

2026 Yılı Yeni Otel Projeleri Son Araştırma Raporu:

**Yılın ilk yarısında açılan otel sayısı 44,
yatak sayısı 16.768
İkinci yarıda açılacak otel sayısı 126,
yatak sayısı 31.855**

Oteller Dosyası, Sayfa 14
“Turizmde İstihdam Sorunları ve Çözüm Önerileri”

Tedarikçiler Dosyası, Sayfa 50
“Otellerde Yer ve Duvar Kaplamaları”



Zincir oteller ve otel yönetim şirketleri için tek platform, tüm portföyde %30'a varan doğrudan satış payı artışı

Çoklu Tesis - Merkezi Web Sitesi

Merkezi Portföy Web Sitesi ile tüm tesislerin görünürlüğünün ve doğrudan satış performansınızı güçlendirin



Merkezi sistem üzerinden sadakat programıyla tekrar rezervasyonlar edinin



Kanal performansını ve gelir verilerinin tek ekrandan takip edin



Portföyünüzde daha düşük dağıtım maliyeti, daha yüksek gelir.



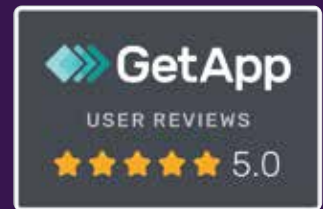
Portföyünüz İçin
Daha Fazlasını
Keşfedin



Hotel Tech Report Exely Yorum Özeti

Mükemmel
4.9 ●●●●● 190 yorum

Kullanım Kolaylığı	4.9/5
Müşteri Desteği	5.0/5
Yatırım Getirisi	4.9/5
Kurulum	4.9/5



Elektromarla

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

Yayın Merkezi

Turas Turizm Medya

Yayıncılık ve Ticaret

Ferah Mah. Taşlıbayır Sok. İlke 2 Sitesi

No:73 D.14 Üsküdar - İstanbul

0542 412 07 16 - 0543 838 25 28

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

Feridun Akgüngör

feridun@gmail.com

Baskı

Şan Matbaa

Anadolu Cad. No: 50/3

Kağıthane / İstanbul

Tel: 0212 289 24 24

ISSN: 2757 - 9824

Abonelik

Yıllık Abone Bedeli 2880 TL

IBAN:

TR49 0006 4000 0011 2420 1654 23

Yayın Türü

Ulusal, Süreli, Aylık

Baskı yeri ve tarihi

İstanbul, Temmuz 2026

2026 yılının ilk 5 ayında ülkemize gelen yabancı ziyaretçi sayısı yüzde 2,56 düşüşle 15 milyon 226 bin oldu

Turizm Proje Dergisi olarak Temmuz sayımızda “Yeni Otel Projeleri” araştırma dosya konumuz olarak “2026 Yılı Yeni Otel Projeleri Son Araştırma Raporu”nu hazırladık. Haziran ayı itibarıyla son güncellemelerini yaptığımız araştırmaya göre, 2026 yılında Türkiye’de yılın tamamında toplam 170 otel hizmete girmiş olacak. Yılın ilk yarısında 44 yeni otel konuklarını ağırlamaya başladı. Yılın ikinci yarısında ise 126 yeni tesis daha hizmet vermeye başlayacak. Bu otellerin toplam yatak sayısının ise 48 bin 623 adete ulaşması bekleniyor.

“Oteller” bölümümüzde “Turizmde İstihdam Sorunu ve Çözüm Önerileri” konusunu inceledik. Turizm sektöründe istihdam sorununun, artık stratejik bir krize evrildiğine değinen sektör profesyonelleri, fiziksel yatırımlar ve ultra lüks tesislerin ne kadar kusursuz olursa olsun, rekabet gücünü belirleyen asıl unsurun insan kaynağı olduğuna vurgu yapıyorlar ve nitelikli istihdam açığının kapatmanın yolunun, sadece yeni personel temininden değil, sürdürülebilir bir insan kaynağı yönetiminden geçtiğini belirtiyorlar. Konu hakkında otel temsilcilerimizin, turizm derneklerimizin ve üniversitelerimizin görüşlerine ve çözüm önerilerine yer verdik.

“Tedarikçiler” dosyamızda “Otellerde Yer ve Duvar Kaplamaları” alanında faaliyet gösteren firmalarımızı konu aldık. Yer ve duvar kaplamalarının, otellerde sadece estetik bir tercih olmanın ötesinde operasyonel verimliliği, akustik konforu ve hızlı renovasyonu belirleyen stratejik birer yatırım olarak konumlandığını işledik. Uluslararası çevre sertifikaları ve güçlü Ar-Ge altyapılarıyla donatılan yerli üreticiler ile Avrupa’nın lider markalarını Türkiye’ye taşıyan stratejik distribütörlerin, estetik beklentileri en üst düzey fiziksel dayanımla birleştirerek, projelere anahtar teslim çözüm ortaklığı sunduklarını işledik. Sektörün profesyonellerinin bugünün, sorunlarını, çözüm önerilerini ve geleceği ile ilgili öngörülerini paylaştık.

“İstatistikler” bölümümüzde Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın son açıkladığı verilere göre 2026 yılının ilk 5 ayında (ocak - mayıs) 15 milyon 226 bin 624 yabancı ziyaretçi Türkiye’ye geldi. Yabancı ziyaretçi sıralamasında; ilk üç sırada, 1 milyon 835 bin 097 kişi ile Almanya, 1 milyon 739 bin 279 kişi ile Rusya, 1 milyon 124 bin 986 kişi ile İngiltere yer aldı. Geçtiğimiz yılın aynı döneminde gelen yabancı ziyaretçi sayısı ise 15 milyon 627 bin olmuştu. Buna göre 2026 yılının ilk 5 ayında yabancı ziyaretçi sayısında, geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre yüzde 2,56 düşüş yaşandı. Aylık bazda ise mayıs ayında gelen yabancı ziyaretçi sayısı, geçen yılın aynı ayına göre yüzde 3,58 oranında bir düşüşle 4 milyon 856 bin 862 oldu.

“Gündem” bölümümüz, güncel turizm haberleri, “Dünyadan” bölümümüz, dünyada turizm haberleri, “Acenteler” bölümümüz, acenteler ile ilgili güncel haberleri, “Etkinlikler” bölümümüz, önemli turizm fuarları, toplantıları ve etkinlikleri içeriyor.

Beğenilerinize sunar, iyi okumalar dileriz.

Projeler Dosyası

2026 Yılı Yeni Otel Projeleri Son Araştırma Raporu:

Yılın ilk yarısında açılan otel sayısı 44, yatak sayısı 16.768

İkinci yarıda açılacak otel sayısı 126, yatak sayısı 31.855.....4

Oteller Dosyası

Turizm sektörü için stratejik bir krize evrilen istihdam açığını kapatmanın yolu,

sadece yeni personel temininden değil, sürdürülebilir bir insan kaynağı yönetiminden geçiyor14

Tedarikçiler Dosyası

Yer ve duvar kaplamaları otellerde sadece estetik bir tercih olmanın ötesinde operasyonel

verimliliği, akustik konforu ve hızlı renovasyonu belirleyen stratejik birer yatırım olarak

konumlanıyor50

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 Elektronik Otel Kilitleri



Seperate (M) type



Slim (S) Type



Wide (W) type

- Güçlü Şifreleme (AES) Gelişmiş RFID Teknolojisi
- ANSI 156.25 Sınıf 1 Sertifikalı
- UL10C Yangın Güvenliği Sertifikalı
- Kayıp misafir ve personel kartlarının devre dışı bırakılması
- Kapsamlı sorgulama – 3.000 olaya kadar
- Online çalışma özelliği (Wireless) Not: Ek ağ ücreti gereklidir

RFID Opsiyonları



Kartlar



Bileklik



Fob



Telefon ile kontrol



REFERANSLARIMIZ

· Double Tree By Hilton Şanlıurfa · Double Tree By Hilton Trabzon · Land of Legends Antalya · Nickelodeon Hotels Antalya · Ramada Tekstil Kent · Charisma Deluxe Resort Hotel Kuşadası · Beks Hotel Kuşadası · Somerset Maslak · Club Med Palmiye Bodrum · My Home Resort Alanya · Seamelia Resort Hotel Serik · Miracle Resort Hotel Antalya · Class Hotel Ankara · AKKA Antedon Deluxe Resort Hotel ve devamında 800'ün üzerinde proje.

projeler



2026 Yılı Yeni Otel Projeleri Son Araştırma Raporu: Yılın ilk yarısında açılan otel sayısı 44, yatak sayısı 16.768 İkinci yarıda açılacak otel sayısı 126, yatak sayısı 31.855

Turizm Proje Dergisi olarak, haziran ayı itibarıyla, yeni bilgilerin eklendiği ve mevcut bilgilerin son güncellemesinin yapıldığı 2026 yılı yeni otel projeleri araştırmamıza göre Türkiye’de yılın tamamında toplam 170 otel hizmete girmiş olacak. Yılın ilk yarısında 44 yeni otel konuklarını ağırlamaya başladı. Yılın ikinci yarısında ise 126 yeni tesis daha hizmet vermeye başlayacak. Bu otellerin toplam yatak sayısının ise 48 bin 623 adete ulaşması bekleniyor.

Bölgesel çatışmaların ve jeopolitik gerilimlerin gölgesinde kalan turizm sektörü, zorlu bir dönemden geçmeye devam ediyor. Yılın ilk 5 aylık verilerine göre yabancı ziyaretçi sayısında yaşanan yüzde 2,5’lik gerileme, önümüzdeki döneme yönelik beklentiler üzerindeki temkinli duruşu artırıyor. Sektördeki bu durgunluğa, makroekonomik dengesizlikler, tırmanan maliyetler ve yüksek kredi faizleri de eklenince, otel yatırımlarının önündeki finansman duvarı daha da büyüyor. Geçen yılın aynı dönemiyle kıyaslandığında otel yatırımlarında tesis sayısı bazında bir büyüme kaydedilemezken, finansal ve siyasi belirsizlikler nedeniyle 15 yeni otel projesi açılış takvimini 2027 yılına ertelemek zorunda kaldı. Ortadoğu’daki sıcak çatışma ortamı ve

ekonomik öngörülemesizlik, yatırımcıları agresif büyüme yerine risk yönetimi yapmaya ve projelerini askıya almaya yönlendiriyor.

2026 yılının ilk altı ayında 44 yeni otel açıldı. Yılın ikinci yarısında ise bu sayıya 126 yeni otelin eklenmesiyle toplamda tesis sayısı 170’e ulaşacak

Türkiye geneli için yaptığımız yeni otel yatırımları araştırmamıza göre, 2026 yılının ilk altı ayında 44 yeni otel açılırken, yılın ikinci yarısında ise bu sayıya 126 yeni otel daha eklenmiş olacak. Böylece yıl sonu itibarıyla 170 yeni otel, 48 bin 623 yatak kapasitesiyle konuklarını ağırlamaya başlayacak. Yılın ilk altı ayında açılan 44 otelin; 25 adeti 5 yıldız, 11 adeti 4 yıldız, 1 adeti 3 yıldız, 7 adeti ise butik sınıfında olup toplam

yatak kapasitesi 16 bin 768 adettir. Yılın ikinci yarısında açılacak 126 otelin; 48 adeti 5 yıldız, 56 adeti 4 yıldız, 17 adeti 3 yıldız, 5 adeti ise butik sınıfında olup toplamda 31 bin 855 yatağa sahip olacaktır.

2026’NIN İLK YARISINDA AÇILAN OTELLER		
Yıldız	Tesis Sayısı	Yatak Sayısı
5	25	14.626
4	11	1.506
3	1	100
Butik	7	536
Toplam	44	16.768

2026 YILININ İLK YARISINDA AÇILAN YENİ OTELLER (İLLERE GÖRE)						
Şehir	5 Yıldızlı	4 Yıldızlı	3 Yıldızlı	Butik	Toplam Tesis Sayısı	Yatak Sayısı
Afyonkarahisar	1				1	1150
Antalya	8	2			10	6810
Aydın	2				2	1536
Balıkesir				1	1	40
Çanakkale			1		1	100
Diyarbakır		1			1	144
Düzce	1				1	228
Hatay		1			1	96
İstanbul	7	4		1	12	2370
Konya		1			1	154
Kütahya		1		1	2	122
Mardin	1	1			2	336
Muğla	3			2	5	2766
Nevşehir	1			2	3	508
Uşak	1				1	408
2026 YILININ İKİNCİ YARISINDA AÇILACAK YENİ OTELLER (İLLERE GÖRE)						
Şehir	5 Yıldızlı	4 Yıldızlı	3 Yıldızlı	Butik	Toplam Tesis Sayısı	Yatak Sayısı
Afyonkarahisar		1	1		2	370
Ankara	1	3	2		6	1040
Antalya	7	5	2		14	3907
Aydın	1				1	192
Balıkesir	1	1			2	304
Bitlis		1			1	78
Bolu	1	1			2	630
Bursa		3	1		4	490
Çanakkale	1				1	140
Çorum		1			1	116
Denizli	2	1			3	884
Diyarbakır	3	3			6	1062
Düzce	1	1			2	424
Edirne	1				1	188
Erzincan		1			1	80
Eskişehir	1				1	212
Hatay		3			3	414
İstanbul	7	9	6		22	7708
İzmir	6	3	1		10	3068
Kars		3			3	447
Kastamonu				1	1	42
Kayseri	1	1	1	2	5	940
Kocaeli		1			1	272
Konya		1			1	140
Kütahya	1				1	300
Mardin		1		1	2	236
Mersin	4	1	1		6	1706
Muğla	4				4	2348
Nevşehir	3		1		4	1816
Ordu		2	1		3	441
Osmaniye		1			1	172
Rize		1			1	90
Sakarya	1	1			2	330
Sivas		1			1	92
Şanlıurfa	1	1			2	454
Şırnak		1			1	180
Trabzon				1	1	44
Van		2			2	248
Yalova		1			1	250

Tesis sayısı baz alınarak yapılan sıralamada, İstanbul, 2026 yılının ilk 6 ayında açılan 12 otel ve ikinci yarısında açılacak 22 otel ile toplamda 34 tesis ile ilk sırada yer alıyor

2026 yılının ilk 6 ayında hizmete giren yeni otel projelerinde İstanbul 12 tesis ile ilk sırada yer alıyor. İstanbul ilimizi, 10 tesis ile Antalya, 5 otel ile Muğla, 3 otel ile Nevşehir, 2'şer tesis ile Aydın, Kütahya, Mardin, 1'er otel ile Afyonkarahisar, Balıkesir, Çanakkale, Diyarbakır, Düzce, Hatay, Konya ve Uşak illerimiz takip ediyor. İstanbul'da açılan 12 otelin 7'si 5 yıldızlı, 4'ü 4 yıldızlı ve 1'i butik kategorisindedir. Antalya'da hizmete giren 10 otelin 8'i 5 yıldızlı, 2'si ise 4 yıldız sınıfındadır. 2026 yılının ikinci 6 ayında hizmete girecek yeni otel yatırımlarında ise, İstanbul 22 otel ile ilk sıradaki yerini koruyor. İstanbul'u 14 tesis ile Antalya, 10 otel ile İzmir izliyor. Bu illerimizi 6'şar tesis ile Ankara, Diyarbakır, Mersin; 5 otel ile Kayseri; 4'er otel ile Bursa, Muğla, Nevşehir; 3'er tesis ile Denizli, Hatay, Kars, Ordu; 2'şer tesis ile Afyonkarahisar, Balıkesir, Bolu, Düzce, Mardin, Sakarya, Şanlıurfa, Van; 1'er otel ile Aydın, Bitlis, Çanakkale, Çorum, Edirne, Erzincan, Eskişehir, Kastamonu, Kocaeli, Konya, Kütahya, Osmaniye, Rize, Sivas, Şırnak, Trabzon ve Yalova illerimiz takip ediyor. İstanbul'da yılın ikinci yarısında hizmete girecek 22 otelin 7'si 5 yıldız, 9'u 4 yıldız, 6'sı 3 yıldız; Antalya'da açılacak 14 otelin 7'si 5 yıldız, 5'i 4 yıldız, 2'si 3 yıldız; İzmir'de açılacak 10 otelin 6'sı 5 yıldız, 3'ü 4 yıldız, 1'i 3 yıldız kategorisindedir.

Yatak sayıları ölçüt alınarak yapılan sıralamada yılın ilk altı ayında hizmet vermeye başlayan yeni otel projelerinde Antalya 6 bin 810 yatak sayısı ile ilk sırada bulunuyor. Yılın ikinci altı ayında açılacak otellerde ise İstanbul 7 bin 708 yatak ile başı çekiyor

Türkiye genelinde yılın ilk altı ayında hizmet vermeye başlayan yeni otel projelerinde Antalya 6 bin 810 yatak ile ilk sırada bulunuyor. Bu ilimizi 2 bin 766 yatak ile Muğla, 2 bin 370 yatak ile İstanbul ve bin 536 yatak ile Aydın izliyor. 2026 yılının ikinci altı ayında ise açılması planlanan yeni tesislerde yatak sayısı bakımından, 7 bin 708 yatak ile İstanbul ilk sırada yer alıyor. İstanbul'u sırasıyla 3 bin 907 yatak ile Antalya, 3 bin 068 yatak ile İzmir, 2 bin 348 yatak ile Muğla, bin 816 yatak ile Nevşehir ve bin 706 yatak ile Mersin illerimiz takip ediyor.

2026'NIN İKİNCİ YARISINDA AÇILACAK OTELLER		
Yıldız	Tesis Sayısı	Yatak Sayısı
5	48	18.738
4	56	9.836
3	17	2.945
Butik	5	336
Toplam	126	31.855

Dedeman'dan Kazakistan'da stratejik ortaklık

Türkiye'nin ilk yerli otel zinciri olarak altmış yılı aşkın süredir konaklama sektörünün gelişimine yön veren Dedeman Hospitality, önemli bir uluslararası iş birliğine imza attı. Kazakistan'da imzalanan stratejik iş birliği anlaşmasıyla Dedeman Hospitality, Orta Asya, EMEA, Türk Devletleri, Tataristan ve Başkurdistan'da uluslararası büyüme yolculuğunu daha da güçlendiriyor. Dedeman Hospitality ile Kazakistan merkezli Smart Strategies and Development (SSD) arasında Kazakistan'ın başkenti Astana'da imzalanan Stratejik Ortaklık Mutabakat Zaptı kapsamında; Orta Asya, EMEA (Avrupa, Orta Doğu ve Afrika) bölgesi, Türk Devletleri, Tataristan ve Başkurdistan'da otel geliştirme, marka yönetimi, işletme, franchise, teknik hizmetler ve konaklama yatırımları alanlarında ortak projelerin hayata geçirilmesi hedefleniyor. Dedeman Hospitality Yönetim Kurulu Üyesi Banu Dedeman ile Smart Strategies and Development Ltd. Yönetim Kurulu Başkanı Arslan Bissembayev tarafından imzalanan mutabakat, bölgesel iş birlikleri aracılığıyla konaklama sektöründe daha geniş bir coğrafyada etkinlik göstermeye yönelik önemli bir adım olarak öne çıkıyor.

