimiz oldu. Onlar öğrenip geliştikçe, kendi mutfağımızda kendi şeklimizi verdiğimiz kalifiyeli çalışanlarımız olacak. Soruna çözüm yolları olarak; üniversitelerle daha çok kontakta olarak, sektörde ve kariyer yolculuğunda neler yapabileceğinin doğru aktarımını yapmak; sektörün deneyimli kişilerinden, mentor olarak yeterli eğitimi almış olanlarıyla, öğrencileri bir araya getirip mentorluk çalışması yapılmasını sağlamak önerilebilir. Diğer bir yol olarak, tabii ki yurt dışından aracı firma iş birliğiyle o ülkeye gidip görüşmeler gerçekleştiriliyor ve anlaşılan kişileri sezon başında kurumumuza davet ederek, çalışma arkadaşımız olarak ailemize dahil ediyoruz. TUREM gibi kurumların tekrar oluşturulmasının, kalifiyeli

turizm çalışanı yetiştirilmesi ve kazandırılmasına katkı sağlayacağını düşünüyorum. Turizm MYO ya da fakültelerde, sadece yaz stajını beklemeden eğitim döneminde de sektördeki kişilerle iş birliği yapıp, pratik isteyen konularda bilgi ve tecrübelerinden destek alınarak kurumla birlikte çalışmalara yer verilebilir. Bu konular dahilinde eklemek istediğim, gençlerimizin turizm sektörüne kazandırılması, sadece teoriyle, ezberle değil, uygulama yapabilecekleri alanlarda imkan sağlanmasıyla olur. Böylece gençler hem daha mutlu oluyor hem de sektörü daha çok sevip benimsiyorlar. STK'ların daha fazla ders programına dahil edilip sektörde karşılaşılan problemlere nasıl çözümler bulunduğunun aktarımının yapılması da öğrencilere örnek teşkil edecektir. Sektöre yeni adım atan stajyerlerimizin üst yönetimce yapılan bazı toplantılara katılım sağlaması da ileride olmak istediği yönetici rol modelini seçmelerinde yardımcı olacaktır. Biz kendi kurumumuzda her yeni işe başlayan çalışanımız için kendi departmanından bir departman koçu ataması yapıyoruz. Onunla ilk oryantasyon, ilk alması gereken mesleki eğitimler, kurumdaki tüm yöneticilerle tanışma vb. uygulamalar yapılıyor. Çalışma süreci içerisinde danışmak istediği bir konu olduğunda ilk departman koçuna ulaşır ve konuyla ilgili koç çözümü kendisine yardımcı olur. Yani işe başladığında çalışanımız öncelikle; ailemize hoş geldin der hem evimizle hem ailemizle tanışmasını sağlar. Umuyoruz ki turizm çalışanlarımız daha mutlu, daha fazla gelişim gösterebileceği kurumlarda çalışsın. Biz de onlarla beraber, Türkiye'de turizmi en güzel şekilde tanıtır, misafirlerimizin tekrar tekrar bizi tercih etmelerini sağlarız.

İstihdam sorunumuzu otelimiz bazında, sektörün dinamiklerini göz önünde bulundurarak, pazar araştırmaları yaparak ve istihdam stratejilerimizi bu veriler ışığında şekillendirerek minimize etmeyi başardık

Otelimiz; doğanın ve denizin bütünleştiği, kuş cenneti diye de adlandırabileceğimiz fıstık çamlarıyla kaplı ormanın içinde, 130.000 metrekaare alanda, eşsiz mimarisiyle tasarlanmış Luxury konseptiyle misafirlerine hizmet veren 5 yıldızlı bir oteldir ve 12 ay boyunca açıktır. Turizm sektöründe istihdam sorunu tüm otellerde olduğu gibi otelimizde de yaşanmakta, ancak bizler sektörün dinamiklerini göz önünde bulundurarak, pazar araştırmaları yaparak ve istihdam stratejilerimizi bu veriler ışığında şekillendirerek, sorunu minimize etmeyi başardık. Turizm sektörü, ekonomik dalgalanmalar ve çevresel değişimler gibi faktörlerden, diğer sektörlerle göre daha hızlı

etkilenmekte. Turizm ve Kültür Bakanlığı'nın ve tüm turizm emekçilerinin ortak hareket etmesi yoluyla bu sorunların azaltılabileceğine inanıyorum. Özellikle dönemsel sorunların minimuma indirilmesi konusunda devlet- sektör iş birliği geliştirilmeli. Yurt dışından çeşitli danışmanlık firmalarının bağlantıları ile birebir seçim ve işe alım yapmaktayız. Millî Eğitim Bakanlığı'na bağlı çeşitli okullar ve üniversitelerle imzalamış olduğumuz protokollerimiz bulunmakta. Turizm sektöründe yetiştirmek üzere aldığımız çalışanlarımızı, iç eğitim projelerimizle destekliyoruz ve süpervizyon sağlıyoruz. Son yıllarda Turizm Bakanlığı ve Millî Eğitim Bakanlığının ortak projelerinin daha geniş



Buket Altınsoy / Calista Luxury Resort Hotel / Human Resources Director

çerçevelere yayılması sorunun çözümü için önemli bir adım olacaktır. Devletimizin halihazırda vermekte olduğu ve bizlerin de faydalandığı birtakım teşvikler mevcut, ancak bu teşviklerin yeterli olmadığını düşünüyorum. İşveren ve işçiyi desteklemek adına belirli vergi düzenlemeleri yapılmalı, gelişmiş ülkelerin politikaları ve yasal mevzuatları incelenerek, iyi uygulamaların ülkemize uyarlanması ve sürdürülebilirliği sağlanmalıdır.

Murat Arslan / CVK Park Bosphorus Hotel İstanbul / Genel Müdür

Sürdürülebilir Turizm Sertifikası, giderek artan çevresel ve sosyal bilinçle birlikte, turistlerin ve seyahat sektörünün öncelikli konularından biri haline gelmiştir

CVK Hotels & Resorts, turizm sektörüne ilk olarak Taksim Meydanı'nda bulunan CVK Taksim Hotel İstanbul ile giriş yaptı ve böylelikle ilk işletmesinin kapılarını misafirlerine açtı. Tarihi Park Otel'i tekrar hayata geçiren CVK Hotels & Resorts, 2013 yılında CVK Park Bosphorus Hotel İstanbul'u turizme kazandırdı. Çok kısa bir süre içinde şehrin gözde adreslerinden biri haline gelen hem yurt içinde hem de yurt dışında marka değeri hızla büyüyen CVK Park Bosphorus Hotel İstanbul, konfor ve lüksü bir arada sunduğu ve yaşam alanı konseptiyle hayata geçirdiği CVK Park Prestige Suites'i ile de misafirlerine hizmet veriyor. CVK Hotels & Resorts 135.000 metrekare kapalı alan, 1.085 yatak kapasitesi ile otelin içerisinde bulunan stüdyo dairelerden, 4+1 dairelere kadar toplam 68 rezidans ile misafirlerine ayrıcalıklı bir konaklama deneyimi sunuyor. CVK Park Bosphorus Hotel İstanbul, lüks konaklamayı benzersiz boğaz manzarası ile birleştiriyor. 382 adet oda ve 32 süit, 68 adet tam donanımlı süit ve stüdyo dairelerde konaklama imkânı bulunuyor. CVK Hotels&Resorts olarak, sürekli gelişme anlayışı içerisindeyiz. Bu anlayışla hareket ettiğimizde, misafirlerimize sağlıklı ve kaliteli ürünlerimizle uygun hizmet vermek ve bu sistemin etkin bir şekilde uygulanmasını, güncellenmesini ve sürekli geliştirilmesini sağlamak en önemli görevlerimizden biri.

Sürdürülebilirlik kapsamında yaptığımız tüm çalışmalar hakkında misafirlerimizi bilgilendiriyoruz. Toplum bu konuda daha bilinçli ve duyarlı olduğu için, yapılan projeler kapsamındaki tanıtım çalışmaları daha çok dikkat çekiyor ve yer buluyor. Misafirlerimizin memnuniyeti bizim için çok önemli. Her türlü kaynaktan gelen tüm misafir yorumlarını takip ediyor, misafirlerimizin yorumlarına hızla yanıt veriyor ve çözüm buluyoruz.

CVK Park Bosphorus Hotel İstanbul olarak, dünyaya saygı, yenilikçi hizmet ve dijitalleşmenin yanı sıra üst düzey konaklama deneyimi gibi odak noktalarımızı ancak sürdürülebilirliğin bir parçası ve öncüsü olduğumuzda ileriye taşıyabileceğimizin farkındayız

Sürdürülebilir Turizm Sertifikası, giderek artan çevresel ve sosyal bilinçle birlikte turistlerin ve seyahat sektörünün öncelikli konularından biri haline gelmiştir. Bu sertifika misafir memnuniyetini artırır ve işletmelere rekabet avantajı sağlar. Sürdürülebilirlik konusuna duyarlı misafirler, çevreye duyarlı işletmeleri tercih etme eğilimindedir. Sürdürülebilir Turizm Sertifikası, işletmenin çevre ve toplum konularında sorumlu bir yaklaşım sergilediğini gösterir. İşletmeler bu sertifika ile talep artışı yaratıp, bilinçli turistlerin ilgisini çeker, iyi bir imaj ve güven verir. Kaliteli ve

anlamlı deneyimler sunarak, misafir çeşitliliğini ve talebini artırabilir. CVK Park Bosphorus Hotel İstanbul olarak, sürekli gelişen çevre yönetim sistemine sahip olarak atıkları azaltmak ve çıkan atıklarımızı ayırıp geri dönüşüme kazandırarak kirliliği önlemek için çalışmalar yapıyoruz. Elektrik, su, doğalgaz, enerji ve diğer birimlerde yapılabilecek tasarruf faaliyetleri için, yağmur suyu deposu ve gri su tesisatı, mutfak atıklarımızdan gübre elde edilmesi ve enerji tasarrufu uygulamaları gibi girişimlerimiz mevcut. Sürdürülebilir turizm sertifikasının otellerin ve işletmelerin sürdürülebilir turizm prensiplerine uygun olduğunu denetlemek ve kontrol altında tutabilmek için gerekli olduğunu düşünüyorum. Hızlı tüketimin arttığı bu dönemde doğal kaynakları korumak ve minimum ölçüde kullanmak gerekiyor. Yıllardır turizm sektöründe fark yaratan bir marka olarak otelcilik sektöründeki tecrübemizle, Türkiye'de otelciliği daha sürdürülebilir ve kapsayıcı hale getirmek için çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Sektörde; dünyaya saygı, yenilikçi hizmet ve dijitalleşmenin yanı sıra üst düzey konaklama deneyimi gibi odak noktalarımızı ancak sürdürülebilirliğin bir parçası ve öncüsü olduğumuzda ileriye taşıyabileceğimizin farkındayız.

Uğur Talayhan, Rotana Grubuna geçti



Swissotel Bosphorus'un genel müdürlüğünü yapan Uğur Talayhan, Rotana Grubuna geçti. Uğur Talayhan, Rotana Grubu'nda "Türkiye, Merkez ve Doğu Avrupa operasyonları bölge başkanı" olarak göreve başladı. Talayhan, Swissotel'den önce başta Luxury Collection, Westin & Sheraton'da ve birçok otelde genel müdürlük ve üst düzey yöneticilik yaptı.

Four Seasons Hotels İstanbul'dan iki önemli atama

Four Seasons Hotels İstanbul, yönetim kadrosunu daha da güçlendirerek deneyimli ekibini büyümeye devam ediyor. Bu kapsamda, Four Seasons Hotels İstanbul'un Kıdemli İnsan ve Kültür Direktörü görevine, bu alanda geniş bir deneyime sahip olan Çiğdem Üçler atanırken, Four Seasons Hotel Bosphorus'un Otel Müdürlüğüne ise uluslararası lüks otelcilik sektöründe uzun yıllardır başarıyla görev alan Burak Çeçen getirildi. Çiğdem Üçler, Swissotel The Bosphorus İstanbul'da Yetenek ve Kültür Direktörü olarak gösterdiği başarılı performansın ardından, Four Seasons Hotels İstanbul'da Kıdemli İnsan ve Kültür Direktörü olarak göreve başladı. Üçler, kariyerinde İstanbul Marriott Hotel Asia, MNG Holding Turizm Grubu ve Four Seasons Hotels İstanbul gibi prestijli otellerde çeşitli üst düzey insan kaynakları pozisyonlarında görev alarak, bu alanda geniş bir bilgi birikimi ve tecrübe kazandı. İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesinin ardından, Marmara Üniversitesi Örgütsel Davranış alanında yüksek lisans



ve doktora derecelerine sahip olan Üçler, insan kaynakları yönetimi, eğitim, işe alım, performans değerlendirme ve organizasyonel gelişim gibi alanlarda uzmanlaştı. Burak Çeçen ise Four Seasons Hotel Bosphorus'un yeni Otel Müdürü oldu. En son görevi olan Budapeşte'de yer alan Matild Palace, a Luxury Collection Hotel'in Yiyecek ve İçecek Direktörü olarak görev yapan Çeçen, sektördeki kariyerine Swissôtel the Bosphorus'ta başladı. Bu dönemde otelin MIT programına seçilen Çeçen, Şikago, Mekke ve Sydney'de eğitim aldıktan sonra Swissotel Osaka'ya yiyecek içecek müdürü oldu. Çalışmalarına Park Hyatt Shanghai, Park Hyatt Shenzhen, The St. Regis Tianjin gibi dünyanın önde gelen otellerinde üst düzey pozisyonlarda görev alarak devam etti. Çeçen, Anadolu Üniversitesi'nde İşletme alanında lisans derecesine sahiptir. Uluslararası alanda uzun yıllar boyunca kazandığı deneyimler, Burak Çeçen'e farklı kültürel perspektifleri anlama ve en yüksek kalite standartlarını yönetme yeteneğini kazandırdı.

Hayatın Her Noktasında **Kale Kilit Koruması**



- Motorlu Kilitleme Sistemi
- Üstten Açılan Kapak
- Son 125 Kayıt Hafızalı
- Led Aydınlatma
- Dış Ölçüler: 130x430x350 mm (YxGxD)

- 6 Rakamlı Master Şifre Özelliği
- Mekanik Anahtarla Açılış
- Yere Montaj
- Net/Brüt: 9/10 kg

KD060/50-200
KALE ÜSTTEN KAPAKLI KASA

444 0 243
www.kalekilit.com.tr



KALE KİLİT

Utkan Gülaçtı, vekaleten Swissôtel The Bosphorus'a yeni genel müdür olarak atandı

Eylül 2016'da Finans ve İş Desteği Direktörü olarak Swissôtel ailesine katılan Utkan Gülaçtı, Eylül 2024 itibarıyla vekaleten Swissôtel The Bosphorus Genel Müdürlüğü görevine atandı. Ortadoğu Teknik Üniversitesi Ekonomi mezunu olan Utkan Gülaçtı, kariyerine 2004 yılında KPMG Türkiye'de başladı. Denetim ve Risk Danışmanlığı alanlarında edindiği deneyimler ile finansal birleşmeler, satın almalar ve yeniden yapılandırma konularında kıdemli ortak ve yönetici rollerinde başarılı bir kariyer yolu izledi. 2010 yılında PepsiCo'ya Avrupa operasyonları için kurumsal denetçi olarak transfer olan Utkan Gülaçtı, Finans Müdürü ve Kıdemli Ticarileştirme Proje Müdürü olarak görev alarak şirketin stratejik projelerinde önemli roller üstlendi. Nisan 2014'te Fiba Group'a katılan Gülaçtı; Finansal Denetim Başkanı olarak görev yaptı ve finansal kontrol ile stratejik yönetim alanında uzmanlık kazandı. Vekaleten Swissôtel The Bosphorus Genel Müdürlüğü görevine başlayan Utkan Gülaçtı, tüm otel operasyonunu koordine etmenin yanı sıra Accor ve Fiba Holding iletişimlerine de aracı olacak.



Mine Tan Balto, Novotel İstanbul Bosphorus'un genel müdürü oldu

Novotel İstanbul Bosphorus'un yeni Genel Müdürü, Mine Tan Balto oldu. Kariyeri boyunca InterContinental Hotels Group, Radisson Hotel Group ve Wyndham Hotels gibi uluslararası otel zincirlerinin Ticari ve Operasyonel departmanlarında üst düzey yönetici pozisyonlarında bulunan Mine Tan Balto, ALL – Accor Ailesi'ne katılmadan önce, Somerset Maslak İstanbul'un Genel Müdürü ve Ülke DPO'su olarak görev yaptı.



The Sign Kocaeli Thermal Hotel'in yeni genel müdürü Erdoğan İpek



The Sign Kocaeli Thermal Spa Hotel & Convention Center'da yeni genel müdür Erdoğan İpek oldu. Turizm sektöründe 26 yıllık deneyime sahip Erdoğan İpek, kariyer hayatı boyunca Puding Marina Residence'da F&B asistanlığı, Miracle Resort Hotel ve Rixos Hotels'de F&B servis müdürlüğü, Red Sea Hotels'de F&B direktörlüğü, Paloma Hotels, Kirman Sidera Luxury & SPA, Meeting Point Hotels'de genel müdürlük, Dreamland Country & Life'da direktörlük, Hattuşa Vacation Thermal Clup'da genel müdür vekilliği görevlerinde bulundu.

DoubleTree by Hilton Van Otel'i'ne yeni genel müdür



M. Firat Kaya

DoubleTree by Hilton Van Otel'i'nin Genel Müdürü M. Firat Kaya oldu. 1988 Mardin doğumlu olan, lisans ve yüksek lisans eğitimi turizm işletmeciliği üzerine tamamlayan Kaya, 2011 yılından beri turizm sektöründe aktif olarak çalıştı. Mardin, Antalya ve İstanbul gibi farklı şehirlerde olmak üzere Hilton otellerinde 10 yılı yakın satış ve operasyon tecrübesinin olduğunu vurgulayan Kaya, "Bir Mardinli olarak Van'da turizm sektörüne hizmet edecek olmanın heyecanını ve mutluluğunu yaşamaktayım. Kültürel ve turistik değerleriyle doğunun incisi olan Van kentinde Hilton markasının kalitesine ve yatırımcımız Akay Şirketler Grubunun vizyonuna yakışır şekilde çalışacak olmaktan mutluluk duyuyorum. Daha önce değerli meslektaşımın sürdürdüğü başarılı görevi kaldığı yerden devam ettireceğim. İnşallah deneyimli ekibimle birlikte burada çok güzel hizmetlere imza atacağız" paylaşımında bulundu.

Dedeman Kemer Resort Otel'in yeni Genel Müdürü Murat Batihan

Murat Batihan Dedeman Kemer Resort Otel'in Genel Müdürü oldu. Turizm sektöründeki yolculuğuna 34 yıl önce başlayan Murat Batihan, 10 yıl Rixos Hotel F&B manager, Larissa Otel ve Meder Resort Otel Genel Müdürlük görevi yaptıktan sonra nisan ayında misafirlerini ağırlamaya başlayan Dedeman Kemer Resort Otel'in Genel Müdürü olarak atandı. Murat Batihan aynı zamanda Turizm Otel Yöneticileri Derneği (TUROYD) Antalya İl Başkanlığı görevini de yürütüyor.



Rixos Tersane İstanbul'un otel müdürü Çetin Pehlivan oldu



Çetin Pehlivan, Rixos Tersane İstanbul'un otel müdürü oldu. Rixos Grubunda, Rixos Downtown ve The Land Of Legends'te genel müdürlük görevinde bulunan Çetin Pehlivan, Rixos Tersane İstanbul'un yeni otel müdürü olarak göreve başladı. Çetin Pehlivan konuyla ilgili açıklamasında: "Büyük bir heyecan ve mutlulukla, Rixos Tersane İstanbul'a "Managing Director" olarak katıldığımı sizlerle paylaşmak isterim. Bu yeni yolculuğuma Rixos Tersane İstanbul'da devam ediyorum. Rixos Hotels bünyesinde edindiğim tecrübelerle, kurum kültürümüzü daha da ileriye taşımak ve birlikte başarılarla imza atmak için sabırsızlanıyorum. Hep birlikte başarılı bir dönem geçireceğimizin inancıyla, en kısa sürede bir araya gelmeyi dört gözle bekliyorum" dedi.



OPERASYONEL MÜKEMMELİYETİ iciStaff İLE YAKALAYIN

Otel, Hastane, AVM ve Tesis görev yönetimi ile süreçlerinizi optimize edin, kalite standartlarına uyum sağlayın ve verimliliğinizi arttırın.

Dünya'da **50.000+** fazla bölüm **iciStaff** ile operasyonlarını yönetiyor.



Görev Yönetimi

Planlı Bakım

Kontrol Listeleri

Ölçümler

Yönetim Raporlama



iciStaff ile
daha fazla verim, daha fazla kazanç,
daha fazla memnuniyet!

www.icibot.com

Otel doluluklarında Türkiye yükseldi İstanbul geçen yıl ile aynı düzeyde



Konaklama sektörünün Ocak-Ağustos 2024 dönemini kapsayan ilk 8 aylık dönemdeki doluluk performansı belli oldu. Türkiye Otelciler Birliği (TÜROB) Başkanı Müberra Eresin, 8 aylık dönemde Türkiye genelinde otel doluluklarının yüzde 61, İstanbul'da ise yüzde 64 olarak gerçekleştiğini açıkladı. Ocak-Ağustos 2023'te Türkiye genelinde otel dolulukları yüzde 58, İstanbul'da yüzde 64 olmuştu. Konaklama sektörünün ilk 8 aylık sonuçlarını değerlendiren TÜROB Başkanı Eresin, "Türkiye'ye yabancı ülkelere göre gelişlerde herhangi bir sorun görünmüyor, düşüş yok, aksine yükselme var. Otel doluluklarında ve fiyatlarda ise özellikle yüksek sezon olarak adlandırdığımız yaz döneminde düşüş söz konusu. Yıllık bazda 8 aylık dönem itibarıyla doluluklarda 2023'ün yüzde 5 üzerindeyiz. İstanbul'da ise 2023 ile aynı orandayız. İşler elbette beklediğimiz düzeyde değil. Fiyatlarımızda Euro bazında yüzde 15 civarında gerileme söz konusu. Ancak 'diplerdeyiz' şeklinde yaklaşımları da çok doğru bulmuyoruz" dedi. Yüksek sezondaki gerilemenin çeşitli nedenleri olduğunu dile getiren Eresin, şunları söyledi:

"Savaşların konuşulduğu bir ortamda turizm hareketliliğinden bahsetmek çok zor. Ukrayna-Rusya ile İsrail-Filistin savaşının bir an önce sonlanması ve barışla sonlanmasını diliyoruz. Dünyadaki savaşların sona ermesi turizm hareketlerini ve bizim doluluklarımızı olumlu yönde etkileyecektir. Dolayısıyla en büyük beklentimiz dünyada barışın sağlanması. Öte yandan UEFA Avrupa Futbol Şampiyonası ve Paris Olimpiyat Oyunları kaynaklı olarak, sadece Türkiye değil, dünya genelinde rezervasyon akışında bir yavaşlama olduğunu da biliyoruz. Tabii ki bu nedenler, yaz döneminde, tüm dünyayı olduğu gibi bizi de olumsuz etkiledi." Konaklama sektöründe yatırımların devam ettiğine işaret eden Eresin, şu ifadeleri kullandı: "Konaklama olarak, turizm sektörünün en önemli yatırım ayağını temsil ediyoruz. Yatırımlar pandemi döneminde bile kesintiye uğramadı. Yerli ve yabancı yatırımcılar ülkenin turizm potansiyeline inanıyor. Sürekli kötümser söylemlerle sektörü demoralize etmek ve yabancı rakiplerimize avantaj sağlamak bize doğru gelmiyor açıkcası. Türk turizmi yıllar öncesinden her türlü zorluğa test ederek bugünlere geldi. Her sektörde iniş ve çıkışlar olması normaldir. Sıkıntılar halinin altına süpürülmemeli elbette, ama geçici bazı sıkıntıların kalıcıymış gibi dile getirilmesinin, çok karamsar yaklaşımların hem içeride hem dışarıda sektöre zarar verdiğini düşünüyoruz. Çok sayıda otelin konkordato ilan ettiği ve iflas ettiği yönündeki söylentilerin de teyid edilmemiş verilerle ortaya atılmış, tamamen

hayal mahsulü ve spekülasyon amaçlı olduğunu düşünüyoruz zira bize ulaşan bu konuya dair hiçbir bilgi yok." "Hizmet ihracatçısı olarak, döviz cinsi kazancımız var ve döviz kurunun çok uzun zamandır sabit kalması, TL cinsinden artan maliyetlerin önüne geçilememesi büyük bir sorun olarak karşımıza çıkıyor" diyen Eresin, "Maalesef otellerin maliyetleri artarken kazançları artmıyor ve önceden imzalanmış sözleşmeler nedeniyle eski fiyatların kullanımına devam ediliyor. Düşen oda fiyatlarının nedenlerini anlattım, ama fiyatlar düşerse de bugün döviz cinsinden verilen fiyatların geçen yıl ile aynı TL rakamlar olduğu gayet net izleniyor" diye konuştu. Eresin, şu görüşleri dile getirdi: "Sektör olarak yıllık belirlediğimiz hedefimizi yakalamaya odaklandık. Bu hedefe ulaşmak ve turizm sektörünün sürdürülebilirliğini sağlamak üzere başta Kültür ve Turizm Bakanlığımız olmak üzere kamu ve özel sektörden tüm paydaşlarımızla uyum içerisinde, sektörün sorunlarına kalıcı çözümler bulmak üzere çalışmalarımızı durmaksızın sürdürüyoruz. Her yıl hedefimiz, bir önceki yılı geçebilmek. Bu yıl, Kültür ve Turizm Bakanlığımızla aynı doğrultuda 60 milyar dolar turizm geliri, 60 milyon ziyaretçi sayısına ulaşmak öncelikli hedefimiz. Turizm sektörünün hedeflerine ulaşarak cari açığın kapatılmasına, ülke ekonomisi, istihdamı ve kalkınmasına güçlü desteğini vermeye devam edeceğine inanıyoruz.

Liberty Fabay, İş'te Eşit Kadın Sertifikası aldı

Herkes için bir otel anlayışıyla yaklaşık 35 yıldır Türkiye turizmine artı değer sağlayan Liberty Hospitality Group otellerinden Liberty Fabay, sürdürülebilirlik odağındaki çalışmalarına bir yenisini ekledi. Liberty Fabay, iş hayatında kadınlara eşit haklar ve fırsatlar sunan kurumlara verilen "İş'te Eşit Kadın Sertifikası"nı almaya hak kazandı. Liberty Fabay Genel Müdürü Nihat Tümkaya, "Sürdürülebilirlik Akademisi ve Intertek iş birliği ile gerçekleştirilen bağımsız denetim sonucu İş'te Eşit Kadın Sertifikası'na layık görülmekten büyük mutluluk duyuyorum. Almış olduğumuz bu sertifika, Liberty Fabay olarak toplumsal cinsiyet eşitliği konusuna verdiğimiz önemin, fırsat eşitliğine yönelik taahhüt ve

söylemlerimizi eyleme geçirmiş olmamızın en önemli kanıtlarından biri. Kadınların sektörümüzdeki varlığı ile katkısını artırmak yönünde irademizi güçlendirmek ve cinsiyet farkı gözetmeksizin herkes için eşit iş ortamı sunmak adına çalışmalarımıza hız kesmeden devam edeceğiz. Liberty Fabay olarak sektöre katkı sağlayan tüm çalışma arkadaşlarıma ortaya koydukları vizyon ve gösterdikleri emekler için teşekkür ediyorum" dedi. Sürdürülebilirlik Akademisi ve Intertek iş birliği ile iş hayatında kadınlara eşit haklar ve fırsatlar sunan kurumlar bağımsız bir denetim sonrası sertifikalandırılıyor. Sertifikaya hak kazanan özel şirketlerin, Sivil Toplum Kuruluşları'nın ve Yerel Yönetimler'in



eşitlikçi yaklaşımlarının bu yöndeki dönüşümü desteklemesi hedefleniyor. Sertifika denetimleri; Yönetim Sistemi, İşe Alım ve Çalıştırma, İş Sağlığı ve Güvenliği, Tedarik Zinciri ve Sosyal Etki olmak üzere beş ana başlıkta gerçekleştiriliyor.



Cullinan Belek, otelcilik sektöründeki deneyimi ve uzmanlığıyla tanınan Levon Çiftçioğlu'nu İnsan Kaynakları Direktörü olarak bünyesine kattı. 1981 yılında İstanbul'da doğan Çiftçioğlu, lisans eğitimini turizm ve konaklama yöneticiliği alanında tamamladı, ardından yüksek lisans eğitimini insan

Levon Çiftçioğlu, Cullinan Belek İnsan Kaynakları Direktörü olarak göreve başladı

kaynakları yönetimi üzerine yaparak kariyerini bu alanda derinleştirdi. Levon Çiftçioğlu, otelcilik sektöründe geniş bir deneyime sahip bulunuyor. Kariyerine Crowne Plaza İstanbul, Polat Renaissance ve Mövenpick Hotel gibi saygın otellerde başlayan Çiftçioğlu, son 16 yılını Four Seasons Hotel İnsan Kaynakları Departmanı'nda geçirdi. Four Seasons'ın İstanbul'daki iki otelinden sorumlu olan

Çiftçioğlu, bu süre zarfında sektörde önemli başarıları imza attı. Çiftçioğlu'nun insan kaynakları yönetimindeki derin bilgisi ve liderlik vasıfları, Cullinan Belek'in çalışan memnuniyetini ve kurumsal hedeflerini daha da ileriye taşıması bekleniyor. Çiftçioğlu, yeni görevinde otelin insan kaynakları stratejilerini geliştirmek ve ekibin performansını artırmak üzere çalışacak.

Misafir memnuniyetini odağına alan ekibimizle, otelimize gelen her konuğumuzun, kendilerini özel hissetmeleri ve güzel bir anı ile ayrılmaları için çalışıyoruz

İstanbul'un en elit lokasyonlarından Bakırköy'de, muhteşem deniz manzarası ve mükemmel konumuyla iş, sağlık, Leisure amaçlı pek çok kesimden ziyaretçiye, Best Western Premier markasının bilinen olağanüstü hizmetiyle ağırlayan Best Western Premier Ottoperla Hotel'in, Genel Müdürü, İlke Ferit Demirbilek ile Turizm Proje Dergisi olarak bir röportaj gerçekleştirdik



-Best Western Ottoperla'yı tanımlayacak olursanız, lokasyonunuzun önemi, otelinizin genel atmosferi ve sunduğunuz olanaklar bağlamında ne söylemek istersiniz?

Best Western Premier Ottoperla, İstanbul'un en elit lokasyonlarından Bakırköy'de, denizden sadece birkaç adım uzaklıkta, mükemmel bir konumda bulunuyor. Konuklarımız, tesisin muhteşem deniz manzarasının keyfini çıkarırken, Best Western Premier markasının bilinen olağanüstü hizmetini alıyorlar. Tesisimizin, Sultanahmet'e ve İstanbul Fuar Merkezi CNR Expo'ya hızlı erişim sağlayan Marmaray İstasyonu'na bir kilometre mesafede bulunması ayrıca hem araba hem de toplu taşıma ile rahatlıkla ulaşım sağlanabilecek bir noktada olması büyük bir avantaj sağlıyor. Best Western Premier Ottoperla, konum avantajıyla İstanbul'un tarihi ve kültürel simge yapılarına da kolay erişim imkânı sunuyor. Tesisimiz, modern mimari ile döşenmiş deniz manzarasına sahip balkanlı konuk odası ve sülüslerinin yanı sıra, toplantı ve gala yemekleri gibi organizasyonlara ev sahipliği yapabilen

ferah event alanı ve geleneksel mutfağımızın seçkin tatlılarının deneyimlenebileceği restorandı ile ön plana çıkıyor. Bununla birlikte bünyemizde barındırdığımız Spa, spor salonu, oyun alanı, tenis ve basketbol sahaları gibi ilave olanaklarımız ile misafirlerimize üst segment hizmet sunuyoruz.

-Tesisinizin ağırladığı misafir profili hakkında bilgi verir misiniz? Konuklarınızın tesisinizi tercih sebebi nedir?

Otelimizin bulunduğu lokasyon bu anlamda güzel bir çeşitlilik sağlanmasına yardımcı oluyor. Ana profil itibarıyla kurumsal firmaların tercih ettiği bir yapıyız. Tesisimizin, Bakırköy'de denizden sadece birkaç adım uzaklıktaki konumu, Marmaray'a yakınlığı ve sahil yoluyla birkaç dakika içinde tarihi alanlara kolay ulaşım şansı, Leisure amaçlı gelen misafirlerimizin de tercih sebebi olmasını sağlıyor. Ayrıca İstanbul Fuar Merkezi CNR Expo başta olmak üzere fuar amaçlı gelen ve işine keyif katmak isteyen misafirlerin de ikinci adresi olmaktan mutluluk duyuyoruz. Özellikle belirtmek gerekir ki İstanbul'da yükselen trend olan sağlık turizmi de diğer önemli bir payı oluşturuyor.

-Ottoperla, misafirlerine sadece bir konaklama değil, unutulmaz bir deneyim sunmayı vaat ediyor. Bu vaatleri gerçekleştirmek için sunduğunuz en özel hizmetler nelerdir?

Esasında gelen misafirlerimize, bizim ticaret diye adlandırılabilirse sattığımız şey, burada geçirdikleri zaman ve akıllarında kalacak güzel anılar. Gerçekten de bu otelde kalan her insanın, güzel bir anı ile ayrılmasını istiyoruz. Her sabah gerçekleştirdiğimiz operasyon toplantılarının değişmeyen konusu, gelen her misafirin birey

olarak almaları gereken standartları sağlamak. Akabinde özel hayatlarında burayı ve kendilerini özel hissetmeleri için yapılacaklar listesidir. Bu yüzden elimizdeki fiziki imkânlar çok güzel ama oteller içinde hizmet sektörüne gönül vermeyen insanların çalışması, otelleri soğuk milyonluk duygusuz yapılara dönüştürüyor. Misafir memnuniyeti bizim ekip olarak kendimizi iyi hissetmemiz için çok önemli ve her şeyden önce geliyor. Özel günlerini hatırlamaktan ötel

-İstanbul'un turizm potansiyelini değerlendirip, geliştirmek için neler yapılabileceği hakkında görüşlerinizi alabilir miyiz?

İstanbul, her dönemde dünyanın en önemli çekim merkezlerinden biri olmaya devam edecek. Ama ben şehrin potansiyelini çıkarmamasını artık şehrin yorulmuş olmasına bağlıyorum. Ayasofya ve Sultanahmet dışında da hikayesi olan çekim merkezlerine yoğunlaşmak lazım belki de. Hipodrom, at meydanı, İstanbul'un yeraltı tünelleri insanların bildiği ama şehri ziyaret ettiklerinde, bu otantik gerçekliği görmeyi ihmal ettikleri yerler ve bizim asıl görevimiz görünenin ardındaki bu saklı güzellikleri onlara yaşatabilmek olmalı. Ve işte bu zaman şehrin efsunlu güzelliği ortaya çıkmış olacak. İstanbul altyapı açısından kongrelere daha fazla ev sahipliği yapabilme potansiyeline sahip. Bu durumu iyi değerlendirerek daha fazla misafir çekebilmiyiz. Güvenli şehir algısı yaratabilmek çok önemli bir nokta. Ülkemize gelen misafirlerin kalıcılığını sağlamak, bir daha gelme isteği oluşturabilmek için, ülkemizin ve şehrimizin yaşam alanlarının güvenli olduğunu onlara hissettirebilmeliyiz.



tedarikçiler



Misafir memnuniyetinin ilk kriterlerinden olan iyi bir uyku ve konforu üstün hizmet anlayışıyla karşılayan yatak sektörü firmalarımız, devletten yurt içi ve global sorunlar için ivedilikle çözüm bekliyor

Türkiye’de yatak ve uyku ürünleri sektöründe hizmet veren firmalar gerek kendi fabrikalarında uluslararası standartta ürettikleri ürünleriyle gerekse temsilciliklerini yaptıkları ünlü markaların ürünleriyle turizm sektörünün bu alandaki tüm ihtiyaçlarını üst segmentte karşıyorlar.

Yatak sektörünü hem yurt içi hem de yurt dışında güçlü bir şekilde temsil eden firmalarımız, sektöre ürettikleri standart ürünlerin yanı sıra projeye özel ürünler ürettikleri gibi gerek kendi mimari ekipleri gerekse proje sahibi mimarlarla birlikte dekorasyon çözümleri hizmeti de veriyorlar. Turizmin, üretim faaliyetleri içerisinde çok önemli bir paya sahip ve önceliği olan bir pazar olduğunu belirten sektör profesyonelleri hem yerli turizm hem de global turizm hareketliliği bağlamında artan turizmin yeni yatırımlar demek olduğunu açıklıyorlar. Sektöre sundukları standart ve fonksiyonel yatak alternatifleri, kanguru ve katlanır yatak modelleri, baza ve başlık, ranza, yatak pedleri, yastık, yorgan, nevresim takımları gibi geniş ürün yelpazesiyle, otel projelerinde konforlu bir ayrıcalık sağlıyorlar. Çok fonksiyonlu ve içerisinde özel yay teknolojilerini barındıran ürünlerle beraber genel bir analiz ile otellerin konseptlerine uygun olacak şekilde yatak koleksiyonları hazırladıkları gibi sektöre özel sundukları ürün ve ürün grupları olduğunu, müşterilerine daha iyi hizmet verebilmek için özel projeler çalıştıklarını ve anahtar teslim projeler gerçekleştirdiklerini belirtiyorlar. Son teknolojileri ve trendleri yakından takip ederek, her ihtiyaca yönelik çözüm sunan ürünleri ürettiklerini ifade eden sektör temsilcileri,

tüketicilerin konfor, sağlık ve uyku kalitesini arttırmayı hedefliyorlar. Özellikle yatak ürünlerindeki gelişime ve değişime dair doğal malzemeler ve teknolojik entegrelere dikkat çekiyorlar. Bu ürünlerin öne çıkanları olarak, Akıllı yataklar: Uyku takibi ve vücut sıcaklığına göre ısı ayarı yapan sistemler, Uyarlanabilir Yataklar: Basınç dengeleme hafızalı süngerler, jel tabakaları ve zomlu yay sistemleri ile ergonomik destek sistemleri, Organik ve Doğal Malzemeler: Yün, at kılı, Hindistan cevizi kabuğu, pamuk, bambu gibi sürdürülebilir sağlıklı seçeneklerden yapılan yataklar, Hybrid yatak sistemleri, Eurotop ve Pillowtop yatak modelleri gibi yatakları belirtiyorlar.