Dedeman Hospitality ile SSD yeni projeler için güçlerini birleştiriyor

Astana Uluslararası Finans Merkezi (AIFC) bünyesinde faaliyet gösteren Smart Strategies and Development (SSD); otel geliştirme, yatırım danışmanlığı, proje yönetimi ve otel varlıklarının yapılandırılması alanlarında uzmanlaşmış bir yatırım ve geliştirme platformu olarak öne çıkıyor. Altmış yılı aşkın deneyimiyle Türkiye'nin ilk yerli otel zinciri olarak konaklama sektörünün öncü markaları arasında yer alan Dedeman Hospitality ise; farklı pazar segmentlerinde geliştirdiği markaları, operasyonel deneyimi ve güçlü marka birikimiyle sektörün gelişimine yön veren markalar arasında konumlanıyor. Türk Devletleri ile stratejik olarak uyumlu EMEA



(Avrupa, Orta Doğu ve Afrika) bölgelerinde uluslararası markalı konaklama varlıklarına yönelik artan talep, iki kurum arasındaki iş birliğinin temel çıkış noktalarından birini oluşturuyor. Bu doğrultuda kurulan stratejik ortaklığın; bölgesel uzmanlığı, konaklama varlık yönetimindeki modern yaklaşımları ve uluslararası proje geliştirme deneyimini bir araya getirerek yeni nesil konaklama projelerinin geliştirilmesine katkı sağlaması hedefleniyor. Aynı zamanda iş birliğinin; yatırımcılar ve sektör paydaşları açısından yeni fırsatlar yaratması, faaliyet gösterilen bölgelerde modern konaklama altyapısının gelişimini desteklemesi ve uluslararası standartlarda projelerin hayata geçirilmesine katkı sunması amaçlanıyor.

Dedeman Hospitality Yönetim Kurulu Üyesi Banu Dedeman, iş birliğine ilişkin görüşlerini şu sözlerle paylaştı:

"Dedeman'ın hikâyesi bundan altmış yılı aşkın süre önce Türkiye'de başladı. Bugün bu köklü mirası yeni coğrafyalara taşıırken, ortak kültürel bağlara sahip olduğumuz bölgelerde kalıcı iş birlikleri geliştirmeyi son derece kıymetli buluyoruz. Türk misafirperverliğini ve Dedeman markasının hizmet anlayışını daha geniş coğrafyalarla buluşturmayı hedeflerken, bu iş birliğinin yalnızca yeni yatırımların değil; uzun vadeli ilişkilerin ve ortak başarı hikâyelerinin de temelini oluşturacağına inanıyoruz." Dedeman Hospitality Yönetim Kurulu Başkanı Ergün Demiray, iş birliğinin stratejik boyutuna ilişkin

değerlendirmesinde şu ifadelerle yer verdi:

"Konaklama sektörü artık yalnızca ülkeler bazında değil, bölgesel iş birlikleri ve uluslararası ağlar üzerinden şekilleniyor. Smart Strategies and Development ile imzaladığımız bu mutabakat, markamızın farklı coğrafyalardaki büyüme hedeflerini destekleyen önemli bir adım niteliği taşıyor. Orta Asya, EMEA bölgesi ve Türk Devletleri başta olmak üzere geniş bir coğrafyada ortaya çıkan fırsatları uzun vadeli bir perspektifle değerlendiriyor; bilgi birikimimizi, operasyonel deneyimimizi ve markalarımızın gücünü yeni pazarlara taşımayı hedefliyoruz. Bu iş birliğinin, önümüzdeki dönemde hayata geçirilecek yeni projeler için güçlü bir zemin oluşturacağına inanıyoruz."

Dedeman Hospitality COO'su Tansel Tercan ise iş birliğinin sektörel etkilerine dikkat çekerek şu değerlendirmeyi yaptı:

"SSD ile imzaladığımız anlaşma; Orta Asya, EMEA bölgesi ve Türk Devletleri'nde otel yatırımları ile operasyonel yönetim alanlarında ortak projelerin geliştirilmesine odaklanıyor. Bu ortaklık; uluslararası uzmanlığı, konaklama varlık yönetimindeki modern yaklaşımları ve küresel otel markalarıyla çalışma deneyimini bir araya getiriyor. İş birliğinin, uluslararası ortaklıkları güçlendirme, küresel pazardaki profesyonel varlığı genişletme ve faaliyet gösterilen bölgelerde modern konaklama altyapısının gelişimine katkı sağlama açısından önemli bir adım olduğuna inanıyoruz."

Antalya, Manavgat'a 4 yıldızlı Silversun Hotel geliyor



Antalya ili, Manavgat ilçesi, Çolaklı Mahallesi, 188 Ada 10 Parsel mevkiindeki Uğur Kuyum Turizm Ticaret İnşaat Tekstil Limited Şirketi tarafından yapılması planlanan Turizm Konaklama Tesisi (Silversun Hotel) projesi ile ilgili olarak 'ÇED Olumlu (Kapsam Ek-2)' kararı verildi. Uğur Kuyum Turizm tarafından

Antalya, Manavgat ilçesinde 3.524 m2 alanda, toplam 121 oda 242 yatak kapasiteli turizm konaklama tesisi (Silversun Hotel) kurulup işletilmek isteniyor. Proje alanı, Uğur Kuyum Turizm Ticaret İnşaat Tekstil Limited Şirketi'ne ait bulunuyor. Faaliyet sahibine ait parselde komşu olan 188 ada 16 parsel üzerinde 88 oda kapasiteli Basit Konaklama Turizm İşletme Belgesi bulunan Silver Otel işletilmekte olup yapılması planlanan proje, 1. Farklı bir isimle projelendirilecek, (Silversun Hotel) 2. Yeni bir inşaat ruhsatı alarak farklı Turizm Yatırım ve Teşvik Belgesi kapsamında söz konusu ticari unvanına esas alınacak Turizm İşletme Belgesi ile bağımsız bir otel olarak işletmeye geçecek, 3. İki tesisin ortak herhangi bir

kullanım alanı-ünitesi bulunmayacak, (havuz, restoran, bar, otopark vs.), 4. Ticari olarak birbirinden tamamen ayrı iki tesis olarak faaliyette bulunacağından kapasite artışı niteliği taşımayacak olup ayrı ruhsat hukukuna tabi olması sebebiyle ayrı yeni bir proje olarak değerlendirilerek Proje Tanıtım Dosyası Başvurusunda bulunuldu. 4 yıldızlı olarak yapılması planlanan turizm konaklama tesisi, kuşuçuğu olarak; Antalya havaalanına 45 km, Antalya kent merkezine 55 km, Çolaklı Mahallesi'ne 2 km, en yakın meskene 100 metre, en yakın turizm konaklama tesisine (Silver Otel) kuş uçuğu 20 metre mesafede bulunuyor. Proje Bedeli: 362.710.560 TL olarak belirlendi.

L'Union Han İstanbul kapılarını açtı

Bankalar Caddesi'nin 1911 tarihli simge yapısı, kapsamlı bir restorasyonun ardından IHG Hotels & Resorts'un Vignette Collection markasının İstanbul'daki ilk oteli olarak yeniden hayat buluyor. 20. yüzyılın başında Bankalar Caddesi'nde inşa edilen tarihi yapı, titiz bir restorasyon sürecinin ardından L'Union Han İstanbul adıyla konaklama dünyasına katılıyor. Çok katmanlı bir estetik ile Cumhuriyet'in modernleşme döneminin kesiştiği L'Union Han, IHG Hotels & Resorts'un Vignette Collection markasının İstanbul'daki ilk temsilcisi olarak çağdaş bir konaklama deneyimi sunuyor. 1905 yılında Osmanlı İmparatorluğu'nun ilk sigorta şirketlerinden biri için inşasına başlanan ve 1911'de tamamlanan yapı, 1. Ulusal Mimarlık akımının izlerini taşıırken Art Nouveau ve Art Deco etkilerini aynı çatı altında bir araya getiriyor. Cephesindeki turkuaz çinileri, sivri kubbeleri ve saçaklarıyla Bankalar Caddesi'nin en karakteristik yapılarından biri olarak öne çıkan L'Union Han, bugün geçmişle bugünü birbirine bağlayan nadir örneklerden biri. Dönüşümün arkasında ise konaklama ve gayrimenkul alanındaki girişimleriyle tanınan Tevfik Nazlı bulunuyor.

Uzun yıllara yayılan iş deneyiminin ardından hayata geçirdiği bu proje, onun için yalnızca bir yatırım değil; farklı katmanları bir araya getiren bir yapı kurma fikrinin somut karşılığı. Mimar Kıymet Aşık Yarkın ve Ka Line Mimarlık tarafından yürütülen restorasyona yön veren keşif, bir sahafta bulunan bavulla başladı. Bavuldan çıkan ve Edoardo De Nari'nin arşivine ait yüzlerce çizim, mektup ve fotoğraf, yapının mimari geçmişine yeni bir katman ekledi. Uzun süre yalnızca Giulio Mongeri'ye atfedilen yapı, bu arşiv sayesinde Edoardo De Nari ile yeniden ilişkilendirildi. Arşivin bugüne ulaşmasını ise De Nari'nin kızı, balerin Lydia sağladı; babasının belgelerini hayatı boyunca yanında taşıdı. Onun ardından sahalara düşen bu arşiv, yıllar sonra yeniden gün yüzüne çıktı. Bugün otelde yer alan Serap Kurtuluş imzalı Rebel heykeli, Lydia'yı, taşıdığı bavulu ve yapının hafızasını temsil ederek hikâyenin en kişisel katmanını mekânın içinde görünür kılıyor. L'Union Han'da restorasyon, geçmişle korumakla sınırlı kalmıyor; onu bugünün deneyiminin bir parçası hâline getiriyor. Orijinal merdivenler ile ahşap ve pirinç detaylar korunurken, cephedeki turkuaz



çiniler iç mekânda yeniden yorumlanıyor. De Nari'nin arşivinden çıkan eskizler, tekstil ve yüzey detaylarında kendine yer buluyor. Ortak alanlarda sergilenen belgeler yapının geçirdiği dönemlere işaret ederken, Bengisu Yazıcı'nın üçüncü kattan itibaren uzanan enstalasyonu, Bankalar Caddesi'nin ticaret ve dolaşım fikrini mekânın içinde sürdürüyor. Otelin içinde yer alan Banca Unione ise Türk ve İtalyan mutfakları arasında bir karşılaşma alanı kuruyor. Yapının hikâyesi isminde saklı: L'Union; birlik, buluşma ve bir araya gelme anlamlarıyla farklı dönemleri, kültürleri ve hikâyeleri aynı çatı altında buluşturuyor. İstanbul'u anlatmak yerine onunla birlikte var olan bir alan sunan L'Union Han İstanbul, Vignette Collection, kapılarını ziyaretçilerine açıyor.

Anitta Otel, Çorum FK Başkanı Savaş Balçık tarafından 65 milyon euroya satın alındı

Çorum'un ilk ve tek 5 yıldızlı oteli Anitta Otel, iş insanı ve Çorum FK Başkanı Savaş Balçık tarafından 65 milyon euroya satın alındı. Otel, 2021 yılında düzenlenen açık artırmada Irmakçılar A.Ş. 'ye 58 milyon 565 bin liraya satılmıştı. Çorum'un önemli konaklama tesisleri arasında yer alan Anitta Otel'in işletmesi halen Irmakçılar A.Ş. tarafından yürütülürken, tesisin yakın zamanda uluslararası veya ulusal ölçekte tanınmış bir otel markası çatısı altında hizmet vermeye başlamasının beklendiği

öğrenildi. Patronlar Dünyası'nda yer alan habere göre kentteki turizm ve iş seyahati potansiyelinin gelişmesine katkı sağlaması beklenen satış, Çorum iş dünyasında da geniş yankı uyandırdı. Uzmanlar, yeni yatırımın hem konaklama kapasitesinin güçlenmesine hem de şehrin marka değerinin artırılmasına katkı sunabileceğini değerlendiriyor. Savaş Balçık'ın gerçekleştirdiği yatırımın, istihdam ve turizm gelirleri başta olmak üzere yerel ekonomiye olumlu yansımalar yapması hedefleniyor. Anitta Otel'in yeni



dönemde yapılacak olası marka dönüşümü ve yatırımlarla bölgenin önemli konaklama merkezlerinden biri olmayı sürdürmesi bekleniyor.

Karvilla Termal Turizm, Afyonkarahisar'a 75 odalı termal tesis planlıyor

Afyonkarahisar ili, İhsaniye ilçesi, Yaylabaşı Beldesi, Karaoğlan mevki, 108 Ada, 166 Parsel, ÇED Alanı:8669 M2 mevkiindeki Karvilla Termal Turizm San. ve Tic. A.Ş. tarafından yapılması planlanan Otel İşletmeciliği Projesi ile ilgili olarak 'ÇED Olumlu (Kapsam Ek-2)' kararı verildi. Söz konusu otel projesi ile ilgili, daha önce alınan ÇED görüşüne ilave olarak bir kapasite artışı gerçekleştirilmesi planlanıyor. ÇED görüşüne esas 45 odaya 30 oda ilave edilerek 75 oda olarak planlandı. Tesiste mevcut durumda

temel kazısı yapılmış olup; bina inşaatı çalışmaları devam ediyor. Planlanan proje ile her katta 24 adet 1+1 (suite), 1 adet 2+1 (King Suite) olmak üzere katta 25 adet oda, 3 katta toplam 75 adet oda yapılması planlanıyor. Ayrıca otel, kahvaltı salonu (kafeterya), restoran, bar (düşün salonu), havuz, Spa merkezi vb. birimleri kapsıyor. Tesis, termal turizm oteli konseptinde planlanıyor. Proje alanının kuş uçuşu yaklaşık 1,6 km güneybatısında Gazlıgöl Beldesi, 1,9 km kuzeybatısında İçdemir Köyü,



2,5 km kuzeydoğusunda Yaylabaşı Beldesi, 3,1 km güneyinde Yarımca Köyü, 4,5 km doğusunda Bozhüyük Köyü, yaklaşık 12 km kuzeybatısında İhsaniye İlçesi yer alıyor. Proje Bedeli: 347.463.824 TL olarak belirlendi.

Elite World Comfy İstanbul Avcılar misafirlerini ağırlamaya başladı

Türkiye genelinde büyümesini sürdüren Elite World Hotels & Resorts, İstanbul'daki otel ağına yeni bir halka daha ekliyor. Elite World Comfy İstanbul Avcılar, merkezi konumu ve modern konaklama anlayışıyla misafirlerini ağırlamaya hazırlanıyor. İstanbul'un ana arterlerinden D100 (E5) Avcılar üzerinde yer alan otel iş seyahati için gelen misafirlerin yanı sıra fuar ve organizasyon katılımcıları, şehir ziyaretçileri ve yerli-yabancı turistler için konforlu bir konaklama alternatifi sunuyor. Elite World Hotels & Resorts CEO'su Orkun Petekçi, yeni otel açılışına ilişkin yaptığı değerlendirmede şunları söyledi: "50. yılımızı kutladığımız bu dönemde büyümeyi yeni otel açılışlarıyla sürdürmeye devam ediyoruz. Elite World Comfy İstanbul Avcılar,

büyüme stratejimizin önemli bir parçasını oluşturuyor. İstanbul'daki yeni otelimiz aynı zamanda markamızın yeni dönem yaklaşımını ifade eden 'Bir Dünya Var' söyleminin de somut örneklerinden biri. Farklı şehirlerde, farklı ihtiyaçlara cevap veren markalarımızla misafirlerimize yalnızca konaklama değil, deneyim odaklı bir dünya sunmayı hedefliyoruz." Elite World Comfy İstanbul Avcılar Genel Müdürü Ahmet Soner Dursun ise "Otelimiz bölgedeki ticari faaliyetleri destekleyecek önemli bir noktada konumlanıyor. Tesisimizin, iş dünyası, organizasyonlar ve ziyaretçiler için yeni bir buluşma noktası olmasını hedefliyoruz." dedi. Elite World Comfy markasının çağdaş ve erişilebilir hizmet anlayışını yansıtan otelin, toplam 48 odası



bulunuyor. Otelde ayrıca 200 metrekarelik SPA alanı, restoran ve cafe bulunuyor. Modern tasarımı, fonksiyonel kullanım alanları ve merkezi konumuyla öne çıkan tesis, misafirlerine şehir yaşamının içinde konforlu bir deneyim sunuyor. Elite World Hotels & Resorts, 50 yıllık deneyimini yeni yatırımlarla büyümeye devam ederken, franchise iş modeliyle Türkiye ve yurt dışındaki büyüme hedefleri doğrultusunda portföyüne yeni oteller eklemeyi sürdürüyor.

İstanbul, Ataşehir'e 248 milyon proje bedeli ile otel projesi



İstanbul İli, Ataşehir İlçesi, Küçükbakkalköy Mahallesi Cami Sokak No:1 (2129 Ada, 6 Parsel) mevkiindeki Sar Elektronik Gıda ve Dayanıkl

Tüketim Malları Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi tarafından yapılması planlanan 84 odalı otel projesi ile ilgili olarak 'ÇED Olumlu (Kapsam Ek-2)' kararı verildi. Projeye konu otel projesinin 84 oda, sosyal alan, spor alanı, restoran/kafeden oluşması planlanıyor. Proje alanında mevcut durumda 4.337 m2 'lik inşaat alanına sahip ve 8 katlı (2 Bodrum + Zemin + 5 Normal Kat) otel kullanım amacıyla inşa süreci devam eden yapı yer alıyor. Söz konusu inşa süreçleri için

binanın kaba inşaatı tamamlanmış olup dış cephe, iç tesisat vb. işleri yapım aşamasında bulunuyor. Planlanan otel projesi etrafında genellikle işyerleri, konutlar bulunmakta olup kuşbakışı mesafe olarak 500 m kuzeybatısında O-2 Karayolu (Tem Otoyolu), 1 km güneyinde D-100 Karayolu, 1,00 km doğusunda Brandium AVM, 650 m güneydoğusunda en yakın hastane yer alıyor. Proje bedeli 248.205.836 TL olarak belirlendi.

Sakızbükü Turizm ve Gayrimenkul, Bodrum'a 961 milyon proje bedeli ile otel planlıyor

Muğla İli, Bodrum İlçesi, Göl Mahallesi, 124 ada 2 parsel, 125 ada 2 parsel, 131 ada 1 parsel ve 133 ada 1 parsel mevkiindeki Sakızbükü Turizm ve Gayrimenkul Yatırımları A.Ş. tarafından planlanan turizm konaklama tesisi projesi ile ilgili olarak 'ÇED Olumlu (Kapsam Ek-2)' kararı verildi. Proje kapsamındaki turizm konaklama tesisi birimleri 124/2 parsel, 131/1 parsel ve 133/1 parselde yer alacak olup, 125/2

parselin ise yeşil alan olarak kullanılması planlanıyor. Muğla İli, Bodrum İlçesi, Göl Mahallesi, 124 ada 2 parsel, 125 ada 2 parsel, 131 ada 1 parsel ve 133 ada 1 parselde planlanan turizm konaklama tesisi toplam kapasitesi 108 oda 216 yatak olarak belirtildi. Konaklama tesisinin zemin+1.kat olarak inşa edilmesi planlanıyor. 124 ada 2 parselde, 14 tipte toplam 17 adet blok projelendirildi. 131 ada 1 parselde, 9 tipte



toplam 14 adet blok projelendirildi. 133 ada 1 parselde, 16 tipte toplam 22 adet blok projelendirildi. Proje Bedeli: 961.022.347 TL olarak belirlendi.

Voyage Hotels'in yeni yatırımı Voyage Kundu misafirlerini ağırlamaya başladı



Türk turizminin lokomotif bölgelerinden Antalya Lara-Kundu, lüks konaklama segmentinde yeni bir tesise daha kavuştu. Voyage Hotels zarafetini ve kalitesini bölgeye taşıyan Voyage Kundu, kapılarını açarak ilk konuklarını kabul etmeye başladı. Kundu'nun

eşsiz doğasında ayrıcalıklı ve konforlu bir tatil konsepti sunma hedefiyle yola çıkan Voyage Kundu, toplam 440 modern odasıyla hizmet veriyor. İnce bir mimari anlayışla tasarlanan ferah odaların yer aldığı tesiste, özellikle "Lagoon" oda kategorisinde konaklayan misafirler için odalarından doğrudan kendilerine özel havuz alanına geçiş imkanı sağlayan lüks bir ayrıcalık sunuluyor. Çocuklu ailelerin tüm ihtiyaçları gözetilerek en ince ayrıntısına kadar planlanan otelde hem

yetişkinler hem de küçük misafirler için zengin aktivite alternatifleri yer alırken, balayı çiftleri için de özel ayrıcalıklar ve jestler organize ediliyor. Gastronomi alanında da iddiasını ortaya koyan Ultra Her Şey Dahil sistemiyle faaliyet gösteren Voyage Kundu, bünyesinde barındırdığı "restoranlar sokağı" ile dünya mutfaklarının en seçkin lezzetlerini bir araya getirerek misafirlerine geniş bir keşif alanı sunuyor.

VİTAL

Sadece profesyoneller için...

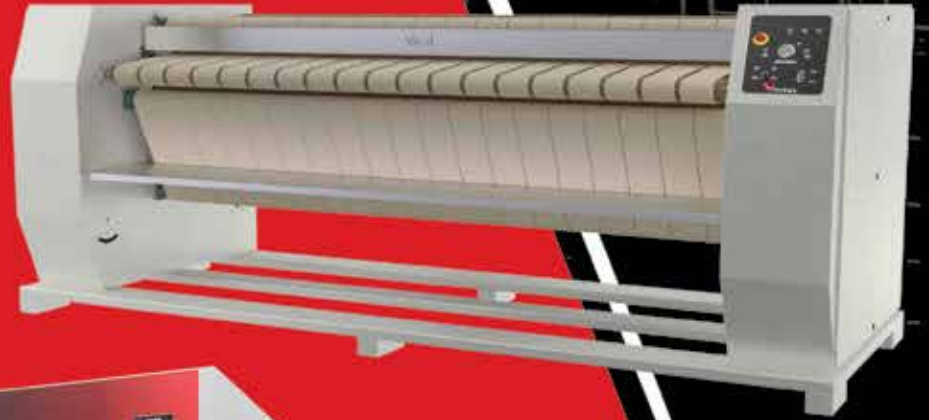
Yüksek Performans Maksimum Fayda

http://



VİTACLEAN

- ÇAMAŞIR YIKAMA SIKMA MAKİNESİ
- ÇAMAŞIR KURUTMA MAKİNESİ
- SİLİNDİR ÜTÜ



info@vitalmutfak.com

@vitalmutfak

@vitalmutfak

@vitalmutfakturkiye

MUTAF
GROUP

Fortuna of Cappadocia, Autograph Collection açıldı

Türkiye'nin merkezinde, ikonik Kapadokya bölgesinin kalbinde konumlanan Fortuna of Cappadocia, Autograph Collection; eşsiz bir deneyim sunmak üzere kapılarını misafirlerine açtı. Tarman Grup yatırımıyla hayata geçirilen proje, Marriott Bonvoy® portföyündeki prestijli Autograph Collection Hotels markasının en yeni üyesi olarak hizmet vermeye başladı. Access danışmanlığında yönetilen Fortuna of Cappadocia, bölgenin zengin kültürel ve doğal mirasının rafine ve çağdaş bir yorumunu sunarak otel konaklama deneyimini yeniden tanımlamaya hazırlanıyor. Kapadokya'nın en etkileyici seyir noktalarından biri olan Uçhisar'da, tarihi alanların merkezinde yer alan tesis; mimarisiyle merak uyandırıyor. Çağdaş tasarımı bölgenin otantik ve mistik stiliyle harmanlayacak olan otel, 125 oda ve süit ile misafirlerine mahremiyet ve huzur sunacak

28 özel villadan oluşuyor. Otel devasa sosyalleşme alanları ile tamamen kişiye özel yaşam alanlarını aynı çatı altında ustalıkla birleştirecek. Gastronomi ve sosyal yaşamı bir araya getirecek mekanlar arasında; gün boyu hizmet verecek Fortuna Table, imza bar Le Dome, Lobby Lounge, sezonluk Fortuna Terrace ve otelin bahçesinde konumlanan özel şarap mahzeni, puro lounge'u ve tadım deneyimini bir araya getiren Le Privé bulunuyor. Ayrıca, canlı performanslara ev sahipliği yapacak Grand Cabaret ile Kapadokya'nın eğlence anlayışına yeni bir soluk getirilmesi planlanıyor. Misafirlerin hem fiziksel hem de duygusal esenliğini desteklemek amacıyla tasarlanan 1.112 metrekarelik devasa Spa & Wellness Merkezi; kapalı yüzme havuzu, geleneksel Türk hamamı ve kişiselleştirilmiş bakım alanları ile tam bir yenilenme sığınağı olarak konumlanacak. "Kendi Kaderini



Çiz" mottosuyla hareket edecek tesis, konuklarına kendi potansiyellerini keşfetme fırsatı sunarak; çömlek yapımından mutfak sanatlarına kadar yerel sanat atölyelerine de ev sahipliği yapacak. Bölgedeki kapsamlı etkinlik alanı ihtiyacını karşılamak üzere hayata geçirilen Fortuna Convention Hall; destinasyon düşünceleri, görkemli kutlamalar ve kurumsal etkinlikler için kusursuz bir atmosfer sunmaya hazırlanıyor. Fortuna of Cappadocia, Autograph Collection, Marriott International'ın dünya çapında eşsiz seyahat deneyimleri sunan ödüllü platformu Marriott Bonvoy®'un bir parçası olarak çok yakında misafirlerini ağırlayacak.

İstanbul, Ataşehir'e 685 milyona 132 odalı otel geliyor



İstanbul ili, Ataşehir ilçesi, Küçükbakkalköy Mah. Şehit Şakir Elkövan Caddesi (1900

Ada, 67 Parsel) mevkiindeki Sar Elektronik Gıda ve Dayanıklı Tüketim Malları Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi tarafından yapılması planlanan 132 Odalı Otel projesi ile ilgili olarak 'ÇED Olumlu (Kapsam Ek-2)' kararı verildi. Sar Elektronik Gıda ve Dayanıklı Tüketim Malları Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi firması tarafından İstanbul İli, Ataşehir İlçesinde 2.290 m2 'lik tapulu alanın 10.587

m2 'lik toplam inşaat alanı ile "132 Odalı Otel" projesi yapılması planlanıyor. Proje kapsamında 1 adet blok yer alacak olup, 6 adet bodrum kat 1 adet zemin kat, 5 adet normal kat ve 1 adet çatı katı ile toplamda 13 katlı bina inşa edilmesi planlanıyor. Proje kapsamında alanda inşaat çalışmalarına başlanmadı. Proje Bedeli: 685,771,815 TL olarak belirlendi.

Bersen Sportif Yatırımlar A.Ş.'den Bolu Merkez'e 3,3 milyar proje bedeli ile yeni otel yatırımı

Bolu ili, Merkez ilçesi, Berk Köyü, Karapınar Mevki, 3589 Ada, 1 ve 2 Numaralı Parseller mevkiindeki Bersen Sportif Yatırımlar Anonim Şirketi tarafından yapılması planlanan Turizm Konaklama Tesisi projesi ile ilgili olarak 'ÇED Olumlu (Kapsam Ek-2)' kararı verildi. Bolu İli, Merkez İlçesinde "Bersen Sportif Yatırımlar Anonim Şirketi"

tarafından 100.326 m2 'lik alanda 248 Oda ve 786 Yatak Kapasiteli "Turizm Konaklama Tesisi" Projesinin gerçekleştirilmesi planlanıyor. Bolu il merkezi yaklaşık 3 km kuzey yönünde, Berk Köy Merkezi yaklaşık 400 güney yönünde bulunuyor. 5 yıldızlı turizm konaklama tesisi bünyesinde bodrum kat, zemin kat, 5 kat ve çatı arası



kat, konferans salonu, gastro hub, spa alanı (havuzlar, termal havuzlar, yansıma havuzları vb.) gibi birimler bulunuyor. Proje Bedeli: 3.308.663.982 TL olarak belirlendi.

İnkaş İnşaat'tan Antalya, Kaş'a 3 yıldızlı otel geliyor



Antalya ili, Kaş ilçesi, Kaş (Merkez) Mahallesi, 225 Ada, 1 Parsel mevkiindeki İnkaş İnş. San. ve Tic. A.Ş. tarafından yapılması planlanan Turizm Konaklama Tesisi (Novva-4 Hotel) projesi ile ilgili olarak 'ÇED Olumlu (Kapsam

Ek-2)' kararı verildi. Antalya İli, Kaş İlçesinde İnkaş İnş. San. ve Tic. A.Ş. tarafından "Turizm Konaklama Tesisi (Novva-4 Hotel)" projesi planlanıyor. 3 yıldızlı turizm konaklama tesisinin kapasitesi 74 oda 162 yatak olarak planlanıyor. Proje kapsamında otel 6 blok şeklinde bodrum kat, zemin kat, 1 kat (B+Z+1 KAT) şeklinde 74 oda, 162 yatak kapasiteli olarak belirtiliyor. Toplam inşaat alanı 4047,50 m2 olarak planlanıyor. Turizm konaklama tesisi inşaat çalışmalarının yaklaşık 2 yıl süreceği tahmin ediliyor. Söz

konusu firmanın beyanına göre: Tesis Novva-4 Hotel ticari unvanı ile faaliyet gösterecek. Aynı otel adı ile farklı bir tesis (otel adı) olmayacağı yeni bir inşaat ruhsatı alınarak farklı Turizm Yatırım ve Teşvik Belgesi veya Turizm İşletme Belgesi kapsamında bağımsız bir otel olarak işletmeye geçeceği bildirildi. Farklı bir tesis ile ortak herhangi bir kullanım alanı-ünitesi (havuz, restoran, bar, otopark vs.) olmayacak ve ticari olarak tamamen ayrı tesis olarak faaliyette bulunacak. Proje Bedeli: 429.286.850 TL olarak belirlendi.



Otelinizin Konforunu Akıllı KNX Teknolojisiyle Yönetin

Panasonic KNX çözümleri, otel odalarındaki ışık, sıcaklık, perde, havalandırma, güvenlik ve enerji yönetimini tek bir akıllı mimaride bir araya getirerek hem misafir deneyimini hem de işletme verimliliğini tutarlı, modern ve sürdürülebilir bir standarda taşır.

Otelinizin her alanında daha akıllı, daha verimli ve daha sürdürülebilir bir yönetim için Panasonic KNX çözümlerini keşfedin.



Zarif Tasarımla Mekân
Estetiğini Tamamlar



Akıllı Kontrollerle Konforu Artırır



Uzaktan Erişim ile Her Yerden
Kontrol İmkânı Sunar



Akıllı Çözümlerle Mülk Değerini Yükseltir

Mercure Antalya Belek açıldı

1973 yılından bu yana yerel deneyimleri ön plana çıkarmayı hedefleyen bir marka olan Mercure Hotels & Resorts, Türkiye'nin önde gelen tatil destinasyonlarından biri olan Belek'te yer alan Mercure Antalya Belek'in açılışını duyurdu. Bölgenin canlı ruhunu çağdaş konforla harmanlayan Mercure Antalya Belek hem iş hem de tatil amaçlı seyahat eden misafirlere özel olarak tasarlanarak dekore edilmiş 83 odaya sahip bulunuyor. Otel, modern mimarisi, zarif iç tasarımı ve Mercure'nin kendine özgü misafirperverlik anlayışıyla öne çıkarken, markanın çevresinden ilham alan ve yerel hikayelerden beslenen deneyimler yaratma konusundaki kararlılığını yansıtıyor. Mercure Antalya Belek, konuklarına standart ve birbirine bağlı odaların yanı sıra otelin havuzuna ve çevredeki doğal manzaraya bakan konaklama seçenekleri sunuyor. Konuklar, kapalı ve açık yüzme havuzlarının, modern bir spor salonunun, havuz ve lobi barlarının yanı sıra 175 kişiye kadar konuk ağırlayabilen Mercure Toplantı Salonu ve 40 kişilik City Line Toplantı Salonu gibi çok amaçlı toplantı

alanlarından yararlanabiliyorlar. Mercure Antalya Belek'teki mutfak deneyimleri hem yerel lezzetleri hem de uluslararası favorileri bir araya getiriyor. Accor Orta Doğu, Afrika ve Türkiye Premium, Orta Segment ve Ekonomi Segmentlerinden Sorumlu Bölge Başkanı Raki Phillips, açılış ile ilgili olarak şu açıklamayı yaptı: "Antalya, Akdeniz'in en dinamik turizm destinasyonlarından biri olarak konumunu güçlendirmeye devam ediyor ve yıl boyunca giderek artan sayıda uluslararası tatil, iş ve yaşam tarzı gezgini çekiyor. Mercure Antalya Belek'in açılışı, Türkiye'nin konaklama pazarına ve güçlü uzun vadeli büyüme potansiyeline sahip destinasyonlara olan güvenimizi yansıtıyor. Akdeniz misafirperverliğinin sıcaklığını Accor'un dünya çapında tanınan hizmet standartlarıyla birleştiren otelin, bölgenin gelişen turizm manzarasına anlamlı bir katkı sağlayacağına inanıyoruz." Sinan Köseoğlu, Accor Türkiye Premium, Orta Ölçekli ve Ekonomi Markaları Operasyon Başkan Yardımcısı, şunları söyledi: "Mercure markasını Akdeniz'in bu eşsiz destinasyonunda hayata geçirmekten



büyük mutluluk duyuyoruz. Bölgenin dinamik enerjisinden ve sahil şeridinin huzur veren atmosferinden ilham alarak, konforu, yerel dokuyu ve çağdaş misafirperverlik anlayışını bir araya getiren bir deneyim yarattık. Misafirlerimize yalnızca konforlu bir konaklama sunmanın ötesinde, Mercure markasının özünde yer alan yerel ilhamla şekillenen anlamlı deneyimler yaşatmayı hedefliyoruz." Türkiye'de Accor, toplamda 1.000'den fazla odaya sahip dokuz Mercure oteli işletmekte olup, 2030 yılına kadar altı yeni Mercure oteli daha açmayı planlıyor.

İstanbul İli, Fatih'e 4 yıldızlı otel planlanıyor

İstanbul İli, Fatih İlçesi, Hobyar Mahallesi, 969 Ada, 74 Parsel mevkiindeki Sirkeci Otelcilik A.Ş. tarafından yapılması planlanan Nevi Old Town Otel (77 Oda Kapasiteli) projesi ile ilgili olarak 'ÇED Olumlu (Kapsam Ek-2)' kararı verildi. Otel Projesinin gerçekleştirilmesi düşünülen bina Ziraat Bankası tarafından kullanılıyordu. Sirkeci Otelcilik A.Ş. tarafından güçlendirme ve restorasyon faaliyetleri sonucunda gerçekleştirilecek 491 m2 arsa alanı üzerinde 4.140 m2 kapalı inşaat alanına sahip "Nevi Old Town Otel Projesi" kapsamında; şehir

oteli olarak işletilecek olan tesiste toplam 77 oda ve 154 yatak kapasiteli 4 yıldızlı otel projesi gerçekleştirilmesi planlanıyor. Ancak 4140 m2 kapalı inşaat alanının 819 m2 'sinde yani zemin ve asma katlarda Ziraat Bankası faaliyet gösterecek. Otelin, 77 oda ve 154 yatak kapasiteli 4 yıldızlı bir otel olarak faaliyete geçmesi planlanıyor. Proje kapsamında toplam 154 yataklı 4'ü süit, 1 engelli ve 72'i normal olmak üzere 77 adet oda, 1 adet 65 kişilik restaurant bulunuyor. Planlanan otel yapısı; Zemin kat, Asma Kat, 1. Kat, 2. Kat, 3. Kat, 4. Kat, 5. Kat, 6.



Kat ve Teras Katından oluşuyor. Proje Bedeli: 497.990.250 TL olarak belirlendi.

OKU Bodrum kapılarını açtı



Uluslararası ödüllü yaşam stili otel markası OKU Hotels'in Türkiye'deki ilk oteli OKU Bodrum, kapılarını açtı. Bodrum Yarımadası'nın kuzey kıyısında, doğal yapısını koruyan Küçükbük Koyu'nda misafirlerini ağırlamaya başlayan OKU Bodrum, markanın Ibiza, Kos ve Endülüs'ten sonra açılan dördüncü oteli olma özelliğini taşıyor. 58 oda ve süitten oluşan yetişkinlere özel butik otel OKU Bodrum, sahip olduğu global vizyonla Ege'nin ruhunu yeniden canlandırıyor. Modern hayatın telaşından uzaklaşmak, doğayla yeniden bağ kurmak ve sade bir ritimde derinleşmek isteyenler için tasarlanan OKU Bodrum'da 58 oda ve süit yer alıyor. Tüm odaları deniz manzaralı olan otelin kişiye özel havuzlarının yanı sıra paylaşımlı havuz seçeneği de bulunuyor. Özel balkonları ve keyifli teraslarıyla dikkat çeken OKU Bodrum'un iç mekânlarında OKU'nun imzası haline gelen bohem-şık ve minimalist tasarım anlayışı öne çıkıyor. Toprak tonları, doğal malzemeler ve çağdaş çizgilerin öne çıktığı otelde Türkiye'nin önde gelen sanat küratörlerinden Begüm Güney ile yapılan iş birliği kapsamında, otelin farklı alanlarında sergilenen özgün sanat eserleri mekânın doğayla kurduğu bağ ve meditatif ruhunu yansıtıyor. Japonca 'da "içsel alan" anlamına gelen "OKU" dekoratif detayları ve huzurlu atmosferiyle ruhsal bir inziva hissi yaratıyor.