“Journal of Hospitality and Tourism Management raporuna göre; iyi bir uyku, misafir memnuniyetleri içerisinde en önemli beklentilerden biridir”

2017 yılında Cornell Hospitality Quarterly online otel yorumları analizinde, yatak konforunun, anketlerde en çok yer alan konu başlığı olduğunu, bunun gibi pek çok araştırmanın bulunduğunu, otel misafirleri açısından konaklamaları esnasında iyi uyumuş olmalarının, misafir memnuniyeti açısından en önemli kriterlerden biri olduğunu belirten sektör temsilcileri bu bağlamda otellere bazı tavsiyelerde bulunuyor. Otel sahipleri ve yöneticilerinin yatak seçerken kesinlikle sadece fiyat odaklı olmamalarını, çok fonksiyonlu ürünlere yönelmelerini, konfora odaklanmalarını, kaliteli ve destekleyici malzemeleri tercih etmelerini, anti-alerjik ve antibakteriyel kılıflar kullanmalarını, teknolojik özelliklerin uyku kalitesini arttırdığını göz önüne almalarını, estetik olarak, yatak ve örtülerin otelin dekorasyonuna uyum sağlamasına özen göstermelerini, dayanıklı ve kolay bakımlı ürünleri tercih etmelerini, misafir geri bildirimleri ve çevre dostu ürünleri dikkate almalarını ve çok önemli olarak işinde uzmanlaşmış bir markayla çalışmalarını öneriyorlar. Yatakların yenilenme sürelerinin otellerin faaliyet gösterdikleri ülkeler, bölgeler, kapasiteleri, doluluk oranları, zincir grup olup olmamaları gibi etmenlere göre değişkenlik gösterebildiğini açıklayan sektör profesyonelleri, sahil bölgelerinde faaliyet gösteren 5 yıldız statüsündeki otellerin yatak yenileme süreleri ortalama 4-5 yıl aralığında, iç kesimlerde bu sürelerin daha da fazla olduğunu açıklıyorlar. Renovasyona giren otellerin zaman zaman ekonomik olduğundan dolayı yatakların sadece dış kaplamasını değiştirdiğini ancak bunun uzun vadede hijyen, konfor ve müşteri memnuniyeti açısından doğru olmadığını vurguluyorlar.



Yatak ve yan sanayi sektöründe ham madde fiyat artışı, bunun ürün fiyatlarına yansımaları, haksız rekabet koşulları, globalde rekabet şansımızın azalması gibi önem teşkil eden sorunlar çözüm bekliyor Sektör temsilcileri yaşadıkları sorunları ve çözüm önerilerini şu şekilde sıralıyorlar:

-En büyük sorunlardan biri, ham madde fiyatlarındaki artış ve buna bağlı olarak ürün maliyetlerinin yükselmesidir. Bu durum müşteriye de bizi de rahatsız eder duruma gelmiştir. Buna bir çözüm bulunmalı, anlamsız ham madde fiyat artışlarına izin verilmemelidir. Ham madde satışlarında

denetimler sıklaştırılmalıdır. Devletimizin de bu konuya çözüm getirmesi ivedilikle beklentimizdir.

- Türkiye için en büyük sorunlardan bir diğeri, sürekli artan servis sektörü maliyet girdileri nedeniyle stabilite ve uzun dönem program yapamamaktır.

-Ülkemizde yatak sektöründe ciddi rekabet söz konusu. Rekabet ortamına, kayıt dışı üretim ve satış yapan, merdiven altı olarak tabir edilen firmalar da eklendiğinde rekabet artmakta. Alım yapan işletmelerin, ürün kullanım süreleri ve satış sonrasını da düşünerek kurumsal yapısı güçlü olan firmaları tercih etmeleri bu sorunun çözümünün ilk adımı olacaktır.

- Global anlamda üretici olarak bizim sorunumuz, her geçen sene ülke olarak rekabet şansımızın azalması, bunun karlılığımıza yansımalarıdır. Türkiye artık ucuz üretim yapan ülke olma konumundan çıkmış durumda. Özellikle elimizde kalan son kozumuz, Euro zone a ve kısmen Kafkas coğrafyasına lojistik olarak avantajlı olmamızdır.

-Özellikle küresel ekonomideki dalgalanmalar, Avrupa'daki ekonomik belirsizlikler ve Orta Doğu'daki jeopolitik gerilimler ihracat pazarlarımızı da etkiliyor. Global anlamda sektörümüzün önünde bulunan en büyük sorun, çeşitli ülkelerin bazı özel vergi uygulamaları ve bundan doğan ek maliyetlerdir. Örnek verecek olur isek ABD' nin ülkemize uyguladığı anti damping' ten kaynaklı vergiler yapılan ihracatı bitirmektedir. Bunu aşabilmek adına hükümetimiz, ABD ile mevcut ilişkileri iyileştirerek, ülkemize özel avantajlar geliştirmeli ve biz sanayicilere kolaylıklar sağlanmalıdır.

2024 yılı için genelde turizmdeki canlılığa paralel olarak iyi bir süreç yaşadıklarını belirten sektör duayenleri, yılın kalan çeyreğinde de sürdürülebilir üretimi odaklarına alarak, dünyada sıkla gelişen yatak teknolojilerini ve rahatlık anlayışını ürünlerine entegre ederek, geniş ürün yelpazesi, nitelikli iş gücü ve kalifiye ekipleriyle daha çok turizm yatırım projeleri arasında yer almayı hedefliyorlar.





Mehmet Kurban / Yatsan / Kurumsal
Satışlar Ülke Müdürü

Yatsan olarak, İzmir Torbalı'da 150.000 metrekare alanda kurulu bir merkezimiz var. Pazarın orta ve üst segmentini hedefleyen, önde gelen yatak ve uyku çözümleri üreticisi ve perakendecisiyiz. Yatsan markasının yanı sıra Tempur, King Koil, Seally, Serta ve S&F gibi dünyanın önde gelen uyku markalarını tek çatı altında sunan tek markayız. Üretimimizin yüzde 40'ı iç pazar olup, yüzde 60'ını dünyanın 60 ülkesine ihraç ediyoruz. Günde 3000 yatak üretimi ve aynı oranda baza, başlık, set mobilyası üretiyoruz. Turizm pazarı firmamız bazında önemli yer kaplamaktadır. Sektöre özel sunduğumuz ürün ve ürün gruplarımız var. Otellerin konseptlerine göre proje bazlı özel çalışmalar, üretimler yapıyoruz. İsteğe bağlı özel ölçü baza üretimi de bunların içinde olup; çalışmalarımızı bu alanda her geçen gün geliştirerek devam ediyoruz. Marka olarak son teknolojileri ve trendleri yakından takip ederek misafirlerimize her ihtiyaca yönelik çözüm sunan ürünleri üretiyoruz. Yatak ve uyku grubu ürünlerinde son teknoloji ve trendler ise şunlardır. Akıllı

Turizm sektörüne, özel sunduğumuz ürün ve ürün gruplarımız, proje bazlı özel çalışmalarımız, isteğe bağlı özel ölçü ürünlerimizle hizmet veriyoruz. Kendi markamızın yanı sıra dünyanın önde gelen uyku markalarını tek çatı altında sunan tek markayız

yataklar: Uyku takibi ve vücut sıcaklığına göre ısı ayarı yapan sistemler; Basınç dengeleme hafızalı süngerler ve zomlu yay sistemleri ile ergonomik destek; Doğal malzemeler, organik pamuk bambu gibi sürdürülebilir sağlıklı seçenekler; Ayarlanabilir sistemler elektrikli yataklar ve kişiselleştirilebilir yastıklar; Anti-bakteriyel özellikler, mikroplara ve toz akarlarına karşı koruma sağlayan kaplamalar; Uykuya yardımcı teknolojiler, akustik ve ışık terapisi ile uyku kalitesini arttıran çözümlerdir.

Sektörümüzün en önemli sorunu olan, anlamsız ham madde fiyat artışlarına devletimizin izin vermemesi ivedilikle beklentimizdir. 2024 yılı firmamız açısından ilk 6 ay diliminde oldukça başarılıydı ve iyi bir sezon geçirdiğimizi söyleyebilirim. Temennimiz ikinci 6 ayı da yıl sonuna kadar başarılı bir şekilde devam edip tamamlamamızdır

Yatak ve uyku ürünleri bir konaklama tesisinin en önemli unsurlarındadır. Bu bağlamda oteller, konaklama tesisleri, yatak ve uyku ürünleri seçiminde en iyi markayla çalışmalıdır. Bu işte uzmanlaşmış, rahatlık ve konforu müşterilerine sunmakta ilke edinmiş; misafirlerini "İyi uyu, iyi hisset" mottosuyla uykuya geçirecekleri bir markayı tercih etmelidirler. Yatak ve uyku gruplarının kullanım sürelerinde, öncelikle



yatağı ele alırsak diyebiliriz ki performansı en yüksek yatağı bile kullanıyor olsanız, süre maksimum 10 yılı geçmemeli. Uyku ürünlerinde ise maksimum 5 yılı geçmemeli. Renovasyona giren otellere tavsiyemiz, bir önceki kullandıkları yatağın kullanım süresini ve kullandıkları süre içerisinde müşterilerin geri dönüş bildirimlerini dikkate almalarıdır. Yenileme aşamasında, uzun vadede, yenileyecekleri günden itibaren, uzun süreli kullanımda her gün aynı rahatlığı müşteriye sunacaklarını hatırlayarak renovasyon yapmalıdırlar. Sektörümüzün genel sorunlarına değinecek olursak öncelikle sektörümüzde ham madde fiyat artışlarının ürün fiyatlarına yansımaları, müşteriye de bizi de rahatsız eder duruma gelmiştir. Buna bir çözüm bulunmalı, anlamsız ham madde fiyat artışlarına izin verilmemelidir. Ham madde satışlarında denetimler sıklaştırılmalıdır. Devletimizin de bu konuya çözüm getirmesi ivedilikle beklentimizdir. 2024 yılı firmamız açısından ilk 6 ay diliminde oldukça başarılıydı ve iyi bir sezon geçirdiğimizi söyleyebilirim. Temennimiz ikinci 6 ayı da yıl sonuna kadar başarılı bir şekilde devam edip tamamlamamızdır





DND SİSTEMLERİ



KARTLI KİLİT SİSTEMLERİ



ENERGY SAVER VE VARLIK SENSÖRÜ SİSTEMLERİ

BİZE ULAŞIN
info@somelektronik.com.tr



Önder Arıkan / Sabah Yatak San. ve Tic. A.Ş. / Yönetim Kurulu Üyesi

Sabah Yatakları 1983 senesinde kuruldu. Bugün Çorlu, Tekirdağ'da yer alan 10.000 metrekare kapalı alanda kurulu üretim tesisi, modern makine parkı ile yatak- baza ve otel tekstil üretimi yapan sektörün öncü markalarından birisiyiz. Üretimimizin yüzde 95' lik kısmını otellere pazarlamaktayız yani başka bir deyişle "işimiz otel yatağı". 2023 Yılı rakamları ile üretimimizin yüzde 65'lik kısmını ihraç ettik. İhracat rakamlarımızın çoğunluğu direkt satış bir kısmı da yurt dışı bayilerimiz aracılığı ile gene otellere olmuştur. 2024 senesinde bu rakamı daha da yukarıya çekeceğimizi ifade edebilirim. Bizim focus pazarımız oteller. Bu sebeple de hem yerli turizm hem de global anlamda dünyadaki turizm hareketliliği bizim için çok önemli. Artan turizm demek yeni yatırımlar demektir. Ürün gamımızın tamamı otellere yönelik ürünlerden oluşmaktadır. Burada da hem uluslararası zincir markaların teknik reçeteleri hem de bunların iç pazara uyarlanmış şekilleri ile hayli geniş bir ürün yelpazesi sunmaktayız. Bunun dışında proje bazında daha tailor-made çözümlerimiz de



Sabah Yatakları olarak bizim focus pazarımız oteller. Üretimimizin yüzde 95' lik kısmını otellere pazarlamaktayız yani başka bir deyişle "işimiz otel yatağı"

mevcuttur. Son yıllarda otellerin neredeyse tamamında yatak yükseklikleri minimum 30 cm'lere ve total yüksekliklerde yerden 60-65 cm seviyelerine gelmiştir. Ana hatları ile iç formda sert ama üst katmanlarda kesinlikle kan dolaşımını engellemeyecek yumuşaklıkta olması esas alınmaktadır. Hybrid yatak sistemleri gene son dönemin trendlerindendir. Bu sistemlerde yaylı yatak Memory foam ve lateks ile kombine edilerek üretilmektedir. Gene bir başka trend de Eurotop ve Pillowtop yatak modellerinin daha fazla talep edilmesidir.

2024 yılı hedefi denilince bizim için en önemli konu sürdürülebilirlik diyebilirim. Geçen sene başında başlattığımız sustainable production sürecinde ilk sürdürülebilirlik raporumuzu 2023 senesinde yayınladık. Akabinde 2024 yılı için de çalışmalarımıza devam ediyoruz. Özellikle de önümüzdeki dönemde yurt dışı otellerle çalışmak için aranan en önemli kriterlerden birisi olacağına inanıyoruz. Gene 2024 – 2025 hedeflerimiz arasında ihracat rakamlarımızı daha yükseltmek ve yeni pazarlarda daha aktif olmak yer alıyor

Yatak ve uyku ürünlerinin, bir otelde müşteri memnuniyeti açısından oldukça önemli olduğu konusunda yapılan birçok araştırma var aslında; Journal of Hospitality and Tourism Management raporunda; iyi bir uykunun misafir memnuniyetleri içerisinde en önemli beklentilerden birisi olduğunu ortaya koyar. Gene 2017 yılında Cornell Hospitality Quarterly online otel yorumları analizinde, yatak konforunun en çok anketlerde yer alan konu başlığı olduğunu ortaya koyar. Ve iyi uyku ile kötü bir uyku arasında misafir memnuniyetinin son derece kuvvetli bir bağı olduğunu belirtir. Hospitality Sales & Marketing Association International (HSMAI) tarafından yayınlanan bir raporda repeat guest olarak tanımlanan sürekli misafirlerin konaklamalarındaki iyi uyku ve dinlenmiş olarak uyanmaları da listenin başında gelmektedir. Bunun gibi sayısız araştırma mevcuttur ve otel misafirleri açısından konaklamaları esnasında iyi uyumuş olmaları misafir memnuniyeti açısından en önemli kriterlerden birisidir. Otel yataklarının ideal olarak 7 senede bir, hadi biraz daha marjlı söylemek gerekirse 10 yılda bir değiştirilmesi gerekmektedir. Zincir oteller 10 yıl süresini baz alır ve bu sürenin sonunda da gerek management gerekse de franchise

olsun, otel yönetimlerine yatak değiştirme zamanı geldiğini bildirirler. Sektörümüzün sorunlarına, sektörün bir paydaşı olarak



cevap vermem gerekirse, Türkiye için en büyük sorun; sürekli artan servis sektörü maliyet girdileri, stabilite ve uzun dönem program yapamama diyebilirim. Bunun direkt yansımalarını da biz turizm sektör ürün tedarikçileri yaşıyoruz. Global anlamda cevap vermek gerekirse de üretici olarak bizim sorununuz, aynı şekilde her geçen sene ülke olarak rekabet şansımızın azalmasıdır. Bu durum karlılığımıza yansıyor. Türkiye artık ucuz üretim yapan ülke olma konumundan çıkmış durumda. Özellikle elimizde kalan son kozumuz Euro zone a ve kısmen Kafkas coğrafyasına lojistik olarak avantajlı olmamız. 2024 yılı hedefi denilince bizim için en önemli konu sürdürülebilirlik diyebilirim. Geçen sene başında başlattığımız sustainable production sürecinde ilk sürdürülebilirlik raporumuzu 2023 senesinde yayınladık. Akabinde 2024 yılı için de çalışmalarımıza devam ediyoruz. Üretimimizde "Sıfır Atık" sertifikamızı aldık, geri dönüşüm hammadde kullanım oranımızı arttırdık. Fabrika binamız üzerine solar paneller koyarak fosil yakıt kullanımımızı minimize ettik. Tema vakfı ile birlikte ağaçlandırma projelerine katıldık. Kullandığımız ağaçların büyük bir kısmı FSC sertifikalı. Yakın bir zaman içerisinde Eco Vadis notumuzu da alacağız ve SBTİ için de çalışmalara başlayacağız. Sürdürülebilir üretim süreci bizim için çok önemli, özellikle de önümüzdeki dönemde yurt dışı otellerle çalışmak için aranan en önemli kriterlerden birisi olacağına inanıyoruz. Gene 2024 – 2025 hedeflerimiz arasında ihracat rakamlarımızı daha yükseltmek ve yeni pazarlarda daha aktif olmak yer alıyor.



**Mehmet Ali Yörük / İstikbal Mobilya A.Ş.
Genel Müdürü**

67 yıllık tecrübesi ile mobilya sektörüne öncülük eden İstikbal markası olarak Kayseri, Adapazarı ve Diyarbakır'da bulunan 4 farklı lokasyondaki üretim tesislerimizde, toplamda 400 bin metrekare alanda üretim gerçekleştirmekteyiz. Üstün teknolojiyi ve el emeğini birleştirerek, insan ve çevre sağlığına uyumlu, oturma grupları, yemek odaları, yatak odaları, çocuk ve genç odaları, yatak, baza ve bahçe mobilyaları üretiyoruz. Marka olarak yaşam alanlarının tamamına, çok geniş bir ürün yelpazesiyle hizmet veriyoruz. Turizm sektörü, markamızın uzun yıllardır çalışmalarını sürdürmekte olduğu, üretim faaliyetlerimizin içerisinde önemli paya sahip önceliği olan bir pazar. Markamızın toplam cirosunu göz önüne aldığımızda turizm sektörünün payı küçük olsa da sektörel açıdan değerlendirdiğimizde aktif faaliyet gösteren ve cirosunun sektördeki tüm ürün gruplarında üretim yapan diğer firmaların yıllık toplam cirolarından fazla olduğunu görebiliyoruz. Sektöre özel uyku dostu ürünlerimizle özellikle, yatak, baza, marine yataklar, fonksiyonel koltuklar, özel projeli sabit ve hareketli mobilya üretimine ek olarak müşterilerimize anahtar teslim projelerle çözüm ortağı olmaktayız. İlave olarak yurt içinde ve yurt dışında faaliyet gösteren zincir otel gruplarının talep ettikleri özelleştirilmiş ürünlerle de üretim ve pazarlama faaliyetlerimizi yürütüyoruz. Uyku ürünleri kategorisinde en çok yenilik getiren ürünlerden biri olarak, yatakların ömrünü uzatan ve konforunun artmasını sağlayan "visco süngerli yıkanabilir yatak pedlerini" belirtebiliriz. Yine yükselişte olan ürünlerden biri de "hibrit şilteler". Hafızalı sünger ve lateks teknolojiyiyle gerçekleştirdiğimiz üretim ile lateks süngerli, yüzde 100 pamuk örgü kumaşlı yatak kılıflarının içerisine kullanıyoruz. Kılıflarının fermuarları sayesinde yıkanabilme özelliğinden dolayı da oteller tarafından son zamanlarda çokça talep edilmekte. Özellikle hava sıcaklığının yoğun olduğu bölgelerde faaliyet gösteren

Turizm sektörü, markamızın uzun yıllardır çalışmalarını sürdürmekte olduğu, üretim faaliyetlerimizin içerisinde önemli paya sahip, önceliği olan bir pazar

otellerimiz için müşteri rahatlığı ve konforu çok önemli. Doğal ve sentetik elyaflara göre yüksek ısı akış kapasitesine sahip ve derin bir uyku ortamında uykuya dalma süresini kısaltmaya yardımcı ve uyku kalitesini maksimum seviyeye taşıyarak rahat bir uyku ortamı oluşturmak için özel olarak üretilen "cooler kumaşlı yataklar"ımız mevcut. Yine oldukça önemli olan güç tutuşur belgesine sahip FR (Flame retardant) malzemeli ürünlerimiz de ürün gruplarımız arasında yer alıyor. Bu özelliklere sahip ürünlerimizde kullanılan hammaddenin üretimini de kendi firmalarımızda gerçekleştiriyoruz. Ayrıca otel yataklarında garanti süreleri geçmiş ürünlerde 2 yıl, yay karkasında ise 10 yıl garantili olacak şekilde otellere sunabileceğimiz alternatiflerimiz mevcut.

Otel sektörü için 25 model yatak, Marin sektörü için 5 model yatak, otel tipi kasa güncellemeleri, fonksiyonel koltuklar, sabit ve hareketli tasarım projeleri için üretimlerimiz devam etmekte. Geniş ürün yelpazemiz, nitelikli iş gücümüz ve kalifiye ekibimizle öz verili bir şekilde çalışmalarımıza durmaksızın devam edeceğiz

Otellerde yatak ve ürünleri seçiminde öncelikle konforun, her alanda olduğu gibi bu alanda da olmazsa olmaz, olduğunu söyleyebiliriz. Bu bağlamda omurga sağlığını korumaya yardımcı ürünler tercih edilmelidir. Ayrıca yatak ölçüsü de en az konforu kadar önemli. Doğru ölçülerdeki yatak, uyku kalitesini doğrudan etkiliyor. Dolayısıyla son dönemde standart ölçülerin dışında üretimler için oldukça yoğun talep aldığımızı belirtebiliriz.

Yatakların yenilenme süreleri otellerin faaliyet gösterdikleri bölgelere göre değişiklik göstermektedir. Yine kapasiteler, doluluk oranları, otel kapasiteleri değişmekle birlikte sahil bölgelerinde faaliyet gösteren 5 yıldız statüsündeki otellerin yatak yenileme süreleri ortalama 4-5 yıl aralığındadır. İç kesimlerde bu sürelerin daha da fazla olduğunu gözlemlemekteyiz. Ülkemizde yatak sektöründe ciddi rekabet söz konusu. Rekabet ortamına kayıt dışı üretim ve satış yapan merdiven altı olarak tabir edilen firmaları da dikkate aldığınızda rekabet artmakta. Otel ve turizm yatırımcılarına tavsiyemiz, ürün kalitesi ve satış sonrası müşteri desteği adına bizler gibi kurumsal firmalardan ürünlerini tedarik etmeleri, ürünlerin muhakkak kalite ve garanti belgelerinin olmasını tavsiye ederiz. Marka olarak sektördeki güncel gelişmeleri ve değişimleri yakından takip ediyor, pazarın gereksinimlerine göre ürün kategorilerimizi sürekli güncelliyoruz. Otel sektörü için 25 model yatak, Marin sektörü için 5 model yatak, otel tipi kasa güncellemeleri, fonksiyonel koltuklar, sabit ve hareketli tasarım projeleri için üretimlerimiz devam etmekte. Ülkemizde yaklaşık olarak 22 bin turizm tesisi 2 milyon yatak kapasitesi mevcut. Rekabetin yoğun olmasından ötürü kalite, konfor ve uyku dostu ürünlerimiz ile rekabetçi piyasada, avantajlı fiyat seçenekleri ve tam zamanlı sevkiyatlarımız ile birlikte liderliğimizi korumaya çalışmaktayız. Ayrıca geniş ürün yelpazemiz, nitelikli iş gücümüz ve kalifiye ekibimizle öz verili bir şekilde çalışmalarımıza durmaksızın devam edeceğiz.





Cüneyt Ocak / Bellona Genel Müdürü

Üretim faaliyetlerine 1996 yılında Kayseri’de başlamış olan Bellona, Türkiye’nin önde gelen ev mobilyası markasıdır. Bugün yıllık 750 bin koltuk ve kanepeler, 475 bin yatak, 475 bin baza, 550 bin sandalye ve 5 milyon metrekare panel mobilya üretimi ile pazarlardaki payını arttırmakta ve vizyon hedefine hızla yaklaşmaktadır. Vizyon bölgesi olan Avrupa, Kuzey Afrika, Orta Doğu ve Rusya bölgesi öncelikli ihracat pazarlarımızı oluştururken, Amerika’da faaliyet gösteren iştirakimiz Bellona USA ile de Amerika pazarının önde gelen markaları arasında olmayı hedeflemekteyiz. Üç ayrı üretim merkezinde toplamda 275 bin metrekare alanda ve 2600’e yakın personeliyle faaliyetlerini sürdüren Bellona, yıllık yaklaşık olarak 30 milyon dolarlık mobilya ihracatı gerçekleştirmektedir. Turizm sektörü hem Türkiye hem de dünya ekonomisinde önemli bir büyüme trendi yakalamış durumda. Turizm yatırımları ve yenilemeler, konaklama sektörünün büyümesinde kritik bir rol oynuyor. Misafirlerin otellerdeki konforu ve memnuniyeti, mobilya ve özellikle



Bellona olarak, tasarım ve mimarlık desteğiyle çözüm ortaklığı yaparak, otellerin ihtiyaçlarına en uygun mobilya ve yatak çözümleri geliştiriyoruz

yatakların kalitesiyle doğrudan ilişkilidir. Bellona olarak, konforlu ve kaliteli yataklar sayesinde otel misafirlerinin memnuniyetine katkı sağlıyoruz. Mobilya açısından da farklı kullanım alışkanlıklarına, farklı fiziksel özelliklere sahip müşteriler için aynı konfor ve fonksiyonelliği sağlayacak robust (sağlam) mobilyaları tavsiye etmekteyiz. Otellerin konseptlerine göre proje bazlı çalışmalar yapıyor ve müşterilerimize özel üretimler sunuyoruz. Ayrıca, tasarım ve mimarlık desteğiyle çözüm ortaklığı yaparak, otellerin ihtiyaçlarına en uygun mobilya ve yatak çözümleri geliştiriyoruz.

2025 yılı sonuna kadar Bellona Yatak B-Sleep mağazalarımızla yerel ve global otel markalarının tedarikçisi olmayı hedefliyoruz. Ayrıca, AR-GE yatırımlarımızı artırarak yatak teknolojilerinde lider konumumuzu güçlendireceğiz. Yeni ürün gruplarımız arasında bebek yatakları da yer alacak ve her yaş grubuna hitap eden çözümler sunmaya devam edeceğiz

Günümüzde yatak ve uyku ürünlerinde teknolojik gelişmeler büyük bir ivme kazandı. Jel katkılı hafızalı süngerler, uyku sırasında vücut ısısını dengelemeye yardımcı oluyor. Aynı şekilde, omurga yapısını destekleyen yay sistemleri ve alerji riskini minimize eden anti-alerjik kumaşlar da sektörde öne çıkan teknolojiler arasında yer alıyor. Farklı sertlikteki yataklar ise misafirlerin kişisel tercihlerine göre seçenekler sunarak otel konforunu artırıyor. Uyku kalitesi, otellerin misafirlerine sunduğu en kritik hizmetlerden biridir. Bellona olarak, yatak teknolojilerinde 25 yılı aşkın deneyimimizle otellere özel yatak çözümleri geliştiriyoruz. TSE standartlarına uygun, yanmaz kumaş ve sünger uygulamaları, Phitelat Free (anti-kanserojen) teknolojisi, su bazlı boya gibi özellikler, otellerin hem güvenlik hem de kalite standartlarını karşılamasına yardımcı oluyor. Üst segment otellerden küçük ve orta ölçekli işletmelere kadar her seviyedeki otelin ihtiyacına özel çözümler sunuyoruz. Otel yataklarının yenileme süresi, hijyen ve konfor standartları açısından oldukça önemlidir. Yenileme kararı, konuk memnuniyetini artırmak amacıyla belirli aralıklarla yapılmalıdır. Renovasyona giren oteller için, sürdürülebilir malzemelerden üretilmiş, uzun ömürlü ve sağlam yatakları tercih etmelerini öneriyoruz. Ayrıca, mimari trendlere uyum sağlayacak modern çözümler sunmak, otellerin misafirlerine benzersiz bir konaklama deneyimi yaşatmasına olanak

tanır. Mobilya sektöründe karşılaştığımız en büyük sorunlardan biri, ham madde fiyatlarındaki artış ve buna bağlı olarak ürün maliyetlerinin yükselmesidir. Özellikle küresel ekonomideki dalgalanmalar, Avrupa’daki



ekonomik belirsizlikler ve Orta Doğu’daki jeopolitik gerilimler ihracat pazarlarımızı da etkiliyor. İç piyasada ise konut satışlarındaki durgunluk ve artan işçilik maliyetleri sektörü zorlamaktadır. Bu sorunlara çözüm olarak, otomasyon sistemlerinin yaygınlaştırılması ve sürdürülebilir üretim yöntemlerinin benimsenmesi, maliyetleri azaltacak ve rekabet gücümüzü artıracaktır. 2024 yılı, Bellona için büyüme ve inovasyon yılı oldu. Kentsel dönüşüm projelerine uygun mobilya çeşitliliğimizi genişletmeye devam ederken, Bellona Yatak B-Sleep markamızla ürünlerimizin bulunurluğunu artırdık. 2025 yılı sonuna kadar Bellona Yatak B-Sleep mağazalarımızla yerel ve global otel markalarının tedarikçisi olmayı hedefliyoruz. Ayrıca, AR-GE yatırımlarımızı artırarak yatak teknolojilerinde lider konumumuzu güçlendireceğiz. Yeni ürün gruplarımız arasında bebek yatakları da yer alacak ve her yaş grubuna hitap eden çözümler sunmaya devam edeceğiz.

Teknolojiye Check-In

Tasarım teknolojisi ve yenilik, Neflock ile Bluetooth teknolojisi yeni nesil yüksek performanslı bir elektronik kilit sağlamak için birleşiyor.

Neflock Bluetooth Serisi Elektronik Kilit Sistemleri, yenilikçi bir erişim kontrol teknolojisine sahiptir ve otelleri benzeri görülmemiş düzeyde güvenlik ve kontrol uygulamalarına olanak tanır.



İnovasyon

Minimalist ve özelleştirilebilir tasarım, aynı zamanda APP üzerinden yönetim.

Sınırsız Denetim

Açılış kayıtlarını, açılış denemelerini, yapılan tüm işlemleri bilgisayarınızdan ya da cep telefonunuzdan kontrol edin.

Bluetooth

Artık RFID karta gerek yok, misafirinize giriş şifresini gönderin ve cep telefonundan oda kapısını açmasını sağlayın.

Online

Açılış kayıtlarından oda kilidinin pil durumuna kadar tüm bilgileri anlık görüntüleyin.

Kontrol

Elektronik Kilidi ve Oda Çelik Kasasını tek bir merkezden kontrol edin.



Ufuk Subaşı / US. Sleeping / Firma Sahibi

US. Sleeping; Nisan 2019’ da temelleri atılan, ana gayesi kendi ürettiği ürünleri, kendi markası ile son tüketiciye ulaştırmak olan, üretici ve satıcı sıfatlarına sahip ulusal bir markadır. Kayseri büyük organize sanayi bölgesinde tüm yatak ve yatak pedi çeşitlerini üretmektedir. Online pazarda, adet ve ciro yönünden pazar lideridir. E ihracat modeli ile başta ABD, Avrupa ve Balkan ülkelerine direk satışlarımız mevcuttur. Günlük üretim kapasitemiz tek vardiya sistemde (8 Saat) yaklaşık 1000 adetlere dayanmaktadır. Turizm pazarı denince akla ilk gelen otel, otel denince de akla ilk gelenlerin başında yatak/uyku ilişkisi gelmektedir. Dolayısıyla oteller ilk pazar hedeflerimiz arasında yer almaktadır. Özellikle ürün çeşitliliğimizle, otelin konseptine uygun olarak fiyat/fayda dengesini göz ardı etmeden, tüm yatak sınıflarında ürünlerimiz ile hizmet vermekteyiz. Otellerin sınıf ve tasarım konseptlerine göre özel çalışmalar yapabiliyoruz.

US. Sleeping olarak, zengin ürün çeşitliliğimizle, otelin konseptine uygun olarak fiyat / fayda dengesini göz ardı etmeden, tüm yatak sınıflarında ürünlerimiz ile hizmet vermekteyiz

Yatakları, yaylı yataklar ve sünger yataklar olarak iki ana başlıkta toplayabiliriz. Yaylı yataklar ise geleneksel yaylı yataklar ve torba yaylı (Pocket Spring) yataklardan oluşmaktadır. Sünger yataklar ise sadece sünger yataklar, visco yataklar ve lateks yataklardan oluşuyor. Son teknoloji denince torba yaylı (pocket spring) yataklar önde gelmektedir. Otellerin yatak seçiminde dikkat etmesi gereken öncelikli unsurlar ise şu şekilde olmalıdır. Yatağın sertlik derecesi ne çok yumuşak ne de çok sert olmalıdır. Toplumun büyük kısmına hitap etmeli, spesifik tercihlerden kaçınılmalıdır. Sertlik derecesinden sonra gelen diğer bir ana başlık yatakta kullanılan dış yüzey kumaşdır; yünlü ve benzeri kumaş türleri tercih edilmemelidir. Yatağın kullanım ömrü bakımından torba yaylı yataklara yönelim daha doğru tercih olacaktır. Yatakların ülkelere göre kullanım sürelerinde de değişiklik olabilmektedir. ABD’ de yatakların ortalama kullanım süreleri 2 yılken, Avrupa’da bu oran 4 yıla kadar çıkmaktadır. Ülkemizde ise 15 yılları bulmakta. Ancak yatak türüne ve kullanılan malzemeye göre ortalama bir yorum yapacak olursak bu evlerde 5- 7 yıl gibi iken, oteller, misafirhaneler, yurtlar vb. yerlerde bu süre 3- 4 yıl kadardır. Global anlamda sektörümüzün önünde bulunan en büyük sorunlar, çeşitli ülkelerin bazı özel vergi uygulamaları ve bundan doğan ek

maliyetleridir. Örnek verecek olursak ABD’ nin ülkemize uyguladığı anti dumping’ ten kaynaklı vergiler, yapılan ihracatı bitirmektedir. Bunu aşabilmek adına hükümetimiz ABD ile mevcut ilişkileri iyileştirerek, ülkemize özel avantajlar geliştirmeli ve biz sanayicilere kolaylıklar sağlanmalıdır. 2024 yılında ülkemizde yaşanan yüksek enflasyon, alım gücünün buna bağlı



olarak düşmesi talep/arz ilişkisine büyük zarar verdi. Tüketiciler mevcut ihtiyaçlarını ötelemek durumunda kaldı. Biz üreticiler bu durumdan olumsuz anlamda etkilenmeye devam ediyoruz.

Armis Yatak olarak önceliğimiz, dünyada sıkla gelişen yatak teknolojilerini ve rahatlık anlayışını ürünlerimize entegre ederek, herkesin bu rahatlığa ulaşabilmesini sağlamak

Armis Yatak olarak, yatak sektörünü hem yurt içi hem de yurt dışında güçlü bir şekilde temsil ediyoruz. Ürün portföyümüzde, yatak, baza ve başlıkların yanı sıra otel yatakları da yer alıyor. Kayseri’deki modern fabrikamızda, yüksek kalite standartlarında ürettiğimiz ürünlerimizi 40’tan fazla ülkeye pazarlayarak, uluslararası alanda geniş bir müşteri kitlesine hitap ediyoruz. Ürünlerimizin büyük çoğunluğunu Balkanlar, Birleşik Arap Emirlikleri ve Orta Avrupa tarafına ihraç ediyoruz. Bu oran yüzde 15’in üzerinde şu anda. Armis Yatak olarak, Elegance, Kanguru ve Katlanır Yatak modelleri başta olmak üzere, çok fonksiyonlu ve içerisinde özel yay teknolojilerini barındıran ürünlerle beraber, genel bir analiz ile otellerin konseptlerine uygun olacak şekilde yatak koleksiyonlarımızı hazırlıyoruz. Doğal malzemeler ve teknolojik entegreler, yatak tasarımında dikkat çeken iki önemli trendi temsil ediyor. Doğal malzemeler, özellikle bambu ve amber gibi maddeler, yatakların konforunu artırmak ve meditasyon

etkisi yaratmak için kullanılıyor. Biz de bu ürünlere koleksiyonumuzda yer veriyoruz. Armis Yatak olarak, doğru yatağı doğru müşteri ile buluşturabilmek adına çalışmaktayız. Oteller için yatak seçerken konfora odaklanmak önemlidir; kaliteli ve destekleyici malzemeler tercih edilmelidir. Hijyen açısından anti-alerjik ve antibakteriyel kılıflar kullanılmalıdır. Teknolojik özellikler, uyku kalitesini artırabilir. Estetik olarak, yatak ve örtüler, otelin dekorasyonuna uyum sağlamalıdır, dayanıklılık ve kolay bakım ise uzun ömürlü kullanım için kritik öneme sahiptir. Misafir geri bildirimleri ve çevre dostu ürünler de dikkate alınmalıdır. Sağlıklı bir uyku için yatakların maksimum beş sene içerisinde değişmesini öneriyoruz ancak bu süreç otel gibi platformlarda daha hızlı yenilemeyi gerektirebiliyor. Otellerdeki her kullanıcının ihtiyacı farklı, pek çok sektörden kişi geliyor. Bu nedenle renovasyon sürecine giren otellerin bu ihtiyaçları doğru analiz edebilmesi çok önemlidir. Yatak sektöründe en önemli sorun, yatağın insan



D. Tolga Batallı / Acme Holding / Yönetim Kurulu Başkanı

sağlığını doğrudan etkileyen bir ürün olduğunu tüketiciye ifade edebilmektir. Bu nedenle yatağın önemi tüketicilere doğru aktarılmalıdır. “Uykunun Adıdır Armis” sloganı ile devam eden yolculuğumuzda Armis Yatak olarak hem yurt içinde hem de yurt dışında yer aldığımız fuarla global çapta hem tasarım olarak hem de rahatlık olarak müşterilerimizle buluşmaya devam ediyoruz. Önceliğimiz, dünyada sıkla gelişen yatak teknolojilerini ve rahatlık anlayışını ürünlerimize entegre ederek, herkesin bu rahatlığa ulaşabilmesini sağlamak.