Kale Kilit ile Güvenliği Lüksle Buluřturun!



KD060/30-100



4-6 rakamlı
tek kullanımlık
řifre özelliği



6 rakamlı
master řifre
özelliği



Kompakt
tasarım



Duvara ve/veya
yere montaj



Mekanik
anahtar ile
açılış

444 0 243
www.kalekilit.com.tr



KALE KİLİT

oteller

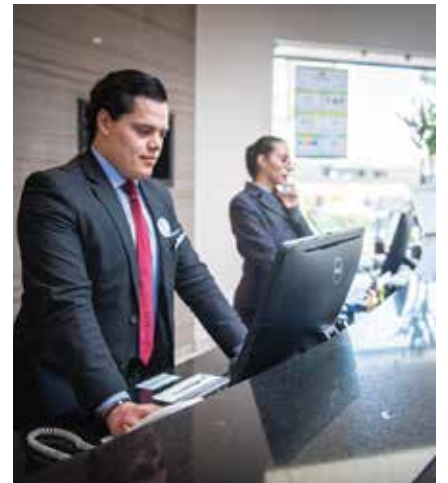


Turizm sektörü için stratejik bir krize evrilen istihdam açığını kapatmanın yolu, sadece yeni personel temininden değil, sürdürülebilir bir insan kaynağı yönetiminden geçiyor

Türkiye’de, konaklama sektörü küresel ölçekte keskinleşen bir istihdam kriziyle karşı karşıya. Fiziksel yatırımlar ve ultra lüks tesisler ne kadar kusursuz olursa olsun, rekabet gücünü belirleyen asıl unsurun insan kaynağı olduğunu kabul eden sektör temsilcileri; eğitim reformundan yasal güvencelere, mali teşviklerden barınma çözümlerine uzanan makro bir yapısal dönüşüm talep ediyor

Turizm endüstrisinde rekabetin küresel ölçekte keskinleştiği günümüzde, Türk konaklama sektörünün masaya yatırdığı en kritik ve kronik yapısal problem, istihdam olmaya devam ediyor. Sektör temsilcileri, konunun artık operasyonel bir zorluktan çıkıp, işletmelerin hizmet kalitesini ve varlığını tehdit eden stratejik bir krize dönüştüğü noktasında birleşiyor. Özellikle mutfak, servis, teknik servis, ön büro ve kat hizmetleri gibi uzmanlık ve yabancı dil gerektiren departmanlarda nitelikli aday havuzunun her geçen yıl daraldığı görülüyor. Pandemi sonrası yaşanan iş gücü kaybı, yoğun çalışma temposu ve genç yeteneklerin

daha cazip ücret politikaları sunan yurt dışı pazarlarına yönelmesi, tesislerin operasyonel verimliliğini doğrudan etkiliyor. Bu sıkıntıyı, dönemsel faaliyet gösteren kıyı otelleri, iş güvencesi yetersizliği nedeniyle çok daha derin hissederken; 12 ay boyunca kesintisiz hizmet veren şehir, termal veya kış otellerinde çalışan bağlılığının daha yüksek, personel sirkülasyonunun ise daha düşük olduğu gözlemleniyor. Konaklama sektöründe yaşanan istihdam daralmasının kökeninde, birbiriyle sarmal halinde ilerleyen ekonomik, yapısal ve sosyolojik faktörler yer alıyor. Özellikle turizm merkezlerinde ve büyük şehirlerde tırmanışa geçen kira fiyatları, artan barınma ve yaşam maliyetleri,



çalışanlar üzerinde sürdürülemez bir finansal baskı oluşturuyor. Bu tabloya, kıyı otelciliğinin mevsimsel yapısından kaynaklanan dönersellik gerçeği de eklenince, çalışanların yıl boyu istikrarlı bir gelir ve kariyer güvencesinden mahrum kalması sektöre olan bağlılığı zayıflatıyor. Sektör genelindeki düşük ücret politikaları, yoğun operasyon temposu ve uzun mesai saatleri nedeniyle turizm, özellikle yeni jenerasyon için cazip bir meslek grubu olmaktan uzaklaşıyor. Değişen dünya düzeniyle birlikte yeni nesil çalışanlar artık yalnızca ücret odaklı karar vermiyor; iş-yaşam dengesi, kariyer gelişimi, esnek çalışma modelleri ve adil bir kurum kültürü talep ediyor. Turizmin sunduğu uluslararası kariyer fırsatları ve çok kültürlü çalışma ortamı gibi vizyoner avantajların genç kuşağa yeterince anlatılamaması ise süreci zorlaştırıyor. Mevcut açığı kapatmak adına başvurulmuş yabancı personel istihdamı ise bürokratik engeller ve katı çalışma izni süreçleri nedeniyle geçici bir sübvansiyon aracı olmaktan öteye gidemiyor.

2035 yılına kadar dünya genelinde konaklama sektöründe oluşması öngörülen tahmini personel açığı: 8,6 Milyon (Kaynak: Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi - WTTC)

İstihdam açığını kapatmanın yolunun sadece yeni personel temininden değil, sürdürülebilir bir insan kaynağı yönetiminden geçtiğini kabul eden sektör profesyonelleri, stratejik odağını “çalışanı elde tutma ve içeride yetiştirme” üzerine kaydırıyor. Tesisler, bünyelerinde kurdukları kurumsal akademiler, bireysel gelişim planları, mentorluk programları ve departmanlar arası çapraz eğitim modelleriyle mevcut personellerinin yetkinliklerini arttırırken, şeffaf iç terfi mekanizmalarıyla uzun vadeli kariyer güvenceleri sunuyorlar. Dijitalleşen kariyer platformları ve global eğitim ağları üzerinden çalışan bağlılığı güçlendirirken; adil takdir-ödüllendirme sistemleri, sosyal yaşam alanlarının ve lojman standartlarının iyileştirilmesi, işletmeleri “tercih edilen iş yeri” konumuna taşımayı hedefliyor. Sektör temsilcileri, insan odaklı bu sektörde mutlu çalışanların, kaliteli hizmetin temeli olduğunu belirterek, kalıcı ve milli çözümler için rotanın eğitim sistemine de çevrilmesi gerektiğini vurguluyor. Sektör temsilcileri, teorik eğitimin azaltılarak sahadaki uygulamalı pratik süreçlerin artırılmasını, plansız turizm okulları yerine nitelikli mesleki eğitime ağırlık verilmesini ve devletten personel üzerindeki vergi yüklerinin hafifletilmesini talep ediyorlar. Türk turizmde rekabetin fiyattan ziyade hizmet kalitesiyle mümkün olduğunu hatırlatan otel temsilcileri, insana yapılan yatırımı bir maliyet unsuru

değil, sürdürülebilir büyümenin en temel kaldıraç olarak nitelendiriyor.

Türkiye’de akademik düzeyde turizm eğitimi alan gençlerin mezuniyet sonrasında sektörde kalma oranı: 1 / 3 (Kaynak: Türkiye Otelciler Federasyonu - TÜROFED & Sektörel Akademik Raporlar)

İstihdam sorununun akademik boyutunda ise sektör temsilcileri turizm liseleri ve üniversitelerle stratejik iş birlikleri gerçekleştiriyorlar. Turizm eğitimi veren üniversiteler, müfredatlarını dijital çağın gereksinimlerine göre yenileyerek, sektöre vizyoner lider adayları yetiştirmeyi hedeflerken; teoride üretilen bu potansiyelin sahada kalıcı olabilmesi için, işverenlerin ve devletin de radikal adımlar atmasını bekliyorlar. Stajyer ve yeni mezunların geçici operasyonel açık kapama aracı değil, geleceğin yönetici adayları olarak konumlandırılmasını, uzun çalışma saatlerinin esnetilmesini, adil ve sürdürülebilir bir ücret politikasının benimsenmesini, sezon dışı dönem için mesleki güvence sağlanmasını, genç yetenekleri destinasyonlarda tutabilmek adına modern lojman komplekslerinin hayata geçirilmesini talep ediyorlar. Bu bağlamda yaşanan kalifiye personel arzı krizinin kalıcı çözümünün; eğitim sisteminin, yasal altyapının ve mali teşvik mekanizmalarının, sahanın dinamikleriyle yeniden yapılandırılmasının zorunlu olduğunu açıklıyorlar. Kamu otoritesinin bu doğrultuda atması gereken en radikal ve acil adımın, mesleki ve yükseköğretim politikalarını tamamen “uygulamalı ve saha odaklı” bir modele kavuşturmak olduğunu belirtiyorlar. Müfredatın dijitalleşme, yapay zekâ, modern misafir deneyimi yönetimi ve ileri düzey yabancı dil eğitimleriyle güncellenmesinin, zorunlu staj dönemlerinin ise Mesleki Yeterlilik Kurumu standartlarında gerçek bir gelişim sürecine evrilmesinin önemine vurgu yapıyorlar. İstihdamda kalıcılığı ve cazibeyi artırmanın yolunun, doğrudan çalışan odaklı mali ve sosyal politikaların devreye alınmasından geçmekte olduğunu; bu kapsamda, turizm çalışanlarına yönelik SGK işçi ve işveren primlerinde kalıcı teşviklerin sağlanmasının, gelir vergisi yükünün hafifletilmesinin, personelin net gelir seviyesini doğrudan yukarı çekeceğini belirtiyorlar. Ayrıca mevsim dışı dönemlerde, personeli sektörde tutacak İşsizlik Fonu destekli özel sübvansiyon modellerinin geliştirilmesinin, nitelikli iş gücünün kaymasını engelleyecek kritik bariyerler olacağını; “Turizm Meslek Yasası”nın hayata geçirilmesinin ise bu dönüşümün önemli bir adımı olacağını vurguluyorlar. Belirli uzmanlık



ve yönetim pozisyonlarında turizm eğitimi almış profesyonellerin istihdamını teşvik eden bir yasal çerçevenin, eğitimi ve sektörü profesyonel bir standarda oturtacağına dikkat çekiyorlar. Büyük şehirlerde ve yoğun turizm bölgelerinde kronikleşen barınma, fahiş kira ve ulaşım krizleri için, yerel yönetimler ve merkezi yönetimin iş birliğiyle, turizm çalışanlarına özel kamu destekli lojman projelerinin, lojman yatırımı yapacak işletmelere yönelik özel arazi ve inşaat teşviklerinin hayata geçirilmesini öneriyorlar. Turizm profesyonelleri, Türkiye’nin; sağlık, gastronomi, kültür, doğa, spor ve kongre turizmi gibi alternatif pazarlarıyla sezonu 12 aya yaydığı ölçüde istihdamda sürdürülebilirliği yakalayabileceği görüşünde birleşiyorlar. Bu bağlamda kamu, akademi ve özel sektörün ortak imzasını taşıyan uzun vadeli bir insan kaynakları yol haritasının, Türkiye’nin makro turizm hedeflerine ulaşmasındaki en temel kaldıraç olacağına dikkat çekiyorlar.

Dernekler Yapısal Reform ve İstihdam Konseyi Talep Ediyor

Turizm dernekleri, yaşanan krizin son 15 yıldaki jeopolitik dalgalanmalar ve pandeminin yarattığı yapısal birikimin sonucu olduğunu vurguluyor. Sektörün en büyük yarasının; hizmet ihracatı edilmesine rağmen otellerin ihracatçı teşviklerinden yararlanamaması, ağır mevzuat yükleri ve kayıt dışı Airbnb tarzı konutların yarattığı haksız rekabet olduğunu vurguluyorlar. Akut kadro açığının şimdilik Asya kökenli yabancı personelle dengelenmeye çalışılsa da kalıcı çözüm için kamu, akademi ve sivil toplum ortaklığında bir “Turizm İstihdam Konseyi” kurulmasını istiyorlar.





Doçent Dr. Hanım Kader Şanlıöz-Özgen /
Özyeğin Üniversitesi – Uygulamalı Bilimler
Fakültesi – Otel Yöneticiliği Bölümü

Özyeğin Üniversitesi'nin 2008 yılında açılışıyla birlikte açılan ilk bölümlerden biri olan Otel Yöneticiliği Bölümü, Türkiye'de otelcilik sektörüne profesyonel yöneticiler ve nitelikli gençler yetiştirme konusunda alanında ilk ve tek program olarak faaliyet geçmiştir. Bölüm, yine Türkiye ve Avrupa'da alanındaki tek program olarak uluslararası geçerliliği olan ve başta ABD olmak üzere küresel ölçekte en iyi otelcilik yükseköğretim kurumlarının sahip olduğu ACPHA (Accreditation Commission for Programs in Hospitality Administration) akreditasyonunu bir seferde verilen maksimum yedi yıllık süreyle 2030 yılına kadar elde etmiş durumdadır. 2012 yılında ise dünya çapında prestije sahip en iyi şefleri yetiştiren Le Cordon Bleu International iş birliği ile yapılandırılan Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü faaliyet geçmiştir. Üniversitenin tamamında geçerli olan yüzde 100 İngilizce dilinde öğretim veren bölümlerdeki dersler, alanlarında dünya çapında etkili araştırmalar ve sektörel projeler gerçekleştiren öğretim kadrosu tarafından verilmektedir. Uygulamalı Bilimler Fakültesi kapsamında yer alan bölümlerde öğrenciler, alanlarındaki temel teorik bilgileri edinmeleri yanı sıra, bu bilgilerini uygulamaya dönüştürmeye yönelik güncel ve sektörel dinamikleri yansıtan yapı ve içeriklerde oluşturulmuş dersler ve iki zorunlu stajlarıyla ilgili yükümlülüklerini tamamlayarak, sektöre vizyonlarını ve sektörel farkındalıklarını geliştirmiş, deneyimli ve nitelikli genç profesyoneller olarak adım atmaktadırlar. Öğrencilerimiz, ikinci ve üçüncü sınıf sonlarındaki yaz dönemlerinde zorunlu stajlarını gerçekleştirmektedirler. Bunun yanında arzu ederlerse, gönüllü stajlarla deneyimlerini zenginleştirebilmektedirler. Her yıl aralık ayında düzenlenen Sektörle Buluşma etkinliği, İstanbul, Antalya ve Muğla başta olmak üzere Türkiye'nin turizm potansiyeli yüksek şehirlerindeki altmıştan fazla lüks ve üst segment şirket ve işletmelerinin katıldığı önemli bir buluşmadır. Bu buluşmada, öğrencilerimiz staj ve iş görüşmelerini gerçekleştirerek sektöre adımlarını sağlam bir şekilde atmaktadırlar. Sektörel iş birliği ve gelişim programımızı geliştirmek için, Türkiye'nin önde gelen kurum ve şirketleriyle özel iş birliği anlaşmalarımız bulunmaktadır. Accor Türkiye, Swissotel The Bosphorus İstanbul, The Peninsula İstanbul, Eliteworld Hotels & Resorts, The Marmara Collection yanında Türkiye Otelciler Birliği (TÜROB) ve Turizm Restoran Yatırımcıları ve

Sektör ve akademinin kendi çevrelerinden çıkarak, birbirlerinin önceliklerini, hassasiyetlerini, zorluklarını ve fırsatlarını anladıkları iletişim ve ortak çalışma olanaklarının, iş birliği geliştirme çerçevelerinin oluşturulması önemlidir

Gastronomi İşletmeleri Derneği (TURVİD) ile lise ve yükseköğretim düzeyindeki öğrencilerin gelişimlerine yönelik projeler gerçekleştirmekteyiz. Faaliyete geçtiği yıldan itibaren sektörel iş birliklerine önem veren bir anlayışla nitelikli gençleri sektöre kazandırma hedefine sahip olan bölümlerimiz, var olan sektörel temasları sayesinde öğrencilerin stajlarında ve ders ortamlarında sektördeki önemli otellerin yöneticileriyle bir araya gelerek deneyim kazanmakta ve sektörel bilgilerini derinleştirmektedir. Sektör paydaşlarımız gerek dersler kapsamındaki geziler gerek öğrencilerimizin yetkinliklerini geliştirdikleri yeni ürün projeleri, gerekse konuk konuşmacı olarak geldikleri etkinlikler sayesinde öğrencilerimizin gelişimine önemli katkılarda bulunmaktadır. Ayrıca Accor Türkiye ile başlattığımız ve diğer paydaşlarımızın katılımına da açık olan Uygulamalı Yönetiş Gelişim programı sayesinde, belirli bir başarı düzeyine sahip son sınıf öğrencilerimiz, sonunda bir iş analizi raporu hazırladıkları ve mezuniyet sonrası iş teklifi aldıkları, haftanın belirli günleri işyerinde olmayı, operasyonel destek yanında yöneticisinden mentör desteği edindikleri önemli bir profesyonel deneyim yaşamaktadırlar. Ayrıca bu programa hazırlık olarak, öğrenim süreçlerinde yine iş birliği anlamamızı otellerde öğrencilerimiz gününbirlik gölge yönetici programı sayesinde ilgi duydukları bir yöneticiyle bir tam gün geçirerek hem sektörü yakından gözlemleme hem de yöneticisiyle gözlemleri üzerinde değerlendirmelerde bulunma fırsatını elde etmektedir. Ayrıca Eliteworld Hotels & Resorts otelleriyle de mezuniyet sonrası yönetim stajına yönelik iş birliğimiz bulunmaktadır. Öğrencilerimize sunduğumuz yabancı dille sunulan yoğun sektörel ve yönetsel eğitim içerikleri sayesinde Hilton Türkiye'nin her yıl yeni mezunlara yönelik açtığı Yönetici Geliştirme Programı'na da her yıl mezunlarımızı kazandırmaktan mutluluk duyuyoruz.