Türkiye'nin
"En Hızlı Büyüyen"
Otel Yazılımı

Ön Büro - Kanal Yönetimi - Online Rezervasyon - Fiyat Yönetimi - POS - Muhasebe
Satınalma - İnsan Kaynakları - Kalite ve Doküman Yönetimi - Misafir Uygulamaları ve daha fazlası

"Elektraweb: Kapsamlı, Hızlı, Güvenli"



Neslihan Işık / BMS Design Center / CEO-
İç Mimar ve Endüstriyel Tasarımcı

Temelleri 1984 yılında atılan BMS Design Center, Türkiye’de yenilikçi, ergonomik ve çalışan verimliliğini odak alan ofis tasarımları inşa etmek için alanında dünya lideri markalarla çalışır. BMS; temsil ettiği İtalyan Poltrona Frau, Cappellini, Armani / Casa, İsveç Duxiana, 260 yıllık Fransız Baccarat gibi markaların 100 yıllık deneyimleri ile benzersiz mekanlar yaratır. Yaşam alanlarına özel mimari ekibi ile veya proje sahibi mimarlarla birlikte dekorasyon çözümleri üretir. Otel, restoran, ev, ofis, konferans salonları, büyük oditoryumlar, dış mekan mobilyaları ve yat dekorasyonu içeren hareketli mobilyalar, ürün gruplarımız arasında bulunmaktadır. Sektör olarak turizm içerisinde otel, restoran ve yat dekorasyonu konusunda distribütör olduğumuz markalar bazında, proje özelinde uygulama ve dekorasyon konusunda

Sektör olarak turizm içerisinde otel, restoran ve yat dekorasyonu konusunda distribütör olduğumuz markalar bazında, proje özelinde uygulama ve dekorasyon konusunda faaliyet göstermekteyiz

faaliyet göstermekteyiz. Özellikle dış mekan mobilyalarında ve uyku grubu alanında dünyaca ünlü markaların özel tasarımlarını hedef kitleye yönelik tanıtım ve pazarlama konusunda oldukça aktif çalışmamızı sürdürmekteyiz. Uyku alanında uzmanlığıyla bilinen Duxiana markasına ait doğal lateks yatak, başlık, uyku yastıkları, nevresim takımları, kaz tüyü yastık ve yorganları içeren geniş ürün yelpazesıyla otel projelerinde konforlu bir ayrıcalık sağlıyor. Bünyemizde bulunan güçlü tasarım markalarımız lüks turizm vadeden tesislerin dekorasyonlarında kullanılmaktadır. Duxiana yatak modellerinde standart yatakların aksine paket yay sistemi değil son teknoloji kesintisiz yay sistemi kullanılır. Buna ek olarak Duxiana’nın kendi tasarımı olan “Pascal Kaset” sistemi kullanılmaktadır. Pascal kaset sistemi sayesinde yatağınızın sertlik ve yumuşaklığını kendinize göre optimize edebilirsiniz. Duxiana uyku grubu yüksek ısıya, sık yıkamaya dayanıklılığı ve mısır pamuğundan 200 iplik kullanılarak dokunması sayesinde otel gibi sirkülasyonun yoğun olduğu mekanlarda kendini öne çıkarmaktadır. 20 yıl gibi uzun bir süre garanti vadeden Duxiana yataklarında diğer yataklarda

olduğu gibi aşınma ve yıpranmadan kaynaklı değişime gerek duyulmamaktadır. Ortalama 3-5 yıl arasında renovasyona giren oteller, Duxiana yataklarıyla bu süreyi 4 kat arttırabilmektedir. Sektörde tasarım konusunda lider markaları sunan firmaların en büyük sorunlarından biri kopyalanma problemi. Biz BMS Design Center olarak, proje bazlı tekliflendirmelerde yatırımcılara sürdürülebilirlik, dayanıklılık ve avantajlarımızı anlatarak, uzun vadede yatırım maliyetlerinden kazanç sağladıklarını gösteriyoruz. Bizim büyük projelerde tercih edilmemizin en önemli sebebi, uzun ömürlü ürünlerimizle amortisman maliyetlerini düşürmemizdir, diyebilirim. 2024 yılında içerisinde yer almayı hedeflediğimiz birçok projeye ürünlerimizin tercih edilmesini sağladık. 2025 yılında da ülkemiz açısından çok kıymetli projeler gerçekleşecek. Değişen turizm tercihleriyle, turizm yatırımcısının daha lüks ve villa konseptinde tatil yatırımlarına yönelmesi, bünyemizde bulunan markaları projelerinde tercih sebebi yapmıştır. Bu bağlamda BMS Design Center olarak 2025 yılında turizm yatırım projeleri arasında daha çok yer almayı hedefliyoruz.

Turizm için konaklama mekanları olan otel gibi yapıların uyku alanlarında ranza, karyola ve yatak ürünlerimiz ile ihtiyaçları karşılıyor, pazar payımızı artırmak ve daha iyi hizmet verebilmek için üretim hattımıza uyan özel projeler çalışıyoruz

Firmamız üretime, 2004 yılında Kayseri Organize Sanayi Bölgesi’nde kendi yerinde başladı. Metal imalat sektörüne sunduğu milimetrik, kaliteli, standart ve hatasız üretimiyle, rakipleri arasında hızla ön plana çıkan ve aranan bir firma oldu. Ürün grubumuz metal karyola, ranza ve yataktan oluşmaktadır. Metal karyola ve ranzalarımız tamamen demonte ve alyan vida sistemlidir. Bu sayede ürünlerimizi, tek bir yassı kutuya sığdırıyor, dünyanın birçok ülkesine ihracat imkanı buluyoruz. Ürünlerimiz ile hem yurt içine hem de yurt dışına Fransa, Hollanda, Almanya, Amerika gibi dünyanın birçok ülkesine hizmet veriyoruz. Sektöre sunduğumuz ürünler ile turizm pazarında hizmet vermekteyiz. Turizm için konaklama mekanları olan otel, pansiyon gibi yapıların uyku alanlarında ranza, karyola ve yatak ürünlerimiz ile ihtiyaçları karşılıyor. Turizm pazarında payımızı artırmak ve bu noktada müşterilerimize daha iyi hizmet verebilmek için üretim hattımıza uyan özel projeler çalışıyoruz. Yatak ve uyku ürün gruplarında son teknoloji ürünleri ve trendler ile tüketicilerin konfor, sağlık ve uyku kalitesinin artırılması hedefleniyor. Bunların başında daha çok kişiselleştirebilir yataklar ve uyku ürünleri bulunuyor. Bu alandaki bazı teknoloji ve trendler: Akıllı Yataklar: Yataklar da kullanılan özel kumaşlar

ile yazın sıcak havalarda serinlik, kışın yatağın diğer tarafıyla da sıcaklık vermektedir. Uyarlanabilir Yataklar: Kullanıcıların kişisel tercihlerine göre sertlik derecesini değiştirebileceği hem yumuşak hem sert özellikli yataklardır. Özellikle bel ve sırt destekleyen yataklar, basıncı eşit dağıtarak rahattalar ve daha sağlıklı uyku pozisyonları sunar. Memory foam (hafızalı sünger) ve jel tabakaları gibi malzemelerle üretilen yataklar öne çıkıyor. Organik ve Doğal Malzemeler: Özel olarak üretilen doğal ve organik malzemelerden yapılan yataklardır. Bu yataklarda doğallığı ön plana çıkaran yün, at kılı, Hindistan cevizi kabuğu, pamuk gibi malzemeler kullanıyor. Kompakt ve Taşınabilir Yataklar: Dar mekanlara ve ek yatak ihtiyaçlarına pratik çözüm bulan katlanır yataklar özellikle üretilmektedir. Konforlu bir yaşam alanı oluşturabilmek için insanların vaktinin çoğunluğunu geçirdiği yataklar ortopedik olmalıdır. Çoğu kişiye hitap edebilen yataklar genelde orta sert yataklardır. Temizlik hijyen açısından ise yıkanabilir ürünler alev pedli yataklar tercih edilebilir. Otellerde kullanılan ürünlere bakıldığında uyku ürünleri, yastık, nevresim gibi ürünler hızlı değişmektedir. Yataklar değişimi ise bazen birkaç sezon bazen de daha uzun soluklu olmaktadır. Renovasyona giren oteller zaman zaman ekonomik olduğundan dolayı



Süleyman Uvaçın / Argımo / Üretim
Genel Müdürü

yatakların sadece dış kaplamasını değiştirmektedir. Bu ekonomik olsa da hijyen ve konfor açısından sağlıklı olmamaktadır. Tüketiciler çoğunlukla yatak alırken nelere dikkat etmeleri gerektiği ya da ihtiyaçları konusunda yeterli bilgiye sahip değiller. Çünkü kavram yanlışlarının ve bilgi karmaşasının en fazla olduğu mobilya ev konsepti ürünü yatak diyebiliriz. Bunun sebebi kullanılan malzemelerin gözle dışardan görülebilmesi ve kişiden kişiye değişen deneyimler sunmasıdır. Örneğin konforlu bir yatak kimine göre sert yatak iken kimine göre yumuşak bir yatak olabiliyor. Bu bağlamda çeşitli pazarlama stratejileri ve teknolojileri, kavram yanlışlarını artırmaktadır. Nitekim doğru bilgilendirme ve pazarlama süreciyle yanlışlar giderilebilir. Pazar payının çok geniş olduğu fakat rekabetin de aynı oranda fazla olduğu yatak ve uyku grubu sektöründe bu yıl, turizm canlılığı açısından firmamız için güzel bir sezon oldu. 2024 yılının son çeyreğine girdiğimiz bu zamanlarda ürün gamımızı artırarak daha fazla tüketiciye ulaşmayı hedefliyoruz.

İleri Teknoloji İnovatif Sistemler

Ses, Işık ve Görüntü Sistemlerinde Sürdürülebilir ve Yenilikçi Tasarım Çözümleri



BAGATELLE BODRUM



Asimetrik Ses Işık ve Görüntü Sistemleri

info@asimetrik.com.tr • +90 (212) 212 80 75 • www.asimetrik.com.tr





Özkan Yıldırım / Mondi Mobilya Sanayi ve Ticaret A.Ş. / Mondihome Genel Müdürü

1957 yılından günümüze dünya çapındaki başarıları ile öne çıkan Türkiye'nin en güçlü kuruluşlarından Erciyes Anadolu Holding ailesinin ferdi olarak, 1993 yılından itibaren insanların hayatlarına yenilik katmaya başladık. Müşterilerimizin mutluluğu ve yenilik bizim için hep en ön planda oldu. Bu yüzden ki mobilya sektörünün en sevilen ve önde gelen markalarından biri olmayı başardık. Mondihome markası iç pazarda ve ihracatta hızla büyümeye devam ediyor, ürünlerimizi uluslararası standartlarda üretiyor ve 400'e yakın satış noktamızda müşterilerimiz ile buluşturuyoruz. Turizm sektörü için oda mobilyası olarak; yatak, baza, başlık, koltuk/kanepe, gardırop, makyaj masası/aynası, komodin, valizlik vs. ürünleri, dünya standartlarında üretmekteyiz. Uzun yıllara dayanan kurumsal tecrübemizle sektör ihtiyaçları hususunda güçlü tespitlerimiz bulunmakta. Bunun ışığında oda mobilyası dahilinde her tür otelin ihtiyaçlarını karşılayacak ürünlerimiz bulunmaktadır. Talep gelmesi halinde projeye özel olarak tasarımı ve üretim yapacak kabiliyetimiz bulunmaktadır. Anahtar

Uzun yıllara dayanan kurumsal tecrübemizle sektör ihtiyaçları hususunda güçlü tespitlerimiz bulunmakta. Bunun ışığında oda mobilyası dahilinde her tür otelin ihtiyaçlarını karşılayacak ürünlerimiz bulunmaktadır

teslim proje uygulamaları yapabilecek potansiyelimiz vardır. Yatak teknolojilerinde en önemli ve olmazsa olmaz amaç; tüketicilerin kesintisiz, rahat ve konforlu uykuya en ekonomik şekilde ulaşmalarını sağlamak olmalı; tabii bunu sağlarken sürdürülebilir ve de organik, doğa ile dost malzemeler kullanılmalıdır. Bu minvalde sertlik ayarı yapılabilen, vücut ısısına duyarlı, sünger ve yayın birleşimi hybrid uygulamalar ile çevreye duyarlı ürünler oluşturmak günümüzde önem kazanmış durumdadır.

2024 yılı son çeyreği ile birlikte turizm sektörünün yatırım faaliyetlerinin artacağını öngörüyoruz ve bunun sonucu olarak talepleri karşılayacak şekilde hazırlıklarımızı tamamlamış durumdayız

Otel sahipleri ve yöneticileri yatak seçerken kesinlikle sadece fiyat odaklı olmamalı. Zira ortalama bir insan hayatının 1/3 'ünü uykuda geçirdiği genel kabul görmüş bir gerçek olup, yatak seçiminde 1. Sınıf malzeme, 1.sınıf üretim tesisleri, 1.sınıf kaliteden çıkan ürünleri tercih etmeleri, işletmelerinin uzun ömürlü ve sadık müşteriler oluşturmaları için mutlaklardır. Otelde renovasyon süresi için, işletmenin bulunduğu coğrafi şartlara göre değişmekle birlikte 5 ila 10 yıl arasında yatak grubunda yenileme gereksinimi duyulduğu söylenebilir. İnsan sağlığı ile doğrudan alakalı bir grup olan yatak ürün grubunda kolaya kaçıp ürünlerin yüzlerinin değişimine gidilmesi, kısa süreli çözüm sağlanmış gibi görüne de aslında uzun vadede

huzursuz ve mutsuz müşteriler oluşturması nedeniyle tercih edilmemelidir. Ömrü biten yatağın yenisi ile değiştirilmesi en doğru olan hareket biçimidir. Sektörün yaşadığı en büyük problem ise merdiven altı diye tabir edilen kısmen kayıt dışı olarak üretim yapan, özellikle yatak ve tekstil ürün gruplarında reçeteleri dahi olmadan üretim yapan firmaların fiyatlarıdır. Alım yapan işletmelerin, ürün kullanım süreleri ve satış sonrasını da düşünerek kurumsal yapısı güçlü olan firmaları tercih etmeleri bu sorunun çözümünün ilk adımı olacaktır. 2024 yılını geçiş ve dengelenme yılı olarak görmekteyiz, mümkün olanın en maksimum seviyesinde otel ve benzeri işletmelere ulaşmaya çalışmaktayız. Ürünlerimizin çeşitliliğini, kalitemizi, konforumuzu ve nihayetinde markamızı anlatmak gayretindeyiz. 2024 yılı son çeyreği ile birlikte turizm sektörünün yatırım faaliyetlerinin artacağını öngörüyoruz ve bunun sonucu olarak talepleri karşılayacak şekilde hazırlıklarımızı tamamlamış durumdayız.



Yenilikçi gıda tedarik platformu "Ingredy.app" İstanbul'da

Gastronomi dünyasının teknoloji şirketi, Ingredy.app, gıda tedarikinde yeni bir dönem başlatmaya hazırlanıyor. Öncelikli olarak İstanbul'da hizmete alınan bu yeni nesil tedarik platformu, teknolojinin güçlüyle restoranları kaliteli, lezzetli ve hızlı ürün tedarik edebilecekleri üreticilerle buluşturma misyonunu üstleniyor. Böylece sektöre verimlilik ve şeffaflık getirmeyi hedefliyor. Ingredy aynı zamanda bünyesinde bulundurduğu yapay zeka modeli ile restoranlara farklı sipariş ve tedarik çözümleri de sunmaya hazırlanıyor. Türkiye İş Bankası iştiraki Moka Ödeme ve Elektronik Para Kuruluşu'nun yenilikçi ve güvenilir ödeme çözümleri sayesinde müşterilerine ve tedarikçilerine güçlü bir ödeme altyapısı sunuyor. Ingredy.app'in misyonlarından bir tanesi de farklı ürünleri

ve farklı tedarikçileri şeflerle buluşturmak. Bu amaçla, önde gelen gastronomi uzmanlarının, tedarikçilerin ve şeflerin yer aldığı bir YouTube kanalı da bulunuyor. Kanalda, gastronomide trendler, yenilikçi ürünler, sürdürülebilirlik gibi güncel konular ele alınıyor. Ingredy.app, sektör tecrübesine sahip deneyimli isimlerle; teknoloji konusunda genç ve dinamik bir ekibi bir araya getiriyor. Platformun kurucularından Betül Bildik, gıda sektöründe toptan ticaret ve stratejik pazarlama konularındaki uzun yıllara dayanan tecrübesiyle restoranların ihtiyaçlarını en iyi şekilde anlayıp karşılayacak çözümler geliştiriyor. Diğer yandan, yapay zeka ve veri yönetimi konusunda uzman olan Bilge Bildik, ekibiyle birlikte en pratik ve etkin teknolojik altyapıyı sağlamak için çalışmalarını sürdürüyor. Bu



güçlü sinerji, restoran ve şeflerin iş süreçlerini kolaylaştırmak amacıyla tasarlanan Ingredy.app'in temelini oluşturuyor. Sektör deneyimi yüksek profesyoneller ve enerjik, teknoloji odaklı bir ekip ile faaliyet gösteren Ingredy.app, gıda ekosisteminde verimlilik, sürdürülebilirlik, çeşitlilik ve adil ticaret gibi temel değerler üzerine odaklanarak sektöre inovasyon getirmeyi ve toplumsal farkındalığı artırmayı amaçlıyor.

PROJE AYDINLATMA



Hayalin gücü...

- Otel Genel Mekan Aydınlatma •
- Otel Oda Aydınlatma •
- Cafe Aydınlatma •
- Balo Salonu Aydınlatma •
- Restoran Aydınlatma •
- Dış Mekan Aydınlatma •
- Özel Ürün Çalışmaları •
- Ofis Aydınlatma •
- Hastane V.B. •

www.projeaydinlatma.com



Yüzde yüz yerli teknolojiyi profesyonel mutfaklara taşıyan İnoksan ile BigChefs iş birliği

Akıllı ve inovatif ürünleriyle profesyonel mutfaklara çözüm ortağı olan endüstriyel mutfak markası İnoksan ile 100'ü aşkın şubesiyle Türkiye'nin en yaygın restoran-kafe zinciri BigChefs iş birliklerine devam ediyor. Fark yaratan ve doğayı düşünen restoranların, aynı felsefeyle üretilen mutfaklar aracılığıyla mümkün olacağının altını çizen İnoksan, yüzde yüz yerli üretim ve teknoloji gücünü BigChefs mutfaklarına da taşıyor.

44 yıldır Türkiye ve dünyada endüstriyel mutfak sektöründe ilkere imza atan İnoksan, bugün şeflerin ve restoranların kendileriyle gurur duyacakları mutfaklar yaratmalarında en çok tercih edilen çözüm ortaklarından biri. İnoksan, aynı zamanda satış sonrasındaki kuvvetli servis desteği ve anahtar teslim projeleriyle de lezzette en iyi performansı isteyenlerin mutfaklarında yerini alıyor. Fark yaratan ürünlerle tasarlanmış, doğayı düşünen bir mutfağın ancak doğayı düşünerek tasarlanan restoranlara ait olduğuna inanan İnoksan, gıdayı gelecek nesillere bırakabilmek için sürdürülebilirlik prensibini iş modeli haline getiren BigChefs markasıyla da kurulduğu yıllardan bu yana uzun soluklu bir iş birliği içerisinde. "Bu Mutfak Sizin!" söylemiyle ülkemizdeki sektör profesyonellerine seslenen İnoksan, kendi inovatif ve sürdürülebilir yaklaşımıyla yurtdışında elde ettiği bilinirliğini,

Türk şefler ve restoranlarının değerleriyle eşleştirmeye devam ediyor. Üretimini üçte birinden fazlasını ihraç ederek dünyanın sayılı ve seçkin mutfaklarında yerli teknolojiyi en iyi şekilde temsil ediyor, güçlü Ar-Ge çalışmalarıyla ünlü şeflere ilham veren bir yol arkadaşı oluyor. Mutfaklarda verimli, lezzetli ve pratik çözümleriyle fark yaratan ürünler sunan İnoksan, Almanya'daki 1 şubeyi de kapsayan 73 BigChefs şubesinin de çözüm ortağı. Verimliliği ön planda tutan ve operasyonel maliyetleri düşüren akıllı mutfak sistemleriyle İnoksan projelerin tüm süreçlerinde yer alıyor ve A'dan Z'ye mutfak kurulumu yapıyor. BigChefs mutfak şefleriyle birlikte bir araya gelerek proje tasarımından itibaren başlattıkları süreç, projeye uygun ekipmanların belirlenmesi, üretim, montaj ve teknik servis gibi hizmetleri de kapsıyor. Böylece yüksek performans ve güvenilirliği gözetken profesyonel mutfaklarda şeflerin de en iyi yemekleri hazırlamasına olanak sağlıyor. Mutfaklarda teknik detaylarda mükemmeli ve verimlilik için gelişimi arayanlara akıllı ve yenilikçi ürünleriyle hizmet veren İnoksan, yeni açılacak BigChefs Akademi'nin de çözüm ortağı olarak mutfaklarını tasarlıyor. Hem eğitim alanı olarak kullanılacak hem de gastronomi buluşmalarına ev sahipliği yapacak BigChefs Akademi'de İnoksan'ın inovatif, yenilikçi ve teknolojik fırın ailesi İnosmart ile birlikte bulaşık



makineleri, kaynatma tenceresi, döner ocağı ve kuzineler gibi pişirme grubu ürünleri de varlık gösterecek. Akademide yer alan akıllı fırın İnosmart ailesinin pişirme etkinlikleri de yapılacak. Bu etkinlikler sayesinde eğitim alan öğrenciler ve sektörden profesyoneller mutfaktaki İnoksan çözümlerini de yakından tanıma fırsatı bulacak. Deneyimli satış ekibi, satış sonrası destekleri ve anahtar teslim mimari projeleri ve 100'ü aşkın yetkili servisi ile İnoksan, iş ortakları için tedarikçi bir firma olmanın ötesine geçerek gerçek bir çözüm ortağı oluyor. Ulusal ve uluslararası kalite belgeleri, 44 yıllık tecrübesi ve yerli sermayenin getirdiği yabancı muadillerine göre sağladığı fiyat avantajı ile de İnoksan, kaliteli, akıllı ve yenilikçi ürünleriyle mutfağında fark yaratmak isteyen tüm profesyonellerin çözüm ortağı. * Deloitte tarafından hazırlanan Türkiye Yemek Hizmeti Pazar Raporu'nda BigChefs, 2022 itibarıyla yemek sektörünün en büyük payını oluşturan full servis restoran kategorisinde şube sayısında pazar lideri oldu.

İlkiz Özcan



2024 yılının ilk altı ayında ülkemizi ziyaret eden turist sayısı bir önceki yıla kıyasla yaklaşık yüzde 14'lük bir artış gösterdi. Artan turist sayısının otel yönetim sistemlerinin ve diğer hizmetlerin daha da önem kazanmasına neden olduğunu söyleyen Protel CFO'su İlkiz Özcan, yenilikçi teknolojileri sayesinde müşteri deneyimini iyileştirirken, operasyonel verimliliği artırdıklarını ve Türkiye'nin turizm sektöründeki liderliğine katkı sağladıklarını belirtiyor. Türkiye turizm sektörü, 2024 yılının ilk yarısında elde ettiği istatistiklerle küresel turizm arenasında dikkat çekmeye devam ediyor. Cultural Tourism Market 2024-2028 verilerine göre, küresel kültür turizmi pazarının 2023-2028 döneminde 6,67 milyar dolar büyüyerek yüzde 18'lik bir yıllık bileşik büyüme oranı (CAGR) ile hız kazanması beklenirken, Türkiye bu büyümede önemli bir role sahip. Ülkemizin zengin kültürel mirası ve Akdeniz iklimi, 2024 yılının ilk altı ayında

Turist yoğunluğu, otel yönetim sistemlerinde yenilikleri zorunlu kılıyor

Ülkemizi ziyaret eden turist sayısında yüzde 14'lük bir artışa yol açtı. TÜROB tarafından sağlanan verilere göre, toplam ziyaretçi sayısı 26.136.764'e ulaşıırken, ülkemizi ziyaret eden yabancı turist sayısı geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 11'lik artış göstererek 21.644.659 kişiye ulaştı. Bu artış, Turkey Tourism Market Overview'un Türkiye'nin turizm pazarında 2023'ten 2027'ye kadar yüzde 12 tahmini CAGR ile güçlü bir büyüme yaşayacağına dair beklentilerini de pekiştiriyor. Konuyla ilgili görüşlerini belirten Protel CFO'su İlkiz Özcan, şunları dile getiriyor: "Turizmin hızlı büyümesi, otel yönetimi ve misafir memnuniyeti gibi konuları daha fazla ön plana çıkardı. Protel olarak, bu artan talebi karşılamak ve otel işletmelerini desteklemek için modern, yenilikçi ve entegre çözümler sunuyoruz. Protel'in sunduğu sistemler, otel işletmecilerinin daha hızlı ve etkin bir şekilde çalışmalarını sağlayarak, turizm sektöründeki büyümeyi destekleyici bir role sahip. Yenilikçi teknolojilerimiz sayesinde, müşteri deneyimini iyileştirirken, operasyonel verimliliği artırıyor ve Türkiye'nin turizm sektöründeki liderliğini

pekiştiriyoruz." PMS Mobile, otel personeli ve yöneticilerine mobil cihazlar üzerinden sisteme erişim imkanı sunuyor. Bu sayede otel operasyonları daha verimli hale geliyor, misafirlerle ilgili notlar ve mesajlar anında görüntülenebiliyor. Restoran işlemlerinin oda hesaplarına doğrudan eklenmesi misafir memnuniyetini artırıyor ve otelin genel hizmet kalitesini yükseltiyor. OPERA Cloud, modern otel işletmelerinin dinamik ihtiyaçlarına cevap vermek üzere Oracle Hospitality tarafından geliştirilmiş bir bulut tabanlı çözüm. Bu sistem sayesinde işletmeler, otel operasyonlarını herhangi bir yerden yönetebiliyor, müşteri tercihlerini, oda envanterini ve fiyatları kolayca kontrol edebiliyorlar. OPERA On-Prem, otel operasyonlarını yerinde ve etkin bir şekilde yönetmek isteyen işletmeler için ideal çözümler sunuyor. Rezervasyonlardan oda yönetimine, fiyatlandırmadan müşteri ilişkileri yönetimine kadar geniş bir yelpazede hizmet sunan bu program, güvenlik ve veri koruma konusunda da yüksek standartlar sunuyor.

Bonna, 10. yılında ihracat şampiyonu oldu



Türkiye'nin ilk yüzde 100 HoReCa markası Bonna, ihracattaki başarısını her yıl aldığı ödüllerle tescillemeye devam ediyor. Çimento, Cam, Seramik ve Toprak Ürünleri İhracatçıları Birliği (ÇCSİB) tarafından bu yıl altıncısı düzenlenen İhracatın Şampiyonları Ödülleri'nde, Porselen Sofra Mutfak Eşyası kategorisinde "En Fazla İhracat Gerçekleştiren" birinci firma oldu. 2014 yılından bugüne otel, restoran ve catering masalarında şıklık yaratan marka, sadece 10 yıl gibi kısa bir süre içinde ihracatta zirveye ulaştı. Bugün 6 kıtada 100'den fazla ülkede mutfak profesyonellerinin ve yaratıcı şeflerin sunumlarını tamamlayan Bonna, yılda 40 milyon adet ürünü sektöre sunuyor. 1983 yılında küçük bir seramik atölyesinde faaliyete başlayan Kar Porselen çatısı

altında kurulan Bonna, böylece ihracattaki başarılarına bir yenisini daha eklemiş oldu. Bonna Genel Müdürü Erbil Aşkan, "Pazarın güçlü bir ortağı olarak ihracattaki başarımızı aldığımız ödüllerle tescilliyoruz. 2014 yılından bugüne, sadece 10 yıl gibi kısa bir süre içinde dünyanın 100'den fazla ülkesinde sofralarda yer almak ve yaratıcı şeflerin sunumlarını tamamlamak bizim için büyük gurur. Bu başarıyı sürdürülebilir kılmak için çok daha fazla çalışmamız gerektiğinin bilincindeyiz. Hep söylediğimiz gibi mükemmel yeme içme vaadimiz ile sunum sanatında tüm dünyada fark yaratmak ve yaratıcı şeflerin, mutfak profesyonellerinin ihtiyacına uygun çözümler üretmek için çalışmaya devam edeceğiz" diye konuştu. Kar Porselen'in sektördeki 40 yıllık deneyimiyle yılda 40 milyon adet ürünü sektöre sunan Bonna, 6 kıtada toplam 109 ülkeye ihracat gerçekleştiriyor. Ağırlıklı olarak Avrupa, Rusya, Latin Amerika'ya ürün ihracatı yapan firmanın ihracattaki en büyük pazarları ise İspanya, Mısır, İtalya, Rusya, Meksika, İsveç, Fransa ve Almanya olarak sıralanıyor. Sır altı el dekor tekniği, ilk kare form ve dijital dekorlama gibi yenilikleri sektöre kazandıran ve kenar çıtlama garantisi veren ilk firma olan Bonna, bu sayede ürünlerinin kullanım ömrünü uzatıyor ve HoReCa sektöründe tabak zaiyatını yüzde 40'lardan yüzde 5-6'lara kadar düşürüyor. Bonna, 2019 ve 2020 yıllarında da aynı kategoride üçüncülük, 2021 ve 2022 yılında ise ikincilik ödülünü alarak ihracattaki başarısını tescillemişti. Aynı zamanda 2020 yılı "En Yüksek İhraç Birim Fiyatına Sahip Firma" ödülünün de sahibi olan marka, birbirinden özgün tasarımları ile uluslararası prestijli yarışmalardan da ödüllerle dönüyor.

Anda Barut Collection, iklimlendirme sistemlerinde Doğu İklimlendirme'yi tercih etti

Türkiye'nin önde gelen otelleri arasında yer alan Anda Barut Collection modern iklimlendirme ve havalandırma sistemleri için Doğu İklimlendirme San. ve Tic. A.Ş.'yi tercih etti. Bu devasa proje kapsamında gerçekleştirilen iş birliği otelin iç hava kalitesini bir üst seviyeye taşıyarak otelin konuklarına her mevsim mükemmel konfor deneyimi sunmayı hedefliyor. Doğu İklimlendirme, bu prestijli otel projesinde çeşitli ürün gruplarıyla yer alarak fark yaratıyor. Anda Barut Collection Otel projesi kapsamında enerji verimliliği yüksek cihazları, mutfak havalandırması ürün grupları ile hava dağıtım ve kontrol ekipmanları olmak üzere üç farklı grupta yer alıyor. Projede cihaz grubundaki ürünler arasında, ortamın ihtiyacına uygun olarak filtreleme, ısıtma, soğutma, nemlendirme ve daha sessiz çalışabilme özelliğine sahip olarak tamamı Doğu İklimlendirme San. ve Tic. A.Ş. tarafından üretilen Eurovent Sertifikalı DKS Klima Santralleri ilk sırada yer alıyor. Projeye özel olarak otomasyonlu olarak üretilen klima santralleri aynı zamanda düz olan iç yüzeyi ile kolay temizlenebilen, toz birikimi önleyerek müşteri memnuniyetini de bir üst seviyeye çıkartıyor. Bununla birlikte mutlak nem kontrolü ve mekanik soğutma özelliği ile POOL Havuz Nem Alma Santralleri de proje

de yer alan ürünler arasındadır. Anda Barut Collection Otel projesi için özel olarak üretilen soğutmalı POOL Havuz Nem Alma Santralleri, kapalı havuz alanlarındaki dış hava sıcaklığı, mahal sıcaklığı, mahal nemi gibi birçok parametreye göre ortamın nem alma ihtiyacını belirleyerek çalışma modunu en düşük enerji tüketimi ile sağlayacak şekilde belirliyor. Ayrıca temiz hava ihtiyacı olan mahallerde, egzoz edilen havadan elde edilen ısıyı kullanarak taze havayı şartlandıran ve iç ortam hava kalitesini iyileştirirken %50'ye kadar ısı geri kazanımı sağlayan IKG- Isı Geri Kazanım Cihazları da bu prestijli projede yer alıyor. Cihaz gruplarının yanı sıra otelin mutfak bölümünde Eurovent Panel yapısı ile dikkat çeken % 99'a varan koku ve yağ tutma verimi ile KITCHEN Hava Filtrasyon Cihazı, IP65 sınıfı 300 °C'e dayanıklı aydınlatma modülü ile her ölçüde modüler olarak üretilen çift cidarlı HYH Yüksek Performanslı Davlumbaz yerini alıyor. Anda Barut Collection Otel'in hava dağıtım ve kontrol ekipmanları ürün grubunda ise DMD Çift Sıra Kanatlı Menfez, DMK Kare Petek Kasalı Menfez, DMY Tek Sıra Kanatlı Dairesel Kanal Menfezi, DMT Tek Sıra Kanatlı Menfez, OLB Slot Difüzör, OAK Kare Tavan Difüzörü, DML Lineer Menfez, DPC Dairesel Dış Hava Panjuru, OND Drum Difüzör, DMZ Çift



Sıra Kanatlı Dairesel Kanal Menfezi, OAV Gemicici Anemostad, OAC Klipin Anemostad ve VDM Prizmatik Hava Ayar Damperi gibi ürünler bulunmaktadır. Tüm bu ekipmanlar otelin iç mekanlarında temiz hava girişini ve kirliliği dışarıya çıkartarak sağlıyor. Böylece mahalin iklimlendirme sistemindeki etkinliğini artırarak Anda Barut Collection Otel misafirlerine her mevsim mükemmel konfor deneyimi sağlamakta önemli bir rol oynuyor. Doğu İklimlendirme, Didim Anda Barut Otel ile gerçekleştirdiği bu proje ile otelin misafir deneyimini zenginleştirmeyi ve konforu en üst seviyeye taşımayı amaçlıyor. Aynı zamanda proje Doğu İklimlendirme'nin modern teknolojilerle üretmiş olduğu inovatif ve kaliteli ürünleriyle otelin sunduğu hizmetleri güçlendirerek, konukların daha fazla konfor, hijyen ve verimlilik sunma hedefinin en önemli adımlarından biri olarak öne çıkıyor.

Form Endüstri Tesisleri, AIRSTAR ile doğal havalandırmada öncü çözümler sunuyor

Form Endüstri Tesisleri referanslarına Crown Bevcan Kocaeli Kartepe Fabrikası'nı ekledi. Dünyanın önde gelen paketleme ve ambalaj şirketlerinden biri olan Crown Holdings Inc.'in Avrupa içecek bölümüne bağlı bir kuruluş olan Crown Bevcan Türkiye, İzmit'teki fabrikasında enerji verimliliği ve sürdürülebilirlik adına önemli bir adım attı. Fabrika, doğal havalandırma sistemleri konusunda Form Endüstri Tesisleri tarafından satışı ve projelendirmesi yapılan AIRSTAR doğal havalandırma sistemini tercih etti. Tesiste, AIRSTAR sayesinde yılda 450 MWh elektrik tasarrufu sağlandı ve 221.440 ton karbon emisyonunun önüne geçildi. Bu tasarruf süreci ürünün maliyetini 1.5 yıl içinde amortietmesine

olanak tanıdı. AIRSTAR doğal havalandırma ürünleri, özellikle sıcak ve gürültülü ağır sanayi uygulamaları için tasarlanmış yüksek hacimli, enerji gerektirmeyen, yağmur geçirmeyen bir havalandırma sistemi sunuyor. Bina içindeki termal yükün yarattığı basınç ve sıcaklık farklarını kullanarak doğal bir hava akışı sağlar ve gerektiğinde gürültü yalıtımı için ek yönetmeliklerle de uyumludur. Ürün, tüm çatı tasarımlarına kolaylıkla monte edilebilir ve her türlü binaya uyarlanabilir. Aerodinamik olarak verimli havalandırma panjuruları ve yağmur drenaj kanalları sayesinde kötü hava koşullarında bile kesintisiz havalandırma sağlıyor. AIRSTAR'ın bir diğer avantajı ise enerji tasarrufu sağlamak amacıyla havalandırma



panjurularının kilitleme mekanizması vasıtasıyla kapatılabilir olması. İsteğe bağlı eklenen naylon fırçalar, sızdırmazlık etkisini artırırken, rüzgâr saptırıcı levhalar, sistemin performansını en üst seviyeye çıkarıyor. Ürünün sağlam ve basit tasarımı, bakım ihtiyacını minimuma indiriyor. AIRSTAR'ın bu yenilikçi havalandırma çözümü, sadece enerji tasarrufu ve çevresel sürdürülebilirlik sağlamamakla kalmıyor; aynı zamanda fabrikanın operasyonel verimliliğini de artırarak sektörde örnek bir uygulama olarak öne çıkıyor.



Hitit'in 30. yılını kutladığı "Hitit Partner's Event," 19 Eylül günü İstanbul Peninsula Otel'de gerçekleşti ve altı kıtadan havacılık ve seyahat profesyonellerini bir araya getiren küresel bir vizyon toplantısına dönüştü. 30 yıl önce bir kadın girişimi olarak kurulan Hitit, bugün 500'e yakın çalışanıyla Avrupa'nın en büyük ikinci, dünyanın ise en büyük üçüncü havacılık yazılım şirketi olarak dikkat çekiyor. İki kadın girişimcinin hayaliyle başlayan bu yolculuk, Hitit'in altı kıtada kullanılan teknolojilerin arkasındaki güç olma başarısıyla taçlandı. 30 yıllık bu başarı, etkinlikte sadakat ve takım çalışması kavramları etrafında işlendi. 1 Eylül 2024 itibarıyla genel müdürlük görevini devralan Nevra Onursal Karaağaç, etkinlikte yaptığı açılış konuşmasında, Hitit'in sadakat çözümleri ile çıktığı yolculukta bugün dünyanın önde gelen havacılık ve yazılım teknoloji firmalarından biri olmaya kadar uzanan yolculuğunu paylaştı.

Havacılık sektörünün geleceği Hitit'in 30. yıl konferansında konuşuldu

Konuşmasında şunları söyledi: "2012 yılında, sadakat programımız dünyanın en çok kullanılan yazılım çözümü haline geldi. Bu başarı, bize büyümemiz için gereken gücü verdi ve hiçbir teknoloji sağlayıcısının sunmadığı 'tek noktadan hizmet' anlayışıyla havayollarına 360 derece çözümler sunmaya başladık. Bugün, 6 kıtada 75 havayolunun teknoloji partneri olmanın gururunu yaşıyoruz. Bu başarıda sadece yenilikçi teknolojik ürünlerimizin değil, partnerlerimizle kurduğumuz uzun soluklu iş birliğinin ve sadakat bağımızın da büyük bir rolü var. Sadakat çözümüyle çıktığımız bu yolculukta, bugün sadakat ve takım olma kavramlarını özümsemiş bir dünya şirketi olarak sizlerle olmaktan büyük mutluluk duyuyorum." Konferansta, Hitit'in bugüne kadarki başarısının altı çizilirken, havacılık ve seyahat sektöründeki gelecekteki trendler ve Hitit'in bu sektörlere yenilik getirmek için yürüttüğü Ar-Ge çalışmaları üzerinde duruldu. Yapay zeka kullanımına ilişkin, özellikle düzensiz operasyonlar (IROPS) alanında havayolu partnerlerine sağlanan faydalar detaylandırılırken, yakın gelecekte yolcuların seyahat deneyimlerini teknoloji ile daha da

iyileştirecek havacılık perakendeciliği konuları tartışıldı. Havacılığın içinde olduğu bu dönüşüm sürecinde Hitit'in IATA sıralamasında birinci olduğu anlatılan Nevra Onursal Karaağaç, "Şu anda üzerinde çok aktif bir şekilde çalıştığımız, bütün sektörlerde gündem olan yapay zeka. Fakat diğer sektörlerden farklı olarak biz dinamik fiyatlama, gecikmeler, meteorolojik nedenlerle yaşanan düzensizlik gibi konulara ağırlık vermiş durumdayız. Bu konuyla ilgili olarak havayolları ile yakın çalışmalarımız var. Yapay zekayı hava tahminlerinde kullanarak, havayolu şirketlerinin gecikmelerini en aza indirmek üzere çalışıyoruz" şeklinde konuştu. Etkinlikte, ulusal ve uluslararası havayolu şirketlerinin katılımıyla sürdürülebilirlik konusu da derinlemesine ele alındı. Bu kapsamda, IATA'nın 2050 yılı için belirlediği NetZero hedefi ve havayollarının karbon emisyonlarını sıfıra indirme yönündeki stratejileri üzerinde duruldu. Havayolu şirketlerinin 2050 hedefleri doğrultusunda atabilecekleri adımlar ve dünya havacılık endüstrisinde sürdürülebilirlik alanında yapılan son çalışmalar detaylıca konuşuldu.