Sektör-akademi-yerel yönetimler-sivil toplum örgütleri temelli ortak projelerin desteklenmesine yönelik, proje fon olanaklarının geliştirilmesi önem taşımaktadır

Sektörle Buluşma etkinliğimiz yanında tüm öğrencilerimizin belirli sayıda katılmakla yükümlü olduğu ve son sınıfta eleştirel düşünme becerilerini kullanarak değerlendirmeler yaptıkları Otelcilik ve Gastronomi Seminerleri kapsamında sektörün üst düzey yöneticileriyle açıklama ve öğrencilerimizle yakın temas kurarak deneyim ve birikimlerini paylaşma olanağı buluyoruz. Ayrıca yöneticiler yoğun programlarında vakit ayırarak bazı derslerimize de konuk olup, ders kapsamında belirlenen konularda öğrencilerimizle birlikte

çalışma ve tartışmalar yürütüyorlar. Yeni jenerasyonun sektöre ilgisi çok yüksek. Özellikle sektörün sunduğu çeşitlilik ve yaşam tarzı ile işi bütünleştirme ve zenginleştirme olanakları, gençleri özellikle sektöre karşı olumlu izlenimler edinerek yönlendiriyor. Gençler, dijital olanaklarla da desteklenen yeni öğrenme yöntemlerine oldukça açıktır. Bununla beraber, dersler kapsamındaki uygulamalı süreçlerde bilgilerini kullanmaktan ve takım halinde çalışmaktan da keyif alıyorlar. Bu şekilde düzenlenen ortamlarda öğrenmeleri daha etkili ve güçlü oluyor. Konuk konuşmacıların, didaktik olmadan, kendi deneyimlerini ve kariyer yolculuklarını paylaşmaları, kariyer koçluğu yapmaları gençler için ilham verici ve teşvik edici bir rol oynuyor. Öncelikle sektör ve akademinin birlikte çalışma olanakları geliştirilmeli, üniversite-sektör proje programları çeşitlendirilmeli ve turizm işletmelerinin bu tür projeleri finansa konusunda teşvik edilmeleri gerekmektedir. Turizm endüstrisinin tüm kurumlarıyla, akademiye sadece sektöre çalışan kazandırma odaklı kısıtlı bakış açısının geliştirilmesi büyük önem taşımaktadır. Akademinin, bilimsel ve sistematik bakış açısını, yenilikçilik ve disiplinlerarası proje geliştirme potansiyelini de dikkate alarak ortak değer oluşturma yollarını yaratmaları gerekmektedir. Akademinin de sektörel sorunları yakından izleyerek, ihtiyaç duyulan konularda araştırma ve proje geliştirme konusunda istekli olması gerekir. Bu amaçla her iki kesim arasındaki etkileşimin ve ortaklaşa üretimin yoğunlaştırılmasına yönelik çalışmalar, özellikle sektörel mesleki örgütlerin ve sivil toplum kuruluşlarının öncelikli hedefleri arasında yer almalıdır. Sektör ve akademinin kendi çevrelerinden çıkarak, birbirlerinin önceliklerini, hassasiyetlerini, zorluklarını ve fırsatlarını anladıkları iletişim ve ortak çalışma olanaklarının, iş birliği geliştirme çerçevelerinin oluşturulması önemlidir. Sektör-akademi ortaklaşa düzenlenecek tematik arama konferansı, çalıştay gibi çok paydaşlı etkinliklerin bu etkileşimi güçlendireceği açıktır. Ayrıca sektör-akademi-yerel yönetimler-sivil toplum örgütleri temelli ortak projelerinin desteklenmesine yönelik proje fon olanaklarının geliştirilmesi önemlidir. Bununla beraber yaşadığı krizler nedeniyle içinde bulunulan yıla odaklanmak zorunda kalan sektörün, stratejik düşünme anlayışını ve dirençlilik kaslarını akademinin de desteğini alarak daha sistematik ve uzun vadeli bir şekilde geliştirmesine yönelmesi ve bu çalışmalarında odağa insanı – çalışanları koyması çok önemlidir. Dijital çözümler ne kadar gelişse de turizm, otelcilik ve ağırlama sektörü, deneyimsel ve ilişkisel yapısı sayesinde istihdam sorununa en önemli çıkış yolu olarak fırsatlar sunan bir sektör olmaya devam edecektir.

Otellerde
Banyo Alanlarını
**Ayrıcalıklı Deneyimlere
Dönüştürüyoruz**

HÄFELE

Yaşam alanlarına
birlikte değer
katıyoruz.



Mehmet İşler / Ege Turistik İşletmeler ve Konaklamalar Birliği (ETİK) Başkanı

Ege Turistik İşletmeler ve Konaklamalar Birliği (ETİK), bölge ve ülke turizminin geliştirilmesini ana misyonu olarak belirlemiştir. Sürdürülebilir turizm ve dünya ile rekabet eden bir sektör vizyonu doğrultusunda, kalite ve standardizasyonun yükseltilmesi, üye işletmeler ve işletmecilerin sorunlarının ortak akıl ve paylaşımcı güçle çözümü, ulusal ve uluslararası turizm pazarında lider ülke ve bölge konumuna gelmesi hedefli faaliyetler icra etmektedir. ETİK; yapısal olarak, dernekler kanunu hükümlerine göre kurulmuştur. Tüzüğü gereği üyeleri arasından seçimle oluşturulmuş Yönetim Kurulu tarafından yönetilmekte olup, bünyesindeki Denetim Kurulu ve Dernekler Masası denetimlerine tabidir. İstihdam sorunu, başlı başına bir sorun olmaktan ziyade ülkenin ekonomik gerçekleri, uygulanan politikalar, bölgesel ve küresel sorunlarla bağlantılı bir sorundur. Sektör birçok bölgede 12 ay istihdamı sağlayacak işlerliği kazanamamıştır. Sezonluk çalışmalar, yılın belli bir bölümünde yetişmiş personelin dahi işsiz kalmasına neden olmakta, bu nedenle başka iş kollarında çalışmayı tercih etme zorunda kalmaktadır. Turizmin dünyadaki her ülkedeki her olumsuzluktan ilk etkilenen sektör olması, bunun ister istemez personele yansımaları, ücret politikalarında maliyetlerin ve güncel koşulların baskın faktörlerden biri olması turizm işvereni ile yoğun emek çalışan personeli maalesef karşı karşıya getirebilmektedir. Rezervasyonların ve taleplerin daraldığı, tur operatörleri iflasları, bölgesel siyasi ve askeri gelişmeler, deprem ve doğal afetler, pandemi türü küresel sağlık problemleri gibi turizm yatırımcısını bire bir etkileyen ve yılın önemli bölümünde faaliyetten meneden konular istihdam sorununda ana kırılma konularıdır. Konu sektörde oldukça derinlikli bir konudur

ETİK olarak sürdürülebilir turizmin nitelikli personelle ve kaliteli hizmetle mümkün olduğunun bilincindeyiz; ekonomik koşulların iyileşmesine paralel olarak sektöre yönelik destekleyici adımların daha rahat atılacağını umuyor ve istiyoruz

ve çeşitli önlemlerin yanı sıra bir kısmı yurt dışından istihdam yoluyla çözülmeye çalışılmaktadır. Ülkemiz kültürü ve turizmi konusunda özel eğitime tabi tutulmuş, Türk Cumhuriyetleri ve Güneydoğu Asya ülkeleri vatandaşları bir süredir ülkemizdeki turizm tesislerinde çalışmaktadır. Kalifiye eleman krizinin kök nedeni, dünya ile rekabet halindeki turizm yatırımcısının ülkenin ekonomik ve hatta döviz politikalarının elverdiği ölçüde, karlılığı düşük bir fiyat politikasına maruz bırakılması, yatırım ve istihdamda kısıtlamalara giderek, ücret politikasını buna göre ayarlamak zorunda olması, tesisini 12 ay açık tutamıyorsa personeli dönemsal çalıştırmak durumunda kalması, bu koşullarda da yetişmiş elemanın başka iş kollarına yönelmesidir. Sorun tüm lokasyonları ve tesis konseptlerini farklı etkilemektedir. Bazı bölgeler, coğrafi ve fiziksel özelliklerini, turizmi çeşitlendirerek ve doluluklarını yıl boyu sürdürerek taçlandırmaktadır. Bu bölgelerde istihdam ve kalifiye eleman sorunları minimum düzeyde kalmaktadır. Ancak bunları sağlayamayanlar kendi ekonomik gerçeklerine göre hareket etmekte ve her yıl yeni temin ettiği personelle hizmet vermeye çalışırken belli bir kalite kaybına uğrayabilmektedir.

Turizm dernek ve birlikleri, yatırımcı, işletmeciler ve yöneticileri gerek kamu gerekse özel sektörden ilgililerle bu konu hakkında çeşitli iş birlikleri içindedir. Gerek eğitim döneminde ve gerekse eğitim sonrası gençlerin stajından istihdamına kadar pek çok konuda kurulmuş iyi ilişkiler mevcuttur. Her iki tarafı zorlayan ekonomik koşullar gençlerin tercihlerinde zaman zaman sektör dışı seçimlere neden olabilmektedir. Ancak, gençlerin sektöre yönelmesi ve kalıcı olması için alternatifler üretilmesine çalışılmaktadır Sektör profesyonelleri, istihdam açığının sektörün maruz kaldığı sorunlardan kaynaklandığının farkındadır. Turizmde istihdam sorununun çözümü diğer sorunların çözümüyle doğru orantılıdır. Birlik olarak sürdürülebilir turizmin nitelikli personelle ve kaliteli hizmetle mümkün olduğunun bilincindeyiz. Turizmde yönelik eğitim kurumları ile sürekli iletişim halindeyiz. Gücümüz ölçüsünde bu eğitimlere destek sağlamaya,

mezunlarımızı tesislerimizde istihdam etmeye gayret ediyoruz. Bunun yanı sıra tesislerimizde ihtiyaçlarımız doğrultusunda personel yetiştirme de gayreti içindeyiz. Yabancı personel istihdamı yoluna da mecbur kaldıkça başvuruyoruz. Turizm profesyonelleri olarak, sektörün geleceği ve sürdürülebilirliği için genç jenerasyonunun ilgisini ve yerli istihdamı çok önemsiyor ve hayati olarak niteliyoruz. Turizm dernek ve birlikleri, yatırımcı, işletmeciler ve yöneticileri gerek kamu gerekse özel sektörden ilgililerle bu konu hakkında çeşitli iş birlikleri içindedir. Gerek eğitim döneminde ve gerekse eğitim sonrası gençlerin stajından istihdamına kadar pek çok konuda kurulmuş iyi ilişkiler mevcuttur. Her iki tarafı zorlayan ekonomik koşullar gençlerin tercihlerinde zaman zaman sektör dışı seçimlere neden olabilmektedir. Ancak, gençlerin sektöre yönelmesi ve kalıcı olması için alternatifler üretilmesine çalışılmaktadır. Turizm özellikle son yıllarda, turist sayısı ve döviz girdileri bazında rekorlara imza atarak, cari açıkları kapatarak, ülke insanına istihdam, devlete vergi sağlayarak, kendisiyle birlikte 60'a yakın sektörü hareketlendirerek gerçekten stratejik bir sektör olduğunu kabul ettirmiştir. Bunun sürdürülebilirliği, sürekliliği devlet için de çok önemli hale gelmiştir. Biz sektör olarak devletimize ve milletimize katkı vermekten çok memnunuz. Ancak mevzuatın karışıklığı bizi yormaktadır. Birden çok bakanlık ve devlet kurumlarının denetimine, birçok genel verginin yanı sıra sektöre özel vergilere tabiyiz. Hizmet ihraç ettiğimiz halde ihracatçılara sağlanan kredi ve teşviklerin dışında bırakıyoruz. Airbnb türü pazarlamalarla konaklama hizmeti veren, ama turizm sektörünün tabi olduğu vergi ve mevzuatların dışında bırakılan ikinci evler ve yazlık konutların haksız rekabetiyle boğuşuyoruz. Yurtdışından ve yakın coğrafyadan rakiplerimiz çeşitli vergi indirimleri ve devlet teşvikleriyle potansiyel müşterilerimizi kendisine yönlendirmeye çabalarken biz jeopolitik ve ekonomik zorlukları aşmaya çabalıyoruz. Bu konular devlet yetkilileriyle her ortamda konuşulmakta, izlenmesi gereken politikalar konusunda görüşlerimiz aktarılmaktadır. Ekonomik koşulların iyileşmesine paralel olarak sektöre yönelik destekleyici adımların daha rahat atılacağını umuyor ve istiyoruz.



Ergün Demiray / Dedeman Hospitality /
Yönetim Kurulu Başkanı

Dedeman Hospitality, 1966 yılında temelleri atılan, Türk turizminin gelişimine yön veren markalardan biri olarak bugün Türkiye'nin yanı sıra Kazakistan, Özbekistan, Kuzey Irak, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti ve Azerbaycan'da faaliyet gösteren Türkiye'nin ilk yerli otel zinciridir. 53 aktif tesisi ve 12 alt markadan oluşan marka portföyümüzle şehir otelciliğinden resort segmentine, uzun süreli konaklamadan markalı konut projelerine kadar farklı ihtiyaçlara yanıt veren güçlü bir yapı sunuyoruz. Bizi tanımlayan unsurlar; 60 yılı aşan kurumsal hafızamız, köklü misafirperverlik anlayışımız, misafirlerimize ihtiyaç duydukları her anda hızlı ve kolay ulaşılabilir olma yaklaşımımız ve insan odaklı hizmet kültürümüzdür. Turizm sektöründe sürdürülebilir başarının temelinde insan kaynağının yer aldığına inanıyoruz. Bu nedenle bugün odağımız yalnızca büyümek değil; hizmet kalitesini, operasyonel gücü ve ekip kültürünü birlikte geliştirerek uzun vadeli değer üreten bir yapı oluşturmak. Kalifiye insan kaynağı konusu bugün yalnızca turizmin değil, hizmet sektörünün tamamının gündeminde yer alıyor. Turizmde ise bu durum çok daha görünür hale geliyor çünkü sunduğunuz hizmetin kalitesi doğrudan insan kalitesiyle şekilleniyor. Dedeman Hospitality olarak 60 yılı aşan kurumsal hafızamız, güçlü organizasyon yapımız ve köklü kurum kültürümüz sayesinde bu süreci sektör ortalamasına göre daha kontrollü yönetebiliyoruz. Gerçekçi olmak gerekirse, sektör genelinde özellikle operasyonel pozisyonlarda yetişmiş ve deneyimli ekip arkadaşlarına ulaşmanın her geçen yıl daha zor hale geldiğini görüyoruz. Bugün asıl mesele insan kaynağı bulmak değil; yetişmiş insan kaynağını sektörde tutabilmek, ona gelişim alanı sunabilmek ve aidiyet duygusu oluşturabilmek. Otelcilik bir sistem işidir ama sistemin kalbi insanla atar. Misafirin hissettiği güven duygusunun arkasında da aslında bu insan gücü vardır.

Turizmi 12 aya yayabilen bir yapı kurulduğunda hem yatırımlar hem de istihdam çok daha sürdürülebilir hale

Otelcilik bir sistem işidir ama sistemin kalbi insanla atar; asıl mesele insan kaynağı bulmak değil yetişmiş insan kaynağını sektörde tutabilmek, ona gelişim alanı sunabilmek ve aidiyet duygusu oluşturabilmektir

gelecektir. Kalifiye insan kaynağı konusu sadece sektörün değil, ülkenin rekabet gücünü doğrudan etkileyen bir mesele. Bu nedenle kamu, eğitim kurumları ve özel sektörün birlikte hareket ettiği uzun vadeli bir yol haritasına ihtiyaç olduğunu düşünüyorum. Ayrıca gençleri turizm sektörüne kazandırmak için otellere yönlendirme mekanizmalarının güçlendirilmesi, sigorta yükümlülüklerinin eksiksiz yerine getirilmesi ve maaşların tam ve zamanında ödenmesi de sektörün cazibesini artıracak önemli unsurlar arasında yer alıyor

İstihdam sorunun tek bir nedeni olduğunu düşünmüyorum. Barınma koşulları, özellikle sezonluk destinasyonlarda önemli bir başlık. Bunun yanında sektörün mevsimsel yapısı da çalışanların uzun vadeli kariyer planlaması yapmasını zorlaştırabiliyor. Bir diğer önemli konu ise gençlerin çalışma hayatından beklentilerindeki değişim. Yeni nesil ücret odaklı karar vermiyor; gelişebileceği, kendisini değerli hissedebileceği ve anlam bulabileceği bir çalışma ortamı da arıyor. Turizm sektörü aslında gençlere çok güçlü fırsatlar sunuyor. Dünyayı tanıma, farklı kültürlerle çalışma, uluslararası kariyer geliştirme ve insan yönetimi becerileri kazanma açısından eşsiz bir alan. Ancak sektör olarak bu hikâyeyi gençlere daha güçlü anlatmamız gerekiyor. Turizmin sezonluk bir iş değil, uzun soluklu bir kariyer alanı olduğunu daha görünür hale getirmeliyiz. Bizim yaklaşımımız kısa vadeli personel temininden çok, geleceğin turizm profesyonellerini yetiştirmek üzerine kurulu. Dedeman Hospitality olarak insan kaynağını operasyonel bir ihtiyaç değil, markamızın geleceğini belirleyen stratejik bir alan olarak görüyoruz. Bu doğrultuda ekip arkadaşlarımızın gelişimini destekleyen eğitim programlarını düzenli olarak sürdürüyoruz. Operasyonel eğitimlerin yanı sıra liderlik gelişimi, kariyer planlama ve kurum kültürünü güçlendiren programlar da yürütüyoruz. Kişiyi özel gelişim planları ile kurum içi ve kurum dışı eğitimler aracılığıyla çalışanlarımıza sürekli öğrenme ve gelişim fırsatları sunuyor; şeffaf şekilde yürüttüğümüz terfi, rotasyon, takdir ve ödüllendirme sistemleriyle başarıyı teşvik ederken çalışan memnuniyeti ve motivasyonunu da ön planda tutuyoruz. Turizm okulları ve üniversitelerle kurduğumuz ilişkiler sayesinde gençlerin sektöre daha erken temas etmesini önemsiyoruz. Staj programları ve

saha deneyimi fırsatları bu açıdan önemli bir rol oynuyor. Bunun bir sonraki adımı olarak da Dedeman Akademisi projemizi hayata geçirmek için çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Stratejik olarak planladığımız bu proje kapsamında, ilgili kurumlarla iş birlikleri geliştirerek gençleri otelcilik kültürüyle erken yaşta buluşturacak ve sektöre nitelikli insan kaynağı kazandıracak bir mesleki eğitim modeli oluşturmayı hedefliyoruz. Amacımız yalnızca Dedeman için değil, turizm sektörünün tamamı için mesleğini severek yapan, donanımlı profesyoneller yetiştirmek. Dedeman'ın geçmişine baktığınızda sektöre çok sayıda yönetici kazandırmış bir okul olduğunu görürsünüz. Bugün de aynı sorumlulukla hareket ediyoruz. Amacımız mevcut ihtiyacı karşılamaktan öte; gelecekte sektöre yön verecek insan kaynağını yetiştirmek. Bu işi rakamlarla değil, insanla yaparsınız. Bu nedenle ekip arkadaşlarımızın kendilerini değerli hissettiği, gelişebildiği ve uzun vadeli kariyer planı kurabildiği bir yapı oluşturmayı önceliklendiriyoruz. Kalıcı çözümün de burada olduğuna inanıyoruz. Turizm Türkiye için yalnızca ekonomik değil, stratejik bir sektör. Bu nedenle insan kaynağı konusu da uzun vadeli bir bakış açısıyla ele alınmalı. Öncelikle mesleki eğitim ile sektör arasındaki bağı güçlendirilmesi gerekiyor. Eğitim kurumlarının müfredatlarının sektörün güncel ihtiyaçlarına göre şekillendirilmesi ve öğrencilerin daha fazla saha deneyimi kazanması büyük önem taşıyor. Barınma ve lojman konusu özellikle turizm bölgelerinde desteklenmesi gereken alanlardan biri. Bunun yanında turizmin yıl geneline yayılan bir yapıya kavuşması da istihdamın sürdürülebilirliği açısından kritik önemde. Türkiye sağlık, gastronomi, kültür, doğa, spor ve kongre turizmi gibi çok farklı alanlarda güçlü bir potansiyele sahip. Turizmi 12 aya yayabilen bir yapı kurulduğunda hem yatırımlar hem de istihdam çok daha sürdürülebilir hale gelecektir. Kalifiye insan kaynağı konusu sadece sektörün değil, ülkenin rekabet gücünü doğrudan etkileyen bir mesele. Bu nedenle kamu, eğitim kurumları ve özel sektörün birlikte hareket ettiği uzun vadeli bir yol haritasına ihtiyaç olduğunu düşünüyorum. Ayrıca gençleri turizm sektörüne kazandırmak için otellere yönlendirme mekanizmalarının güçlendirilmesi, sigorta yükümlülüklerinin eksiksiz yerine getirilmesi ve maaşların tam ve zamanında ödenmesi de sektörün cazibesini artıracak önemli unsurlar arasında yer alıyor.