Bonna'dan zarafeti ve sadeliği buluşturan yepyeni bir koleksiyon: Albus

Premium porselen markası Bonna yeni koleksiyonu Albus ile yeme içme deneyimini bir üst seviyeye taşımaya devam ediyor. Gastronomi dünyasında zarafetin ve sadeliğin muhteşem buluşması olarak öne çıkan Albus, beyazın yumuşak tonlarıyla bezeli, sade ve keskin hatlardan uzak formuyla, yaratıcı şeflerin sunumlarında imza niteliğinde bir dokunuş sağlıyor. 2014 yılından bugüne Türkiye'nin ilk ve tek HoReCa markası olarak faaliyetlerini sürdüren Bonna, yeni koleksiyonu Albus'u sektör profesyonellerinin beğenisine sunuyor. Sektörün önde gelen çözüm ortaklarından biri olarak mükemmel bir yeme-

içme deneyimi sunmaya kendini adan Bonna, Albus Koleksiyonu ile çitayı bir üst noktaya taşıyor. Gastronomi dünyasında zarafetin ve sadeliğin muhteşem buluşması olarak öne çıkan Albus, bembeyaz görünümüyle masalarda eşsiz bir etkileyicilik yaratıyor. Her parçası, yemekleri nazikçe saran ve onlara sınırsız bir estetik özgürlük sunan koleksiyon, benzersiz çizgilerle tasarlanmış. Albus'un beyazın yumuşak tonlarıyla bezeli, sade ve keskin hatlardan uzak formu, şeflere sunumlarında imza niteliğinde bir dokunuş sağlıyor. Geniş ürün seçkisiyle özellikle otel ve restoran şeflerine ilham veren Bonna'nın



yeni koleksiyonu, kenar çıtlamasına karşı dayanıklılığı sayesinde ise uzun bir ürün ömrü garanti ediyor. Albus'un düz ve klasik tabakları zamansız bir zarafet sunarken, elips formundaki oval formları estetik bir akış yaratarak yemek sunumlarına derinlik katıyor. Bonna Albus, tasarımın etkisini başarıyla kullanan şeflerin sunumlarında görseelliği ön plana çıkarmayı bekliyor.

Teknolojik Geliřmelerin Işığında Beslenin.

**Geleceği
Yönlendiren
Çözümlerle
Modern Zamanlarda
Öncü Olun!**

Tasarımdan uygulamaya her adımda
işbirliği, maksimum kontrol, enerji
tasarrufu ve mükemmel iřlevsellik için
lider çözümler!



projeler



Türkiye genelinde, toplam 7.444 yatak kapasitesine sahip 24 yeni termal otel sektördeki yerini almaya hazırlanıyor

Turizm Proje Dergisi olarak yaptığımız Türkiye geneli yeni termal otel yatırımları araştırmasına göre 2024'te 9 yeni termal otel hizmete girdi. 2025 yılı ve sonrasında ise 15 termal otel sektördeki yerini almaya hazırlanıyor. Böylece toplam 24 tesis, 7 bin 444 yatak kapasitesiyle hizmet vermeye başlayacak.

Jeotermal kuşak üzerinde yer alan Türkiye, kaynak zenginliği ve potansiyeli olarak Avrupa'da birinci, dünyada ise yedinci sırada bulunuyor. Ancak termal turizmimizin bugün geldiği nokta yeterli bulunmuyor. Ülkemizde termal kaynakların yalnızca yüzde 10 civarında kullanıldığı, yani sahip olduğumuz termal sularımızın büyük çoğunluğunun boşa aktığı belirtiliyor. Termal sularımızın hem debi ve sıcaklıkları hem de çeşitli fiziksel ve kimyasal özellikleri ile Avrupa'daki termal sulardan daha üstün nitelikler taşımakta olduğu ve Avrupa, Ortadoğu ve Orta Asya ülkeleri içinde önemli bir "Sağlık ve Termal Turizm Destinasyonu" olabilecek konumda olduğu vurgulanıyor. Buna karşın Türkiye, termal turizmde gerek konum olarak gerekse gelir açısından hak ettiği yerde bulunmuyor. Burada rol oynayan en

önemli etken, termal özelliklerimizin dünyaya yeterince tanıtılmaması ve tesislerimizin geleneksel yapıdan kurtulamamasıdır. Bunun için daha çok reklam, satış ve pazarlamanın yapılması, alt yapı hizmetlerinin iyileştirilmesi ve termal tesislerimizin, içinde birçok alternatifi bulunduracak kompleks yapılara dönüştürülmesi gerekiyor. Bu nedenle, yapılacak yatırımların bu bağlamda projelendirilip hayata geçirilmesinin önemli olduğu vurgulanıyor. Termal turizmimiz ağırlıklı yurt içi misafir ağırlamakla birlikte, yurt dışı turist profili olarak, Kuveyt, Bahreyn, Rusya, Amerika, Ukrayna, Hindistan, Pakistan, Umman, Lübnan, Birleşik Arap Emirlikleri, İran, İtalya, Almanya, Kuzey Ülkelerinden konuk alıyor. Turizm Proje Dergisi olarak, Eylül 2024'te son güncellemesini yaptığımız yeni termal otel projeleri araştırmasına göre

Türkiye genelinde 2024 yılında hizmete giren termal konseptli yeni otel sayısı 9 adet olup bu tesislerin toplam yatak sayısı 1.848 olarak gerçekleşti. 2025 yılı ve sonrasında ise toplam

2024'TE AÇILAN YENİ TERMAL OTELLER		
Yıldız	Tesis Sayısı	Yatak Sayısı
5	7	1538
4	2	310
Toplam	9	1.848

2025 ve SONRASINDA AÇILACAK YENİ TERMAL OTELLER		
Yıldız	Tesis Sayısı	Yatak Sayısı
5	11	4622
4	4	974
Toplam	15	5.596

2024'TE AÇILAN YENİ TERMAL OTELLER (İLLERE GÖRE)

Şehir	5 Yıldızlı	4 Yıldızlı	3 Yıldızlı	Butik	Toplam Tesis Sayısı	Yatak Sayısı
Balıkesir	1				1	264
Bolu	1				1	194
Bursa	1	1			2	360
Denizli	1				1	258
İzmir	1	1			2	212
Nevşehir	1				1	200
Sakarya	1				1	360



15 yeni termal otel hizmet vermeye başlayacak. Bu tesislerin toplam yatak kapasitesinin ise 5 bin 596 olması bekleniyor.

2024 yılında açılan toplam yeni termal tesis sayısı 9 adet olurken, toplam yatak sayısı ise 1.848'i buluyor

2024 yılında açılan yeni termal tesis sayısı 9 adet olup bu otellerin toplam yatak sayısı 1.848'i buluyor. Bu tesislerin, 7'si 5 yıldızlı ve 1.538 yatak, 2'si ise 4 yıldızlı ve 310 yatak kapasitesine sahip bulunuyor.

2024 yılında açılan yeni termal otellerin yatak sayısı baz alındığında Bursa ve Sakarya ilk sırayı paylaşıyorlar

Türkiye'de, 2024 yılında açılan yeni termal konseptli otellerin yatak sayıları baz alındığında, Bursa 4 ve 5 yıldızlı birer otel, Sakarya ilimiz ise 5 yıldızlı bir otel ve 360'ar yatak kapasiteleriyle ilk sırayı paylaşıyorlar. Bu illerimizi; 5 yıldızlı bir otel 264 yatak sayısı ile Balıkesir, 5 yıldızlı bir otel 258 yatak sayısı ile Denizli, 4 ve 5 yıldızlı iki otel toplamda 212 yatak sayısı ile İzmir, 5 yıldızlı bir otel 200 yatak sayısı ile Nevşehir ve 5 yıldızlı bir otel 194 yatak sayısı ile Bolu izliyor.



2025 ve SONRASINDA AÇILACAK YENİ TERMAL OTELLER (İLLERE GÖRE)

Şehir	5 Yıldızlı	4 Yıldızlı	3 Yıldızlı	Butik	Toplam Tesis Sayısı	Yatak Sayısı
Afyon	3				3	2150
Balıkesir	1	1			2	304
Bursa	1	1			2	524
Diğer	1	1			2	578
Erzurum	1				1	160
İzmir		1			1	550
Konya	2				2	620
Kütahya	1				1	300
Uşak	1				1	410

Türkiye genelinde 2025 yılı ve sonrasında hizmete girecek yeni termal otellerin sayısı 15, yatak sayıları ise 5 bin 596 olacak

Türkiye'de 2025 yılı ve sonrasında 15 yeni termal otel daha hizmet vermeye başlayacak. Bu tesislerin 11 adeti 5 yıldızlı ve 4 bin 622 yatağa sahip, 4 adeti ise 4 yıldızlı ve 974 yatağa sahip olacak. Toplamda ise yatak sayısı 5 bin 596 adete ulaşacak.

2025 yılı ve sonrasında açılacak yeni termal otel sıralamasında 2 bin 150 yatak ile Afyonkarahisar ilk sıraya yerleşiyor

Türkiye'de 2025 yılı ve sonrasında açılacak olan yeni termal oteller araştırmasına göre, yatak sayıları bakımından Afyonkarahisar 5 yıldızlı üç otel ve 2 bin 150 yatak ile ilk sıraya yerleşiyor. Onu, 5 yıldızlı iki otel toplam 620 yatak sayısı ile Konya ve 4 ve 5 yıldızlı 2 otel toplam 578 yatak sayısı ile Diyarbakır takip ediyor. Bu illerimizi ise 4 yıldızlı bir otel 550 yatak sayısı ile İzmir, 4 ve 5 yıldızlı birer tesis toplam 524 yatak ile Bursa, 5 yıldızlı bir tesis ve 410 yatak sayısı ile Uşak, 4 ve 5 yıldızlı birer otel ile toplam 304 yatak ile Balıkesir, 5 yıldızlı bir tesis ve 300 yatak ile Kütahya ve 5 yıldızlı bir otel 160 yatak ile Erzurum takip ediyor.

James Kim / CTG Hotels & Resorts Küresel Gelişim ve Operasyonlardan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı

Çin'in en büyük otel firması artık Türkiye'de

Çin'in en büyük otelcilik şirketlerinden biri olan CTG Hotels Holdings Corporation Limited, Türkiye'deki ilk büyük adımını attı. Otel geliştirme, franchise ve yönetim konularında önde gelen Türk şirketlerinden olan ve Türkiye'yi yurt dışında başarı ile temsil eden Continent Worldwide Hotels ile gerçekleştirilen stratejik ortaklık sayesinde, CTG Hotels & Resorts, Türkiye'deki varlığını genişletmeye hazırlanıyor. CTG Hotels'in Continent Worldwide Hotels ile olan iş birliği ve Türkiye'deki yatırımları konusunda CTG Hotels & Resorts Küresel Gelişim ve Operasyonlardan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı James Kim ile Turizm Proje Dergisi olarak bir röportaj gerçekleştirdik.

- Sayın James Kim, lütfen CTG Hotels Holdings Corporation Limited'i ve global operasyonlarını tanıtır mısınız? Ayrıca kariyerinizden ve CTG Hotel'deki rolünüzden bahsedebilir misiniz?

China Tourism Group (CTG), Çin'in en büyük turizm devlet şirkettir ve Çin anakarası, Hong Kong, Makao ve çeşitli uluslararası lokasyonlar dahil olmak üzere yaklaşık 30 ülke ve bölgede geniş bir ağı sahiptir. CTG, yedi bağlı şirkete sahiptir: CTG Hotel, CTG Duty Free, CTG Travel, CTG Investment, CTG Finance, CTG Asset ve CTG Cruise. Otel bölümümüz olan CTG Hotels & Resorts, Pekin'de yer almakta olup, Çin, Birleşik Krallık, Güneydoğu Asya, Orta Doğu ve Avrupa'da 200'den fazla oteli sekiz farklı marka altında yönetmektedir. 6,8 milyonun üzerinde üyeye ve 3.000'den fazla grup sözleşmesine sahibiz, ayrıca Şanghay, Pekin ve Shenzhen gibi büyük merkezler de dahil olmak üzere 60'tan fazla şehirde varlık göstermekteyiz. Beş yıl önce CTG Hotels & Resorts'ta Küresel Gelişim ve Operasyonlardan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı olarak katıldım. Daha önce Wyndham Hotels & Resorts'ta Operasyonlardan Sorumlu Başkan Yardımcısı, Melia Hotel Group'ta Asya Pasifik Başkan Yardımcısı ve Jinjiang Hotel Management Company'de Operasyonlardan Sorumlu Başkan Yardımcısı gibi üst düzey pozisyonlarda bulundum. Operasyonlar konusunda geniş bir geçmişe sahibim, ancak aynı zamanda ortak girişim şirketleri kurma ve dünya çapında yeni projeler imzalama konusunda da başarılı oldum. Continent Worldwide ile gerçekleştirdiğimiz stratejik ortaklık, özellikle gurur duyduğum bir girişim ve bunu mümkün olduğu kadar ileriye taşımaya kararlıyım.

-CTG Hotels'in Türkiye'deki Continent Worldwide ile olan ortaklığı hakkında bilgi verebilir misiniz? Bu ortaklığın motivasyonları ve hedefleri nelerdir?

CTG Hotels ve Continent Worldwide arasındaki bu ortaklık, küresel genişleme stratejimiz için çok önemli. Continent Worldwide ile ortaklık yapmaktan büyük mutluluk duyuyoruz ve bu iş birliğinin, özellikle yeni pazarları birlikte keşfederken operasyonlarımızı daha verimli ve üretken hale getirmede kilit rol oynayacağına inanıyoruz.

-Continent Worldwide ile yapılan bu ortaklık, Türkiye'deki otel yatırımlarınızda nasıl bir rol oynayacak? Bu ortaklığın Türkiye turizm sektörüne nasıl katkıda bulunacağını düşünüyorsunuz?

Temel hedeflerimizden biri, Çinli misafirlerin Türkiye'deki Dual Branded ve Metropark markalı otellere olan ilgisini artırmak. 6,8 milyon aktif üyesi bulunan CTG Hotels, bu otellere büyük faydalar sağlayabilecek güçlü bir konumda.

Türkiye, Çinli gezginler için giderek daha popüler bir destinasyon haline geliyor ve biz de CTG Travel ile iş birliği yaparak bu destinasyon otellerini en cazip hale getireceğiz.

- Bu ortaklık kapsamında Türkiye'de açılması planlanan oteller hakkında bilgi verebilir misiniz? Hangi şehirlerde yeni oteller açmayı planlıyorsunuz?

Hedef şehirlerimiz arasında İstanbul, Ankara ve Antalya gibi Çinli gezginler için önemli destinasyonlar yer alıyor. Bu, yüksek potansiyele sahip, tekrar ziyaretlerin ve uzun vadeli büyümenin beklendiği şehirlerdir.

- CTG Hotels olarak Türk pazarına yönelik uzun vadeli stratejileriniz nelerdir? Bu stratejileri Continent Worldwide ile nasıl geliştirmeyi planlıyorsunuz?

Continent Worldwide, Türkiye'de hızla büyüyen bir yönetim şirketi ve birlikte çalışma fırsatını uzun vadede değerlendirmekten heyecan duyuyoruz. Stratejimiz, yalnızca Türkiye'de değil, aynı zamanda Çin, Orta Doğu ve Afrika'da da daha fazla otel geliştirmek ve her iki şirketin de güçlü yönlerinden yararlanmaktır.

- CTG Hotels Holdings Corporation Limited'in Birleşik Krallık ve Tayland'daki yatırımları hakkında bilgi verebilir misiniz? Bu ülkelerdeki projeleriniz ve gelecekteki hedefleriniz nelerdir?

Birleşik Krallık'ta, CTG Hotels altı yıl önce Kew Green Group'u satın aldı. Bu grup, 42 otelin sahibidir ve 11 oteli üçüncü taraf yönetim anlaşması altında yönetmektedir. Fransa, Portekiz ve Fas'ta açılış öncesi projelerimiz var. Tayland'da ise, Kew Green Hotel, 2022'de Siamese Asset ile ortak girişim bir yönetim şirketi kurarak Bangkok'ta dokuz otel yönetmeye başladı. Tayland ve komşu ülkeler olan Vietnam, Kamboçya, Malezya gibi diğer otelleri de keşfetme fırsatlarını aktif olarak araştırıyoruz.

-Continent Worldwide Hotels ile yapılan bu stratejik ortaklığın, MENA (Orta Doğu ve Kuzey Afrika) ve Körfez bölgelerindeki otelcilik sektörünü nasıl etkilemesini bekliyorsunuz?

Bugünün rekabetçi otelcilik ortamında, öne çıkmak için stratejik ortaklıklar kurmak gereklidir. Continent Worldwide ile olan ortaklığımız, uzun vadeli ve karşılıklı yarar sağlayacak hedeflere ulaşmayı amaçlıyor. CTG Hotels olarak bu bölgelerde henüz bir varlığımız olmadığı için, Continent Worldwide ile çalışmak, markamızı Çin pazarına tanıtmak açısından kritik olacak. Bu girişimlerin başarısını sağlamak için satış, pazarlama ve operasyonel kaynaklarımızı paylaşacağız.



- CTG Hotels & Resorts bünyesindeki 270'ten fazla otel ile Continent Worldwide Hotels arasında nasıl bir sinerji oluşturmayı planlıyorsunuz? Bu birleşme misafirler ve otel sahipleri için ne gibi avantajlar sağlayacak?

Bu ortaklık sayesinde, birbirimizin müşteri ağlarına erişim sağlayarak çeşitli pazarlarda marka bilinirliğini artırabiliriz. Kaynaklarımızı paylaşarak üyelerimize daha fazla seçenek sunabilir ve otel sahiplerine iki ayrı yönetim sisteminin avantajlarını sağlayabiliriz. Ayrıca, Türkiye'deki oteller, CTG Hotels ağı aracılığıyla Çin pazarına doğrudan erişim kazanacak.

- Continent Worldwide Hotels markalarını Çin ve Doğu Asya pazarlarında tanıtmayı planladığınızı belirttiniz. Bu pazarlarda büyüme için ne tür stratejiler izlemeyi planlıyorsunuz?

Çin'de Continent Worldwide'in girişini başlatmak amacıyla Dual Brand veya Continent Brand otelleri için aktif olarak fırsatlar arayacağız. Yüksek operasyon standartları sağlayarak ve mülk sahipleriyle yakın iş birliği yaparak bu otellerin başarılı olmasını sağlayacağız.

- Otelcilik sektöründe yenilik ve yeni gelişmelere odaklanarak, bu stratejik ortaklığın sektöre hangi yenilikleri getirmesini bekliyorsunuz? Ortak pazarlama ve dijital stratejiler konusunda planlarınız nelerdir?

Yenilik, rekabetçi kalmanın anahtarıdır. Müşteri memnuniyetini artırmak amacıyla yapay zeka destekli chatbotlar ve mobil uygulamalar gibi ileri düzey otelcilik teknolojilerini tanıtmayı planlıyoruz. Otomasyon, operasyonel verimliliği artırmada önemli bir rol oynayacak, özellikle iş gücü maliyetlerinin yüksek olduğu pazarlarda. Ayrıca, dijital pazarlama, coğrafi olarak dağınık ekiplerimiz ile misafirlerimiz arasındaki boşluğu kapatmak için hayati önem taşıyacak, böylece değişen müşteri davranışlarına karşı hızlı ve esnek olabileceğiz. Yapay zeka, gezginlerin dil engelleri ve kültürel farklılıklar konusunda endişe duymadan yeni yerler keşfetmelerine yardımcı olacak.

“Dedeman Güre–Nurhayat Thermal Resort & Spa” kapılarını açtı



Türkiye'nin en köklü yerli otel zinciri Dedeman Hotels & Resorts International, Kazdağları'nın eşsiz doğal güzellikleri ve termal kaynaklarıyla ünlü beldesi Güre'de, yeni oteli “Dedeman Güre – Nurhayat Thermal Resort & Spa” ile sağlık ve konforu bir araya getiriyor. 21 Eylül 2024 tarihinde düzenlenen törenle kapılarını açan otel, bölgenin turizm potansiyelini daha da ileri taşıyacak önemli bir yatırım olarak öne çıkıyor. Açılış töreni; projenin yatırımcısı, Nurhayat Grup Yönetim Kurulu Başkanı Yaşar Yalçın, Dedeman Hotels & Resorts International Yönetim Kurulu Başkanı Ergun Demiray, Dedeman Holding Yönetim Kurulu Başkan Vekili Banu Dedeman ev sahipliğinde gerçekleşti. Törene, Edremit Belediye Başkanı Mehmet Ertaş, Edremit Belediye Başkan Yardımcısı Cavit Cebeci, Edremit Ticaret Odası Başkanı Ahmet Çetin ve birçok davetli katılım gösterdi. Dedeman Güre – Nurhayat Thermal Resort & Spa, termal turizmi sağlık ve huzur dolu bir tatil anlayışıyla birleştirerek misafirlerine benzersiz bir konaklama deneyimi sunuyor. Kazdağları'nın şifalı kaynakları ve bol oksijenli doğası, oteli bölgenin yeni cazibe merkezlerinden biri haline getiriyor. Dedeman'ın geleneksel misafirperverliği ile modern tasarım anlayışı, konuklarına unutulmaz bir tatil fırsatı sunacak. 4 ayrı kategoride toplamda 132

odasıyla hizmet veren otelde sunulan geniş spa ve wellness hizmetlerinin yanı sıra Termal olanaklar ile sağlıklı yaşamın keyfini çıkaran misafirler, aynı zamanda otelin geniş restoran ve bar seçenekleri ile de farklı gastronomik lezzetlerin tadına varacak. Kurumsal etkinliklere yönelik sunduğu kapsamlı olanaklarla da öne çıkan otel, 4 adet toplantı salonu ve modern teknolojilerle donatılmış iş merkezleri ile bölgenin önemli bir iş ve tatil destinasyonu olmaya aday. Otelin bünyesinde bulunan ana restoran, lobby bar, snack bar ve vitamin bar gibi çeşitli alanları, misafirlere her an keyifli bir ortam ve leziz tatlar sunmayı hedefliyor. Kazdağları'nın şifalı termal sularını misafirleriyle buluşturan Dedeman Güre – Nurhayat Thermal Resort & Spa, aynı zamanda bölgenin deniz turizmine de kapı aralarken, ziyaretçilerinin farklı beklentilerine kusursuz bir biçimde cevap veriyor. Bölgedeki termal kaynaklar ve deniz olanakları, oteli cazip kılan en önemli unsurlardan biri olarak öne çıkıyor. Nurhayat Gayrimenkul tarafından gerçekleştirilen bu yatırım, Güre ve Kazdağları bölgesinin turizm potansiyelini artırmayı hedefliyor. Nurhayat Grup Yönetim Kurulu Başkanı Yaşar Yalçın, törende yaptığı konuşmada, “Dedeman Güre – Nurhayat Thermal Resort & Spa'nın bölgeye ve turizm sektörüne hayırlı olmasını diliyorum. Kazdağlarının eteklerinde modern dokunuşlarla yüksek standarda sahip otelimizi, ülkemizin turizm sektöründeki büyük atılımın sembolü olarak görüyorum. Amacımız, bu doğal değerleri misafirlerimize deneyimleteceğimiz güzel ve ferah bir otel inşa etmektir, çok şükür bu arzumuzu gerçekleştirdik” şeklinde konuştu. Törende konuşan Dedeman Hotels

& Resorts International Yönetim Kurulu Başkanı Ergün Demiray, “Dedeman olarak, sadece bir otel zinciri kurmuyoruz; insanların yaşamlarına dokunan, onlara değer katan bir marka olma yolunda ilerliyoruz. Bu yıl imzalı projelerimizle birlikte 70 olan otel sayımızı önümüzdeki yıl 100'e çıkaracağız. Güre'deki bu tesis, Dedeman kalitesinin zirveye ulaştığı, misafirperverliği ve hizmet anlayışıyla fark yaratan bir yer oldu. Ancak, güzel bir tesis inşa etmek yeterli değil; tesisleri asıl özel kılan içindeki insanların güler yüzü ve hizmet kalitesidir. Biz, çalışanlarımızla birlikte misafirlerimize en iyi hizmeti sunarak yatırımcılarımızı mutlu ediyoruz. Ayrıca, bu bölgenin potansiyelini tam anlamıyla ortaya çıkaracak büyük bir fırsat var; bu bölgeye güzel bir liman yakışır. Özellikle cruise turizmine yönelik Güre'ye kazandırılacak modern bir liman, bölgeye önemli bir katma değer sağlayarak, turizmi bir üst seviyeye taşıyacaktır. Buradaki doğal güzellikleri dünyaya tanıtmak için çok daha fazlasını yapmamız gerektiğine inanıyorum” dedi. Dedeman Holding Yönetim Kurulu Başkan Vekili Banu Dedeman; “Turizm, yatırım ve gönül işi. Büyüme yolculuğumuzda yeni bir otelle anlaşmadan önce muhakkak tesisin bulunduğu yere gidip, görerek detaylı bir biçimde inceliyoruz. Yılda belki 40-50 otel geziyoruz. Genelde yeni otellerde isim olarak, otel hangi il veya ilçede bulunuyor ise lokasyonun ismini Dedeman markasının yanına getirerek kullanıyoruz. Ancak bu kadar güzel bir tesisin Nurhayat ismini tutarak bizim için ayrıcalıklı ve özel olduklarını kendilerine göstermek istedik. Her iki tarafa da hayırlı olmasını diliyorum” şeklinde konuştu.

İlk Yapı İnşaat'tan Arnavutköy'e 219 milyona 4 yıldızlı otel projesi

İstanbul ili, Arnavutköy ilçesi, Taşoluk Mahallesi 4102 ada 11 parsel mevkiindeki İlk Yapı İnşaat Ticaret Anonim Şirketi tarafından yapılması planlanan 88 Oda Kapasiteli Otel (Lamar Hotel) projesi ile ilgili olarak ‘Çevresel Etki Değerlendirmesi Gerekli Değildir’ kararı verildi. İlk Yapı İnş. Tic. A.Ş. tarafından İstanbul ili, Arnavutköy ilçesi, Taşoluk Mahallesi 4102 Ada 11 Parsel adresinde 2.794 m2 tapulu alanda “88 Oda Kapasiteli Otel (Lamar Hotel)” işletmeciliği yapılması planlanıyor. Yapılması planlanan otelin binası 8 katlı bir yapıdan oluşan 4 yıldızlı bir otel olarak inşa edilmesi planlanıyor. Proje Bedeli 219.451.845 TL olarak belirlendi.



İstanbul Arnavutköy'e 162 odalı otel yapılması planlanıyor



İstanbul ili, Arnavutköy ilçesi, Taşoluk Mah. Mustafa Kemal Caddesi (6557 Ada, 7 Parsel) mevkiindeki Samih Altarabichi tarafından yapılması planlanan Turizm Konaklama Tesisi (162 Oda Kapasiteli Otel) projesi ile ilgili olarak ‘Çevresel Etki Değerlendirmesi Gerekli Değildir’ kararı verildi. Samih Altarabichi tarafından İstanbul ili, Arnavutköy ilçesi, Taşoluk Mah., Mustafa Kemal Cad., 6557 Ada, 7 Parsel adresinde “Turizm Konaklama Tesisi (162 Oda Kapasiteli Otel)” projesi yapılması planlanıyor. Tapulu alan, toplamda 3.984,22 m2 olup bu alan üzerinde 14.469,31 m2 toplam inşaat alanına sahip tek blok olmak üzere toplam 162 oda kapasiteli otel yapılması ve kurulması planlanan otel projesi inşaat işlemlerinin 18 ayda tamamlanması planlanıyor. Proje bedeli 347.076.097 TL olarak belirlendi.

Ramada by Wyndham, Dalaman'da açılan yeni oteliyle Türkiye'de büyümeye devam ediyor

95'ten fazla ülkedeki yaklaşık 9 bin 200 oteliyle dünyanın franchise veren en büyük otel şirketi Wyndham Hotels & Resorts, Ramada by Wyndham Dalaman'ın açılışını duyurdu. Ramada by Wyndham Dalaman, Dalaman Havalimanı'na yalnızca 5 kilometre mesafedeki konumuyla seyahat edenlere önemli bir kolaylık sağlıyor. Otelin modern olanakları, şık tasarımı ve görülmeye gereken yerlere yakınlığı hem iş hem de tatil amaçlı seyahat edenlere bölgenin güzelliklerini keşfetme fırsatı sunuyor. Mülkiyeti Dalaman Airport Palace Turizm'e ait olan ve aynı şirket tarafından işletilen Ramada by Wyndham Dalaman, Wyndham'ın Muğla'da ve Türkiye'nin diğer kıyı bölgelerinde yakın zamanda yaptığı bazı önemli açılışların son halkasını oluşturuyor. Otelin Dalaman Havalimanı'na yakınlığı hem yurt içinden hem de yurt dışından gelen ziyaretçiler için kolaylık sağlarken; çağdaş tasarımı, birinci sınıf olanakları ve Wyndham'ın dünya çapında sağladığı güvenilirlik de oteli misafirler açısından daha cazip kılıyor. Türkiye genelinde açık durumdaki yaklaşık 120 oteliyle ülkedeki en büyük uluslararası otel şirketi konumuna sahip olan Wyndham, bu yeni açılışla Türkiye'de büyümeye devam etme kararlılığını da tekrar vurguluyor. Wyndham Hotels & Resorts Türkiye, Orta Doğu ve Afrika Pazar Yönetici Direktörü Panos Loupasis, "Ramada by Wyndham, dünya genelindeki tanınırlığı, olağanüstü hizmet anlayışı ve

misafirlere çok çeşitli destinasyonlarda unutulmaz deneyimler sunmasıyla marka portföyümüzde önemli bir yere sahip olmaya devam ediyor. Dalaman'daki ilk otelimizin açılışını, incelikli düşünülmüş tasarımı ve günümüzün ihtiyaçlarına cevap veren birinci sınıf olanaklarıyla öne çıkan bu tesisimizle gerçekleştirmekten heyecan duyuyoruz. Türkiye'nin kıyı bölgeleri bizim için çok önemli bir pazar ve burada büyümeye devam ederek, bölgedeki otel sahiplerini destekleme ve hem misafirlerimiz hem de ortaklarımız için değer yaratma kararlılığımızı ortaya koymuş oluyoruz" dedi. Dalaman Airport Palace Turizm Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Tan, "Dalaman, harika plajlara kolay erişim imkanı sunması, turistik cazibe merkezleri ve doğa harikalarıyla hem dinlenme hem de keşif açısından çok zengin fırsatlar barındırıyor. Wyndham'ın hacmi ve globaldeki uzmanlığından destek alarak, hızla gelişen bu bölgede dünya standartlarında hizmet sunacağız. Dalaman'daki potansiyeli, Wyndham ile birlikte hem misafirlerimiz için değer yaratacak hem de ilçenin ve ilçedeki turizm hizmetlerinin gelişimini destekleyecek şekilde harekete geçiriyor olmaktan çok mutluyuz" dedi. Yeni inşa edilen 137 odalı Ramada by Wyndham Dalaman, misafirlerini iki restoran, 7/24 oda servisi ve ailelerin her yaşta üyelerinin keyifli zaman geçirebileceği açık havuz alanıyla ağırlıyor. Otelin sunduğu birinci sınıf olanaklar arasında bir wellness



merkezi, spa, fitness merkezi, sauna odaları ve bir buhar odası da bulunan hamam da yer alıyor. Ramada by Wyndham aynı zamanda konferanslarda 200'e kadar, ziyafetlerde ise 100'e kadar misafirin ağırlanabildiği ve kurumsal etkinlikler, doğumlar ve diğer özel kutlamaların düzenlenebildiği geniş etkinlik alanıyla etkinlik sahipleri için de ideal bir seçenek sunuyor. Wyndham, geçtiğimiz aylarda Muğla ilinde Ramada by Wyndham Fethiye Ölüdeniz ve Wyndham Datça Perili Bay otellerinin de açılışlarına imza atmıştı. Bu yeni açılışlar, Wyndham'ın stratejik bir önceliği olarak Türkiye'nin önde gelen destinasyonlarında yüksek kaliteye sahip konaklama hizmetleri sunma hedefinin bir parçasını oluşturuyor. Şirketin 11 markası şu anda Türkiye'de bulunuyor ve bunların arasında haziran ayında açılan Dolce by Wyndham Çeşme Alaçatı ile Türkiye pazarıyla buluşan Dolce by Wyndham markası da yer alıyor. Wyndham, bu yeni açılışlarla üst segmentteki çeşitli konaklama seçeneklerine yönelik talebi karşılıyor ve yüksek talep gören pazarlardaki varlığını büyütme kararlılığını bir kez daha ortaya koyuyor.

ALOSBİ'den otel yatırımı: Stillo Business Hotel & SPA

Sanayicilerin taleplerini dikkate alarak 150 yatak kapasiteli Stillo Business Hotel & SPA'nın açılışını gerçekleştiren ALOSBİ, bu yeni yatırımla iş dünyasına önemli bir hizmet sunacak. Aynı gün, içinde havuz, basketbol & voleybol sahası, halı saha, tenis kortu ve kapalı spor salonunun bulunduğu, Spor Tesisi-Havuz ve Etkinlik Alanı da hizmete açıldı. ALOSBİ Yönetim Kurulu Başkanı Haluk Tezcan, sanayicilerden gelen taleplerin büyük önem taşıdığını belirterek, "Bir hayalle yola çıktık ve bugün bu hayalimizi gerçekleştirmenin mutluluğunu yaşıyoruz. Sizlerin taleplerini en iyi şekilde karşılamak

için büyük bir mücadele veriyoruz. Otelimiz, sanayicilerimize en iyi hizmeti sunmak için özenle tasarlandı. Ancak burayı yaşatacak olan sizlersiniz" dedi. Tezcan ayrıca, otelin restoran hizmetlerine gelen yoğun talepleri karşılamak için Michelin Yıldızlı İsveçli Şef getirdiklerini de ifade etti. Tesiste yer alan SPA ve spor alanlarının kullanımı konusunda da sanayicilere çağında bulunan Tezcan, "Bu tesisler sizin, sizler varsanız bu tesisler yaşar" diyerek katılımcılardan destek istedi. Tezcan, "Bizler, sizler için bugünden projeler geliştiriyor ve gelecekte karşılaştığımız sorunlara



bugünden çözüm bulmaya çalışıyoruz. O gün geldiğinde 'keşke' dememek için Türkiye'de örnek olan değil, Dünya'da örnek olmaya çalışan bir sanayi bölgesi olmayı hedefliyoruz. O yüzden gelecek bizim ve gelecek bizim diyoruz. Bu anlamda da Yeşil OSB projelerimizi kararlılıkla hayata geçirmeye devam ediyoruz" sözlerini bitirdi.

Antalya Manavgat'a 721 milyona yeni otel geliyor



Antalya ili, Manavgat ilçesi, Çenger Mahallesi, 151 Ada, 6 Parsel, 8832.78 m2 mevkiindeki Erollar Taşocağı İnşaat Turizm İşletmecilik ve Tic. Ltd. Şti. tarafından yapılması planlanan

turizm konaklama tesisi projesi ile ilgili olarak 'Çevresel Etki Değerlendirmesi Gerekli Değildir' kararı verildi. Erollar Taşocağı İnş. Tur. İşletmecilik ve Tic. Ltd. Şti. tarafından 210 oda 428 yatak kapasiteli Turizm Konaklama Tesisi yapılması ve işletilmesi planlanıyor. Söz konusu faaliyet alanının mülkiyeti Erollar Taşocağı İnş. Tur. İşletmecilik ve Tic. Ltd. Şti. 'ye ait. Proje alanı Antalya şehir merkezine kuş uçuşu yaklaşık 85 km, Manavgat İlçe

merkezine kuş uçuşu yaklaşık 20 km, Çenger Mahallesi'ne kuş uçuşu yaklaşık 750 m mesafede bulunuyor. Faaliyet alanının kuş uçuşu yaklaşık 15 m batısında Çenger Beach Resort & Spa Otel, yaklaşık 15 m güneyinde Noterler Tatil Sitesi ve yaklaşık 70 m güney batısında Calido Maris Hotel bulunuyor. Turizm konaklama tesisi inşaat çalışmalarının yaklaşık 2 yıl süreceği tahmin ediliyor. Proje Bedeli ise 721.088.000 TL olarak belirlendi.