Arcan Bayraktaroğlu / Wyndham Hotels & Resorts Türkiye Ülke Direktörü

Wyndham Hotels & Resorts, yaklaşık 100 ülkedeki yaklaşık 8 bin 400 oteliyle dünyanın franchise veren en büyük otel şirketleri arasında yer alıyor. Türkiye'nin 50'ye yakın ilindeki 130'dan fazla otelimizle tesis sayısı bazında ülkemizdeki en büyük uluslararası otel şirketi konumundayız. Global portföyümüzdeki, ekonomiden en üst segmente kadar uzanan 25 otel markasından 11'i şu anda Türkiye'de de bulunuyor. Resort, şehir otelleri, uzun konaklama ve markalı rezidanslar, büyük turizm merkezlerinin yanı sıra ikincil ve üçüncül destinasyonlar da dahil olmak üzere çok çeşitli segmentlerde güçlü bir varlığa sahibiz. Franchise modelimizin bir parçası olarak, otel ortaklarımıza yetenekli profesyonelleri yetiştirmelerine ve ekiplerinde devamlılığı korumalarına yardımcı olmak da dahil olmak üzere otel operasyonlarının her alanında destek sağlıyoruz. Global aşımıza dahil olan oteller ekiplerini kurmak, büyütmek ve muhafaza etmek için Wyndham'ın uzmanlığından ve kaynaklarından yararlanıyorlar. Böylece, istihdam pazarının giderek daha rekabetçi hale geldiği bir ortamda otel ortaklarımız için çok önemli bir değer yaratmış oluyoruz. Seyahat deneyiminin merkezinde insanlarla iletişim kurmak yatıyor. Global seyahat hacmi dünya

Mesleki eğitim ve paydaş katılımının turizm stratejilerinde daha merkezi bir yere sahip olmasıyla birlikte, sektörün potansiyelinin daha da güçlü bir şekilde açığa çıkacağına inanıyoruz

genelinde büyümeye devam ediyor; 2025 yılında dünya genelinde 1.5 milyardan fazla insan yurt dışına seyahat etti. Konaklama sektöründe insan etkileşiminin yeri doldurulamaz. Bu sebeple sektörümüz dünyanın her yerinden, her kuşaktan, cinsiyetten ve arka plandan insanlara uzun vadeli kariyer fırsatları sunmaya devam ediyor. Konaklama sektörü, çok disiplinli ve iç içe geçmiş yapısıyla hem konum hem de uzmanlık alanı açısından esnek kariyer fırsatları da sunuyor. Kariyerleri Türkiye'de başlayan ve başka ülkelere açılan genel müdürlerimiz ve departman şeflerimiz, dünyanın dört bir yanındaki Wyndham otellerinde görev alıyor. Birbirinden farklı arka planlardan gelen bu arkadaşlarımız, konaklama sektöründe çalışırken geliştirdikleri çok çeşitli becerilere sahipler. Bu gerçek başarı hikayeleri, daha çok genç insana bu heyecan verici sektöre katılmak için ilham ve cesaret vermektedir. Biz de bu fırsatları onlar için daha görünür kılmayı işimizin bir parçası olarak görüyoruz.

Türkiye'de turizm sektörü çok büyük bir büyüme potansiyeline sahip ve ülke ekonomisi için de stratejik önem arz ediyor. Türkiye'nin uluslararası platformlarda etkili bir şekilde tanıtılmasına ve devam eden altyapı yatırımlarına baktığımızda, bu önemin politika üreticiler tarafından da iyi anlaşıldığını görüyoruz

Wyndham'ın global hacmi ve yaygın ağı hem profesyoneller hem de otel ortaklarımız için fırsatlar yaratıyor ve biz de çeşitli programlar ve girişimlerle bu etkileşimi aktif bir şekilde

destekliyoruz. Geçtiğimiz yıllarda, tesislerimiz arasındaki etkileşimi güçlendirmek ve sektöre yeni katılan veya yeni kariyer fırsatları arayan profesyonelleri hedefleriyle en iyi örtüşen otellerimizle daha etkili bir şekilde buluşturmak amacıyla kariyer platformumuzu hayata geçirdik ve büyüttük. Dijital platformumuz Wyndham University üzerinden sunduğumuz Yetenek Katılım Programımızla da otellerimizin ekip ilişkilerini güçlendirmelerine yardımcı oluyoruz. Franchise modelimiz de istihdam ve işe alım fırsatlarını genişletmemize destek oluyor. Otellerimiz yerel düzeyde iş birlikleri gerçekleştiriyor ve kendi bölgelerindeki üniversiteler, meslek okulları ve diğer paydaşlarla birlikte kariyer girişimlerinde yer alıyor. Tüm bu çalışmalar, Wyndham olarak globalde yürüttüğümüz girişimlerle de bir bütünlük oluşturuyor. Wyndham olarak Türkiye'de yeteneklerin gelişimine yatırım yapıyoruz ve bu ülkede üretilen know-how'dan EMEA genelinde de yararlanıyoruz. Türkiye'deki yetenek birikiminin büyümeye devam edeceğine güvenimiz tam. Türkiye'de turizm sektörü çok büyük bir büyüme potansiyeline sahip ve ülke ekonomisi için de stratejik önem arz ediyor. Türkiye'nin uluslararası platformlarda etkili bir şekilde tanıtılmasına ve devam eden altyapı yatırımlarına baktığımızda, bu önemin politika üreticiler tarafından da iyi anlaşıldığını görüyoruz. Mesleki eğitim ve paydaş katılımının turizm stratejilerinde daha merkezi bir yere sahip olmasıyla birlikte, sektörün potansiyelinin daha da güçlü bir şekilde açığa çıkacağına inanıyoruz.



C. Ediz Tuncer / JW Marriott Istanbul Bosphorus / Genel Müdür

Marriott International grubuna bağlı otelimiz, yaklaşık 200 yıllık bir geçmişe sahiptir. Geçmişte sabun fabrikası olarak kullanılan bu yapı, daha sonra Veli Alemдар Han adıyla bir iş merkezine dönüşmüştür. 2019 yılında ise Katırlı yatırımcılar tarafından restore edilerek 5 yıldızlı lüks otel konseptiyle yeniden yapılandırılmış ve Türk turizmine kazandırılmıştır. Turizmde istihdam sorunu sektör genelinde en önemli başlıklardan biri olmaya devam ediyor. Sonuçta insan, insana hizmet veriyor. Ne yazık ki son yıllarda birçok genç ve yetenekli çalışanı, ücret politikaları nedeniyle Ortadoğu ülkelerine kaptırdık. Uzun süredir devam eden bu güç süreci nedeniyle, biz de bu alanda mesleğini sevak yapan kişileri tespit edip, işbaşı eğitimleriyle

Türkiye'de “ev gençleri” olarak tanımlanan ne eğitimde ne de istihdamda yer almayan genç nüfus, yaklaşık %26 seviyesinde; bu kadar istihdam ihtiyacı varken gençlerin iş gücüne katılamaması önemli bir yapısal sorun olarak karşımıza çıkıyor

yetiştirmeye ve geliştirmeye odaklanıyoruz. Ücret politikaları bugün en temel sorunlardan biri olarak öne çıkıyor. Genç jenerasyon, yoğun fiziksel emek gerektiren bir işte düşük ücretlerle çalışmaya daha mesafeli yaklaşıyor. Öte yandan “ev gençleri” olarak tanımlanan ne eğitimde ne de istihdamda yer almayan ciddi bir genç nüfus bulunuyor. Bu oran yaklaşık %26 seviyesinde ve dünya genelinde ilk sıralarda yer alıyoruz. Bu kadar istihdam ihtiyacı varken gençlerin iş gücüne katılamaması önemli bir yapısal sorun olarak karşımıza çıkıyor. Türkiye'deki Marriott otelleri olarak TUROB 50. Yıl Lisesi ile bir iş birliği protokolü hayata geçirildi. Bu kapsamda öğrenciler, lise birinci sınıftan itibaren her yıl staj ve uygulamalı eğitim süreçlerine dahil olacak ve “Gelişim Okulu” programı kapsamında Marriott International bünyesine hazırlanacaklar. Uygun görülen öğrenciler ise istihdam edilecek.

Bununla beraber, üniversitelerin kariyer günlerine düzenli olarak katılım sağlıyoruz. İstihdam yaklaşımımızda önceliği her zaman yerli genç iş gücüne veriyoruz. Amacımız, sektördeki nitelikli insan kaynağını ülkemiz içinde geliştirmektir. Öncelikle üniversitelerdeki turizm eğitimi programlarının yeniden yapılandırılması gerektiğini düşünüyorum. Mezun olan birçok genç yeterli yabancı dil bilgisine sahip olmadığı için uluslararası zincirlerde çalışma fırsatı bulamıyor. Bu durum onları daha alt segmentlerde iş aramaya yönlendiriyor ve zamanla sektörden uzaklaşmalarına neden oluyor. Üniversitelerde zorunlu ve daha güçlü staj uygulamaları olmalı, özellikle uygulamalı eğitim modeli güçlendirilmelidir. Eğitim kalitesinin artırılması bu noktada en kritik unsurdur. Çünkü sürdürülebilir çözümün temelinde nitelikli eğitimin yer aldığını düşünüyorum.

KARTLI KİLİT VE OTEL OTOMASYONLARI

**YANGINA
DAYANIKLILIK
SERTİFİKALI
KARTLI KİLİT**



**ENERJİ
KONTROL
SİSTEMLERİ**



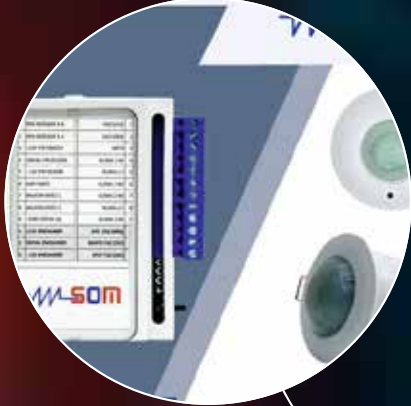
**KARTLI KİLİT
SİSTEMLERİ**



**DND
SİSTEMLERİ**



**VARLIK
SENSÖRLÜ ENERJİ
KONTROL
SİSTEMLERİ**



www.somelektronik.com.tr



Sektör temsilcilerinden çalışma ve barınma koşullarının iyileştirilmesi ve öğrencileri yalnızca geçici iş gücü olarak değil, geleceğin profesyonelleri olarak görmelerini bekliyoruz



Prof. Dr. Oktay Emir ve Doç. Dr. Barış Çıvık / Anadolu Üniversitesi,
Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü

Üniversitemiz, kuruluşunda bu yana bilimsel bilginin üretilmesi ve yayılması, toplumsal gelişime katkı sunmayı öncelikli hale getirmiş ve sektörel ihtiyaca uygun nitelikte insan kaynağının yetiştirmesinde aktif rol almıştır. Turizm Fakültesi ise, 1993'te kurulan Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu 10 Ocak 2012 tarihli Resmî Gazete'de yayımlanan Bakanlar Kurulu Kararı (2011/2605) ile kapatılarak yerine Turizm Fakültesi kurulmuştur. Türkiye'nin gelişen ve büyüyen turizm endüstrisine entelektüel ve kültürel bilgi birikimi ile meslek bilgisi yüksek, nitelikli insan gücü yetiştiren örnek bir fakültedir. Fakültemizde Turizm İşletmeciliği, Turizm Rehberliği ve Gastronomi ve Mutfak Sanatları olmak üzere üç bölümümüz yer almaktadır. Fakültemiz bünyesinde 11 profesör, 14 doçent, 9 doktor öğretim üyesi, 5 öğretim görevlisi ve 4 araştırma görevlisi yer almaktadır. Bu açıdan fakültemiz güçlü ve dinamik bir yapıya sahiptir. Akademik kadromuz yürüttüğü çalışmalarla turizm sektörünün güncel sorunlarını çözüm önerileri geliştirerek hem akademiye hem de sektörel ihtiyaçlara cevap vermeye çalışıyor. Ayrıca fakültemiz turizm alanında lisans ve lisansüstü programlarımızla sektöre donanımlı mezunlar kazandırmaktadır. Fakültemizde yalnızca teorik bilgi aktarılmıyor, uygulamalı eğitimler, saha çalışmaları, teknik geziler, stajlar ve sektör temsilcileriyle gerçekleştirilen ortak etkinliklerle öğrencilerimizi hayata hazırlıyoruz. Turizm eğitiminde stajın önemli bir yeri var. Öğrencilerin okulda almış olduğu eğitimi pratikle birleştirmesine olanak tanıyor. Bu nedenle oteller ve diğer turizm işletmeleriyle staj, uygulamalı eğitim ve kariyer planlama süreçlerinde iş birlikleri yürütüyoruz. Çeşitli kuruluşlarla staj protokollerimiz var. Bu sayede öğrencilerimiz gerçek iş ortamlarını tanımakta, mesleki becerilerini geliştirmekte ve mezuniyet sonrası istihdam olanaklarına erişmektedir. Bununla birlikte hem akademik araştırmalar hem de öğrencilerimizin saha deneyimleri kalifiye personelin hak ettiği

değeri görmemekte. Güvencesiz istihdam, mevsimsellik, düşük ücretler, ek mesailer gibi bir dizi sorun var. Bu nedenle çalışan devir hızı yüksek ve genç çalışanlar sektörde uzun süre kalmak istemiyor. Tüm bu koşullar göz önünde bulundurularak sektör temsilcilerinden çalışma ve barınma koşullarının iyileştirilmesi ve öğrencileri yalnızca geçici iş gücü olarak değil, geleceğin profesyonelleri olarak görmelerini bekliyoruz. Stajyerlerin eğitimine önem verilmesi, adil çalışma ortamının sağlanması, kariyer gelişim fırsatlarının sunulması ve çalışan haklarının gözetilmesi sektörün sürdürülebilirliği açısından son derece önemlidir.

İstihdam sorununun kalıcı ve güvenli çözümü ise devlettir. Asgari koşulların sağlanması hususunda kurallar ve kaideler belirlenirse işletmeler buna uymak zorunda kalırlar. Çünkü turizmde istihdam sorununun temeli arz eksikliğinden çok, nitelikli çalışanları elde tutma sorunudur. Bu çalışma koşullarıyla bunu başarmak çok zor. İnsani de değil. Sektörün insan kaynağını maliyet unsuru olarak görmekten vazgeçmesi gerekir. Daha öngörülebilir çalışma saatleri, liyakate dayalı terfi sistemleri, adil ücret politikaları, çalışanların karar süreçlerine katılımı ve güçlü kariyer gelişim mekanizmaları oluşturmaları

Hem üniversitemizde hem de fakültemizde kariyer günleri, sektör buluşmaları, seminerler, konferanslar ve teknik geziler gibi etkinliklerle öğrencilerimizi sektör temsilcileriyle bir araya getiriyoruz. Öğrencilerin sektörü yakından tanımalarına, profesyonel ağlarını geliştirmelerine ve kariyer planlamalarına olanak sunuyoruz. Fakültemizde kariyer günü etkinliği büyük bir heyecanla ve şenlik havasında geçiyor. Geçtiğimiz yıl yedincisini düzenledik ve yaklaşık 40 firmayı okulumuzda öğrencilerimizle buluşturduk. Öğrencilerimiz hem staj yeri hem de mezuniyet sonrası

kariyer fırsatlarını bu etkinlikte bulabiliyor. Bununla birlikte, yeni kuşakların turizme ilgisi devam etmekte ancak iş yaşamına ilişkin beklentilerinde önemli değişimler gözlenmekte. Özellikle Z kuşağı ücret, çalışma saatleri, iş-yaşam dengesi, kişisel gelişim olanakları ve kurumsal adalet konularına önceki kuşaklara göre daha fazla önem vermekte. Özellikle uzun çalışma saatleri, mevsimsellik ve kariyer belirsizliği gibi nedenlerle sektörde kalıcılık konusunda çekinceleri var. Bu nedenle sektörün yeni neslin beklentilerine uygun çalışma modelleri geliştirmesi gerekiyor. Kalifiye eleman sorunu çok yönlü bir mesele ve yalnızca eğitim kurumlarının çözebileceği bir mesele değildir. Bu hususta, üniversiteler, sektör ve kamu kurumlarının birlikte hareket etmesi gerekir. Eğitim tarafında, müfredatın sektörün gelişen ihtiyaçları ve kuşaklararası farklılıklara göre güncellenmesi önemlidir. İşletmelerin eğitim süreçlerine dahil edilmesi, öğrencilerin pratikle iç içe olmasını sağlayacaktır. Devlet ise turizm sektörünü yalnızca ekonomik bir faaliyet alanı olarak değil, aynı zamanda stratejik bir istihdam alanı olarak değerlendirmeli. Sektörde nitelikli çalışan istihdamını sağlamak için turizm eğitimi almış olanlara öncelik verilmesi hususunda mesleki kurallar getirilmeli. İşletmelerin nitelikli çalışan istihdamını teşvik eden destek mekanizmaları geliştirilmeli. Özellikle staj programlarının niteliği artırılarak mesleki eğitim süreçleri güçlendirilmeli. Ayrıca turizm çalışanlarının sosyal güvence ve kariyer gelişim politikaları desteklenmeli. Sezonluk işletmelerde bu destek çok daha önemli hale gelmektedir. İstihdam sorununun birçok etken var. Çalışma koşullarının hem kötü olması hem güvencesiz olması yapısal bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Çalışmalarımızda çalışanların uzun çalışma saatleri, mevsimsel istihdam, iş güvencesi eksikliği, yoğun yönetim baskısı, kariyer belirsizliği, zaman zaman karşılaşılan psikolojik şiddet ve mesleki değersizlik hissi yaşadıkları görülmüştür. Öncelikle bu koşulların iyileştirilmesi gerekir. Ancak bunun kalıcı ve güvenli çözümü ise devlettir. Asgari koşulların sağlanması hususunda kurallar ve kaideler belirlenirse işletmeler buna uymak zorunda kalırlar. Çünkü turizmde istihdam sorununun temeli arz eksikliğinden çok, nitelikli çalışanları elde tutma sorunudur. Bu çalışma koşullarıyla bunu başarmak çok zor. İnsani de değil. Sektörün insan kaynağını maliyet unsuru olarak görmekten vazgeçmesi gerekir. Daha öngörülebilir çalışma saatleri, liyakate dayalı terfi sistemleri, adil ücret politikaları, çalışanların karar süreçlerine katılımı ve güçlü kariyer gelişim mekanizmaları oluşturmaları. Çünkü çalışan refahını merkeze alan bir yönetim anlayışı sürdürülebilirlik açısından önemli bir adım atmış olur.