Polgün

WATERPARKS & ATTRACTIONS

SAVANA RACER SLIDE

- Capacity for 8 People Simultaneously, Suitable for Group Activities.
- Unique Patterns and Color Options.
- Suitable for Indoor and Outdoor Installation.
- Compatible with Natural Light Effect .
- Compatible with LED Light Effect Technologies.
- Flexible Dimensions.
- Night Lighting Option.
- L-RTM Production Method Inside and Out.
- Option to Enhance the Theme with a Lazy River in the Shape of the African Continent.
- Modular Slide Path Design.
- African Theme.



www.polgunwaterparks.com



info@polgun.com



[/PolgunWaterparks](https://www.instagram.com/PolgunWaterparks)

Rixos Tersane İstanbul açıldı

Rixos Grubu'nun amiral gemisi Rixos Tersane İstanbul açıldı. Rixos Otelleri Yönetim Kurulu Başkanı Fettah Tamince uzun yıllardır atıl durumda bulunan 600 yıllık Tersane İstanbul'u, yeniden hayata geçirdiklerini belirterek proje hakkında: "Projenin ilk etabı örnek bir koruma yaklaşımıyla tamamlandı. Yeniden kent hafızasının bir parçası haline gelmeye hazırlanan bu eşsiz bölgede açtığımız Rixos Tersane İstanbul ise şehir otelciliğine yepyeni bir bakış açısı getirecek. Ekonomiye ve istihdama büyük katkı sağlayacak. Rixos Tersane İstanbul, bu köklü kültürel mirasın gelecek nesillere aktarılması açısından da önemli bir rol üstlenecek. Tasarımından mimarisine Rixos Tersane İstanbul'un her detayını titizlikle düşündük. Benim için ticari bir projenin çok ötesinde olan bu yeni heyecanımızın şehrimize ve ülkemize hayırlı olmasını diliyorum" açıklamasında bulundu. 3 kıtada 8 ülkede yatırımları bulunan Rixos Grubu'nun amiral gemisi olan Rixos Tersane İstanbul, 432 odaya sahip. Tarihi, kültür ve sanatı harmanlayan iç dekorasyonu, leziz gastronomik deneyimler vadeden yeme



çime alanları, zihni ve bedeni rahatlatan spor aktiviteleri ve eşsiz Haliç manzarasıyla bütünleşen sonsuzluk havuzu ile Rixos Tersane İstanbul, şehrin tam kalbinde soluk aldırarak ve kişiye özel benzersiz deneyimler yaşatacak. Bölgenin tarihi dokusuyla uyum içindeki mimarisi, şehir merkezine olan yakınlığı ve tarihi yarımada'yı çevreleyen manzarasıyla yerli ve yabancı turistler için bir çekim merkezi olacak. Ayrıca Rixos Tersane İstanbul'a deniz yoluyla da kolaylıkla ulaşım sağlanacak. Rixos Tersane İstanbul'da kültür, sanat ve spor yaşamın tam merkezinde yer alacak. Bizans döneminden bu yana bolluk ve bereketin

simgesi olan Haliç, İstanbul'u Orta Çağ'da Akdeniz'in ve Yakın Doğu'nun en önemli ticaret merkezi haline getiren mükemmel bir doğal liman işlevi görüyordu. Rixos Tersane İstanbul da bulunduğu lokasyondan aldığı ilhamla, kültürel sürdürülebilirlik kapsamında özel bir sanat koleksiyonu oluşturdu. Yerli ve yabancı sanatçıların el emeği çağdaş sanat eserlerinden oluşan koleksiyonun bir kataloğu ve dijital arşivi de olacak. Otel ayrıca geniş ve görkemli etkinlik alanlarına sahip olan Tersane Balo Salonu ile Tersane İstanbul Event Hall'da yerli, yabancı birçok organizasyona ev sahipliği yapacak.

Diriliş Medya İnşaat'tan Bolu'ya 4 yıldızlı yeni otel yatırımı



Bolu ili, Merkez ilçesi, Ömerler Köyü, İkisuarası Mevkii 126 Ada, 18 Nolu Parsel mevkiindeki Diriliş Medya İnş. Taah. Turz. Rek. Enerji Gıda Hayv. San. ve Tic. Ltd. Şti. tarafından yapılması

planlanan Life Line Otel Abant (83 Oda) projesi ile ilgili olarak 'Çevresel Etki Değerlendirmesi Gerekli Değildir' kararı verildi. Diriliş Medya İnş. Taah. Turz. Rek. Enerji Gıda Hayv. San. ve Tic. Ltd. Şti. tarafından; 8.326 metrekarelik tapulu alanda 83 oda kapasiteli Life Line Otel Abant projesinin kurulup işletilmesi planlanıyor. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilen Turizm Yatırımı Belgesi kapsamında kapasite; 83 oda, 184 yatak, 160 kişilik lokanta, 60 kişilik lokanta, 60 kişilik kahvaltı salonu, 100 kişilik pasta salonu, 100

kişilik çok amaçlı salon, açık yüzme havuzu ve satış ünitesinden oluşuyor. Planlanan yatırım 4 yıldızlı otel olup, proje kapsamında 2 adet bina (otel ana binası ve konferans salonları ile satış üniteleri ve restoran binası), 13 adet taş ev, restoran ve açık yüzme havuzlarından oluşuyor. Söz konusu proje alanı Diriliş Medya İnş. Taah. Turz. Rek. Enerji Gıda Hayv. San. ve Tic. Ltd. Şti.'nin tapulu arazisi. Projenin inşaat aşamasının 1 yılda tamamlanması planlanıyor. Proje Bedeli 97.965.000 TL olarak belirlendi.

Mersin Yenişehir'e Pozcu Yapı Turizm'den 86 odalı otel projesi

Mersin ili, Yenişehir ilçesi, Güvenevler Mahallesi, Gazi Mustafa Kemal Bulvarı No:366 (Tapuda Bahçe Mahallesi 11 Ada, 1 Parsel) mevkiindeki Pozcu Yapı Tur. San. ve Tic. Ltd. Şti. tarafından yapılması planlanan turizm konaklama tesisi (86 oda kapasiteli otel ve işyeri/ofis) projesi ile ilgili olarak 'Çevresel Etki Değerlendirmesi Gerekli Değildir' kararı verildi. Mersin İli, Yenişehir İlçesi, Güvenevler Mahallesi, Gazi Mustafa Kemal Bulvarı'nda Pozcu Yapı Tur. San. ve Tic. Ltd. Şti. tarafından 86 odalı otel ve ofis/ işyeri projesi gerçekleştirilmesi planlanıyor. Proje alanının bulunduğu parselde geçmiş yıllarda farklı amaçlar için kullanımlar

söz konusu olduğu, son olarak Yenişehir Belediyesi ile parsel sahipleri arasında yapılan protokol ile Yenişehir Belediyesi Sosyal Etkinlik Alanı olarak kullanılması için tahsis edildiği ve tahsis süresinin sona erdiği belirtiliyor. Proje alanı zemini daha önceki kullanımlar nedeni ile büyük bölümü beton kaplı olup, inşaat çalışmaları kapsamında temel kazı çalışmalarına başlanmadan önce söz konusu beton zemin kaldırılacağı, çıkan hafriyatın belediyenin hafriyat alanına taşınacağı açıklandı. Toplamda 18.176 metrekare inşaat alanında 86 odalı otel projesine ek olarak ofisler/işyerleri de yer alıyor. Proje alanının batısında 10 m mesafede



apartmanlar, kuzeyinde 35 m mesafede Form Mersin AVM, kuzeydoğusunda 35 m mesafede Özel Mersin Yenişehir Hastanesi, doğusunda 45 m mesafede Toplum Destekli Polislik Şube Müdürlüğü ve güney bitişğinde ise Gazi Mustafa Kemal Bulvarı bulunuyor. Otel, zemin altı -1 ve -2. Kat, zemin, zemin üstü 6 kat ve çatı katından oluşuyor. Proje Bedeli ise 339.900.550 TL olarak belirlendi.

Ruijie Reyee e-Lighten Optical Solution

An Easy Hybrid Solution of Optical Network & Ethernet

 Analog-to-IP Phone

 PON & Ethernet Integration

 Triple-Play Service

 All in One Cloud

 Five-Star Network



6000+ Hotels Used / High quality at an affordable price

Follow Us



Ruijie Reyee



Contact Us

sales-TR@ruijienetworks.com



More Info
e-Lighten Hotel

“Elite World Residence İstanbul Yeni Levent” için imzalar atıldı



Türkiye'nin önde gelen otel zincirlerinden Elite World Hotels & Resorts, değişen turizm trendleri paralelinde geliştirdiği yeni markalar ve franchise iş modeliyle büyümeye devam ediyor. Turizmde 50 yıla yakın bir deneyime sahip olan zincir, “Elite World Residence” markası altındaki ilk projesini tanıttı. Sanatçı İbrahim Tatlıses’in sahip olduğu Tatlıses Group’a ait Yeni Levent’teki 1300 metrekare arazi üzerinde Ekol Yapı Grup iştiraki Heperz Yapı ortaklığıyla hayata geçirilen, Elite World Hotels & Resorts’un konaklama sektöründeki deneyimini aktaracağı “Elite World Residence İstanbul Yeni Levent” basın toplantısıyla lanse edildi. Basın mensuplarının yoğun katılım gösterdiği toplantıda projeye ait detaylar sanatçı İbrahim Tatlıses, Elite World Hotels & Resorts Yönetim Kurulu Üyesi Emel Elik Bezaroğlu, CEO’su Orkun Petekçi, İş Geliştirme Başkan Yardımcısı Mahmut Sürmen, Ekol Yapı Grubu Yönetim Kurulu Başkanı Kenan Kiper Özerli ve Ekol Yapı Satış ve Pazarlamadan Sorumlu İcra Kurulu Üyesi Ebru Tıvrak tarafından aktarıldı. Neoklasik dış mimarisi örnek alınarak yapılan Elite World Residence İstanbul Yeni Levent, büyüklükleri 73-175 metrekare arasında değişen 51 adet 1+1, 6 adet 2+1 ve 19 adet 3+1 ve 4+1 dubleks daire olmak üzere toplam 76 bağımsız bölüm ve 6 ticari üniteden oluşuyor. Elite World Hotels & Resorts’un franchise iş modeliyle büyüme hedefleri çerçevesinde isim hakkını verdiği Elite World Residence İstanbul Yeni Levent’teki rezidanslar mobilyalı, modern tasarımlı ve son teknolojik altyapıya sahip. Bölge ortalamasının yaklaşık yüzde 35 oranı üstünde yüksek kira getirisi ile yatırımcılarına kazandırmayı hedefleyen projedeki rezidanslar, 7 milyon TL’den başlayan fiyatlarla satışa sunulacak. Rezidanslar, satış işleminin ardından Elite World Hotels & Resorts’un pazarlama ağından yararlanarak uzun dönem kiralama ile yatırımcılarına kazandırmaya başlayacak. Projede yer

alacak residence’ların satışında uygun ödeme koşulları sunulacak. Projenin giriş bölümünde yer alan 3000 m2 büyüklüğündeki ticari alanda, Dünya Ozon Federasyonu Başkanı Uzm. Dr. Lale Yeprem’in sahibi olduğu sağlık turizmi konseptinde bir işletme de yer alacak. Uluslararası sağlık ve wellness yaşam merkezi olarak konumlanacak işletmede, detokstan medikal estetiğe, kişisel bakımdan ozon, omurga ve ağır tedavilerine kadar özel sağlık hizmetleri de bulunacak. Yapımına başlanan proje, 2025’in son çeyreğinde tamamlanarak Ekol Yapı olarak turizm sektöründeki deneyimimizi Ekol Yapı Grubu iştiraki Heperz Yapı’nın gayrimenkul geliştirmedeki uzmanlığıyla birleştirerek yatırımcılarımıza ve misafirlerimize en iyi deneyimi sunacağız.” dedi. Elite World Hotels & Resorts CEO’su Orkun Petekçi ise “Dinamik bir yönetim anlayışıyla turizmde değişen ihtiyaçlar yönünde stratejilerimizi belirliyoruz. Rezidans alanındaki talebi dikkate alarak oluşturduğumuz “Elite World Residence” markamızla, misafirlerimize otellerimizdeki hizmet kalitesini ev konforunda sunarak yeni bir deneyim alanı yaratıyoruz. Bunun yanı sıra, projeye yatırım yapacak olan residence sahiplerine ise Elite World’ün marka değeri ve geniş pazarlama ağının gücünden yararlanarak yüksek kira getirisi elde etme imkanı sağlıyoruz. Bu proje, zincirimizin 2030 yılına kadar 50 otele ulaşma hedefleri yönünde önemli bir noktayı temsil ediyor” diye konuştu. Ekol Yapı Grubu Satış ve Pazarlamadan Sorumlu İcra Kurulu Üyesi Ebru Tıvrak ise projeye ilgili görüşlerini şu sözlerle aktardı: “İstanbul’un merkezi noktalarına yakın konumda bulunan Yeni Levent’te yer alan projemizle, gayrimenkul ve turizm sektörlerine yeni bir hareket getirmeyi planlıyoruz. Geleneksel kiralamaya göre yüzde civarında daha yüksek bir gelir getiren iş modeliyle yola çıkıyoruz. Tamamı mobilyalı ve son teknolojilerle donatılan rezidanslarımız satış işleminin tamamlanmasının ardından Elite World Hotels & Resorts markası altında, zincirin sahip olduğu konaklama deneyiminin gücü ve geniş pazarlama ağıyla kiralanmaya hazır olacak. Yatırımcıları, modern inşaat kalitemiz, işletme standartlarımız ve kiracı arama sorunu olmadan yüksek kira geliri taahhüt eden iş modelimizle projemize yatırım yapmaya davet ediyorum.” şeklinde konuştu.

Mersin Silifke’ye 5 yıldızlı yeni otel geliyor

Mersin ili, Silifke ilçesi, Kocapınar Mahallesi, 185 ada 8 parsel ve 109 ada 1 Parsel (Proje Alanı: 80.195,42 m2) mevkiindeki Akçakıl Turizm Yatırım ve İşletme A.Ş. tarafından yapılması planlanan 125 Oda 250 Yatak Kapasiteli 5 Yıldızlı Otel projesi ile ilgili olarak ‘Çevresel Etki Değerlendirmesi Gerekli Değildir’ kararı verildi. Akçakıl Turizm Yatırım ve İşletme A.Ş. tarafından Mersin, Silifke’ye 80.195 metrekarelik alanda “125 Oda 250 Yatak Kapasiteli 5 Yıldızlı Otel” projesi yapılması planlanıyor. Söz konusu proje ile yapılması planlanan 5 yıldızlı otel,

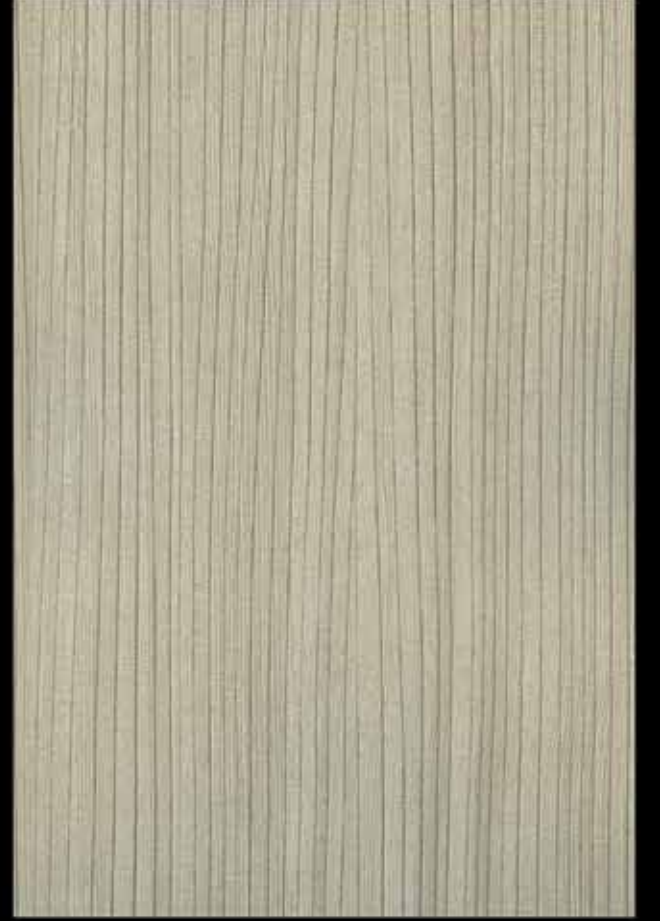
zemin altı 1 ve 2 kat (- 1.Kat ve - 2. Kat), zemin kat zemin üstü 3 kattan (1. Kat, 2. Kat ve 3. Kat) oluşuyor. Tesiste 5 Yıldızlı otelin; 2 yataklı 100 adet standart oda, 2 yataklı 24 adet süit oda ve tek kişi engelli olmak üzere 2 yataklı 1 adet engelli odası bulunacak ve toplamda 125 oda ve 250 yatak kapasitesinde hizmet vermesi planlanıyor. Projenin tamamlanma süresi ortalama 24 ay veriliyor. Proje alanının yaklaşık 94,70 km kuzeydoğusunda Mersin il merkezi, yaklaşık 11,25 km kuzeydoğusunda Silifke ilçe merkezi bulunuyor. Bahse konu parsel



alanları, Kültür ve Turizm Bakanlığınca belirlenen Mersin Taşucu Boğsak Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesinde yer alıyor. Faaliyet alanına ait mülkiyet durumu çözülmeden, ruhsat ve kesin izin alınmadan inşaat çalışmalarına başlanmayacağı ayrıca raporda belirtiliyor. Projenin Bedeli ise 384.361.119 TL olarak belirtildi.

Her dönemin kendine özgü bir karakteri vardır.
Gelip geçici heveslerin arasından sıyrılır,
hayatımızı zenginleştirirler.
Varlıklarıyla ölümsüzleşirler.

LAMICOLOR®
HIGH PRESSURE LAMINATES



Lamicolor 782
Sequoia

Lamicolor yüksek basınçlı dekoratif yüzey laminatları, otel oda mobilyalarında, televizyon ünitelerinde, valizliklerde, dolap kapaklarında, iç cephe duvar kaplamalarında, asansör kabinlerinde, yemekle temaslı masa ve tezgah yüzeylerinde, otel ve turizm yatırımlarında tavan ve kolon kaplamalarında, otel baffle asma tavanlarında, kapı kanat ve pervazlarında, resepsiyon ve bar bankolarında, gemi ve yat mobilyalarında, otel genel mahalleri ıslak hacim wc ve duş bölmelerinde, sabit ve hareketli mobilyalarda, hijyenik, antistatik ve darbeden etkilenmeyen yüzey yapısı ile her alanda kullanılır.

BERK®
yüzeyci tasarım teknolojileri

Swandor Grup'tan Karadeniz Bölgesi'ne yeni turizm yatırımı



Swandor Grup Karadeniz'de önemli bir turizm yatırımına hazırlanıyor. Antalya'da iki adet oteli bünyesinde barındıran ve ayrıca dünyanın çeşitli yerlerinde otel işletmeciliği bulunan Swandor Grup, Karadeniz bölgesine hareket getirecek yeni bir proje üzerinde çalışıyor. Karadeniz'in son yıllarda kaydettiği gelişime katkıda bulunmak isteyen Swandor A.Ş. Grubu Başkan Vekili Ayhan Gedikli, Karadeniz bölgesine sadece Orta Doğu'dan değil, dünyanın çeşitli yerlerinden turist getirecek

projeyi hayata geçirmek için adımlar attıklarını açıkladı. Bölgeye 5 yıldızlı bir otel kazandırmak için çalışmalarını hızlandıran şirket, markanın kendi bünyelerinden çıkacağını ya da uluslararası bilinirliği olan bir markayı getireceklerini bildirdi. Söz konusu proje kapsamında Hıdır Nebi Yaylası'nda 100 dönümlük bir araziye Turizm Bakanlığı'ndan 49 yıllığına tahsis eden Swandor Grup, bu araziye çevre düzenine uyumlu, teknolojinin son gelişmelerini takip eden bir turizm alanına dönüştüreceklerini

bildirdi. Konu hakkında açıklamalarda bulunan Ayhan Gedikli şu ifadeleri kullandı: Buraya özgü çeşitli üniteler kurarak sadece bir otel değil, seminerler, yaz ve kış turizmi, futbol takımları için idman alanları gibi Karadeniz'e özgü aktiviteler sunacağız. Gastronomi ve inanç turizmi gibi özel deneyimleri de misafirlerimize sunmayı planlıyoruz. Projelerimizde, Karadenizli gençlerden ve üniversiteli öğrencilerden ilham alarak onları projelerimize dahil edeceğiz. Bu projeye yaklaşık 400 yataklı, 5 yıldızlı bir otel yaparak 200-250 kişiye istihdam sağlayacağız. Sezona göre buraya dünyanın her yerinden turist getireceğiz. Mevcut ofislerimizin yanı sıra dünya genelinde anlaşmalı olduğumuz birçok turizm şirketi ile de turist sayısını artıracacağız. Türk bayrak taşıyıcı havayolları başta olmak üzere birçok havayolu şirketi ile de iş birliklerimiz var.

Etruscan Butik Bağ Otel, Çanakkale Eceabat'ta misafirlerini ağırlamaya başladı

Çanakkale İli Eceabat İlçesi'nde Buzhane-Balıkhanne olarak inşa edilmiş bir bina restore edilerek; 2018 de toplam 151.000 litre kapasiteli şarap ve üzüm işleme tesisi kuruldu ve 2020 yılından bu yana ise tesisin 2/3 ü butik bağ oteli olarak tasarlanarak Temmuz 2024'te hizmete açıldı. Lunar Turizm ve Otelcilik A.Ş.'nin bir yatırımı olan Etruscan Otel 20 odalı bir butik otel olarak konuklarına 'alternatif bir yaşam merkezi' (AYM) olarak tasarlandı. Bundan kasıt: kırsal ve tarihi bir alanda büyük kentlerin yapılaşmasından uzak bir dinlenme ve kendini yenileme, değişik yaşam ve deneyim olanaklarını kullanma, doğa içinde toprakla uğraşma, bedensel ve ruhsal arınma, bilinçli farkındalık yaşantıları (yemek, tadım, nefes, müzik, ritim, bedeni kullanma...) tarzında değişik deneyimleri konuklarına sunma amacı taşıyor. Otel, ETRÜSK mimari tarzını yansıtmakla birlikte

minimalistlik ZEN ilkeleri ve yerel olarak MAYDOS kültürünü aktaran bir genel mimari yaklaşım ile tasarlandı. Bu amaçla 20 konaklama odası (17 standard odası yaklaşık 18-27 m2 ve 3 Junior Suit yaklaşık 29 m2) bunların içinde 1 tam standartlarda Engelli Odası ve biri buna bağlı olarak 3 standart oda birbiriyle bağlantılı 3 birleşebilir oda (connecting room) tasarlanarak inşa edildi. En çok 40 kişi konaklamalı otelde çeşitli spor ve sağlık etkinlikleri sunuluyor. Çok amaçlı geniş salonu ile kültürel ve teknik uygulamalı toplantı ve eğitim etkinlikleri düzenleniyor. Otelde kurulan atölyelerde yemek, bilimsel şarap yapımı, arkeolojik kazı, seramik, heykel, mozaik, vitray, ağaç oyma, resim ve çiçek düzenleme gibi etkinlikler de düzenleniyor. Kurucusunun akademik kişiliği ile yılda en az iki kez özel temalı TEDTalks düzenlenmesi planlanıyor. Aylık



sinema ve sanat (psikeSinema ve psikeART) konferansları düzenlenerek otel konuklarına dijital bir kütüphane ve film izleme olanağı sunulacak. Ayrıca merada hobi bahçelerinde organik ve iyi tarım ilkeleri ile uygulamalı eğitimler verilerek otel konuklarına bölgedeki MAYDOS kazısında yıl boyu günlük arkeolojik çalışmalara katılma olanağı sunulacak. Yanı sıra birçok tarihi ve kültürel olanağı doğrudan doğanın içinde deneyimleme olanağı veriyor. Bağların nasıl insan kültürü için bağlayıcı olduğunu, doğanın sunduklarını nasıl topraktan tabağa eriştirildiğini ilk elden yaşama deneyimi sağlıyor.



Kars ili, Merkez ilçesi Yenişehir Mahallesi, Karacaören Yolu Mevkii (1136 Ada, 6 Parsel) mevkiindeki Barış Bakırhan tarafından yapılması planlanan turizm konaklama tesisi (68 oda kapasiteli) projesi ile ilgili olarak 'Çevresel Etki Değerlendirmesi Gerekli Değildir' kararı verildi. Barış

Kars'a 4 yıldızlı 68 odalı yeni otel geliyor

Bakırhan tarafından Kars ili, Merkez ilçesi, Yenişehir Mahallesi, Karacaören Yolu Mevkii'nde bulunan 1136 ada 6 parsel üzerindeki 1180,23 metrekarelik alanda, toplam 7 katlı, tek bir yapı (blok) olarak "68 Oda Kapasiteli" otel işletmesinin yapılması planlanıyor. Söz konusu bu yapıda, 7 katlı otel işletmesinin yanı sıra zemin katta, 87,5 m2 ve 152 m2 büyüklüğünde, toplam 239,5 m2 alana sahip 2 adet de iş yeri bulunması, otel ile söz konusu bu 2 iş yerinin giriş yerleri birbirinden bağımsız olması planlanıyor.

Bahse konu proje kapsamında, yapılacak otelin; 1 bodrum katı, zemin (giriş) katı, 4 kat ve piyes katı ile birlikte toplamda 7 katlı olması, 68 odanın her birinin 2 kişilik olması ve otelin misafir kapasitesinin 136 kişi olması planlandı. Tesis, Turizm Yatırım Belgesi'nde 4 yıldızlı olarak sınıflandırıldı. Proje alanı Kars Şehir Otogarına 8 km, Kars Havaalanına 3,5 km ve Kars Garına 4,5 km mesafede bulunuyor. Proje Bedeli ise 82.884.400 TL olarak belirtildi.

IHG Hotels & Resorts, Türkiye’deki ilk Garner Otel sözleşmesini imzaladı



IHG’nin yeni orta segment dönüşüm markası, Güney Avrupa’da büyümeye devam ediyor. Dünyanın önde gelen otel firmalarından olan IHG Hotels & Resorts (IHG), FRT Turizm ile Ahmet Bilgin önderliğinde faaliyet gösteren AB Consulting desteği ile Türkiye’deki ilk Garner Otel için franchise anlaşmasını imzaladığını duyurdu. 2025 yılında açılması beklenen ve 126 oda kapasiteli otel, dört farklı binadan oluşacak. İmzalar, IHG’nin Türk Yatırımcı Günü’nde Garner Markasını tanıtmaktan sadece bir ay sonra atıldı. IHG’nin orta segment dönüşüm alanındaki yeni markası olan Garner, şirketin hem mainstream segmentindeki lider konumunu hem de dönüşüm markalarını piyasaya sürme ve büyütmadaki başarısını temel alıyor. Lansmandan bu yana 79 yeni proje imzası ve dört otel açılışıyla dünyadaki otel yatırımcıları arasında popülerliği artan marka, anahtar başına son derece rekabetçi dönüşüm maliyeti, esnek tasarım standartları ve misafirlerine hizmet vermeye hızla geçerek açılış öncesi maliyetleri azaltma yeteneği sayesinde yatırımcıların daha güçlü yatırım getirisi elde etmelerini sağlıyor. Her Garner oteli, otelin yaşam döngüsü boyunca IHG’nin kurumsal hizmetlerine hızlı erişimden de yararlanıyor. Buna dijital yetkinlikler, küresel satış organizasyonu, ödüllü dağıtım sistemleri ve mevcut durumda 130 milyonun üzerinde üyeye sahip olan sadakat programı IHG One Rewards da dahil. Misafirlerine rahat ve farklı bir

konaklama deneyimi sunmaya odaklanan markanın sağladığı bu deneyim, avantajlı konaklama fiyatlarıyla sunuluyor. Garner İstanbul Arnavutköy Otel, her yıl 64,3 milyon yolcu ağırlayarak dünyanın yedinci en yoğun havalimanı olma özelliği taşıyan yeni İstanbul Havalimanı’na yakınlığı ve markanın vaat ettiği “yolunuza devam etmenizi sağlayan rahat konaklama” sayesinde, aktarma yapan misafirler için de ideal bir konumda yer alıyor. Tesisin sahibi olan Fırat Çelebi ve Vedat Çelebi, yalnızca potansiyel yatırımcı değil, aynı zamanda Arnavutköy İlçesinde yer alan Holiday Inn Express otelin de mülk sahibi. Fırat Çelebi ve Vedat Çelebi şu anda bölge için önemli büyüme fırsatları sunan Kanal İstanbul projesinin yakınında yeni bir otel projesi planlıyor. IHG Hotels & Resorts Avrupa Bölgesi Geliştirmeden Sorumlu Başkan Yardımcısı Willemijn Geels yaptığı açıklamada; “Markamızı Türk yatırımcılara tanıttıktan sadece bir ay sonra ilk Garner Otelimiz için imzaların atılması, yatırımcılarımızın IHG markalarına olan güvenini göstermek açısından çok önemli. Bu büyük başarı, FRT Turizm ile kurduğumuz güven ilişkisi ve Ahmet Bilgin ile firması AB Consulting’in desteği olmadan mümkün olmazdı. Yeni projemiz, İstanbul’un Arnavutköy ilçesinde yer alacak olan Holiday Inn Express İstanbul Airport ile birlikte 2025 yılında açılışını gerçekleştireceğimiz ikinci tesis olacak. Türk ve diğer otel yatırımcılarının, IHG’nin güçlü kurumsal yapısı ile de desteklenen Garner Markasının sunduğu esneklik ve güçlü yatırım getirisini fark etmesiyle, Garner Markamızın büyümeye devam edeceğine inanıyorum” dedi. FTR Turizm Yönetim Kurul Üyeleri Fırat Çelebi ve Vedat Çelebi ise konu ile ilgili yaptığı açıklamada; “IHG Yatırımcı Günü’nde Garner markasını duyduğumuzda, Arnavutköy’deki konumumuzla kusursuz şekilde uyum sağlayacağını biliyorduk. Gelecek yıl kapılarımızı açtığımızda tüm seyahat eden kişileri Türkiye’deki ilk Garner’da ağırlamayı sabırsızlıkla bekliyoruz. Otelimizin, havaalanına gitmeden önce hızlı ve kolay konaklama arayan transit misafirler için de ilk tercih olacağına inanıyoruz” dedi. Türkiye, Six Senses, InterContinental, Crowne Plaza ve Holiday Inn marka ailesi başta olmak üzere beş markasıyla 31 otelin işletmesini üstlenen IHG için önemli bir pazar olmaya devam ediyor. Grup aynı zamanda 12 tesisten oluşan güçlü geliştirme aşamasında otel ağına sahip.

Misyapı Özkanlar İnşaat’tan Konya’ya 90 milyona yeni otel projesi

Konya ili, Selçuklu ilçesi, Dikilitaş Mahallesi 43838 Ada 1 Parsel mevkiindeki Misyapı Özkanlar İnşaat Anonim Şirketi tarafından yapılması planlanan 70 oda (154 yatak) kapasiteli turizm konaklama tesisi projesi ile ilgili olarak ‘Çevresel Etki Değerlendirmesi Gerekli Değildir’ kararı verildi. Misyapı Özkanlar İnşaat Anonim Şirketi tarafından, Konya ili, Selçuklu ilçesi, Dikilitaş Mahallesi, 43838 Ada ve 1 Nolu Parsel sınırlarında, toplam 3.132,75 metrekairelik alan içerisinde “70 Oda (154

Yatak) Kapasiteli Turizm Konaklama Tesisi” faaliyetinin gerçekleştirilmesi planlanıyor. Mevcut inşaat ilk başlangıçta ofis olarak planlandı ve ofis olarak inşa edildi. Fakat firma tarafından plan değişikliğine gidilerek otel olmasına karar verildi. Proje faaliyeti, 154 yatak kapasiteli 4 adet süit oda, 60 adet standart oda, 3 adet aile odası ve 3 adet engelli odası olmak üzere 70 odalı turizm konaklama tesisi ile konaklama tesisi içerisinde ayrıca lobi, alakart restoran, konferans salonu ve toplantı salonu

olarak planlanıyor. Proje alanının güney yönünde bulunan Konya İl merkezine 13 km, kuzeybatı yönünde bulunan Selçuklu İlçe merkezine yaklaşık 5 km. mesafede bulunuyor. Proje Bedeli ise 90 milyon TL olarak belirlendi.



Yalova’ya 52 odalı yeni otel yatırımı



Yalova ili, Çiftlikköy ilçesi, Kılıç mahallesi, 145 ada, 36 parsel mevkiindeki Muhammet Bahadır-Sahra İnşaat tarafından yapılması planlanan otel projesi (52 oda kapasiteli) ile ilgili olarak ‘Çevresel Etki Değerlendirmesi Gerekli Değildir’ kararı verildi. Muhammet Bahadır-Sahra İnşaat tarafından Yalova ilinde 959,41 metrekairelik tapulu alanda 2.608,40 metrekairelik inşaat alanına sahip “Otel Projesi (52 Oda Kapasiteli)” yapılması planlanıyor. Proje alanı Mohamad Karima adına tapulu arazi. Proje kapsamında 6 katlı tek bir yapı inşa edilmesi planlanıyor. Zemin katta 10 adet oda, ara katlarda (1-2-3. Kat) 14 oda olmak üzere toplam 52 adet otel odası yer alıyor. Proje alanının çevresi yerleşim alanları ile çevrili bulunuyor. Proje alanı Yalova il merkezine 4 km. mesafede bulunuyor. Proje bedeli 72.408.643 TL olarak belirlendi.

GlobeMeets B2B Networking başarıyla tamamlandı



İkinci yılında büyük başarıya imza atan GlobeMeets B2B Networking Event, 12-13 Eylül 2024 tarihleri arasında Rixos Tersane Hotel İstanbul'da gerçekleşti. Dünyanın 50 farklı ülkesinden ve Türkiye'nin her köşesinden gelen 1000'den fazla seyahat acentasının bir araya geldiği organizasyonda 2025 yılı turizmine ilişkin önemli iş birliklerine imza atıldı. Organizasyonun açılışı Kültür ve Turizm Bakan Yardımcısı Nadir Alpaslan, İstanbul Valisi Davut Gül, Gaziantep Büyükşehir Belediye Başkanı Fatma Şahin, Türkiye Seyahat Acentaları Birliği Başkanı Firuz Bağlıkaya, İGA Dijital Hizmetler ve Ticaret Genel Müdür Yardımcısı Server Aydın ve 15'in üzerinde Başkonsolos'un katılımıyla gerçekleşti. İkinci yılında büyük bir başarıya

imza adan GlobeMeets B2B Networking Event'te, Türkiye'nin 37 şehirden ve 20 farklı ülkeden gelen alıcı acentalar, 50 ülkeden DMC, havayolu şirketleri, turizm ofisleri, kruvaziyer firmaları, sigorta şirketleri ve marketplace iş ortakları ile bir araya geldi. Turizm sektöründe yoğun ilgi ve talep gören GlobeMeets'in Yönetim Kurulu Başkanı Hüseyin Kurt, organizasyonun geçtiğimiz yıla göre 3 katı büyüdüğünü, bir gün olan süresinin 2 güne çıktığını ve katılımcı (exhibitor) masalarının organizasyona 2 ay kala dolduğunu altını çizdi. Açılış töreninde konuşan GlobeMeets Başkanı Hüseyin Kurt, sektördeki birlik duygusunun çok önemli olduğunu altını çizerek, organizasyonda doğru alıcı ile doğru hizmet vereni bir araya getirdiklerini ifade etti. Kurt, "Bu etkinlik, vizyonun ve rüyanın gerçeğe dönmüş halidir. Bizler, önüne çıkan her engeli rağmen yılmadan güçlenen ve her zaman birbirine tutunan sektör paydaşlarıyız. Rekabet bakış açımız ve vizyonumuz sayesinde sınırları aşacağımıza inanıyoruz. Turizm sektörüne yeni

bir soluk kazandıran ve sınırları ortadan kaldıran bu organizasyonumuzda alıcı acentalarımız için gelecekte de sürecek iş birliklerinin ve ortaklıkların kurulmasını cesaretlendirirken, yeni destinasyonlar ile kültürel deneyimler hakkında fikir alışverişleri yapmalarına zemin hazırlıyoruz" dedi. Ardından konuşan TÜRSAB Başkanı Firuz Bağlıkaya ise "Ekonominin en önemli lokomotifidir turizm, turizmin lokomotifidir de seyahat acentalarıdır" dedi. GlobeMeets'in değişen dünyada turizm ürünlerinin pazarlanmasında önemli bir misyonu üstlendiğine değinen Bağlıkaya, "TÜRSAB olarak GlobeMeets gibi etkinliklerin yanında olmaya devam edeceğiz. Katılımcılara verimli toplantılar dileyerek hepinizi saygıyla selamlıyorum" diyerek sözlerini tamamladı. Bağlıkaya'nın ardından söz alan İGA Dijital Hizmetler ve Ticaret Genel Müdür Yardımcısı Server Aydın etkinliğin önemine değinerek dünyanın buluşma merkezi olan İGA havalimanı işletmeciliği olarak organizasyonda yer almaktan duydukları memnuniyeti belirtti.

Helmut Wölfel, SunExpress Ticaret Direktörü olarak atandı

Helmut Wölfel, 16 Eylül 2024 tarihi itibarıyla SunExpress Ticaret Direktörü olarak atandı. Wölfel, Ticaret Direktörlüğü görevini sekiz yıl boyunca şirketin başarısına önemli katkılarda bulunan ve Ekim ayı sonunda görevinden ayrılacak olan Peter Glade'den devralacak. Wölfel, SunExpress'in uçuş ağıнын genişletilmesine, müşteri deneyiminin daha da iyileştirilmesine ve ileri teknolojilerin entegre edilmesiyle daha hızlı ve verimli hizmetler sunulmasına odaklanarak hava yolunun ticari stratejisinin yönetiminden sorumlu olacak. Havacılık sektöründe 25 yılı aşkın tecrübeye sahip olan Helmut Wölfel, 2021 yılından bu yana Discover Airlines Ticaret

Direktörlüğü görevini üstleniyordu. Wölfel, bu görevinden önce Lufthansa Grup bünyesinde İnsan Kaynakları ve Bilgi Teknolojileri İç Kontrol Başkanlığı, Kıtalararası Ağ Planlama Başkan Yardımcılığı ve Münih Ticaret Merkezi Başkan Yardımcılığı gibi çeşitli yönetim pozisyonlarında bulundu. SunExpress CEO'su Max Kownatzki atama ile ilgili şunları söyledi: "Helmut Wölfel'in SunExpress Ticaret Direktörü olarak göreve başlamasından memnuniyet duyuyorum. Helmut, havacılık sektöründe, özellikle tatil hava yolu segmentinde, oldukça geniş bir ticari deneyime ve başarılarla dolu bir geçmişe sahip. Helmut'un şirketin gelecekteki büyümesini



şekillendirmede önemli bir rol oynayacağına inanıyoruz." Kownatzki, "Peter Glade'ye ticari liderliği ve iş ortaklarımızla karşılıklı fayda sağlayan başarı hikayelerine imza attığı için teşekkür ediyorum. Görev süresi boyunca SunExpress, olağanüstü ticari başarılar elde etti ve yenilikçi ticari modeller geliştirdi" dedi.



Yerli bir girişim olarak kurulup kısa zamanda etkili bir küresel seyahat tedarikçisi haline gelen ve bugün 47 ülkede 5 binden fazla acente ile 12 binden fazla kullanıcıya seyahatin her alanında hizmet veren BookinAgora hizmet ağını genişletmeye devam ediyor. BookingAgora, çözüm ortaklıklarına bir yenisini daha ekledi ve teknoloji platformu Hyperquest ile masaya oturdu. İki marka arasında imzalanan iş birliğinin, küresel seyahat pazarında güçlü bir sinerji yaratması bekleniyor. Taraflar arasındaki ortaklık protokolü, BookingAgora İstanbul ofisinde

BookingAgora ve Hyperquest çözüm ortağı oldu

imzalandı. BookingAgora Kurucu Ortağı Kadri Cığa, iş birliğine dair görüşlerini şöyle aktardı: "Güçlü ve hızlı dijital altyapımız, etik kurallara bağlılığımız, kalite ve güvenilirliğimizle bizi tercih eden kullanıcılarımız için çitayı daha da yükseltiyoruz. Bu yeni iş birliği ile dünya çapında birçok otel zinciri ve oteller ile doğrudan kontrat yapma imkanını elde edeceğiz. Şu anda platformumuzda toplam 2,5 milyondan fazla otele erişimimiz var. Bu iş birliğiyle 50.000 civarında uluslararası yeni otele erişim imkânımız olacak. Hizmet sağladığımız seyahat acentalarına doğrudan, daha iyi fiyatlar ve anında otellere ileten rezervasyon akışı; anlık data ve verilerle hizmet sağlamış olacağız, küresel seyahat pazarındaki gücümüzü daha da arttırıyoruz." Hyperquest Türkiye

Direktörü Ahmet Polat ise BookinAgora ile çözüm ortaklığının önemini şu sözlerle anlattı: "HyperGuest bir teknoloji platformu. Ölçeklenebilir bulut teknolojisi katmanı, sıfır manuel çaba ve en hızlı ve doğrudan rezervasyon süresi ile maksimum verimlilik sunuyoruz. Küresel seyahat ekosisteminde etkin ve kaliteden ödün vermeyen hizmet ağına sahip BookingAgora ile olan bu iş birliğini önemsiyoruz. Böylece BookingAgora tedarik süreçleri kısalacak hem oteller hem de seyahat sağlayıcıları için geniş bir ölçekte doğrudan rezervasyon akışı sağlanmış olacak. Doğrudan dağıtım konseptimiz, hayati önem taşıyan otel ortaklarıyla ilişkilerin geliştirilmesi açısından kolaylık sağlayacak, yeni fırsatları doğuracak."

A+++



www.minibar.com.tr

0 242 321 46 76

Corendon Airlines, uçuş ağını genişleterek satışlarını güçlendirmeye devam ediyor

Yıla güçlü bir başlangıç yapan ve başarılı bir yaz sezonunu geride bırakan Corendon Airlines, 2024 yılının Ocak-Ağustos döneminde, bir önceki yıla göre yüzde 20 artışla iki milyondan fazla yolcuya hizmet verdi. Corendon Airlines, 2024/2025 kış sezonu ve 2025 yazı için tatilcilere geniş ve istikrarlı bir uçuş programı sunmayı planlıyor. Bu kapsamda Almanya, Avusturya ve İsviçre'den gerçekleştirilecek uçuşlarla hizmet vermeye devam edecek Corendon Airlines, 2025 yılında 20. yılını kutlarken özel bir yılı geride bırakmaya hazırlanıyor. Corendon Airlines Yönetim Kurulu Başkanı Yıldırım Karaer, konuyla ilgili, "Güçlü rakamlarımız ve gelecek yıl için ön gördüğümüz hedefler, stratejimizdeki başarıyı kanıtıyor. Bu strateji doğrultusunda satış faaliyetlerimizi yoğunlaştırıyor ve Almanca konuşulan ülkelerde tatil seyahatleri için tercih edilen partner olma konumumuzu daha da güçlendiriyoruz" dedi. Corendon Airlines 2024 yaz sezonunda Türkiye, İspanya, Yunanistan, Fas ve Mısır'a yönelik uçuşlarda yoğun bir talep gördü. Corendon Airlines, geleneksel tatilcilerin yanı sıra, Karadeniz Bölgesi ve Doğu Anadolu gibi destinasyonlara yönelik etnik uçuşlara olan ilginin de arttığını belirtiyor. Bu talebi karşılamak için 2024 yılında bu hatların çalışma süresini

uzatan Corendon Airlines, bu uygulamayı 2025 yılında da sürdürmeyi planlıyor. Bunun yanı sıra Corendon Airlines, satış ve pazarlama faaliyetlerini artırarak müşteri ve iş ortaklarıyla olan ilişkilerini güçlendirerek önümüzdeki dönemde büyüme hedefleri için sağlam bir temel oluşturdu. Haziran 2024'te göreve gelen ve Almanya ve Türkiye'deki ekiplerin desteğiyle satış stratejisine liderlik eden Corendon Airlines Satış & Pazarlama Başkanı Christian Hein, "Amacımız, tur operatörleri ve seyahat acenteleriyle olan iş birliklerimizi genişletmek. İlk adımları attık ve önümüzdeki dönemde bu çalışmalarını geliştirmeye devam edeceğiz" dedi.

Kış sezonunda güneşli destinasyonlar

1 Kasım 2024'ten 14 Mart 2025'e kadar sürecek 2024/2025 kış tarifesini; Almanya, Avusturya ve İsviçre'deki 24 havalimanından kalkan 600 binden fazla koltukla popüler tatil destinasyonlarına uçuş imkanı sunuyor. En çok talep gören destinasyonlar arasında Kanarya Adaları'ndan Fuerteventura, Gran Canaria, Lanzarote ve Tenerife ile birlikte Mısır'ın Kızıldeniz kıyısındaki Marsa Alam ve Hurghada yer alıyor. Ayrıca Corendon Airlines, başta Antalya olmak üzere Türkiye'ye yönelik bağlantılara büyük önem veriyor.



Corendon Airlines, 2025 yaz sezonu için 30'dan fazla destinasyonu kapsayan geniş bir uçuş ağı sunmaya hazırlanıyor. Yoğun sezonda haftada 500'den fazla uçuş ve iki milyondan fazla koltuk ile uçuşu hedefleyen Corendon Airlines, Almanya'daki 18 havalimanına, Avusturya'daki 4ve İsviçre'deki 2 havalimanına hizmet verecek.

cOmitted.app ile sürdürülebilirlik ortaklığı

Corendon Airlines, cOmitted.app platformu ile yeni bir ortaklık yoluyla iklim koruma taahhüdünü genişletiyor. Yolcular, uçuşlarının CO2 emisyonlarını hesaplayabilir ve yenilenebilir enerji, orman koruma ve sürdürülebilir tarım odaklı projeleri finanse eden sertifikalar satın alarak bu emisyonları dengelemeyi amaçlıyor. Corendon Airlines aynı zamanda, Antalya'dan kalkan uçuşlarda Sürdürülebilir Havacılık Yakıtı (SAF) kullanarak sera gazı emisyonlarını %80'e kadar azaltıyor.



İstanbul Sabiha Gökçen Uluslararası Havalimanı'ndan (İSG) Pegasus Havayolları ile İspanya'nın Sevilla kentine direkt uçuşlar başladı. 24 Eylül 2024 tarihi itibarıyla haftada 3 frekans olarak salı, perşembe ve cumartesi gerçekleştirilecek. Uçuşlar, Madrid

Sabiha Gökçen'den İspanya'nın Sevilla şehrine direkt uçuşlar başladı

ve Barcelona'dan sonra İspanya'nın üçüncü şehri İstanbul'a bağlayacak. Türkiye'nin ikinci, Avrupa'nın dokuzuncu en yoğun havalimanı olan İSG, Sevilla'ya açılan ilk direkt hatla Avrupa genelindeki bağlanabilirliğini güçlendirmeye devam ediyor. Pegasus Hava Yolları'nın 24 Eylül 2024 tarihinde başlattığı uluslararası hat, İspanya'nın Endülüs Bölgesi'ne aktarmasız seyahat imkanı sunarak hem turizm hem de ticaret açısından yeni fırsatlar yaratacak.

Haftada 3 sefer olarak planlanan direkt uçuşların Türkiye ve İspanya arasındaki kültürel ve ekonomik bağları güçlendirmesi bekleniyor. Sevilla rotası İstanbul'dan ilk direkt uçuş olmasının yanı sıra Sabiha Gökçen Havalimanı'ndan Barcelona ve Madrid'den sonraki İspanya varışlı üçüncü hat oldu. İSG bu yeni rota ile 54 ülkede 40 iç hat ve 125 dış hat olmak üzere toplamda 165 destinasyonu İstanbul ile bağlıyor.

TAV Technologies'nin yeni dijital platformu VirtualPort sanal bir havalimanında keşif imkânı sağlıyor

Türkiye'nin önde gelen teknoloji şirketlerinden TAV Technologies, ürün ve hizmetlerinin tanıtımı için yeni dijital platformu VirtualPort'u tanıttı. VirtualPort, kullanıcıların sanal bir havalimanında TAV Technologies'in yolcu deneyiminin ve operasyonun her adımında sunduğu çözümleri inceleyebilmesini sağlıyor. TAV Havalimanları'nın bilişim çözümleri alanında uzmanlaşan iştiraki TAV Technologies, geliştirdiği ürün ve hizmetleri yapay zeka destekli bir platformda kullanıcılara aktarıyor. Şirketin iç kaynaklarıyla hayata geçirilen VirtualPort, ziyaretçilere avatarlar eşliğinde sanal bir havalimanında keşif imkânı sağlıyor. TAV Technologies İcra Kurulu Başkanı Kerem

Öztürk "Yapay zeka, ürünlerimizi geliştirmek için yeni fırsatlar sunarken, çözümlerimizi dinamik ve sürükleyici deneyimlerle tanıtmanın yenilikçi yollarını da destekliyor. VirtualPort, ziyaretçilere rehberli bir avatar ve sanal bir ortam sunarak ürünlerimizin havalimanı ortamında nasıl kullanıldığını keşfetme imkânı tanıyan etkileyici bir deneyim sunuyor. Geçtiğimiz iki yılda Güney Afrika'dan Güney Amerika'ya çok sayıda yeni havalimanını portföyümüze ekledik. Ürün ve hizmetlerimiz bugün tüm dünyada 50'den fazla havalimanında kullanılıyor. Geleceğin havalimanı deneyimini şekillendiren teknolojileri anlaşılabilir ve etkileyici bir ara yüzle anlatan Virtualport'un gördüğü ilgiden mutluluk duyuyoruz" dedi. Mobil



ve masaüstü tarayıcılarında www.virtualport.aero adresi üzerinden erişilebilen uygulamada ziyaretçiler, özelleştirilebilir avatarlar tarafından yönlendirilerek sanal havalimanını keşfederken her durakta sergilenen ürünler hakkında detaylı bilgi edinebiliyorlar. Platform, videolar, üç boyutlu animasyonlar, 360 derece gezinme özelliği ve arka plan sesleriyle kullanıcıların dikkatini çeken zengin bir multimedya deneyimi sunuyor. Etkileşimli kullanıcı deneyimi ise kullanıcıların ürün detaylarını keşfetmelerine ve sezgisel bir şekilde gezinmelerine olanak tanıyor.

Türk tur operatörü Bentour 20 yaşında



Almanya, İsviçre ve Avusturya'da Türkiye spesiyalisti olarak faaliyet gösteren Bentour Reisen, 20. yılını Zürih'te düzenlediği davetle kutladı. Türk tur operatörü Bentour, bu yıl üçüncüsünü yaptığı "Göl Üzerinde Yaz" etkinliği ile 20. yılını kutladı. Bentour'un tepe yönetimi tarafından Zürih'teki Bürkliplatz Limanı'nda karşılanan misafirler MS Wädenswil gemisi ile göl manzaralı bir geziye çıktı. Sektör profesyonelleri gezi boyunca sohbet etme ve görüş alışverişinde bulunma imkanı elde etti. Davetli grubuna 'hoşgeldiniz' konuşması yapan Bentour Reisen'in Kurucusu ve Yönetim Kurulu Başkanı Kadir Uğur, turizm sektöründe 56 yıllık bir deneyime sahip olduğunu ifade etti. Uğur "Turizm sektörü, bizim bir hayır kurumu veya dernek değil, ticari bir kuruluş olduğumuzu asla unutmamalıdır. Bizi ileriye taşıyan şey yolcu sayıları değil, elde edilen sağlıklı kazançlardır. Özellikle tur operatörleri, seyahat acenteleri ve turizm STK'ları, organize seyahatin avantajlarını daha güçlü bir şekilde vurgulamalıdır. Çünkü birçok müşteri bu konsepti henüz

tam anlamıyla kavrayamadı." diye konuştu. Turizm sektörünün tur operatörleri ve seyahat acenteleri, oteller ve hava yolları olmak üzere üç temel bileşenden oluştuğuna dikkat çeken Kadir Uğur, bu bileşenlerden her birinin kendi işine odaklanması gerektiğini belirterek "Bir koltuk altında iki karpuz taşınmaz" aynı hem tur operatörlüğü hem de otelcilik yapmanın doğru olmadığını kaydetti. Bentour Reisen'in geleceği ile ilgili de konuşan Uğur, şirketin kaliteye odaklı olarak büyümeye devam etmesini dilediğini belirtti. Bentour'u bugüne kadar güçlü kılan şeyin bu felsefe olduğunun altını çizen tecrübeli turizmci aynı stratejinin gelecekte de başarı getireceğini ifade etti. Çalışanların bağlılığı ile iş ortamının bu vizyonda merkezi bir rol oynadığını vurgulayan Uğur, bu bağlamda, Antalya'da inşa ettikleri yeni şirket binasında çalışan dostu bir ortam sağlamak amacıyla fitness dahil çok sayıda sosyal alan olacağını anlattı. Kadir Uğur'un konuşmasının ardından bir konuşma da Bentour CEO'su Deniz Uğur yaptı. Deniz Uğur, "Bu geceyi en iyi seyahat acentelerimize ve partnerlerimize uzun yıllardır verdikleri destek için teşekkür etmek amacıyla düzenledik. Sizler olmadan bugün bulunduğumuz yerde olamazdık. Geriye dönüp baktığımızda bu başarıyı görmekten gurur duyuyoruz, ancak en çok başardığımız şeyin birlikte elde ettiğimiz başarılar olduğunu biliyoruz. Bentour Reisen,

sadece müşterilerimizi değil, aynı zamanda bizleri, ekibimizi ve iş ortaklarımızı da mutlu ediyor." diye konuştu. "Bu gece sadece 20 yıllık bir başarıyı kutlamaktan ibaret değildi, aynı zamanda geleceğe dair bir bakış açısı da sunuyordu." diyen Deniz Uğur "Bentour Reisen, Türkiye'deki kökleriyle gurur duyarken İspanya, Yunanistan, Kıbrıs ve Mısır gibi destinasyonlara da seyahatler sunuyor. Başarılarımızın anahtarı seyahat acentelerimiz ve iş ortaklarımızdır. Geleceği birlikte şekillendirmeyi sabırsızlıkla bekliyoruz," değerlendirmesini yaptı. Samimi bir ortamın olduğu MS Wädenswil'de Kadir ve Deniz Uğur'un kısa konuşmalarının yanı sıra, etkinlik sponsorları SunExpress'ten Tobias Bracht, Gloria Hotels & Resorts'tan Ülkü Yaşar ve Hasan Topuz gibi etkinlik sponsorlarının temsilcileri de birer konuşma yaptı. Yolculuğun son durağı olan Oberrieden'de inen yolcular, Seerestaurant Key West'te düzenlenen akşam yemeğine katıldı. Davetliler, müzik eşliğinde yemeklerini yiyip sohbet ettiler. Sıcak bir atmosfer ve verimli sohbetlerle sona eren gecede misafirler, güzel anılarla ayrıldılar. Bentour Reisen'in sloganı 'macht glücklich'in (mutlu eder) sadece seyahatlerle değil, her şeyden önce şirketin başarısının ardındaki insanlar ve 20 yıldır bu başarı öyküsüne eşlik eden ortaklar ve arkadaşlarla kurulan yakın ilişkiler sayesinde.

Coral Travel Almanya'da üst düzey atamalar

Coral Travel Almanya yönetim ekibine iki üst düzey yönetici katıldı. 1 Eylül 2024 tarihi itibarıyla Daniel Zingsheim, Dijital Gelişim Direktörü olarak görev yapmaya başladı. Zingsheim Coral Travel Almanya bünyesinde Avrupa pazarı tur operatörlerinin IT ve dijital alandaki günlük ve stratejik gereksinimlerinin karşılanmasından; ticari faaliyetlerini sürdürmek ve geliştirmek için kullanılan IT ekosistemlerin operatif gözetim ve takibinden; dijital alandaki gelişimlerin yönetiminden ve IT partnerleri ile ilişkilerden sorumlu olacak. Gerçekleştirilen atamalarla Hicabi Ayhan da Ürün Yönetimi Direktörü olarak Coral Travel Almanya'ya katıldı. İki isim Coral Travel Almanya'nın Orta Avrupa'daki operasyonlarına da destek olacak. Daniel Zingsheim daha önce TravelTainment GmbH ve Peakwork Ag bünyesinde çeşitli görevlerde bulundu. Hicabi Ayhan ise son olarak FTI Touristik GmbH Münih bünyesinde Türkiye ve KKTC Stratejik Destinasyon Direktörü olarak görev yaptı. Coral Travel Group'un Orta Avrupa (Almanya, Avusturya, İsviçre) bölgesinden sorumlu Başkan Yardımcısı Koray Çavdır, Coral Travel Almanya ailesine katılan iki yeni isimle daha da güçlenerek hedeflerine emin adımlarla ilerleyeceklerini söyledi. Coral Travel / Ferien Touristik markaları ile pazarda en hızlı büyüyen tur operatörlerinden



biri olduklarını belirten Çavdır, 2024 yılını 687.130 turist ve 687.800 milyon euro ciroyla kapatmayı planladıklarını, orta vadede ise hedeflerinin 1 milyon turist ve 1 milyar euro ciro ile sürdürülebilir büyüme olduğunu vurguladı. Çavdır, güçlü insan kaynağı, grubun teknolojik yatırımları, ürün çeşitliliği, geniş destinasyon yelpazesi, güçlendirilmiş satış pazarlama faaliyetleri ve dağıtım ağı sayesinde bu hedeflere ulaşılacağından emin olduklarını ifade etti.



THY'den yeni seferler

Türk Hava Yolları, Şili'nin Başkenti Santiago'ya seferlere başlıyor. Bu sefer ile birlikte THY, Amerika kıtasında 10 ülkeye uçuş yapmış olacak. THY, 18 Aralık tarihi itibarı ile İstanbul'dan Santiago'ya her iki yönde Sao Paulo duraklamalı, haftada 4 frekans uçuş başlatacak. Böylece bu yeni rotanın katılımı ile Türk Hava Yolları, Amerika Kıtası'nda hizmet verdiği toplam destinasyon sayısını 26'ya yükseltmiş olacak. THY, ayrıca Kamuoyu Aydınlatma Platformu'na (KAP) Avustralya'nın Sydney şehrine 4 Aralık'ta tarifeli sefer düzenleyeceğini açıkladı. 4 Aralık itibarıyla İstanbul-Sidney arasında gerçekleştirilecek seferler, haftada 4 gün Kuala Lumpur aktarmalı olarak icra edilecek.

Astoria Grande Kruvaziyer Gemisi 22 seferle 19.374 yolcu taşıdı



2024 yılı, Türkiye'nin kruvaziyer turizmde tarihi bir yıl oldu. Camelot Maritime'in işlettiği Astoria Grande, yıl boyunca düzenlenen 22 seferle 19.374 yolcuyla ağırlayarak turizmde büyük bir başarıya imza attı. Bu başarı ile Türkiye'nin eşsiz koylarıyla kruvaziyer turizmde önemli bir destinasyon olduğunu bir kez daha gözler önüne serdiğini belirten Camelot Maritime Yönetim Kurulu Başkanı Emrah Yılmaz Çavuşoğlu, "Gerçekleştirdiğimiz her seferde, misafirlerimize Türkiye'nin benzersiz doğal güzelliklerini, kültürel mirasını ve eşsiz misafirperverliğini tanıtmaya fırsatı bulduk. Bu başarıda emeği geçen tüm ekibimize ve yolcularımıza teşekkür ediyorum." dedi. Türkiye, 2024 yılı boyunca kruvaziyer turizmde önemli bir büyüme kaydetti. Masmavi denizleri, birbirinden güzel koyları, sahip olduğu kruvaziyer limanları ile Akdeniz Çanağı'nın en önemli turizm destinasyonları arasında yer alan Türkiye limanlarına yanan kruvaziyer gemileri, yüz binlerce turist için ülkemize gelmesine vesile oldu. Bu büyüme trendi, özellikle Karadeniz bölgesinde de güçlü bir şekilde hissedildi. Trabzon, Sinop, Amasra ve Samsun gibi liman şehirleri, kruvaziyer turizminin yeni merkezleri haline geldi ve bu şehirler, Karadeniz'in turizm potansiyelini uluslararası arenada daha da görünür kıldı. Emrah Yılmaz Çavuşoğlu, kruvaziyer turizminin Türkiye ekonomisine ve turizm sektörüne katkılarının altını çizerek, "Karadeniz'deki potansiyeli daha da geliştirmek için çalışmalarımıza devam ediyoruz. Türkiye'nin farklı bölgelerinde yeni güzergahlar oluşturmak ve daha fazla misafiri ağırlamak için heyecan duyuyoruz," dedi. Kruvaziyer turizmi, Türkiye'nin turizm gelirlerine önemli bir katkı sağlamakla kalmıyor, aynı zamanda yerel üreticiler ve esnaf için de yeni fırsatlar yaratıyor. Kruvaziyer gemileriyle gelen turistlerin yerel pazarlara ve hizmetlere olan ilgisi, ekonomide bir domino etkisi yaratıyor. Özellikle liman kentlerinde faaliyet gösteren küçük ve orta ölçekli işletmeler, bu turist akınından büyük fayda sağlıyor. Kruvaziyer turizminin yerel ekonomilere olan katkısına dikkat çeken Camelot Maritime Emrah Çavuşoğlu, "2024 yılı, Türkiye kruvaziyer turizmi için bir dönüm noktasıdır. Karadeniz bölgesi, doğal güzellikleri ve tarihi zenginlikleri ile artık dünya çapında tanınıyor. Kruvaziyer gemileriyle bölgeye gelen her bir turist, yerel esnafa, restoranlara ve turistik yerlere ciddi bir ekonomik canlılık getiriyor. Türkiye'nin Akdeniz Çanağı'ndaki stratejik konumu ve zengin turistik potansiyeli, kruvaziyer turizmde önemli bir büyüme sağlarken, yerel üreticiler ve esnaf da bu büyümeye payını alıyor." dedi.

Bursa'dan 7 şehre direkt uçuşlar başlayacak

27 Ekim'den itibaren Bursa'dan 6 havalimanı ve 7 şehre karşılıklı direkt uçuşlar başlıyor. Bursa Yenişehir havalimanından Erzurum, Trabzon, Diyarbakır, Muş 27 Ekim'de, Adana- Mersin, Antalya kış tarifi uçuşları 10 Kasım'da başlıyor.



EasyJet, 33,3 milyon koltuğu satışa sundu

EasyJet, 2025 yaz sezonu için kapsamlı bir uçuş planı açıkladı. Şirket, İngiltere'nin 21 havalimanından kalkan 185 bin uçuşla toplam 33,3 milyon koltuk kapasitesine ulaşacak. Türkiye, İspanya, Tunus, Fas ve İtalya gibi popüler destinasyonlara eklenen yeni rotalar, müşterilere geniş bir seçenek sunuyor. EasyJet, Türkiye'de Antalya ve Dalaman, İspanya'da Reus, Gran Canaria, Teneriffa, Kanarya Adaları gibi popüler tatil merkezlerine eklenen yeni rotalarını açıkladı. Paket tatil fırsatları ve ailelere özel avantajlarla desteklenen bu kampanya, erken rezervasyon yapan yolculara önemli tasarruf imkanı sağlıyor. EasyJet Birleşik Krallık Ülke Müdürü Ali Gayward, "2025 yazı için çok sayıda yeni koltuk ve destinasyon sunarak, müşterilerimizin popüler tatil merkezlerine kolayca ulaşabilmelerini sağlıyoruz. Erken rezervasyon imkanıyla uygun fiyatlardan yararlanmak mümkün" paylaşımında bulundu.



Fly Kibris, yeni uçuş rotaları sunmaya hazırlanıyor

Fly Kibris Hava Yolları, 5 Eylül 2024 itibarıyla yolcularına yeni uçuş rotaları sunmaya başladı. Şirket, İstanbul, İzmir ve Adana'dan Ercan Havalimanı'na düzenleyeceği seferlerle Kıbrıs ile Türkiye arasındaki hava bağlantısını güçlendirmeyi hedefliyor. Yeni uçuş programı kapsamında, Fly Kibris Hava Yolları, İstanbul Havalimanı'ndan Ercan'a pazartesi, perşembe, cuma ve pazar günleri olmak üzere haftada dört kez sefer düzenleyecek. İzmir'den Ercan'a yapılacak seferler de aynı günlerde gerçekleştirilecek. Adana'dan Ercan'a ise cuma ve pazar günleri olmak üzere haftada iki kez uçuş yapılacaktır. Bu yeni hatlarla birlikte Fly Kibris Hava Yolları, yolcularına daha fazla seçenek sunarak Türkiye ve Kıbrıs arasındaki seyahatleri daha da kolaylaştırmayı hedefliyor.



SunExpress'ten kış sezonunda iç hatlarda 11 yeni rota

Türk Hava Yolları ve Lufthansa'nın ortak kuruluşu SunExpress, 2024/2025 kış sezonunda iç hatlarda tarihinin en büyük genişlemesini gerçekleştiriyor. Kış programı kapsamında uçuş ağına 11 yeni rota ekleyen SunExpress, iç hatlarda toplamda 32 noktaya uçuş düzenliyor. Hava yolu ana merkezi olan Antalya'dan Bursa, Erzurum ve Şanlıurfa'ya, İzmir'den Elazığ, Nevşehir, Sivas ve Şanlıurfa'ya Kasım ayı itibarıyla direkt uçuşlara başlıyor. Ayrıca geçtiğimiz günlerde açılışı gerçekleşen Çukurova Uluslararası Havalimanı'ndan Bursa, Samsun, Trabzon ve Van'a başlayan yeni uçuşlar hem aile ziyaretleri hem de iş ve tatil amaçlı seyahatlerde yolculara daha fazla esneklik sunuyor. 2024/2025 kış sezonunda iç hatlarda uçuş ağını rekor seviyede genişleten hava yolu, Türkiye'nin önemli ticaret, kültür ve turizm merkezleri arasında güçlü bir köprü kurarak hem iç turizmde hem de ülke ekonomisine katkı sağlamaya devam ediyor.



HOTEL EQUIPMENT

35. Uluslararası Konaklama ve Ağırılama Ekipmanları İhtisas Fuarı

7-10 OCAK 2025

Anfaş Fuar ve Kongre Merkezi

Antalya

NEDEN KATILMALISINIZ?

- ✓ Türkiye'nin En Büyük ve En Prestijli Fuarlarından Biri: Uluslararası sektör profesyonellerinin buluştuğu, Avrupa ve Orta Doğu'nun en önemli fuarları arasında yer alan bir etkinlik.
- ✓ Zincir ve Grup Otel Yöneticileriyle Yüz Yüze Görüşme Fırsatı: Yurt içi ve yurt dışından gelen otel yöneticileriyle birebir tanışma ve iş görüşmeleri yapma imkânı.
- ✓ Müşteri İlişkilerinizi Güçlendirin, Yeni Bağlantılar Kurun: Mevcut müşterilerinizle ilişkilerinizi pekiştirin ve yeni iş fırsatları yakalayın. Bölgenin en prestijli fuarında yer alın.
- ✓ Sezon Hazırlıklarına Başlamak İçin En Uygun Zaman: İşletmenizin yeni sezona hazırlanması için ideal bir tarihte gerçekleşen bir etkinlik.
- ✓ Marka Gücünüzü Artırın ve Müşteri Deneyimini Canlandırın: 40.000 m² alanda düzenlenen HORECA Fuarı'nda, en yenilikçi ürünleri keşfedin ve markanızı bir adım öne taşıyın.



Soğucaksu Mah. 25001 Sok.
No:1 İç Kapı No: 4 Aksu/Antalya



ttglobalfuarcilik



ttglobalfuar



www.anfashotelequipment.com



+90 (532) 387 22 57



info@ttglobalfuarcilik.com

**HOTEL
EQUIPMENT**



Radisson Otel Grubu'ndan 2024'ün ilk yarısında 130'dan fazla yeni otel açılışı ve anlaşma

Radisson Otel Grubu, 2024'ün ilk yarısını güçlü bir şekilde noktalararak dünya çapındaki marka portföyünde önemli bir dönüm noktasını işaret ediyor. Böylece dünya genelindeki iş ve tatil amaçlı seyahat segmentlerinde faaliyetlerini daha da genişletiyor ve güçlendiriyor. Radisson Collection, Radisson Blu ve Radisson RED markalarının birçok yeni pazarda tanıtılmasıyla ve yaklaşık 20 yeni Radisson Blu anlaşmasının yapılmasıyla Radisson Collection, Radisson Blu ve Radisson RED markaları önemli ölçüde bir büyüme elde etti. Radisson Otel Grubu, 2024'ün ilk yarısında aşamalı büyüme planına bağlı kalmaya devam ederek EMEA ve APAC bölgelerinde 130'dan fazla yeni anlaşma ve açılış gerçekleştirdi. Grubun Radisson RED markasının İrlanda, Yeni Zelanda, Tayland ve Laos gibi birçok yeni pazara açılması ve küresel portföyünün yaklaşık 90 otele ulaşması da bunun bir parçası. Radisson Otel Grubu Küresel Geliştirme Başkanı Elie Younes şunları ifade etti: "2024 yılının ilk altı ayında uluslararası portföyümüzde güçlü bir büyüme elde ettik ve hem misafirler hem de tesis sahiplerinin ilgisini tutarlı bir şekilde koruduk. Güven, iş birliği ve bağlılıkları sayesinde sürekli başarıma vesile olan tesis sahiplerine, iş ortaklarımıza ve uzman ekiplerimize teşekkür ediyoruz." EMEA bölgesinde Radisson Otel Grubu önemli destinasyonlarda önemli bir portföy büyümesi elde etti. Bu yerler arasında Paris, Fransa'da Louvre Müzesi yakınında yer alan ilk Radisson Collection anlaşması ve Roma, İtalya'da Pantheon yakınında yer alan Radisson Collection Hotel, Roma Antica'nın açılışı da bulunuyor. Suudi Arabistan'daki varlığını güçlendiren Radisson Otel Grubu, Riyad'da Radisson Collection Residences anlaşmasını da duyurdu. 2024'ün ilerleyen günlerinde açılması hedeflenen bu tesis Grubun şehirdeki 10. ve Suudi Arabistan Krallığı'ndaki 46. tesisi olacak. 2024'ün ilk yarısında Grup, 12 yıldan uzun süredir Avrupa'nın en büyük üst segment lüks markası konumunu sürdürerek yaklaşık 20 yeni Radisson Blu oteli için anlaşma imzaladı. Portföye yapılan eklemeler arasında Karadağ, İtalya, Tunus ve Tanzanya'nın yanı sıra önümüzdeki aylarda kapılarını açacak olan Viyana'daki dünyaca ünlü Radisson Blu Das Triest Hotel de yer alıyor. 2024'ün ilk altı ayında ayrıca Radisson Individuals markasının Fransa'nın çekici Cote d'Azur bölgesindeki lansmanı da gerçekleştirildi ve Folkestone (Kent) ile Surrey'de yeni otel anlaşmalarıyla Birleşik Krallık'taki varlığını güçlendirdi. Radisson



Otel Grubu, köklü stratejik ortağı PPHE Otel Grubu ile iş birliği yaparak Londra, Birleşik Krallık'taki art'otel London Hoxton, Powered by Radisson Hotels kapılarını açtı. Bu otel, sanatla yaşam tarzının farklı bir birleşimini bir araya getirerek, Özel Sanatçı D*Face'in büyüleyici sanat eserlerini gözler önüne seriyor. APAC bölgesinde ise Radisson Otel Grubu Çin'de önemli gelişmelerle büyümesine hız kattı ve Pekin, Şanghay ve Chengdu gibi önemli şehirlerdeki yeni açılışlarla ve anlaşmalarla 5.000'den fazla oda eklendi. Bu büyüme, bölgedeki farklı gelişim ve operasyon aşamalarında bünyesinde 400'den fazla otel bulunduran güçlü bir portföyün oluşmasına katkıda bulunuyor. Bölgesel ayak izini güçlendirmek isteyen Grup; Filipinler, Vietnam, Kamboçya, Endonezya ve Laos gibi önemli Güneydoğu Asya pazarlarında yeni anlaşmalarla artan talebi karşılamaya devam ediyor. Hindistan, Radisson Otel Grubu için stratejik bir odak bölgesi olmaya devam ediyor ve 2024 yılında şu ana kadar yaklaşık 25 otel için anlaşma imzalandı ve açılış yapıldı. Bunlar arasında Hindistan'ın ilk Kriket Stadyumu Oteli ve Udaipur'daki prestijli Radisson Collection da yer alıyor. Radisson Collection Hotel & Spa Riverfront Srinagar'ın yeni büyük açılışı da Grubun Hindistan pazarındaki stratejik büyümesinin bir göstergesi. Radisson Otel Grubu ayrıca Sardinya, Polonya, Karadağ, Endonezya, Vietnam ve Hindistan gibi muhteşem yerlerde yeni anlaşmalar ve açılışlarla lüks resort destinasyonu portföyünü de genişletti.



Dünyanın ilk uzay oteli Voyager Station 2027'de açılacak

ilk büyük ölçekli uzay inşaat şirketi" olarak tanımlanıyor. 2026'da inşaatına başlanması planlanan tesis, 280 misafiri ve 112 mürettebatı ağırlayacak. Gateway Vakfı'ndan yapılan açıklamaya göre, otel olarak hizmet verecek istasyonun, 1.900 kilometre yükseklikte Dünya yörüngesinde döneceğini, dönen yapısıyla yapay yerçekimini simüle ederek sıfır yerçekimi ortamına kıyasla daha konforlu bir deneyim sunacağını söylüyor. OAC yönetimi, uzayda yer çekimsizliğinden yararlanarak basketbol gibi aktiviteler için eğlence alanları oluşturmayı hedefleyip, dondurularak kurutulmuş dondurma gibi geleneksel 'uzay yemeği' servis etmeyi planlıyor. İnşa edilecek döner otelin ilk unsuru, yerleştirme merkezini içerecek merkezi basıncsız bir halka yapısı olacak. Dış halka kirişi, bir dizi tel ile merkezi halkaya bağlanacak ve oradan 24 yerleşim modülüne sahip olacak. Bunlar arasında yaşam alanları, restoranlar, spor salonları,

barlar, mürettebat için konaklama ve bilimsel araştırma bölümleri bulunacak. Tesis, OAC'nin ilk büyük projesi ve yapay yerçekimine sahip ilk ticari uzay istasyonu olacak. Tesis aynı zamanda 500 metre karelik 'lüks villalar' da içerecek. Bu villalar 16 kişiyi barındırabilecek kapasitede olacak ve üç banyo ile geniş bir mutfaka sahip olacak. Şirket yönetimi Uzay Oteli'nde misafirlerine yaşatılacak deneyimin "Dünya'daki en iyi mekanlarla yarışacağını ve fizik kurallarına meydan okuyan bir özelliği içereceğini" söylüyor. Uzay Otelinin sadece uzay turistlerine hitap etmekle kalmayıp, aynı zamanda bazı modüllerin bilimsel deneyler için NASA gibi kurumlara kiralanmasıyla bir araştırma merkezi olarak da hizmet verecek. Proje, yörüngede yaşanabilir bir ortam yaratmak için yenilikçi şekillerde uygulanan mevcut uzay teknolojilerinden yararlanmak üzere tasarlandı.

Dünyanın ilk uzay oteli projesini Gateway Vakfı için John Blincoe tarafından yönetilen inşaat şirketi olan Orbital Assembly Corporation (OAC) hayata geçirecek. 50 bin metre karelik Voyager tesisinin inşasına 2026'da başlanacak. Otele misafirler 2027 yılında alınacak. Konaklama ücretinin ne olacağı hakkında net bilgiler olmamasına karşın, piyasada üç günlük konaklama bedelinin 5 milyon dolar olacağı konuşuluyor. OAC ekibi, projenin istasyonunda Dünya'nın altıda biri kadar yerçekimi sağlayıp, burada altyapı açmanın mümkün olduğunu söylüyor. Bundan dolayı OAC "dünyanın

Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (WTTC), 2024'te seyahat ve turizmde rekor öngörüyor



Tüketiciler, seyahati bütçelerinin önemli bir parçası olarak gördükçe, seyahat ve turizm sektörünün küresel gayri safi yurt içi hasılaya katkısının yeni zirvelere ulaşması bekleniyor. Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (WTTC) 2024'te seyahat ve turizm için rekor kıran bir yıl öngörüyor. WTTC CEO'su Julia Simpson, "Geçen yıl küresel bir durgunluğa ve yüksek enflasyona gireceğimize dair bazı endişelere rağmen, bu yıl seyahat ve turizmin küresel olarak gerçek bir ekonomik güç merkezi olduğunu görüyoruz" dedi. WTTC'nin yıllık raporuna göre, 2024 yılında küresel çapta harcanan her 10 doların 1 doları seyahat için harcanacak. Raporda bu durum, "Seyahat ve Turizm, önceki rekoruna göre 770 milyar dolar daha katkıda bulunacak ve dünya çapında her 10 dolardan 1'ini üreten küresel bir ekonomik güç merkezi olarak otoritesini kanıtlayacak" şeklinde ifade edildi. WTTC, sektörün 2024 yılında küresel GSYİH'ye katkısının bir önceki yıla göre yüzde 12,1 artarak 11,1 trilyon dolara ulaşacağını ve küresel GSYİH'nin yüzde 10'unu oluşturacağını tahmin ediyor. Bu, 2019'da kırılan bir önceki rekora göre yaklaşık yüzde 7,5'lik bir artış anlamına geliyor. Rapor, analiz edilen 185 ülkeden 142'sinin önceki ulusal rekorları geride bırakacağını tahmin ediyor. Oxford Economic ile ortaklaşa hazırlanan WTTC'nin raporu; küresel olarak yaklaşık 348 milyon işe destek sağlayan, fırsatlarla dolu bir sektörü sergiliyor.