GN BİOKİM MÜHENDİSLİK

ATIK YAĞ, KÖTÜ KOKU VE SEPTİK ATIK YÖNETİMİNDE
BİYOLOJİK GÜCÜNÜZ

Yağ Atıkları, Kötü Koku ve Tıkanıklıklara Son! İşletmeniz İçin Profesyonel Biyolojik Çözümler Şimdi Kapınızda!

Profesyonel Çözüm Alanları

Restoranlar, oteller, endüstriyel tesisler ve evsel fosseptikler için ideal koruma.

Restoranınızın yağ tutucusu sürekli doluyor veya kötü mü kokuyor? Atık su hattında biriken yağlar operasyonunuzu mu aksatıyor? Güçlü lipolitik ve hidrokarbon parçalayan mikroorganizmalarımızla yanınızdayız.

**Piyasadaki En Yoğun Bakteri Konsantrasyonu:
1 Gramda 10 Milyar CPU Bakteri Yoğunluğu!**

Sağladığı Avantajlar

- **Sıfır İşçilik, Kolay Uygulama:** Ekstra bir işçilik masrafı ve zahmeti yoktur. Ürünü doğrudan sorunun kaynağını oluşturan yere dökmeniz tamamen yeterlidir!
- **Maliyet Tasarrufu:** Vidanjör kullanım sıklığını ve pahalı boru temizlik/bakım masraflarını en az seviyeye düşürür.
- **Hedefe Yönelik Parçalama:** Petrol, makine yağları, bitkisel/hayvansal yağlar ve septik atıkları hızla yok eder.
- **Koku Kontrolü:** Kötü Kokuları kimyasal kullanmadan, doğrudan kaynağında tamamen nötralize eder.

⚡ İNDİRİMLİ KAMPANYA FİYAT LİSTESİ ⚡

Ürün Tipi	Standart Fiyat (+KDV)	Kampanyalı Fiyat (+KDV)
Sıvı Bakteri (Litre Başına)	125,00 TL + (KDV)	100,00 TL / Litre
Granül Bakteri (Kilogram Başına)	5.000,00 TL + (KDV)	4.000,00 TL / KG

Bakteri Stok Gruplarımız

- **Yağ Yiyen (Bio Pak 10):** Yağ kapanları, gres ve endüstriyel yağlar için özel formül.
- **Septik Yiyen (Bio Septik 10 FKT / AERO):** Bioclean Septic Plus ve CleanMaxx Aero serisi.

Çevre ve Havuz Çözümleri

- **Koku Giderici (Bio Septik 10 STP):** Endüstriyel koku kontrolü.
- **Aqua Viva & Compost:** Yapay göl, gölet, havuz alg giderici ve kompost bakterisi.

Ambalaj & Kargo:

20 Litrelik bidonlarda. Adrese teslim ve ÜCRETSİZ KARGO.

Ödeme & Teslimat:

Peşin ödeme. Ödemeyi takip eden 3 gün içinde teslimat.

Önemli Not:

Fiyatlara KDV dahil değildir. Teklifimiz stoklarla sınırlıdır.

GN BİOKİM MÜHENDİSLİK

+90 543 842 42 82 | +90 506 633 76 98

www.gnbiokim.com | gnbiokim@gmail.com

ODTÜ Teknokent Bilişim İnovasyon Merk. CoZone
Zemin Kat No: 1260 Çankaya/ANKARA



Buğra Artıç / GÜMTOB- Güney Marmara Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği Derneği / Yönetim Kurulu Başkanı

GÜMTOB (Güney Marmara Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği), Güney Marmara Bölgesi'nde faaliyet gösteren konaklama tesisleri ve turizm işletmelerini aynı çatı altında buluşturan, sektörün gelişimine katkı sunmayı amaçlayan sivil toplum kuruluştur. Kuruluşumuzun temel misyonu; turizm sektörünün sürdürülebilir büyümesine destek olmak, üyelerimizin ortak sorunlarına çözüm üretmek, sektörün kamu nezdinde etkin şekilde temsil edilmesini sağlamak ve bölge turizminin rekabet gücünü artırmaktır. GÜMTOB; oteller, termal tesisler, şehir otelleri, tatil işletmeleri ve turizm paydaşları arasında iş birliğini güçlendirmek amacıyla çalışmalar yürütmekte; mesleki eğitim programları, sektörel toplantılar, kamu kurumlarıyla istişareler, üniversite-sanayi iş birlikleri ve sosyal sorumluluk projeleri gerçekleştirmektedir. Aynı zamanda turizm sektörünü ilgilendiren mevzuat, istihdam, eğitim, sürdürülebilirlik, enerji, güvenlik ve yatırım konularında üyelerinin sesi olarak çözüm önerileri geliştirmekte ve ilgili kurumlarla paylaşmaktadır. GÜMTOB'un temel hedefi; Bursa ve Güney Marmara'nın turizm potansiyelini daha ileri taşımak, sektörün sorunlarına ortak akılla çözüm üretmek ve Türk turizminin ulusal ve uluslararası alandaki gücüne katkı sağlamaktır. Türkiye turizmde istihdam sorunu aslında bir anda ortaya çıkmadı; yaklaşık 15 yıllık bir birikimin sonucu olarak bugün kritik seviyeye ulaştı. 2016–2017 Dönemi: Güven Kaybının Başlangıcı, 2020 Pandemi Dönemi: Asıl Kırılma, 2022 Sonrası: Yapısal Krizin Derinleşmesi ve Bugünkü Derinlik boyutu: Sorun çalışan sayısından çok nitelikli çalışan açığıdır. Bugün yaşanan sorun artık geçici personel eksikliği değil, yapısal bir insan kaynağı problemidir. Artan yaşam maliyetleri, konaklama ve ulaşım giderleri, gençlerin çalışma beklentilerinin değişmesi, uzun çalışma saatleri ve kariyer algısındaki zayıflama sektörün cazibesini azaltıyor. Dolayısı ile bu durum bölgesel ve tesis türleri arasında değişkenlikler oluşturmaktadır. Bugün

GÜMTOB olarak, istihdam sorununun çalışan sayısından çok nitelikli çalışan açığı olduğunu görüyoruz ve kamu, üniversiteler, meslek kuruluşları ve sektör temsilcilerinin yer aldığı sürekli çalışan bir “Turizm İstihdam Konseyi” oluşturulmasını öneriyoruz

sorun “çalışan bulamamak” değil, mesleği kariyer olarak gören nitelikli çalışanı sektörde tutamamak haline gelmiştir.

Genel istihdam politikaları yerine sektöre özgü uygulamalar hayata geçirilmelidir. Turizm meslek liseleri ve yükseköğretim kurumlarının müfredatları sektör ihtiyaçlarına göre güncellenmelidir. Artan maliyetler ve küresel rekabet koşulları karşısında sektörün yatırım iştahının korunması büyük önem taşımaktadır. Turizm yatırımları uzun vadeli planlamalar gerektirdiğinden sektörün sık değişen düzenlemeler yerine öngörülebilir bir mevzuat yapısına ihtiyacı vardır. Sistem güncellenmelidir

GÜMTOB olarak önerdiğimiz çözüm yolları: **Turizm Meslek Liseleri ve Üniversitelerle Güçlü İş Birliği:** Turizm eğitimi veren kurumlarla sektör arasında daha güçlü bağ kurulmalıdır. Öğrenciler eğitim sürecinde işletmelerle erken dönemde buluşturulmalıdır. 3+1 ve 7+1 uygulamalı eğitim modelleri yaygınlaştırılmalıdır. Mezuniyet sonrası istihdam garantili programlar oluşturulmalıdır. **Turizm**

Mesleklerinin Teşvik Kapsamına Alınması: Nitelikli turizm çalışanlarının SGK primlerinde teşvik uygulanmalıdır. İşletmelerin eğitim ve personel geliştirme harcamaları desteklenmelidir. Mesleki yeterlilik belgelerinin alınması teşvik edilmelidir.

Kariyer Algısının Güçlendirilmesi: Turizm yalnızca sezonluk bir iş değil, uzun vadeli bir kariyer fırsatı olarak anlatılmalıdır. Başarılı sektör çalışanlarının hikâyeleri gençlere örnek olarak sunulmalıdır. Yönetici yetiştirme programları desteklenmelidir. **Kadın ve Genç İstihdamının Artırılması:** Kadın çalışanların sektörde kalıcılığını destekleyen uygulamalar yaygınlaştırılmalıdır. Gençlerin sektöre girişini kolaylaştıracak staj ve mentorluk programları oluşturulmalıdır. Dezavantajlı grupların turizm sektörüne katılımı teşvik edilmelidir. **Turizm İstihdam Konseyi**

Kurulması: Kamu, üniversiteler, meslek kuruluşları ve sektör temsilcilerinin yer aldığı sürekli çalışan bir “Turizm İstihdam Konseyi” oluşturulmalıdır. Bölgesel ihtiyaçlar düzenli olarak analiz edilmeli ve çözüm politikaları

üretilmelidir. GÜMTOB olarak inanıyoruz ki turizmin geleceği yalnızca tesis yatırımlarıyla değil, insan kaynağına yapılacak yatırımlarla şekillenecektir. Nitelikli çalışanı sektöre kazandıran, geliştiren ve sektörde tutabilen bir yapı oluşturulmadan sürdürülebilir turizm hedeflerine ulaşmak mümkün değildir. Turizmin gerçek gücü, tesislerden önce o tesislerde hizmet veren insan kaynağıdır. Bu nedenle istihdam sorununun çözümü, sektörün stratejik önceliği olarak ele alınmalıdır. Turizm, Türkiye'nin en yüksek net döviz girdisi sağlayan, cari açığın azaltılmasına doğrudan katkı sunan ve yüzlerce sektörü besleyen stratejik bir alandır. Bu nedenle turizm sektörü yalnızca bir hizmet sektörü olarak değil, ülke ekonomisinin stratejik kalkınma alanlarından biri olarak değerlendirilmelidir. GÜMTOB olarak, sektörün sürdürülebilir büyümesi ve uluslararası rekabet gücünün korunabilmesi için devletin mevzuat, teşvik ve istihdam politikalarında bütüncül bir yaklaşım benimsemesi gerektiğine inanıyoruz. Turizm, çalışma dinamikleri açısından diğer sektörlerden farklıdır. Bu nedenle genel istihdam politikaları yerine sektöre özgü uygulamalar hayata geçirilmelidir. Turizm meslek liseleri ve yükseköğretim kurumlarının müfredatları sektör ihtiyaçlarına göre güncellenmelidir. Artan maliyetler ve küresel rekabet koşulları karşısında sektörün yatırım iştahının korunması büyük önem taşımaktadır. Turizm yatırımları ve işletmeleri için teşvik konusunda turizm yatırımları uzun vadeli planlamalar gerektirdiğinden sektörün sık değişen düzenlemeler yerine öngörülebilir bir mevzuat yapısına ihtiyacı vardır. Sistem güncellenmelidir. Turizmin geleceği yalnızca yeni oteller inşa etmekle değil, mevcut işletmelerin sürdürülebilirliğini sağlamak, nitelikli insan kaynağını korumak ve yatırım ortamını güçlendirmekle mümkündür. Türkiye'nin turizmdeki başarısını kalıcı kılacak olan; öngörülebilir mevzuat, güçlü teşvik mekanizmaları ve insan odaklı istihdam politikalarıdır. GÜMTOB olarak, sektörün tüm paydaşlarıyla birlikte çalışarak turizmin ülkemizin ekonomik kalkınmasındaki stratejik rolünü daha da güçlendirecek her türlü yapısal reformu desteklemeye devam edeceğiz.

LOOP

Kremi beyaz yüzeyi ve sade rölyef detaylarıyla Loop Serisi, şeflerin sunumlarını zarafetle buluşturuyor.



Ömür Boyu
Kenar Çıtlamazlık
Garantisi

Premium
Porcelain

bonna



f b bonnatr © bonna.tr
www.bonna.com.tr

İstihdam sorununun çözümünde yerli iş gücünü geliştiren ancak ihtiyaç duyulan noktalarda uluslararası iş gücüyle desteklenen dengeli bir modelin en gerçekçi çözümlerden biri olduğuna inanıyoruz



Hasan Ekmen / Barceló Hotel Group
Bölge Müdürü

Barceló Hotel Group, kökleri 1931 yılına uzanan İspanya merkezli uluslararası bir turizm grubudur. Bugün 32 ülkede 286 otel, 63 bini aşkın oda ve 141 milliyetten 38 binden fazla çalışanla faaliyet gösteriyoruz. Barceló Hotels & Resorts markamız İspanya'nın en değerli otel markası olarak gösterilirken, grubumuz Dünyanın Turizm Oscar'ları diye de bilinen World Travel Awards tarafından üst üste beş kez Dünyanın En İyi Otel Management şirketi seçildi. Barceló Hotel Group olarak Türkiye'de ise 28 yıldır faaliyet gösteriyoruz. Bugün Barceló İstanbul, Barceló Cappadocia, Occidental Taksim ve Occidental Ankara olmak üzere dört otelle hizmet veriyor; uluslararası standartlarımızı yerel misafirperverlik anlayışıyla birleştiriyoruz. Türkiye, grubumuz açısından stratejik öneme sahip pazarlardan biri olmaya devam ediyor. Kalifiye iş gücü, sektörün küresel ölçekte yüzleştiği yapısal bir mesele. WTTC, 2035 yılına kadar dünya genelinde 43 milyonu aşan, yalnızca konaklama tarafında ise 8,6 milyona ulaşan bir iş gücü açığı öngörüyor. Türkiye'de turizm 2024 yılında 1,2 milyonu aşan kişiyi doğrudan istihdam etti ve toplam istihdamın yüzde 3,7'sini oluşturdu. Barceló olarak bu tabloyu yalnızca bir işe alım sorunu olarak değil, aynı zamanda bir elde tutma ve gelişim meselesi olarak okuyoruz. Çözümü de buradan kuruyoruz: çalışanlarımızın tamamı sürekli çalışanlar, açık pozisyonlarımız öncelikle kendi ekibimizle paylaşıyor ve terfi yolumuzun esası içeriden yükselme. Bu yapı, kalifiye eleman sıkıntısının etkisini bizde görece sınırlı tutuyor.

Devletin atacağı adımların merkezinde, kalifiye iş gücünün belgelendirilmesi ve özendirilmesi olmalı. Mesleki Yeterlilik Kurumu'nun turizm, konaklama, yiyecek ve içecek alanındaki belgelendirme sistemi, EBRD iş birliğiyle yürütülen teşviklerle birlikte doğru bir zemin sunuyor. İkinci öncelik ise üniversite ile sektör arasındaki köprü. Dönem içi staj ve ortak programlarla teorik eğitimi sahaya bağlamak gerekiyor. Tüm bunların yanı sıra dönemseliği azaltacak ve sezonu sekiz dokuz aya yayacak destinasyon politikaları, istihdamı yıl geneline taşıyabilir

Turizmde istihdam sorununun tek bir nedeni yok. Dönemsel sektörün yapısal gerçeği. Sezon sonunda istihdamın süreklilik göstermemesi, çalışanların gelir istikrarı ve kariyer öngörülebilirliği açısından önemli bir zorluk yaratıyor. Ücret politikaları ve barınma koşulları bu tabloyu derinleştiriyor. Genç jenerasyonun ilgisi ise kariyer öngörülebilirliğiyle doğrudan bağlantılı. Türkiye'de turizm eğitimi alan gençlerin uzun yıllardır yaklaşık üçte biri sektörde kalıyor. 2018 tarihli TUADER verisiyle ortaya konan bu oran, sorunun ücret kadar süreklilik ve gelişim vaadiyle de ilgili olduğunu gösteriyor. Barceló olarak yaklaşımımız çeşitlilik ve eşitlik üzerine kurulu. Deneyimli kuşağı genç yeteneklerle aynı masada buluşturuyor, yaş ve cinsiyet ayrımı gözetmeden eşit fırsat ve eşit ücret ilkesiyle çalışıyoruz. Meselenin yalnızca insan bulmak değil, kalmak isteyecekleri bir ortam kurmak olduğunu biliyoruz. Turizm sektöründeki istihdam açığını kapatmak için öncelikle yerli iş

gücünü sektöre kazandırmaya yönelik eğitim ve gelişim yatırımlarının sürdürülmesi gerektiğine inanıyoruz. Ancak bugün geldiğimiz noktada özellikle operasyonel ve mavi yaka pozisyonlarda yaşanan personel açığının yalnızca mevcut kaynaklarla karşılanmasının giderek zorlaştığını görüyoruz. Türkiye geçmişte benzer süreçleri başarıyla yönetmiş bir ülke. Örneğin 1989 yılında Bulgaristan'dan gelen göçmenlerin iş gücü piyasasına katılması, birçok sektörde olduğu gibi hizmet sektöründe de önemli bir ihtiyacın karşılanmasına yardımcı olmuştu. Bu süreç hem ekonomik hem de sosyal açıdan ülkeye değerli katkılar sundu. Günümüzde ise turizm sektörünün büyüme hızına paralel olarak daha planlı ve sürdürülebilir çözümlere ihtiyaç duyulduğunu düşünüyoruz. Özellikle konaklama sektöründe yaşanan mavi yaka personel açığının, yasal çerçevesi net şekilde belirlenmiş uluslararası iş gücü programlarıyla desteklenmesi önemli bir seçenek olarak değerlendirilebilir. Uzak Doğu başta olmak üzere farklı ülkelerden turizm ve hizmet sektöründe deneyimli çalışanların Türkiye'ye kazandırılması, birçok destinasyonda başarıyla uygulanan bir model. Bu alanda faaliyet gösteren yetkin istihdam ve işe alım acentelerinin süreçlerinin kolaylaştırılması, çalışma izinleri ve bürokratik prosedürlerin hızlandırılması sektör açısından önemli bir katkı sunabilir. Turizmde 100 milyar dolar gelir hedefi konuşulurken insan kaynağını da aynı ölçüde stratejik bir konu olarak ele almak gerekiyor. Biz, yerli iş gücünü geliştiren ancak ihtiyaç duyulan noktalarda uluslararası iş gücüyle desteklenen dengeli bir modelin sektörün geleceği açısından en gerçekçi çözümlerden biri olduğuna inanıyoruz. Devletin atacağı adımların merkezinde, kalifiye iş gücünün belgelendirilmesi ve özendirilmesi olmalı. Mesleki Yeterlilik Kurumu'nun turizm, konaklama, yiyecek ve içecek alanındaki belgelendirme sistemi, EBRD iş birliğiyle yürütülen teşviklerle birlikte doğru bir zemin sunuyor. Bu belgelerin çok dilli yapısı, nitelikli personelin uluslararası hareketliliğini de kolaylaştırıyor. İkinci öncelik ise üniversite ile sektör arasındaki köprü. Dönem içi staj ve ortak programlarla teorik eğitimi sahaya bağlamak gerekiyor. Tüm bunların yanı sıra dönemseliği azaltacak ve sezonu sekiz dokuz aya yayacak destinasyon politikaları, istihdamı yıl geneline taşıyabilir. Türkiye 2025 yılını 65 milyar doları aşan turizm geliriyle tamamladı ve 2028 için 100 milyar dolarlık bir hedef koydu. Bu hedefin ancak nitelikli ve sürekli bir iş gücüyle mümkün olacağına inanıyor, buna hazırlanıyoruz.