Rapor, bu durumun 2019'daki en yüksek noktasına kıyasla 13,6 milyondan fazla iş artışını temsil ettiğini vurguluyor. Uluslararası ziyaretçi harcamalarının 2019 zirvesine yaklaşarak 1,89 trilyon dolara ulaşması beklenirken, yerli turistlerin rekor bir yılda olduğundan daha fazla harcama yaparak 5,4 trilyon dolara ulaşması tahmin ediliyor. WTTC; gelecek 10 yıl için seyahat ve turizm sektörlerinde, güçlü büyüme ve kariyer fırsatlarıyla karakterize edilen umut verici bir gelecek öngörüyor. 2034 yılına kadar sektör, küresel ekonomiyi 16 trilyon dolarlık değerle güçlendirecek ve tüm ekonomik manzaranın yüzde 11,4'ünü oluşturacak. Rapordaki değerlendirmeler şöyle devam ediyor: "Bu patlayan endüstrinin ayrıca dünya çapında 449 milyon kişiye istihdam sağlayarak bir iş yaratma devi olması bekleniyor. İş gücünün yaklaşık yüzde 12,2'si bu canlı sektöre güç verecek ve seyahat endüstrisinin küresel istihdamdaki önemli rolünü sergileyecek. Analiz edilen ülkelerin dörtte üçünden fazlasının GSYİH katkısı açısından 2019'un en yüksek noktasını aşması beklenirken, seyahat ve turizm sektörleri; şimdiye kadarki en dönüştürücü döneminin eşliğinde ve daha önce görmediğimiz bir ölçekte refah, yenilik ve bağlantı vaat ediyor." Rapordan geçen yıla bakış: Dünya çapındaki istihdam 330 milyona çıktı: Ekonomik belirsizliklere ve jeopolitik sarsıntılara rağmen seyahat ve turizm sektörü gelişiyor. Yaklaşık 10 trilyon dolarlık ekonomik enjeksiyonla sektör, pandemi öncesi zirvesine ulaşarak küresel ekonomideki kritik rolünü kanıtlamıştır. 2023'te 9,9 trilyon doların biraz üzerinde küresel GSYİH'nin yüzde 9,1'ini temsil eden seyahat ve turizmin finansal ayak izi; 2019'daki seyahatin altın yılından bu yana zirvesinin yalnızca yüzde 4 gerisinde kalarak en büyüğü oldu. Sektör, ayrıca iş gücünü ek 27,4 milyon kişiyle destekleyerek dünya çapındaki toplam istihdamı yaklaşık 330 milyon kişiye çıkardı. Uluslararası harcamalar yüzde 33,1 artarak 1,63 trilyon dolara ulaştı ve yerel harcamalar yüzde 18'den fazla artarak 5 trilyon dolara ulaştı. 2023, seyahate olan tutkuyu göstererek sahneyi hazırladı ve 2024'te rekor kırılacak bir yılın önünü açtı. Bu büyüme, dünyanın en büyük iki turizm pazarının uluslararası ziyaretçi harcamaları açısından geride kalmasına rağmen gerçekleşti; hem ABD hem de Çin'de uluslararası turist harcamalarında çok daha yavaş bir geri dönüş görüldü.

Eğitim turizmi pazarı 2030'da 969 milyar dolara ulaşacak

Geçen yıl 400 milyar doları aşan eğitim turizmi pazarının 2024-2030 yılları arasında yıllık yüzde 13'lük büyümeler kaydederek 969 milyar dolara ulaşacağı tahmin ediliyor. MMR'nin (Maximize Market Research) konuyla ilgili hazırladığı rapordan derlediği bilgilere göre, Eğitim turizmi pazarının hacmi 2023 yılı sonunda 400 milyar doları aştı. Raporun, güncel eğilimler dikkate alınarak; hükümetlerin resmî web siteleri ve hizmet sağlayıcılardan derlenen bilgiler ışığında hazırlandığı belirtiliyor. Kuzey Amerika, Avrupa, Asya Pasifik, Latin Amerika, Orta Doğu ve Afrika'ya ait ülkelerde eğitim turizmi pazarının durumunu değerlendirmek için bölgesel analizler yapıldı. Rapor, farklı bölgelerde pazar büyüklüğü, büyüme oranı ve ithalat-ihracat faaliyetleri gibi çeşitli faktörlerin kapsamlı bir analizini yapılarak hazırlandı. Pazar dört yaş grubuna ayrılarak hazırlandı. Buna göre: 15 yaşından az, 16-25 yaş, 26-40 yaş ve 41-55 yaş üzeri insanlar dikkate alındı. Yapılan değerlendirmeler sonunda, 16-25 yaş grubundan gençlerin önümüzdeki dönemde eğitim turizmi pazarında gerçekleşecek büyümenin lokomotif haline geleceği saptandı. Bu yaş grubundan gençlerin bağımsızlık konusunda öne çıktıkları, tek başlarına veya arkadaşlarıyla eğitime gidebildikleri gözlemleniyor. Çok sayıda genç yetişkin hem mesleki hem de kişisel gelişim için küresel deneyimlerin önemini anlıyor. Dil



yeterliliği, kültürlerarası yeterlilik ve gelecekteki kursları önemsiyorlar. İstihdam için yardımcı olan çok çeşitli deneyimler kazanma fırsatı, eğitim turizmi tarafından sağlandığını biliyorlar. Eğitim turizminde öne çıkan akademik program ise şöyle sıralanıyor: Dil Programı, Kültür Turları, Mesleki Gelişim Programları.

Japonya'ya giden Türk ziyaretçi sayısında önemli artış

Japonya Ulusal Turizm Örgütü (JNTO), 2024 yılının ilk yarısında Türkiye'den Japonya'ya giden ziyaretçi sayısında yıldan yıla önemli bir artış kaydedildiğini duyurdu. Bu yılın ocak ve haziran ayları arasında Türkiye'den Japonya'ya giden ziyaretçi sayısı 29,039'a ulaşarak 2023'ün aynı dönemine kıyasla 105,1'lik bir artış gösterdi. Japonya, 2024 yılının ilk altı ayında 17.777.200 uluslararası ziyaretçiyi ağırladı. 2019 yılının aynı dönemine göre % 6,9'luk ve 2023 yılına göre % 65,9'luk bir artışa tekabül eden bu rakam, Japonya'da güçlü bir toparlanmaya ve bir seyahat destinasyonu olarak artan ilgiye işaret ediyor. All Nippon Airways (ANA), seyahat bağlarını daha da güçlendirerek 12 Şubat 2025 tarihinden itibaren Haneda'dan İstanbul'a yeni bir rota açacağını ve şehrin ANA'nın tarifeli uçuşlarıyla hizmet verdiği ilk Türk şehri olacağını duyurdu. Havayolu haftada üç uçuş gerçekleştirmeyi planlıyor. Japonya Ulusal Turizm Örgütü (JNTO) Dubai Ofisi İdari Direktörü Kobayashi Daisuke konu ile ilgili şunları söyledi; "Japonya ile Türkiye arasında diplomatik ilişkilerin tesisinin 100. yıldönümünü kutladığımız bu günlerde, rekor sayıda Türk turisti ağırlamak heyecan verici. Türkiye'den Japonya'ya 2024 yılında giden ziyaretçi sayısındaki artış, diğer ülkelere kıyasla olağanüstü bir seviyede olup, Japonya'nın Türk gezginler için bir seyahat destinasyonu olarak artan cazibesini yansıtır. Bu artış,

büyük ölçüde Türk Hava Yolları'nın artan koltuk müsaitliğine ve JNTO'nun aktif tanıtım çabalarına atfedilebilir. Türk vatandaşlarına yönelik vize muafiyeti de Japonya'yı özellikle cazip bir destinasyon haline getiriyor. JNTO, bu yüzüncü yıldönümü şerefine, Japonya'yı Türk halkına daha da yakınlaştırmak ve Japonya'yı ziyaret etmeye olan ilgilerini artırmak için bu sonbaharda seyahat sektörü profesyonellerine yönelik seminerler ve genel gezginlere yönelik etkinlikler düzenlemeyi planlıyor. Bu etkinliklerde birçok kişinin bize katılacağını umuyoruz." "Yaklaşan sonbahar ve kış mevsimleri, açık hava meraklılarının Japonya'nın doğal güzelliklerini deneyimlemeleri için mükemmel bir zaman. Sonbahar, değişen yaprakların canlı renkleri arasında doğa yürüyüşleri yapmak için ideal olan ılıman sıcaklıklara sahip hoş bir mevsim. Popüler yürüyüş noktaları arasında Tokyo yakınlarındaki Nasu Highlands ve Takao Dağı'nın yanı sıra nefes kesici sonbahar yapraklarının unutulmaz bir deneyim yarattığı Osaka yakınlarındaki Ikoma Dağı ve Rokko Dağı yer alıyor. Japonya, kış sporlarıyla da ünlü bir ülke. Ülkenin kayak pistleri, dünyanın dört bir yanından turistleri çeken olağanüstü toz karlarıyla tanınıyor. En iyi destinasyonlar arasında Hokkaido'daki Niseko ve Nagano'daki Hakuba yer alıyor ve her ikisi de birinci sınıf kayak deneyimleri sunuyor. Yamaçlarda geçen bir günün ardından bir



kaplıcada dinlenmek ve ardından sıcak ve rahatlatıcı bir güveç yemeği yemek, Japonya'da mükemmel bir kış deneyimini tamamlıyor. Umarım Türkiye'den daha fazla gezgin, Japonya'nın renkli sonbahar yürüyüşlerinden heyecan verici kış sporlarına kadar, ünlü ilkbahar kiraz çiçeği mevsiminin ötesinde eşsiz bir cazibe sunan çeşitli cazibe merkezlerini keşfeder. Japonya'da yıl boyunca her zaman deneyimlenecek özel bir şeyler bulunuyor. ANA'nın Şubat 2025'te açacağı yeni İstanbul rotası, Türk ziyaretçilerin seyahat deneyimini daha da geliştirecek. Ülkelerimiz arasındaki bu hava köprüsünün daha da güçleneceği ve zenginleşeceği, Japonya-Türkiye ilişkilerinin gelecek 100 yılını sabırsızlıkla bekliyoruz. Expo 2025 Osaka, Kansai'nin ufukta görünmesiyle birlikte, Türkiye'den daha fazla gezginin Japonya'yı keşfetmesini bekliyoruz."



56 yıldır konaklama endüstrisinin nabzını tutan ve sektör profesyonellerini bir araya getiren EquipHotel Paris, 3-7 Kasım 2024 tarihlerinde ziyaretçilerini ağırlamaya hazırlanıyor. İki yılda bir düzenlenen fuar, 2022 yılında 90.000 m² sergi alanında 41 ülkeden 1.200'ü aşkın katılımcı firma ve 95.357 ziyaretçiyi ağırladı. Bu sene "Time to dare!" (Cesaret Gösterme Zamanı) temasıyla yola çıkan EquipHotel Paris, konaklama sektöründe yeni ve cesur yaklaşımlara öncülük ediyor. İnovasyon, yaratıcılık ve farklı sektörlerle iş birliği, bu yılın ana temaları arasında yer alıyor. Milli katılım organizasyonu Tüypa Fuarcılık Grubu tarafından gerçekleştirilen EquipHotel Paris için T.C. Ticaret Bakanlığı da sektör ve firmaların büyüklüğüne bağlı olarak metrekare başına 11.670 TL ile 12.504 TL arasında değişen tutarlarda milli katılım teşviği sağlıyor.

EquipHotel, Tüypa'nın milli katılım organizasyonu ile otelcilik sektörü Paris'te buluşuyor

EquipHotel Paris, konaklama endüstrisinde faaliyet gösteren tüm profesyoneller için kaçınılmaması gereken bir fırsat. Fuar, sektörün son trendlerini keşfetmek, yeni iş birlikleri kurmak ve geleceğe yönelik yatırımlar yapmak için ideal bir platform sunuyor. Otel profesyonelleri, turizm tesis yöneticileri, şefler, restoran profesyonelleri, tasarımcılar, yatırımcılar ve daha birçok sektör temsilcisi, EquipHotel Paris'te bir araya geliyor. Sektöründe öncü Fransız ve uluslararası şirketlerin yanı sıra dinamik ve yenilikçi firmalar da fuarda yer alıyor. Teknoloji & Hizmetler, Tasarım, Sağlıklı Yaşam ve Gıda Hizmetleri olmak üzere dört ana alanda düzenlenecek fuarda, katılımcılar ihtiyaçlarına yönelik çözümler bulabilecekler. Ayrıca katılımcılar, fuar kapsamında düzenlenecek konferanslar, atölye çalışmaları, yarışmalar ve deneyimsel alanlar sayesinde sektördeki yenilikler hakkında bilgi sahibi olacaklar. Ülkemizde otelcilik sektörü son yıllarda önemli bir büyüme gösteriyor. Oxford Economics'ın raporlarına göre, Türkiye turizm sektöründe ise pandemi sonrası en hızlı toparlanan ülkelerin başında geliyor. Özellikle Paris gibi dünya çapında tanınan bir şehirde

düzenlenen EquipHotel Paris gibi fuarlar, sektörde yer alan Türk firmalarının uluslararası pazarda daha görünür olmalarını sağlıyor. Bu yılki fuarda Türkiye'den Fanset, Hermes Porselen, Kar Porselen (Bonna), Kleo Minibar, Kütahya Porselen, Umbrella House, May Dizaın Tasarım, Abelya Tekstil, Azur Tekstil, Gönül Tekstil, La Notte Yatak, Otel Ürünleri Tekstil, Porland Porselen, Bahamas Tekstil ve Rinart Porselen gibi önde gelen firmalar yer alacak. Bu sayede Türk otelcilik sektörünün dünya pazarındaki gücü bir kez daha gözler önüne serilecek. Fransa, güçlü franchise ağlarıyla desteklenen dünyanın en güçlü ve tanınmış otel endüstrilerinden birine sahip. 2023 yılında 16.850 tesiste 627.621 oda ile hizmet veren Fransız otel endüstrisinde, 2026 yılına kadar 16.000'den fazla oda açılması bekleniyor. Dünya mutfağının başkenti olan Paris, 118 Michelin yıldızlı şefiyle ve 4-5 yıldızlı otellerin yoğunluğuyla fuara ayrı bir çekicilik katıyor. Fransa başta olmak üzere Avrupa'dan gelecek olan binlerce ziyaretçi ile buluşacak olan Türk firmalar, EquipHotel'de ciddi bir görünürlük yakalayacak.

2. Otel Teknik Ekipman & Malzemeleri Fuarı ve Ulusal İklimlendirme Kongresi **İKLİM 2024**



11 - 14 Aralık 2024
Anfaş Fuar Merkezi / Antalya

Organizatör

PLANT EXPO

  /hoteltechantalya

www.hoteltechantalya.com

JW Marriott Ankara, JW Marriott markasının 40. yıl dönümünü özel bir bahçe partisiyle kutladı

JW Marriott Hotel Ankara, markanın 40. yıl dönümü anısına, kıtalar arasında her biri kendi benzersiz ortamını yansıtan bir dizi kutlamanın parçası olarak özel bir Bahçe Partisi etkinliğine ev sahipliği yaptı. Bu kutlama, markanın kırk yıllık mükemmelliğine ve lüks konukseverliği doğanın sade sevinçleriyle harmanlamasına saygı duruşu niteliğindeydi. Konuklar, bahçenin kendi şifalı bitkilerinden ve malzemelerinden hazırlanan lezzetlerin keyfine varırken ve doğal çevrenin tadını çıkarırken, JW Marriott mirasıyla ve markanın konukseverliğe olan kalıcı bağlılığıyla etkileşime geçme fırsatı buldular. Konuklar, etkinlik sırasında özel olarak hazırlanan "JW Garden" alanına biberiye, lavanta, ada çayı, kekik, kırmızı biber gibi çeşitli fideler dikti. Kökleri Marriott aile geleneğine dayanan, dünyanın dört bir yanındaki mülklerde bulunan JW Garden, günlük doğa yürüyüşleri yapan kurucu J. Willard Marriott'tan ve bahçe işlerinden büyük keyif alan eşi Alice'ten ilham almış. JW Marriott Hotel Ankara'daki JW Garden'da, bu özel gece için oluşturulan özel tohum menüde yer alan istakoz tartı, ahududu şerbeti, yavaş pişirilmiş dana kaburgası, zeytinyağlı kek'te kullanılan biberiye, kekik, nane, lavanta, adaçayı gibi taze ürünler ve otlar yetiştiriliyor aynı zamanda misafirlerin doğayla bağlantı kurmasını sağlayan bir köprü görevi görüyor. Bu geceye özel olarak hazırlanmış tohum menü:

Toprak: JW Bahçe Domatesi

Toprak, hayatın temelini ve doğanın bereketini temsil ediyor. Bu element, JW Marriott'un misafirlerine sunduğu tazelik ve doğallığın sembolüdür. Menü'nün başlangıcı olarak sunulan heirloom domates, JW Garden'dan özenle toplanmış domateslerle hazırlandı. Domates ektirmesi ve domates jeli, toprağın derinliklerinden gelen sağlığı ve doğallığı yansıtırken mascarpone peyniri kreması bu tabağa zarif bir dokunuş katıyor. Krispi sebze bahçesi ile tamamlanan bu tabak, JW Marriott'un köklerine olan bağlılığını ve sürdürülebilirliğe verdiği önemi simgeliyor. Toprağın bereketi, markanın sağlam temellerini ve gelecek nesillere bırakacağı mirası temsil ediyor.

Su: Istakoz Tart

Su, hayatın akışını ve yenilenmeyi simgeliyor. Bu tabakta, denizin derinliklerinden gelen istakozun zarafeti ve ferahlığı, avokado püresi ile dengeleniyor. Fesleğenin tazeliği, karpuzun hafifliği ve elma jelinin tatlı dokunuşu, suyun akışkan yapısını ve sürekli değişim yeteneğini temsil ediyor. Üzerinde yer alan gümüş yapraklar ise JW Marriott'un zarafetini ve dünya çapındaki etkisini yansıtıyor. Su elementinin temsil ettiği yenilenme ve adaptasyon yeteneği, markanın misafirlerine sunduğu dinamik ve sürekli evrilen deneyimlerin bir ifadesidir.

Ateş: Dana Kaburga

Ateş, tutkunun ve dönüşümün gücünü



sembolize ediyor. Dana kaburga tabağı, bu güçlü enerjiyi ve markanın misafirlerine olan bağlılığını simgeliyor. Zencefilli havuç püresi, ateşin sıcaklığını ve lezzetin derinliğini yansıtırken edamame ve ev yapımı BBQ sos, tabağa modern bir dokunuş katıyor. Bu yemek, JW Marriott'un sürekli olarak mükemmeliyeti arayışını ve misafirlerine unutulmaz deneyimler sunma konusundaki kararlılığını simgeliyor. Ateşin dönüştürücü gücü, markanın yenilikçi yaklaşımını ve geleceğe olan tutkusunu ifade ediyor.

Hava: Sabah Sisi ve Zeytinyağlı Kek

Hava, özgürlüğü ve yenilenmeyi temsil ediyor. Bu tatlı, JW Marriott'un misafirlerine sunduğu hafiflik, tazelik ve zarafeti yansıtıyor. Sabah sisiyle sunulan zeytinyağlı kek, doğanın yumuşaklığını ve JW Marriott'un misafirperverliğindeki inceliği temsil ediyor. Zeytin ağacının uzun ömürlülüğü, markanın yıllar boyunca süregelen başarısını ve bu başarının gelecekte de devam edeceği umudunu simgeliyor. Bu tatlı, hafifliği ve zarafetiyle misafirleri büyülerken JW Marriott'un köklü geçmişi ve geleceğe olan güvenini tatlı bir dokunuşla sunuyor.

Martı A.Ş., 2024 yılı ilk çeyreğinde net dönem karını yüzde 60 artırdı



Martı Otel İşletmeleri A.Ş., 01.04.2024-30.06.2024 tarihlerini kapsayan özel hesap dönemi ilk çeyrek konsolide finansal tablolarını, KAP'ta yaptığı

açıklama ile paylaştı. Buna göre şirket, bir önceki yılın aynı dönemine göre satışlarını yüzde 90, brüt karını yüzde 179, esas faaliyet karını yüzde 204, FAVÖK'ünü yüzde 279 ve net dönem karını ise yüzde 60 artırdı. Martı Otel İşletmeleri A.Ş., 2024 yılı özel hesap dönemi ilk çeyreğinde; satışlarda 197 milyon TL, brüt karda 85,9 milyon TL, esas faaliyet karında 57,9 milyon TL, FAVÖK'te 77,3 milyon TL ve net dönem karında ise 76,7 milyon TL'ye ulaştı. 2023'ün aynı dönemine göre şirketin, dönen varlıkları yüzde 9 artarak 369,8 milyon TL'ye, duran varlıkları 53 artarak 13.03 Milyar TL'ye ulaştı. Aynı şekilde Martı Otel İşletmeleri A.Ş.'nin toplam kaynakları yüzde 51 artırarak 13.4 milyar TL'ye, özkaynakları ise yüzde 63 artarak 8.8 Milyar TL'ye ulaştı. KAP'ta paylaşılan finansal tablolara göre 01.04.2024-30.06.2024 (İlk Çeyrek) hesap döneminde, bir önceki yılın aynı dönemine oranla şirketin, kısa vadeli borçlarının yüzde 27 azaldığı, likiditesinin arttığı, borç özkaynak rasyosunda ise yüzde 19'luk pozitif yönlü iyileşme gerçekleştiği görülüyor.

UNWTO'ya göre seyahat ve turizm sektöründe toparlanma hızla devam ediyor



Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün (UNWTO) son raporuna göre, 2024 yılının ilk yedi ayında dünya genelindeki turizm, pandemi öncesi seviyelerin yalnızca yüzde 4 gerisinde kaldı. Ocak-temmuz döneminde uluslararası seyahat sayısı 790 milyona ulaşarak, bir önceki yıla göre yüzde 11 oranında artış gösterdi. Bu artışta en büyük pay Avrupa'nın güçlü talebi ve Asya-Pasifik bölgesinin seyahatlere açılması oldu. Bölgesel olarak değerlendirildiğinde, 2019 yılına göre yüzde 26 oranında büyüme kaydeden Ortadoğu, en hızlı toparlanan bölge oldu. Afrika ise yüzde 7'lik artışla dikkat çekerken, Amerika kıtası pandemi öncesi seviyenin yüzde 99'una, Avrupa ise yüzde 97'sine ulaştı. Asya-Pasifik ise yüzde 82 oranında toparlanarak diğer bölgelerin gerisinde kaldı. Küresel çapta 120 destinasyondan 67'si, 2024'ün ilk yedi ayında pandemi öncesi seviyelere ulaştı. Bu süreçte Katar yüzde 14, Arnavutluk yüzde 93, El Salvador yüzde 81 ve Suudi Arabistan yüzde 73 oranında büyüme kaydeden ülkeler arasında yer aldı. Moldova Cumhuriyeti ve Tanzanya ise en yüksek büyümeyi yakalayan diğer ülkeler oldu. UNWTO, ekonomik belirsizlikler ve jeopolitik risklere rağmen, 2024 yılı için turizmde "tam toparlanma" beklentisinin sürdüğünü belirtti. Pandemi sonrası seyahatler artış gösterirken, sektörün güçlü bir şekilde toparlandığı ve küresel ekonomiye katkısının giderek arttığı ifade ediliyor.

AÇEV ile iş birliği anlaşması imzalayan Accor, eğitime destek veriyor

110'u aşkın ülkede 5 bin 500'den fazla oteli bulunan, Türkiye'de ise 68 oteliyle hizmet veren Accor, konukseverliği yeniden şekillendiren anlayışı ve dünyayı deneyimleme konusundaki ilham verici çalışmalarının yanı sıra eğitim alanında da desteklerini sürdürüyor. Accor, hayatımızın en belirleyici dönemi olan erken yaşlarda fırsat eşitsizliği ile mücadele etmenin sorumluluğu ve bilinciyle önemli bir adım atarak, erken çocukluk alanındaki deneyimi ve uzmanlığıyla programlarını yurt içi ve yurt dışında uygulayan AÇEV'in çalışmalarına destek vereceğini duyurdu. Yapılan iş birliği kapsamında Accor, AÇEV ile birlikte yıl boyunca çocuklara hayatta eşit fırsatlar sunan projelere katkı sağlayacak. İş birliğine yönelik İzmir'de düzenlenen imza töreni, Accor Premium, Orta ölçekli ve Ekonomi Oteller Orta Doğu, Afrika ve Türkiye COO'su Paul Stevens, Accor Premium, Orta ölçekli ve Ekonomi Oteller Orta Doğu,

Afrika ve Türkiye COO'su Jonathan Sheard, Accor Türkiye Operasyon Başkan Yardımcısı Sinan Köseoğlu ve AÇEV Genel Müdürü Senem Başyurt'un katılımıyla gerçekleşti. Törende, çocukların okul öncesi eğitimine ulaşmalarının önemine dikkat çekildi. Accor Türkiye Operasyon Başkan Yardımcısı Sinan Köseoğlu, "Accor'un Türkiye'deki varlığı, ülkedeki seyahat edenlerin ihtiyaçlarına ve tercihlerine uygun çeşitli konaklama seçenekleri sunmaya olan bağlılığını ortaya koyuyor. Bu kapsamda Türkiye'yi çok önemsiyor, buradaki faaliyetlerimizde sosyal sorumluluk projelerine de yer vermeyi önceliklerimiz arasında görüyoruz. Kuruluşundan bu yana eğitim çalışmalarının yaygınlaşması adına çok kıymetli projelere imza atan AÇEV ile iş birliğine imza atmaktan dolayı çok mutluyuz. AÇEV tam 30 yıldır, her çocuğun sağlıklı, mutlu, güvende olması, yaşına uygun öğreniyor ve



destekleniyor olması, hayata eşit fırsatlarla başlayabilmesi için çalışıyor. AÇEV, başta erken yaştaki çocuklar olmak üzere onların birincil yakınları olan anne babalara ve aynı zamanda kadınlara yönelik bilimsel temelli eğitim programları geliştiriyor ve uyguluyor. AÇEV ile iş birliğimizin sürdürülebilir olmasını arzu ediyoruz" dedi. Alternatif bir okul öncesi eğitim modeli olan Anne Çocuk Eğitim Programı (AÇEP) geliştiren AÇEV, 1993'ten bu yana çocukların eğitime ulaşmaları için projeler üretip uyguluyor. Eğitimlerin Türkiye çapında yaygınlaştırılmasını amaçlayan AÇEV'in kurucuları "Bilim sadece bilim için değildir, topluma da dönmelidir, o zaman daha önemli olur" yaklaşımını temel alarak yararlı bir etkiyi yaygınlaştırmak üzere hareket ediyor.



Sağlık turizmine vites yükselttirecek yeni nesil platform

yaklaşımımızla sektöre yepyeni bir bakış açısı getiriyoruz. Hastalarımızın anlaşmalı sağlık kuruluşlarında düzenlenen tedavi planlarını, ihtiyaçlarını özel olarak hazırlıyoruz ve en son tıbbi teknolojilerle destekliyoruz. Platformumuz üzerinden diledikleri lokasyonlardaki konaklama seçeneklerini tüm detaylarıyla inceleme fırsatına sunuyoruz. Sağlık Bakanlığı onayıyla yürüttüğümüz faaliyetlerimizde dünyanın dört bir yanından hastalarla global sağlık kuruluşu ve sağlıklı yaşam otelleri arasında köprü görevi görüyoruz" dedi. Kozmetik estetik hizmetlerden genel cerrahiye, fiziksel güçlenmeden zihinsel yenilenmeye kadar sağlık alanındaki her ihtiyaç için hizmet verdiklerini belirten Anka Journey Kurucusu Orhan Beyazıt, "Hastalar internet sitemiz üzerinden sağlık kuruluşunu, hizmet alınacak uzmanı ve tedavi yöntemini özelleştirebiliyor. Kendilerine sunulan ön tanışma formunu doldurarak sağlık kuruluşlarına ve uzmanlarına iletebiliyor. Sağlık kuruluşlarına ve uzmanlara ulaşan hasta formları dikkatle analiz edilerek en doğru tedavi süreci planlanıyor ve hastalara hem tedavi süreci hem ücretler konusunda şeffaf bilgi veriliyor. Tedavi süreçleri için diledikleri tarihleri seçme özgürlüğüne sahip olan hastalar, kendi takvimlerine göre belirledikleri tedavi dönemi için rezervasyon yapabiliyor" ifadelerini kullandı. "Platformda yer alacak olan sağlık kuruluşlarını inceleyip sık dokuyoruz, iyi hizmet, son teknoloji ve doğru fiyat politikasıyla çalışan kuruluşlarla partnerlik yapıyoruz" diyen Orhan Beyazıt, "Çatımız altında hizmet vermek için başvuruda bulunan tüm sağlık kuruluşlarının fiziksel yeterlilikleri, sağlık alanındaki teknoloji yatırımları, tedavi yöntemleri ve bu yöntemlerin bilimle

desteklenmesi, uzman kadroların yeterlilikleri ve başarıları, hastalara karşı sergiledikleri kurum politikaları gibi unsurlar bizimle yapılmak istenen iş ortaklığının olmazsa olmazlarını oluşturuyor. Sağlık kuruluşları için oluşturulan kurumsal sayfalarda hizmet veren uzmanların bilgileri, yeterlilikleri, tedavi yöntemleri, tedavi süreçleri tüm şeffaflığı ile sunuluyor. Müşteri memnuniyeti için titizlikle çalışıyoruz" şeklinde konuştu. "Sağlık turizmini güven ve şeffaflık prensibiyle şekillendiriyoruz. Bu amaçla sektörün en önemli aktörleriyle çok güçlü anlaşmalar yaptık. İsteyen müşterilerimizi şehirlerarası özel uçak veya helikopterle de taşıyabileceğiz. Bize güvenen kullanıcılarımızla birlikte yürüyerek pazarda sağlık sektörünün Booking'i olmayı hedefliyoruz" diyen Anka Journey Kurucusu Orhan Beyazıt, değerlendirmelerini şöyle tamamladı: 2025'te 30 milyon TL üzerinde bir yatırım düşünüyoruz ve 8 milyon doların aşkın bir ciro hedefliyoruz. Yurtdışından ciddi yatırımcılar projemizle ilgileniyor ve kendileri ile görüşüyoruz. İletişim faaliyetlerine de Eylül sonu itibarıyla başlıyoruz. Yakın zamanda tüm dünyanın konuştuğu, tanıdığı bir platform haline gelmek istiyoruz. Böylece, Türkiye pazarından da %0,5'lik pay almayı, globalde ise Türkiye'deki ciromuzun 4 katı kadar bir ciroyu hedefliyoruz. Hastalara baştan sona kadar kişiselleştirilmiş bir tedavi süreci sunuyoruz. Uçak bileti, seyahat sigortasına; havalimanından otele, otele hastaneye yapılacak transfer sürecinden tercümanlık hizmetine kadar her detayın yer aldığı bir hizmet politikamız var. Sağlık kurumları ve sağlıklı yaşam otellerinin bir arada bulunduğu başka bir platform yok."

Türkiye, sağlık turizminde vites yükseltmek için gücünü teknolojiyle birleştiriyor. Sağlık turizmini bütüncül bir deneyime dönüştürme misyonu ile yola çıkan yerli platform hem sağlık kuruluşu seçimi hem de konaklama konusunda yabancı hastalara online rehberlik ediyor. Türkiye, sağlık turizmindeki vize kolaylığı, uygun tedavi masrafları ve çok çeşitli konaklama imkanlarıyla kazandığı rekabet avantajını sürdürüyor. Uluslararası Sağlık Hizmetleri'nin paylaştığı verilere göre, 2023'te 1,5 milyondan fazla kişi sağlık hizmeti almak için Türkiye'yi ziyaret ederken, bu sirkülasyonun ekonomiye katkısının 3 milyar doları aştığı kaydediliyor. 2024'ün ikinci çeyreğinde de benzer bir tablo izlenirken, bu dönemde ülkemize gelen 800 bin sağlık turistinin 1,7 milyar dolarlık gelir kazandırdığı görülüyor. Türkiye'ye gelecek olan hastalar için sağlıklı yaşam otellerinde konaklama dahil tüm tedavi süreçlerine rehberlik hizmeti sunan platform Anka Journey Kurucusu Orhan Beyazıt ise sağlık turizminde vites yükseltecek yeni nesil çözümlerini tanıttı. Platformlarının global sağlık kuruluşları, retreat otelleri, detoks, yoga meditasyon, fizik tedavi, mental sağlık merkezlerinden oluştuğunu dile getiren Orhan Beyazıt, "Sağlık turizmini bütüncül bir deneyime dönüştürme misyonu ile çıktığımız bu yoldaki

Turizmin tüm renkleri ikinci kez ITF'de buluşuyor

İstanbul Turizm Fuarı için geri sayım başladı. Otellerden acentalara, havayolu şirketlerinden kruvaziyer firmalarına kadar turizm sektörünün tüm renklerini buluşturan fuar, 9-10 Ekim 2024 tarihlerinde Yenikapı-Avrasya Gösteri ve Sanat Merkezi'nde kapılarını açacak. Geçen yıl ilki düzenlenen ve sektörde büyük ses getiren fuar, bu yıl daha güçlü ve iddialı bir başlangıç yapacak. Oteller ile acentelerin kontrat anlaşmalarını yaptığı Ekim ayında düzenlenen fuarda, yeni dönemin anlaşmalarına imza atılacak. Öyle ki fuar döneminde bir araya gelecek otel ve acentelerin yeni sezon anlaşmaları için 100 milyon euroluk kontrata imza atacağı öngörülüyor. Bu yıl 10 bin metrekairelik alanda düzenlenecek olan fuara, 1.000'i uluslararası olmak üzere 15 binin üzerinde turizm profesyoneli katılacak. İstanbul şehir ekonomisine de büyük katkı sunacak olan fuarla birlikte oteller dolarken restoranlar ve alışveriş merkezleri de ihya olacak. Sadece fuar için gelecek olan ziyaretçilerin uçak, konaklama, yeme-içme ve alışveriş harcamalarının toplam 50 milyon TL'yi aşacağı öngörülüyor. Turizm sektörünü en üst düzeyde bir araya getirmek, yeni iş ortaklarının sağlanması, mevcut iş ortakları ile iş birliğini artırmak ve ülkemizin turizm alanında destinasyonunu profesyonellere tanıtmak amacıyla, geçen yıl ilk kez ITF'yi düzenlediklerini anlatan Dream Project Yönetim Kurulu Üyesi ve CEO'su Volkan Ataman, "Sadece sektör profesyonellerini ağırladığımız fuarda çok güçlü iş birliklerine imza atıldı. ITF ilk yılına

rağmen sektörde büyük ses getirdi. O nedenle ikincisi için çok güçlü bir talep oluştu" dedi. Fuarın sektörün tüm renklerini buluşturduğuna dikkati çeken Ataman, "Otellerden acentelere, havayolu şirketlerinden araç transferine kadar sektörün tüm renkleri bu fuarda buluştu. Yani fuarımız sektörün en güçlü buluşma yeri haline geldi. Biz fuar takvimini özellikle Ekim olarak seçtik. Çünkü bu dönem otellerle acentelerin kontrat dönemidir ve geçen yıl otel-acente kontratları fuarımızda imzalandı. O nedenle bu fuar çok verimli geçti. Bu yıl da benzer anlaşmalara sahne olacak olan ITF'de, 100 milyon euroluk kontratın imzalanacağını öngörüyoruz" ifadelerini kullandı.

35 ülkeden satın alıcılar ile 8 binin üzerinde BTB görüşme

Bu yıl 35 ülkeden 200 yabancı satın alıcının fuara katılacağını bilgisini veren Ataman, "Uluslararası hosted buyer programımız ile potansiyel acente ve tur operatörlerini 3 gün boyunca İstanbul'da en üst düzeyde ağırlayarak ve destinasyonumuzu tanıtarak katılımcılarımızla bir araya getireceğiz. Avrupa'nın en seçkin ve lider tur operatörlerinin üst düzey yöneticilerinin katılımıyla gerçekleşecek programda BDT pazarı, Orta ve Kuzey Avrupa, Amerika kıtası, Asya, Uzakdoğu, Okyanusya, Afrika, Güney ve Doğu Avrupa pazarlarından Türkiye'yi hedefleyen potansiyel tur operatörleri, outgoing acenteleri, luxury travel ve incentive firmaları bir araya gelecek. Katılımcılarımız



hem hosted buyerlarla hem de profesyonel ziyaretçilerle 8 binin üzerinde B2B görüşme yaparak ticari hacimlerine ve tanıtımlarına ciddi katkılar sağlayacak" diye konuştu. Geçen yılki fuara 13.500 sektör profesyonelinin katılım sağladığını anlatan Ataman, bu yıl yüzde 10'luk bir artışla 15 bini aşacaklarını kaydetti. "Bunun 1.000'i yurt dışından gelen turizm sektörünün üst düzey yöneticileri, satın alıcıları ve profesyonelleri olacak" diyen Ataman, böyle bir ziyaretçi profilinin şehir ekonomisine büyük katkı sağlayacağını ekledi. Ataman, "Bu fuara katılan profesyoneller harcama kapasitesi yüksek olan insanlar. Dolayısıyla şehir ekonomisine de güçlü katkı sunuyorlar. 15 bin profesyonelin 5 binini İstanbul'da farz edersek, Anadolu'nun farklı illerinden 8-9 bin turizm profesyoneli gelecek. 1.000'i aşkın yabancı turizm profesyoneli bu fuarda olacak. Bu kişilerin üç gün konaklaması, yeme-içme ve alışveriş potansiyelini baz aldığımızda kişi başı minimum 1.200 euroluk bir harcama yapılacak. 10-15 milyon euroluk, yani 50 milyon TL'lik bir harcama öngörüyoruz. Bu da hem otellere hem şehir ekonomisine çok güçlü bir katkı sunacak" şeklinde konuştu.

Uzakrota 2024 yolculuğu Kuala Lumpur'da başladı

Turizm ve seyahat endüstrisini buluşturan en kapsayıcı etkinliklerden biri olan, kıtalar ve bölgeler arası bir köprü görevi gören Uzakrota, 2024 yılına 5 büyük zirve ile damga vurmaya hazırlanıyor. Geleneksel İstanbul global buluşmasının 10.cusunu 15 Kasım'da gerçekleştirecek olan Uzakrota, bu büyük konferans öncesi 3 zirve ile yolculuğunu kıtalararasına yayacak. Uzakrota 19 Eylül'de 2024 sezon açılışını Kuala Lumpur'da yaptı. Malezya'daki etkinlik Novotel Kuala Lumpur'da gerçekleşti; zirveye BDT, Balkanlar, Asya ve Orta Doğu'dan 500 turizm profesyoneli ve 30 konuşmacı katılacak. Uzakrota 2024 konferansları THY ve Amadeus ana sponsorluğunda gerçekleşecek. Yılın ikinci buluşma noktası olan Uzakrota Bakü ise Azerbaycan'da Radisson Hotel Bakü'de 4 Ekim'de gerçekleşecek. Bakü zirvesi İngiltere, Avrupa başta olmak üzere BDT, Balkanlar ve Orta Doğu'dan 500 turizm profesyoneli ile 30 konuşmacıyı bir araya getirecek. Bakü zirvesinde dünyanın önemli bölgelerinden katılımcıların yanı sıra Türkiye turizmüne yön veren sektör profesyonelleri de konuşmacı olarak yer alacak. Kıtalararası gezerek

seyahat profesyonellerini bir araya getiren Uzakrota'nın üçüncü durağı ise Güney Afrika olacak. 17-18 Ekim'de Rooftop on Bree Cape Town'da gerçekleşecek zirve bu kez Güney Afrika, Orta Doğu, Namibya, Zambiya ve Zimbabve'den önemli sektör markalarıyla 500 turizm profesyoneli ve 30 konuşmacıyı buluşturacak.

En büyük zirve İstanbul'da

Uzakrota 2024 yolculuğundaki 4. ve en büyük durak ise Türkiye olacak. 15 Kasım'da Uzakrota Global'24 etkinliğine ev sahipliği yapacak olan İstanbul, geniş kapsamlı bir katılımı 110 ülkenin büyük turizm ve seyahat markalarıyla 15 binden fazla turizm profesyoneli ve dünyanın en büyük turizm teknoloji şirketlerini bir araya getirecek. İstanbul zirvesinde 5 tematik sahne, 60 oturum ve 200 etkileyici konuşmacı turizm ve seyahat endüstrisinin geleceğine yön verecek. Uzakrota 2024 yolculuğunun son durağı ise Suudi Arabistan olacak. Narcissus Hotel Riyadh'da gerçekleşecek olan konferans İngiltere, BDT, Balkanlar, Avrupa ve Orta Doğu'dan sektör



profesyonellerini buluşturacak. Uzakrota Kurucusu Gökhan Erdoğan; 2010 yılında başlayan yolculuklarında bugüne dek toplam 5 kıtada 10 ülkede 30 zirve gerçekleştirerek 100 bine yakın turizm profesyoneli bir araya getirdiklerini; lokal markaları birbirleriyle buluşturarak dünya çapında bir seyahat köprüsü kurduklarını kaydetti: "Yeni pazarlara açılmak isteyen markalar, bizim bölgemizden dışarı açılmak isteyenler veya bölgemize gelmek isteyenler böylece fırsat yakalıyor. Türkiye'nin önde gelen outgoing operatörlerini Kuala Lumpur'da ağırladık. Düzenlediğimiz zirvelerde bölgelerin yetkili turizm ofislerini, seyahat acenteleri, oteller, havayolları, tur operatörlerini bir araya getiriyoruz."

Emitt

ufi
Approved
Event

28. Doğu Akdeniz Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı

5 - 7 ŞUBAT 2025

TÜYAP Fuar ve Kongre Merkezi
Büyükcçekmece / İSTANBUL



Çeyrek Asırdır Dünya Turizminin Buluşma Noktası



Yerinizi Ayırttınız mı?

www.emittistanbul.com

İş Ortakları

TÜROFED
Türkiye Otelciler Federasyonu
Turkish Hotels Federation

TTTD
TÜRKİYE TURİZMİ VE SEYAHATİ İÇİN
TÜRKİYE TURİZMİ VE SEYAHATİ İÇİN

Organizatör



BU FUAR 5174 SAYILI KANUN GEREĞİNCE TOBB (TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ) DENETİMİNDE DÜZENLENMEKTEDİR.



ABD'nin New York kentinde yaşayan Türk iş insanı Hakkı Akdeniz, ABD'nin çeşitli eyaletlerinde restoran sayısını artırıyor. Yeni rotasında ise Türkiye var. Pizza zincirini İstanbul başta olmak üzere Türkiye'ye yayacak. ABD'de kendisi de bir dönem evsiz yaşayan Akdeniz'in, özellikle evsizlere yönelik gerçekleştirdiği yardım çalışmaları takdirle karşılanırken iş insanı olarak da Champion Pizza markası ile çok sayıda restorana sahip. Bunun yanı sıra farklı markalarla farklı yemek konseptinde restoranları bulunan Akdeniz, Hakkı's markasıyla da dondurulmuş gıda sektöründe faaliyet gösteriyor. Geçtiğimiz ay ABD'nin Miami kentinde iş insanı Engin Akdemir'le ortak olarak Elia adıyla Akdeniz mutfağının hazırlandığı bir restoran açan Akdeniz, New York'ta da Wabi Nori adıyla Japon mutfaklığı ağırlıklı yeni bir restoran daha açtı. Akdeniz'in yeni rotası ise Türkiye. Önümüzdeki aylarda İstanbul'da ilk pizza restoranını açacağını belirten Akdeniz, kısa sürede Türkiye'nin birçok şehrinde faaliyet göstereceklerini belirtti.

ABD'de 30'dan fazla restoran açan Akdeniz, Türkiye'ye yatırım yapacak

"Pandemiden dolayı ertelemiştik artık geliyoruz"

Önümüzdeki aylarda Türkiye'ye yatırım yapacağını söyleyen Akdeniz, ilk pizza restoranını İstanbul'da açacağını kaydetti. Covid-19 pandemisinden dolayı daha önce gelmeyi planladıkları Türkiye pazarına gecikmeli geldiklerini belirten Akdeniz şunları söyledi: "Türkiye'de pizza restoranları açma planımız pandemiden kaynaklı ekonomik daralmadan dolayı ertelemiştik. Pandeminin başında ABD'deki bazı şubelerinin olumsuz etkilendi. Ve pandeminin bitmesini takip eden iki yıl boyunca ABD'deki büyümeyi ve kurumsallaşmamızı sağlamlaştırmak için çalıştık. Şu an işlerimiz pandemi öncesi dönemi dahi katlamış durumda. Artık ülkemize, ana vatanımıza yatırım yapma zamanı geldiğini düşünüyoruz. İstanbul'da çok yakın bir zaman sonra ilk pizza restoranımızı açarak start vereceğiz. Daha sonra ise ülke genelinde franchise vererek büyümeyi sürdüreceğiz." Türk iş insanı Hakkı Akdeniz, New York'ta kümelenen restoran zincirleriyle Teksas, Miami ve New York'ta genişlemeye devam ediyor. Son olarak New York'ta açılışını yaptığı

Wabi Nori adlı Japon restoranında yüksek kalitede sushi ve balık ürünleri yer alıyor. Dünya jet sosyetesinin tatil yeri olan Miami'de ise Elia adıyla ultra lüks restoran açan Hakkı Akdeniz, burada Akdeniz'in zengin mutfaklığından en güzel seçmelerin şefleri tarafından hazırlandığını belirtti. Yine New York'ta yeni açtığı Wabi Nori adlı mekanda da Japon mutfaklığının sevilen balık yemekleri ve sushi servisi yapıldığını ifade etti. Akdeniz yeni restoranlarıyla ilgili şöyle konuştu: "Elia restoranını Miami'de açarak Akdeniz'in eşsiz lezzetlerini buradaki insanlarla buluşturmak istedik. Elia, Akdeniz mutfaklığının en güzel örneklerini sunan bir restoran ve burada geleneksel tarifleri modern dokunuşlarla harmanlıyoruz. Menüümüzde Akdeniz mutfaklığının klasiklerinden mezeler, zeytinyağlılar, deniz ürünleri ve et yemekleri bulunuyor. Yeni mekanımızı da Wabi Nori adıyla New York'ta açtık. Burada sushi başta olmak üzere Japon mutfaklığının eşsiz balık ürünlerini yüksek kalitede sunuyoruz. Wabi Nori, neredeyse Michelin Yıldızı alacak kadar lüks ve emsalsiz bir restoran. Hedefimiz Michelin Yıldızının 3'ünü de almak."

Prontotour'dan yeni kampanya: "Pasaport bizden dünyayı gezmek sizden"



Seyahat trendleri belirleyen turizm sektörünün lider tur operatörü markası Prontotour yeni bir kampanyaya imza attı. 'Pasaport Bizden' kampanyasıyla Prontotour, pasaportunu yenilemek isteyenlerin veya ilk defa pasaport alacakların 790 TL tutarındaki pasaport defter bedelini karşılıyor. Uçak bileti fiyatına turlarla her bütçeye uygun paketler hazırladıklarını söyleyen Prontotour Pazarlama Direktörü Eda Özsoy Onaran, "Bu sosyal sorumluluk projemiz ile seyahat özgürlüğünü genişletiyoruz. Yurt dışına çeşitli nedenlerle henüz çıkış yapamamış olan vatandaşlarımıza bir katkı sunmak istiyoruz. Pasaport bizden kampanyası muhteşem anılara yeni bir sayfa açmak isteyenlere küçük de olsa bir katkı sağlayacak" dedi. Prontotour'un "Pasaport Bizden" kampanyası 1 Haziran 2025 tarihine kadar gerçekleştirilecek İtalya, İspanya, Balkanlar ve Mısır turlarında geçerli olacak. Bu fırsattan 1 Eylül - 31 Ekim tarihleri arasında yeni pasaport alan tüm seyahat severler yararlanabilecek.

SICPA Türkiye, interaktif gösterilerle çocuklara müzeleri sevdiliyor

SICPA Türkiye, T.C. Turizm ve Kültür Bakanlığı, Milli Saraylar ve Çanakkale Alan Başkanlığı'na bağlı müze ve örenyerlerinde, toplam 84 noktada müzelerin bilet ve bilet ürünlerinin geliştirilmesi, satış kanallarının güçlendirilmesi ve genel olarak ziyaretçi deneyiminin geliştirilmesi için 2018 yılından bu zamana çalışmalarını sürdürüyor. Firma, uygulamaya koyduğu "Hacivat ve Karagöz Müzede" isimli sosyal sorumluluk projesiyle de çocuklara tarih bilinci aşılamayı, kültür mirasımızı tanıtmayı ve müzeleri sevdirmeyi amaçlıyor. İki genç sanatçı kardeşin sahnelediği interaktif Hacivat & Karagöz oyununu Anadolu'daki müzelerde çocuklarla buluşturan SICPA Türkiye, şimdiye kadar 60'ın üzerinde gösteriyle öğrencilerin

yanı sıra aralarında suça itilmiş, öksüz ve yetim çocukların da olduğu 5 binin üzerinde çocuğa dokundu. İsviçre merkezli SICPA, Türkiye'de yürüttüğü çalışmalarıyla turizmin gelişmesine de katkıda bulunmaya devam ediyor. SICPA Türkiye CEO'su Sami Çebi'nin klasik sanatlarla olan merakından doğan "Hacivat ve Karagöz Müzede" projesi, birçoğu daha önce hiç müze ziyaret etmemiş çocuklara eğlenceli bir ortamda hem müzeciliği sevdirmeyi hem de yaşadıkları bölgenin tarihi ve kültürel zenginliklerini tanıtmayı amaçlıyor. "Hacivat ve Karagöz Müzede" gösterileri ilk olarak İstanbul'da başladı. Ardından sırasıyla Gaziantep, Şanlıurfa, Diyarbakır, Kapadokya ve Hacıbektaş'ta yapıldı. Sayıları 60'ı geçen



gösteriler, okulların açılmasıyla birlikte farklı yerlerde devam edecek. Çocuklara yönelik Hacivat ve Karagöz Müzede projesini gelecek yıllarda daha da büyütürken İstanbul, Ankara, İzmir gibi metropollerin yanı sıra tüm Anadolu şehirlerinde hayata geçirmeyi hedefleyen SICPA Türkiye, hizmet verdiği müze ve örenyerlerinde tarih ve müzik buluşmaları da gerçekleştirecek. İlkini Denizli Hierapolis'te düzenlenmesi planlanan etkinlikte, klasik Türk çalgılarından çıkan nameler, binlerce yıllık tarih ve kültür mirasının sergilendiği Hierapolis'te yankılanacak.

Turoops

Otel Yönetimi

Otel Tedarik ve Entegrasyon Sistemi

Tur Operasyon Sistemi

Tur Maliyet ve Pazarlama Yönetimi

B2B Alt Acente Sistemi

Acente ve Personel Yönetimi

Uçak Bileti Satış Sistemi

SMS Entegrasyonu

XML ve Data Blokları Entegrasyonu

Satış Ciro ve Müşteri Verileri Yönetimi

Sanal Pos ve Ödeme Sistemleri Entegrasyonu

Özgün Tasarım / SEO / Teknik Destek / Eğitim



turizm acente
ürün satış ve yönetim sistemi



Dünya turizm sektörünün Türkiye buluşma noktası olan 28. EMITT – Doğu Akdeniz Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı 5-7 Şubat 2025 tarihlerinde turizm profesyonellerini ve tatil tüketicilerini 28. kez İstanbul'da bir araya getirmeye hazırlanıyor. Uluslararası turizm dünyasının buluşma noktası olan EMITT – Doğu Akdeniz Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı, her yıl 30.000'e yakın sektör profesyoneli ve dünyanın dört bir yanındaki tatil destinasyonlarının ve seyahat şirketlerinin sunduğu yeni ve heyecan verici seyahat fırsatlarından faydalanmak isteyen binlerce tatil tüketicisini ağırlıyor. EMITT Turizm Fuarı, 27 yıldır Türkiye'de pek çok yeni tatil ve turizm destinasyonu oluşmasına

Turizmin küresel nabızı 28. EMITT Turizm Fuarı'nda atacak

ortam hazırlayan, Türkiye'de şehirlerin hatta köylerin markalaşmasına ve yerli yabancı turistlerle buluşmasına ev sahipliği yapan turizm sektörünün dünyaya açılan kapısı olmaya devam ediyor. Tüm katılımcılara, profesyonel yerli ve uluslararası ziyaretçilere yeni iş ve iş birliği olanakları sunabilen bir platform olan EMITT'e her yıl ülke pavilyonları, tatil destinasyonları, yaz ve kış turizmi ve outdoor turizmi destinasyonları, oteller ve turist merkezleri, tur operatörleri ve acenteler katılıyor. Geçtiğimiz yıl 27'ncisi gerçekleşen EMITT Turizm Fuarı'nda 4 gün boyunca 43 ülkeden gelen 220 VIP davetli tur operatörü yer aldı ve 3.158'i uluslararası olmak üzere, toplamda 28.386 ziyaretçi ağırlandı. Almanya, Bulgaristan, Brezilya, Mısır, İran, Japonya, Kuzey Kıbrıs, Venezuela başta olmak üzere 28 ülkeden 653 katılımcı firma, fuara katılım sağladı. Toplam rakamın %11'lik diliminde uluslararası ziyaretçileri ağırlayan

EMITT Turizm Fuarı, 27 yıllık tarihinin en yüksek uluslararası ziyaretçi oranına ulaştı. Konferans programı kapsamında 22 farklı oturumda, 4 gün 4 temada, turizm sektörü gündem konuları ekseninde 25 iş birliği ile gerçekleşen oturumlarda, birbirinden değerli 45'ten fazla sektör profesyoneli, fuar ziyaretçileri ile bir araya geldi. Katılımcı firmaların gerçekleştirdiği Ana Fuaye Sahne Etkinlikleri ve Katılımcı Stant Etkinlikleri kapsamında 20'den fazla Sahne ve Stant Etkinliği, fuar ziyaretçileri ile buluştu. Sunduğu iş birliği fırsatları ile geçtiğimiz yıl 500 milyon Euro'ya yakın iş hacmi sağlayan fuar, bu yıl ülke ekonomisine sunduğu katma değeri artırmayı hedefliyor. Türk turizminin daha da büyümesine ve çeşitlenmesine katkı sağlayan bu fuar, her yıl binlerce turist ve sektör profesyoneli ağırlayarak Türkiye'nin turistik cazibesini artırıyor.

ATRAX 2025 Fuarı ziyaretçilerine heyecan verici bir atmosfer sunacak

12.Uluslararası Eğlence, Park, Spor ve Rekreasyon Tesisleri Fuarı ATRAX, sektörün önde gelen global etkinliği olarak sadece yüzlerce ürün ve hizmet sunmakla kalmayıp aynı zamanda daha sağlıklı ve mutlu toplumlar için çözümler sunuyor. ATRAX ve tematik alanları ile ürün gruplarına göre ayrılmış 6 fuar salonunda, 55.000 metrekare alanda tüm dünyadan yüzlerce katılımcı, binlerce ürün ve hizmet, on binlerce ziyaretçiyi buluşturacak. Fuar; tesis ve sosyal alan yatırımcılarının ihtiyaçlarını karşılamak üzere tasarlanmış, yatırım potansiyeli yüksek ve ürün çeşitliliği bakımından zengin bir platform sunuyor. Çocuk oyun alanları, açık hava keyif alanları, aktivite ve spor alanları, kentsel yaşam alanları oluşturma,

şu anda endüstride özellikle büyük ilgi görüyor. Bu nedenle ATRAX 25 fuarı, oyun ve spor alanı ekipmanı ile keyif alanlar segmentlerine daha fazla odaklandı. Fuar, bu alanlarda sergilenen ürünlerin yanı sıra sektör dernekleri, üniversiteler ve yerel yönetimlerle iş birliği içerisinde seminerler, konferanslar gibi etkinlikler düzenleyerek sektör profesyonellerinin fikir alışverişinde bulunmalarını ve ağ kurmalarını sağlayacak birçok fırsat sunacak. 30 Ocak-1 Şubat 2025 tarihlerinde İstanbul Fuar Merkezi'nde gerçekleşecek olan fuar, 2,4, 5, 6, 7 ve 8 numaralı salonlarda zengin ürün çeşitliliği sunacak. Salon 7'de oyun alanları, otomat makineleri ve kapalı alan eğlenceleri sergilenecek; Hall 6 ve 5'te parklar, kamusal



alanlar, oyun ekipmanları, spor tesisleri, açık hava fitness konseptleri ve açık alan tesis güvenliği tel çit sistemleri yer alacak. Salon 2 ve 4 havuz, spa, wellness gibi su eğlencelerine ayrılmışken, Salon 2,4 ve 8'de outdoor dizayn, yeşil alanlar, bahçe konfor ürünleri, tiny house gibi keyif ürünleri sergilenecek. Tüm konular, tematik olarak ayrılmış salonlarda ortak bir vitrinde bir araya getirilecek ve bu sayede katılımcı firmalar yerel yönetimler, planlamacılar, yatırımcılar, mimarlar, okullar ve sektör firmalarını içeren hedef kitlelerine tek bir yerden ulaşabilecek.

Aude Ferrand, TAV İşletme Hizmetleri'nin yeni CEO'su olarak atandı

Dünyanın önde gelen havalimanı ve yolcu ağırlama hizmeti sağlayıcıları arasında yer alan TAV İşletme Hizmetleri'nin CEO ataması gerçekleştirildi. 19 ülkede 1.500'e yakın çalışanıyla faaliyet gösteren şirketin yeni CEO'su, lüks tüketim sektöründe küresel çapta üst düzey yöneticilik yapmış olan Aude Ferrand oldu. Ferrand, 1 Eylül 2024 tarihi itibarıyla TAV İşletme Hizmetleri'nin CEO'su olarak görevine başladı. Ayrıca, TAV Havalimanları Holding'de CCO (Ticari İşler Grup Başkanı) görevini de üstlendi. Aude Ferrand, Avrupa'nın önemli işletme ve finans okullarından European Business School'da Uluslararası İşletme alanında lisans eğitimi aldı. Ayrıca, lisansüstü eğitimler veren HEC

Paris'teki Uluslararası Kurumsal Finans Sertifika Programı'nı (ICCF) da başarıyla tamamladı. 1998 yılında lisans eğitiminden mezun olduktan sonra, İngiltere'de Armani'de Marka Müdürü olarak iş hayatına başlayan Ferrand, 2000-2012 yılları arasında Koreli kozmetik markası Amore Pacific-Parfums Lolita Lempicka'da çeşitli üst düzey ticari ve pazarlama pozisyonlarında görev yaptı. Ferrand, 2013-2017 yılları arasında Fransa'nın en büyük mağaza zincirlerinden Printemps'te Lüks Mağazacılık Müdürü ve mücevherat bölümünün Genel Müdürü olarak çalıştı. Ferrand, 2017 yılında Groupe ADP'ye Merchandising Müdürü olarak katıldı ve 2018 sonunda Perakende Direktörü olarak atandı. Bu



görevinde mağazalar, yiyecek-içecek hizmetleri ve reklam faaliyetlerinin sorumluluğunu üstlendi. Ayrıca, Şili'deki Santiago Havalimanı, Ürdün'deki Amman Havalimanı ile Hindistan'ın Delhi ve Fransa'nın Paris havalimanlarındaki hizmet şirketlerinin yönetim kurullarında yer aldı.

Sizin Bağışınız BİZİM HAYATIMIZ

Aylık düzenli
bağışlarınızla
Lösemili Çocukların
yaşam mücadelesine
destek verin.



QR kodu okutarak
düzenli bağış
yapabilirsiniz



FUARLAR

YURTDIŐI FUARLAR	Tarih	Fuarın Adı	Konusu	Yeri	Düzenleyen
	02 - 06 Ekim 2024	Çukurova Mobilya - Dekorasyon Fuarı	Mobilya, Dekorasyon, Aydınlatma, Ev Tekstili, Züccaciye, Ev Elektronikleri ve Aksesuarlar	Tüyap Adana Uluslararası Fuar ve Kongre Merkezi	Tüyap Adana Fuarcılık A.Ő. / Çukurova Fuarcılık A.Ő.
	07 - 12 Ekim 2024	MODEF EXPO 2024) 51. Uluslararası Mobilya ve Dekorasyon Fuarı	Mobilya ve Dekorasyon	İnegöl Hikmet Şahin Kültür Parkı / Uluslararası Fuar Alanı	Modelf Fuarcılık Ticaret Ltd. Şti.
	09 - 10 Ekim 2024	İstanbul Turizm Fuarı	Turizm, Oteller, Seyahat Acent., Ülkeler, Teknoloji, Servis Sağlayıcılar, Sağlık Turizmi, Kongre, Toplantı, Etkinlik	İstanbul Yenikapı - Avrasya Gösteri ve Sanat Merkezi	Dream Project Organizasyon Fuarcılık ve Tic. A.Ő.
	23 - 25 Ekim 2024	ATF 24 Antalya Turizm Fuarı	Oteller, Acenteler, Hava yolu Şirketleri	Anfaş Antalya Fuar ve Kongre Merkezi	GMT Fuarcılık
	23 - 26 Ekim 2024	"FOOD-TECH EURASIA 2024	Züccaciye, Porselen, Seramik Ev Elektronikleri, Elektrikli Ev Eşyaları	Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi	Tarsus Turkey Fuarcılık A.Ő.
	30 Ekim - 01 Ksm. 2024	2. İstanbul Balkan Turizm Borsası Fuarı	İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri, Tatil Köyleri, Hava yolu Firmaları, Oteller, Seyahat Acentaları	İstanbul Lütfi Kırdar Uluslararası Kongre ve Sergi Sarayı	Türsab Fuarcılık Hiz. Tic. A.Ő.
	04 - 08 Kasım 2024	UNICERA - İstanbul Seramik, Banyo, Mutfak Fuarı	UNICERA - İstanbul Seramik, Banyo, Mutfak Fuarı	İstanbul Fuar Merkezi	Unicera Uluslararası Fuarcılık A.Ő.
	14 - 17 Kasım 2024	Travel Expo Ankara 7. Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı	Seyahat Acenteleri, Oteller, Araç Kiralama, Turizm Büroları, Bakanlıklar, Dernekler ve Birlikler, Belediyeler, Eğitim, Seyahat Malz.	Ankara Ato Kongre Ve Sergi Sarayı "Congressium"	Atis Fuarcılık A.Ő.
	27 - 29 Kasım 2024	Light+Intelligent Building İstanbul	Aydınlatma Ve Akıllı Bina Otomasyon Teknolojileri Fuarı	İstanbul Lütfi Kırdar Uluslararası Kongre ve Sergi Sarayı	Messe Frankfurt
	27 - 30 Kasım 2024	Ethexpo Eurasia Turizm ve Sağlık Fuarı	Turizm, Sağlık, Alternatif Turizm, Tıbbi Cihaz	İstanbul Fuar Merkezi	Asel Uluslararası Fuar Hizmetleri
	05 - 07 Aralık 2024	TTI Health "2. Sağlık Turizmi Fuarı"	Sağlık Turizmi	Fuar İzmir - Gaziemir	İZFAŞ İzmir Fuarcılık / TÜRSAB Fuarcılık
	05 - 07 Aralık 2024	TTI İZMİR "18. Uluslararası Turizm Ticaret Fuar ve Kongresi"	Turizm Ticaret Fuar ve Kongresi	Fuar İzmir - Gaziemir	İZFAŞ İzmir Fuarcılık / TÜRSAB Fuarcılık
	11 - 14 Aralık 2024	Hoteltech Antalya - Otel Teknik Ekipman Ve Malzemeleri İhtisas Fuarı	Otel Teknik Ekipman Ve Malzemeleri	Anfaş Antalya Fuarcılık	Plan T İthalat İhracat
	07 - 10 Ocak 2025	35.ANFAŞ Hotel Equipment Fuarı	Uluslararası Konaklama ve Ağır lama Ekipmanları Fuarı	Anfaş Antalya Fuar ve Kongre Merkezi	TT Global Fuarcılık
	09 - 12 Ocak 2025	Host İstanbul 18.Uluslararası Türkiye Ev ve Mutfak Eşya Üreticileri Fuarı	Cam, Porselen, Seramik, Metal Mutfak Eşyaları, Plastik Ev Gereçleri, Bahçe Aksesuarları, Dekoratif Ev ve Mutfak Eşyaları, Elektrikli Ev Aletleri	İstanbul - Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi	Tarsus Turkey Fuarcılık A.Ő.
	22 - 25 Ocak 2025	HORECAFAIR Uluslararası 6. Otel, Restaurant, Cafe, Çamaşırhane Ekipmanları, Ağır lama ve Konaklama Teknolojileri Fuarı	Turizm Tedarikçi Firmalar	Fuar İzmir - Gaziemir	GL Platform Fuarcılık
	30 Ocak - 01 Şbt 2025	ATRAX Fuarı	12.Uluslararası Eğlence, park, spor & Rekreasyon alanları Endüstrisi Fuarı	İstanbul Fuar Merkezi	Turex Ulusl. Fuarcılık A.Ő.
	04 - 06 Şubat 2025	31. Uluslararası Gıda ve İçecek İhtisas Fuarı	Gıda ve İçecek tedarikçileri	Anfaş Antalya Fuar ve Kongre Merkezi	ANFAŞ Antalya Fuarcılık A.Ő.
	05 - 07 Şubat 2025	EMITT 28.Doğu Akdeniz Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı	Acenteler, Oteller, Beldeler, Ülkeler	İstanbul - Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi	ICA Fuarcılık A.Ő.
	05 - 07 Şubat 2025	EMITT 28.Doğu Akdeniz Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı	Acenteler, Oteller, Beldeler, Ülkeler	İstanbul - Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi	ICA Fuarcılık A.Ő.
	14 - 22 Aralık 2024	Karavanist İstanbul 5. Karavan Ve Ekipmanları, Tiny House, Outdoor Ve Kamp Malzemeleri Fuarı	Karavan Araçları, Aksesuarları, Ürünleri, Hizmetleri,Doğa Aksesuarları, Alternatif Turizm, Arazi Araçları,Spor Giyim Bisiklet	Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi	Tüyap Tüm Fuarcılık Yapım Anonim Şirketi
	07 - 10 Ocak 2025	35.ANFAŞ Hotel Equipment Fuarı	Uluslararası Konaklama ve Ağır lama Ekipmanları Fuarı	Anfaş Antalya Fuar ve Kongre Merkezi	TT Global Fuarcılık
	30 Ocak - 01 Şubat 2025	ATRAX Fuarı	12.Uluslararası Eğlence, park, spor & Rekreasyon alanları Endüstrisi Fuarı	İstanbul Fuar Merkezi	Turex Ulusl. Fuarcılık A.Ő.
	04 - 06 Şubat 2025	31. Uluslararası Gıda ve İçecek İhtisas Fuarı	Gıda ve İçecek tedarikçileri	Anfaş Antalya Fuar ve Kongre Merkezi	ANFAŞ Antalya Fuarcılık A.Ő.
	05 - 07 Şubat 2025	EMITT 28.Doğu Akdeniz Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı	Acenteler, Oteller, Beldeler, Ülkeler	İstanbul - Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi	ICA Fuarcılık A.Ő.
YURTDIŐI FUARLAR	Tarih	Fuarın Adı	Konusu	Yeri	Düzenleyen
	01 - 04 Ekim 2024	HORECA 2024	Otel, Aşçılık ve Hizmet Sektörü Ekipmanları	Cezayir	Meridyen
	03 - 07 Kasım 2024	Equiphotel Paris	Hotel Ekipmanları Fuarı	Fransa - Paris	Tüyap Tüm Fuarcılık Yapım A.Ő.
	05 - 07 Kasım 2024	WTM Londra	Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı	İngiltere - Londra	Reed Exhibitions
	05 - 07 Kasım 2024	Gulfhost 2024	Gıda ve Gıda Teknolojileri, Otel ve Restoran Ekipmanları	B.A.E - Dubai	Selten LTD.
	14 - 16 Kasım 2024	Philoxenia Hotelia 2024	39.Uluslararası Turizm ve Otel, Otel Ekipmanları Fuarı	Yunanistan - Selanik	Messe Turkey Fuarcılık
	25 - 27 Kasım 2024	QTM 2024 - Qatar Travel Mart	DMC'ler, Oteller, Tur ve Gemi Seyahati Operatörleri, Seyahat Acenteleri, Seyahat Teknolojisi Şirketleri, Turizm Kurulları vb.	Doha - Katar	Next Fair
	25 - 27 Kasım 2024	Saudi HORECA Riyadh	Gıda, İçecek ve Konaklama Fuarı	Suudi Arabistan - Riyad	Semark Group
	09 - 12 Ocak 2025	VAKANTIEBEURS Turizm ve Rekreasyon Fuarı	Turizm ve Eğlence Fuarı	Hollanda - Utrecht	Jaarbeurs
	14 - 17 Ocak 2025	Heimtekstil	Uluslararası Ev Tekstil Fuarı	Almanya - Frankfurt	Messe Frankfurt
	17 - 19 Ocak 2025	Matka Helsinki	Seyahat ve Turizm	Finlandiya - Helsinki	Messukeskus
	22 - 26 Ocak 2025	FITUR 2025	Uluslararası Turizm Fuarı	İspanya - Madrid	IFEMA
	30 Ocak - 01 Şubat 2025	OTM Mumbai	Seyahat ve Turizm	Hindistan - Mumbai	Fair Fest
	09 - 11 Şubat 2025	Bit Milano	Turizm Fuarı	İtalya - Milano	MŻ Consulting & Fairs
	21 -23 Şubat 2025	Danish Travel Show	Seyahat ve Turizm Fuarı	Danimarka - Herning	MCH
	04 - 06 Mart 2025	ITB Berlin	Almanya Turizm Fuarı	Almanya - Berlin	Messe Berlin
	13 - 15 Mart 2025	Intourmarket 2025	Uluslararası Seyahat Fuarı	Rusya - Moskova	Expotour Ltd.
	18 - 20 Mart 2025	MITT Moscow	Moskova Turizm Fuarı	Rusya - Moskova	ITE Group

TOPLANTI ve KONGRELER

Tarih	Toplantı/Kongrenin Adı	Konusu	Yeri	Düzenleyen
15 Kasım 2024	Uzakrota Global 2024	Zirveye İngiltere, BDT, Balkanlar, Avrupa ve Orta Doğu olmak üzere 110 ülkeden 15 bini aşkın turizm profesyonelinin katılacak	WOW Convention Center İstanbul	Uzakrota Ltd. Şti.
20 - 21 Kasım 2024	14.Uluslararası Resort Turizm Kongresi	Turizm Profesyonellerinin katılacağı bir kongre	Antalya Nirvana Cosmopolitan	AKTOB Akeniz Turistik Otelciler Birliğı

2024 yılının ilk sekiz ayında ülkemize gelen yabancı ziyaretçilerin sayısı 2023 yılının aynı dönemine göre yüzde 7,11 artış gösterdi

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın son açıkladığı verilere göre 2024 yılının ilk sekiz (ocak - ağustos) ayında 35 milyon 803 bin 874 yabancı ziyaretçi Türkiye'ye geldi. Yine aynı dönemde yurt dışında yaşayan 4 milyon 492 bin 105 Türk vatandaşı da Türkiye'yi ziyaret etti. Böylece toplam ziyaretçi sayısı 40 milyon 295 bin 979'a ulaştı. Yabancı ziyaretçi sıralamasında; ilk üç sırada, 4 milyon 550 bin 588 kişi ile Rusya, 4 milyon 385 bin 331 kişi ile Almanya, 3 milyon 102 bin 412 kişi ile İngiltere yer aldı. Geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre gelen yabancı ziyaretçi sayısı ise 33 milyon 426 bin 940 olmuştu. Buna göre 2024 yılının ilk sekiz ayında yabancı ziyaretçi sayısında, geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre yüzde 7,11 artış yaşandı.

TÜRKİYE'YE GELEN YABANCI ZİYARETÇİ SAYILARI* (2022 - 2023 - 2024)					
MİLLİYET	2022	2023	2024	Değişim %	
				2023 / 2022	2024 / 2023
Rusya Fed.	3 004 157	4 351 254	4 550 588	44,84	4,58
Almanya	3 850 816	4 082 994	4 385 331	6,03	7,40
İngiltere (Birleşik Krallık)	2 360 404	2 652 188	3 102 412	12,36	16,98
İran	1 537 363	1 535 053	2 101 847	-0,15	36,92
Bulgaristan	1 713 340	1 828 334	1 871 827	6,71	2,38
Polonya	795 441	1 083 151	1 327 953	36,17	22,60
Gürcistan	876 604	1 081 158	1 003 932	23,33	-7,14
Hollanda	933 070	894 447	955 610	-4,14	6,84
Amerika Birleşik Devletleri	639 951	851 977	943 099	33,13	10,70
Romanya	623 610	700 474	833 313	12,33	18,96
Fransa	730 452	739 981	794 320	1,30	7,34
Kazakistan	524 375	616 319	667 831	17,53	8,36
Azerbaycan	488 965	557 449	658 378	14,01	18,11
Suudi Arabistan	270 972	640 744	654 391	136,46	2,13
Ukrayna	444 186	561 278	637 466	26,36	13,57
Irak	822 758	749 869	635 497	-8,86	-15,25
Belçika	453 823	441 335	466 448	-2,75	5,69
Yunanistan	345 016	431 562	461 776	25,08	7,00
İtalya	255 706	386 195	461 698	51,03	19,55
Avusturya	345 482	369 522	404 993	6,96	9,60
Özbekistan	282 328	317 328	381 839	12,40	20,33
Çek Cumhuriyeti (Çekya)	221 535	279 018	302 584	25,95	8,45
İsveç	310 028	267 345	292 414	-13,77	9,38
Çin Halk Cumhuriyeti	53 483	138 044	268 252	158,11	94,32
İspanya	184 972	209 733	253 816	13,39	21,02
İsviçre	237 414	236 504	253 310	-0,38	7,11
Danimarka	259 182	227 505	247 638	-12,22	8,85
Sırbistan	260 633	215 606	237 730	-17,28	10,26
Moldova	196 778	204 498	231 915	3,92	13,41
Beyaz Rusya (Belarus)	155 641	209 763	226 432	34,77	7,95
Ürdün	356 245	292 198	221 485	-17,98	-24,20
Diğer	5 800 090	6 274 114	5 967 749	8,17	-4,88
YABANCI TOPLAMI	29 334 820	33 426 940	35 803 874	13,95	7,11
TÜRKİYE'YE GELEN YABANCI ZİYARETÇİLERİN YILLARA VE AYLARA GÖRE DAĞILIMI*					
AYLAR	YILLAR			DEĞİŞİM %	
	2022	2023	2024	2023 / 2022	2024 / 2023
OCAK	1 281 666	2 005 967	2 047 027	56,51	2,05
ŞUBAT	1 541 393	1 870 414	2 294 579	21,35	22,68
MART	2 079 565	2 335 728	2 701 244	12,32	15,65
NİSAN	2 574 423	3 321 824	3 611 244	29,03	8,71
MAYIS	3 873 212	4 500 242	5 130 119	16,19	14,00
HAZİRAN	5 014 821	5 584 021	5 860 446	11,35	4,95
TEMMUZ	6 664 970	7 148 044	7 333 812	7,25	2,60
AĞUSTOS	6 304 770	6 660 700	6 825 403	5,65	2,47
EYLÜL	5 475 453	5 786 027		5,67	
EKİM	4 803 198	4 987 112		3,83	
KASIM	2 551 483	2 525 345		-1,02	
ARALIK	2 399 441	2 483 756		3,51	
TOPLAM	44 564 395	49 209 180		10,42	
8 AYLIK TOPLAM	29 334 820	33 426 940	35 803 874	13,95	7,11

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı
* Yurtdışında ikamet eden vatandaş ziyaretçiler dahil edilmemiştir.



Dinozor çağında değil,
Daikin çağında yaşayın!

23.690 TL'den başlayan fiyatlarla!

**3+3YIL
GARANTİ**

- 6 Yıl (3+3) garanti kampanyası 2 Eylül - 31 Aralık 2024 arasında Daikin yetkili servisleri tarafından ilk çalıştırması yapılan kombiler için geçerlidir.
- Daikin Icon Premix 20 kW Kombi için tavsiye edilen peşin satış fiyatı KDV Dahil 23.690 TL'dir, %15 indirim kampanyası 23 Eylül - 31 Ekim 2024 tarihleri arasında geçerlidir.
- Daikin kampanya koşullarında değişiklik yapma hakkını saklı tutar. Detaylar Daikin bayilerinde ve Daikin.com.tr'de...

Hızlı, Dayanıklı ve Ekonomik Ürünlerimizle Profesyonel Tekstil Çözümlerinizde Yanınızdayız



Ürünlerimiz:

- Linen Grubu
- Masa Örtüsü
- Perde
- Koltuk



Referanslarımızdan Bazıları:

Crowne Plaza İstanbul Kurtköy
Crowne Plaza İstanbul Tuzla
Çekmeköy İnventist
Bodrum Yelken Hotel
Ramada by Wyndham Şile
Ramada Encore By Wyndham Şişli
Shmayaa Hotel Midyat

Demirtaş Dumlupınar OSB Mah. Mustafa Karaer Cad. No:13 Osmangazi – BURSA

Tel: 0224 211 33 20-21 / 0532 284 01 41 / 0530 876 72 00 Mail: info@odaline.com.tr

İncelikle işlenmiş el işçiliği ve lüks konfor ile uyku kalitenizi artırın!

King Koil Yataklar Yatsan Mağazaları ve
yatsan.com'da

yatsan®

STEARNS & FOSTER®

TEMPUR®

KING KOIL
MATTRESS CO.

Serta®

Sealy®

L A Z B O Y®



yatsanyatak



yatsan

yatsan.com



444 35 99