Orhan Belge / Boyalık Beach Hotel SPA & Thermal Resort Çeşme / Genel Müdür

Tesisimiz, Çeşme merkeze 2 km 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. Aynı zamanda 62 oda kapasitesindeki Boyalık Beach Palms Hotel, 48 oda kapasitesindeki Kalinda Inn Hotel ve 35 Villa ile 26 oda kapasitesindeki Villasaray



Volkan Uysal / Four Points by Sheraton İstanbul Kağıthane / Otel Müdürü

Four Points by Sheraton İstanbul Kağıthane olarak Marriott International çatısı altında faaliyet gösteriyoruz. 173 odalı otelimiz, İstanbul'un önemli iş ve yaşam merkezlerinden biri olan Vadi İstanbul'a ve İstanbul Havalimanı'na yakın konumuyla hem iş hem de turistik amaçlı seyahat eden misafirlere kolay ulaşım avantajı sunuyor. Kurumsal seyahatler, sağlık turizmi, havayolu ekipleri ve grup konaklamaları başta olmak üzere farklı segmentlerde hizmet veriyoruz. İstihdam konusu bugün yalnızca Türkiye'nin değil, dünyanın birçok turizm destinasyonunun ortak gündem maddelerinden biri haline gelmiş durumda. Biz de özellikle operasyonel departmanlarda deneyimli ve nitelikli çalışan bulma konusunda zaman zaman zorluklar yaşıyoruz. Ancak günümüzde asıl sorun personel bulmaktan çok, yetişmiş insan kaynağını sektörde uzun vadeli olarak tutabilmek. Hizmet kalitesinin doğrudan çalışan deneyimiyle şekillendiği turizm sektöründe insan kaynağı artık operasyonel değil, stratejik bir konu olarak ele alınmalıdır. Sorunun tek bir nedeni bulunmuyor. Özellikle büyük

Kalifiye eleman yetiştirmek hususunda izlenen politika bugün gereken donanıma sahip personel oluşturmakta yeterlidir; burada izlenmesi gereken yol, istihdamın arttırılması hususunda neler yapılabileceği yönünde olmalıdır

tesislerimiz de Viltur grubuna bağlı olarak bölgede hizmet vermektedir. 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 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. Kalifiye eleman yetiştirmek hususunda gerek okul – uzman eğitmenler gerek devletin kamu kurumlarının izlediği politika, yıllar süren devinimle bugün gereken donanıma sahip personel oluşturmakta yeterlidir. Bu bağlamda izlenmesi gereken

yol, istihdamın arttırılması 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.

Hizmet kalitesinin doğrudan çalışan deneyimiyle şekillendiği turizm sektöründe insan kaynağı artık operasyonel değil, stratejik bir konu olarak ele alınmalıdır

şehirlerde artan yaşam maliyetleri ve barınma giderleri çalışanlar üzerinde ciddi bir baskı oluşturuyor. Bunun yanında sektörün yoğun çalışma temposu ve bazı bölgelerde turizmin hâlâ mevsimsel bir iş olarak algılanması da istihdam sürekliliğini olumsuz etkiliyor. Diğer taraftan genç kuşağın iş hayatından beklentileri de değişmiş durumda. Yeni nesil çalışanlar yalnızca ücret odaklı karar vermiyor; kariyer gelişimine, eğitim imkânlarına, kurumsal kültüre, esnekliğe ve iş-yaşam dengesine de önem veriyor. Bu nedenle sektör olarak çalışan deneyimini en az misafir deneyimi kadar önceliklendirmemiz gerektiğine inanıyorum. İnsan kaynağını işletmelerimizin en önemli değeri olarak görüyoruz. Bu nedenle odağımız yalnızca yeni çalışan istihdam etmek değil, mevcut ekiplerimizin gelişimini desteklemek ve uzun vadeli bağlılıklarını sağlamak üzerine kurulu. Çalışanlarımıza sunduğumuz yan haklar, kariyer gelişim fırsatları ve eğitim programları bu yaklaşımın temelini oluşturuyor. Marriott'un global eğitim platformları aracılığıyla mesleki gelişim imkânları sunarken, yabancı dil eğitimlerini de destekliyoruz. Uluslararası misafir profiline hizmet veren bir işletme olarak, yabancı dil becerilerinin hem çalışanlarımızın kariyer yolculuğuna hem de misafir memnuniyetine önemli katkı sağladığına inanıyoruz. Bunun yanında departmanlar arası çapraz eğitim programları, mentorluk uygulamaları ve yönetici geliştirme süreçleriyle çalışanlarımızın kariyerlerinde ilerlemelerini teşvik ediyoruz. Başarıları görünür kılan ödül ve takdir programlarımız, düzenli ekip etkinliklerimiz ve açık iletişim kültürümüz de çalışan bağlılığını güçlendiren önemli unsurlar arasında yer

alıyor. Ayrıca Marriott'un dünya genelindeki kariyer fırsatları ve çalışan indirim programları ekiplerimiz için önemli bir motivasyon kaynağı oluşturuyor. Staj programları ve genç yetenek uygulamalarıyla da turizm öğrencilerinin sektöre kazandırılmasına katkı sağlıyoruz. Turizm sektöründe sürdürülebilir başarının temelinde mutlu, gelişime açık ve kurumuna bağlı çalışanların yer aldığı inanıyoruz. Bu nedenle insan kaynağına yaptığımız yatırım bir maliyet unsuru değil, geleceğe yapılan stratejik bir yatırım olarak değerlendiriyoruz. Turizm, Türkiye ekonomisi için stratejik öneme sahip sektörlerden biridir ve insan kaynağı konusu da aynı bakış açısıyla değerlendirilmelidir. Öncelikle turizm eğitimi ile sektör arasındaki bağ daha da güçlendirilmelidir. Öğrencilerin eğitim süreçlerinde otellerle daha fazla temas kurmaları ve mezun olduklarında işe hazır hale gelmeleri sağlanmalıdır. Özellikle turizm bölgelerinde personel lojmanı ve barınma projelerinin desteklenmesi büyük önem taşımaktadır. Bunun yanında yabancı dil eğitimlerinin teşvik edilmesi, mesleki sertifikasyon programlarının yaygınlaştırılması ve gençlerin turizmi uzun vadeli bir kariyer alanı olarak görmelerini sağlayacak uygulamaların geliştirilmesi gerekmektedir. Türkiye, son yıllarda turizmde elde ettiği başarılarla dünyanın önde gelen destinasyonları arasında yer alıyor. Bu başarının sürdürülebilirliği ise ancak eğitilmiş, motive ve sektöre bağlı insan kaynağıyla mümkün olacaktır. Turizm tesisleri inşa edilebilir, yatırımlar yapılabilir; ancak sektörün gerçek gücü insan kaynağıdır. Türkiye turizminin geleceğini belirleyecek en önemli yatırım da nitelikli insan kaynağına yapılan yatırımdır.



Prof. Dr. Beykan Çizel / Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü

Turizm sektörü, Türkiye ekonomisinin döviz kazandıran, istihdam yaratan ve bölgesel kalkınmayı destekleyen stratejik alanlarından biridir. Antalya, Muğla, İstanbul, İzmir, Kapadokya ve kıyı bölgelerinde turizm yalnızca ekonomik bir faaliyet değil, sosyal yaşamı, eğitim politikalarını ve gençlerin kariyer kararlarını da etkileyen güçlü bir dinamiktir. Buna rağmen sektör uzun süredir nitelikli iş gücünü bulma ve elde tutma sorunu yaşamaktadır. Mevsimsel çalışma düzeni, düşük ücret algısı, lojman ve ulaşım yetersizlikleri, kariyer gelişiminin sınırlı görülmesi ve eğitim-sektör uyumsuzluğu bu sorunu derinleştirmektedir. Turizmde istihdam meselesi yalnızca işletmelerin personel arayışı olarak ele alınamaz. Makro politikalar, çalışma mevzuatı, eğitim sistemi, sosyal koruma, bölgesel yaşam koşulları ve gençlerin beklentileri birlikte değerlendirilmelidir. Bu nedenle çözüm, kamu, özel sektör, üniversiteler, meslek örgütleri ve sivil toplum kuruluşlarının ortak hareket ettiği bütünleşik bir yaklaşımla geliştirilmelidir. Ayrıca tüm önerilerin başarıya ulaşması için izleme, ölçme ve geri bildirim mekanizmaları kurulmalıdır. Bu bağlamda, çalışan memnuniyeti, personel devri, eğitim çıktıları ve hizmet kalitesi düzenli göstergelerle takip edilmelidir. Böylece politika belgeleri sahadaki gerçek ihtiyaçlara göre güncellenebilir ve uygulamalar sürekli iyileştirilebilir. Bu yaklaşım bölgesel farklılıkları görünür kılar ve karar alma süreçlerini güçlendirir.

Turizmde istihdam sorununun temel nedenleri / Makro politikalar ve sosyal koruma / Kayıtlı istihdam ve çalışma mevzuatı

Turizmde istihdam sorununun en belirgin nedeni mevsimselliklerdir. Kıyı destinasyonlarında faaliyetler yılın belirli dönemlerinde yoğunlaşmakta, sezon sonunda işletmelerin önemli bir bölümü faaliyetlerini azaltmaktadır. Bu durum çalışanların gelir sürekliliğini ve iş güvencesi algısını zayıflatmakta, özellikle gençlerin sektöre geçici bir iş alanı olarak görmesine yol açmaktadır. İkinci temel neden, eğitim ile sektör beklentileri arasındaki uyumsuzluktur. Turizm eğitimi alan gençlerin önemli bir kısmı sektörde kalmamakta veya kısa sürede farklı alanlara yönelmektedir. Bunun arkasında uygulamalı eğitim eksikliği, işletmelerde sistematik kariyer planlamasının yetersizliği ve öğrencilerin sektöre erken dönemde yeterince temas kuramaması bulunmaktadır.

Sürdürülebilir istihdam; insana yakışır iş, güçlü eğitim-sektör iş birliği, sosyal koruma ve gençlere umut veren kariyer yollarıyla mümkün olacaktır

Üçüncü sorun çalışma koşullarıdır. Uzun çalışma saatleri, vardiyalı sistem, hafta sonu ve resmi tatillerde çalışma, barınma ve yaşam maliyetleri gençlerin sektöre mesafeli yaklaşmasına neden olmaktadır. Dördüncü sorun ise insan kaynağına bakış açısidir. Turizm, misafir deneyimi ve hizmet kalitesi üzerine kurulu bir sektördür. Çalışanlar maliyet unsuru değil, işletmenin temel yeteneği ve stratejik değeri olarak görülmelidir. İstihdam sorununun çözümü için öncelikle makro düzeyde politika geliştirilmelidir. Turizmde meslek yasasının çıkarılması, çalışanların statüsünü, haklarını, mesleki standartlarını ve kariyer basamaklarını güvence altına alabilir. Böyle bir yasal çerçeve, turizmin geçici ve düşük statülü bir iş alanı olarak algılanmasını da azaltacaktır. Mevsimselliğin yarattığı gelir kaybını hafifletmek için sektöre özgü destek mekanizmaları kurulmalıdır. TGA modelinde olduğu gibi turizm çalışanlarına yönelik bir işsizlik fonu oluşturulabilir. Çalışanlar sezon dışında desteklenerek sektörden kopuşlar azaltılabilir. İşsizlik sigortası şartlarının iyileştirilmesi, gençlere yönelik sosyal desteklerin artırılması ve iş gören maliyetinin işletme bütçelerinde yeterli düzeyde yer alması da insana yakışır iş ilkesi açısından önemlidir. Kayıt dışı istihdamın azaltılması, turizmde istihdam kalitesini artırmanın temel koşullarından biridir. SGK prim destekleri, vergi avantajları ve genç istihdamına yönelik özel teşvikler işletmelerin kayıtlı ve nitelikli iş gücü çalıştırmasını kolaylaştırabilir. Ancak teşvikler yalnızca kısa vadeli maliyet avantajı üretmemeli, gençlerin uzun vadeli kariyer gelişimini de desteklemelidir. İşyeri denetimleri güçlendirilmeli, kayıt dışılığın çalışan haklarını zayıflattığı ve işletmeler arasında haksız rekabet yarattığı unutulmamalıdır. Çalışma mevzuatı turizmin sezonluk, vardiyalı ve yoğun dönemlere dayalı yapısını dikkate alacak şekilde yalınlaştırılmalı; esnek çalışma modelleri geliştirilirken özlük hakları ve çalışan esenliği korunmalıdır.

Eğitim ve sektör arasında kariyer köprüsü / Gençlerin turizm sektörüne kazandırılması

Kalıcı çözüm, eğitim sistemi ile sektör arasındaki bağın güçlendirilmesine bağlıdır. Turizm liseleri, meslek yüksekokulları ve fakülteler ile işletmeler arasında kariyer köprüsü programları yaygınlaştırılmalıdır. Öğrenciler yalnızca staj döneminde değil, eğitimlerinin erken aşamalarından itibaren sektöre temas kurmalıdır. Gölgeleme programları, mentorluk, iş yerinde eğitim, kariyer koçluğu ve proje temelli öğrenme, gençlerin sektöre ilişkin gerçekçi ve olumlu bir algı geliştirmesine katkı sağlar. Almanya, Avusturya, Hollanda, Danimarka ve İsviçre'deki ikili mesleki eğitim modelleri incelenerek Türkiye'ye uygun yapılar tasarlanabilir. Staj sistemi zorunlu bir formalite olmaktan çıkarılmalı; öğrencinin mesleki kimlik, iş kültürü ve kariyer hedefi geliştirdiği stratejik bir süreç olarak desteklenmelidir. Müfredatlar kamu ve özel sektör iş birliğiyle güncellenmeli; yabancı dil, dijital beceriler, gelir yönetimi, sürdürülebilirlik, misafir deneyimi, kriz yönetimi, veri analitiği ve

liderlik alanları güçlendirilmelidir. Üniversite kariyer merkezleri de aktif kariyer koçluğu sunan yapılara dönüşmelidir. Gençlerin turizme kazandırılması için sektörün cazibesi artırılmalıdır. Ücret, sosyal haklar, lojman, ulaşım, kariyer gelişimi ve mesleki itibar birlikte ele alınmalıdır. Özellikle Antalya gibi turizm merkezlerinde lojman sorununun çözülmesi, sürdürülebilir istihdam için kritik önemdedir. Kariyer günleri, istihdam fuarları, sektör buluşmaları ve erişilebilir iş-meslek danışmanlığı hizmetleri gençlerin bilgi eksikliğini azaltabilir. Ne eğitimde ne istihdamda olan gençlerin iş gücüne katılmama nedenleri belirlenmeli; İkinci Şans Okulları, yaşam boyu öğrenme ve mesleki beceri programlarıyla bu gençler turizme yönlendirilebilir. Gençlik Garantisi Türkiye Programı, işbaşı eğitimleri ve kamu destekli mesleki gelişim projeleri turizmle ilişkilendirildiğinde gençlerin istihdama geçişi kolaylaşacaktır.

İnsan kıymetleri ve sürekli eğitim / Yönetişim ve iş birliği modeli

Turizm işletmeleri insan kıymetlerini stratejik temel yetenek olarak görmelidir. Çalışan deneyimi iyileştirilmeden misafir deneyiminin sürdürülebilir biçimde güçlendirilmesi mümkün değildir. Bu nedenle işletmelerde teknik becerilerin yanı sıra iletişim, problem çözme, kültürlerarası farkındalık, duygusal zekâ, liderlik, dijital okuryazarlık, sürdürülebilirlik ve gelir odaklı düşünme alanlarında sürekli eğitim verilmelidir. Genç çalışanların kariyer basamakları açık biçimde tanımlanmalı; mentorluk, adil performans değerlendirilmesi ve sorumluluk alma fırsatları desteklenmelidir. İnsan kaynakları birimleri operasyonel personel yönetiminden stratejik insan kıymetleri yönetimine dönüşmelidir. Turizmde istihdam sorunu tek bir kurumun sorumluluğuna bırakılamaz. Kamu, özel sektör, üniversiteler, meslek örgütleri ve sivil toplum kuruluşlarını kapsayan entegre bir yönetim sistemi kurulmalıdır. İş gücü piyasası bilgi sistemi ve web portalı aracılığıyla bölgelerin pozisyon ve beceri ihtiyaçları düzenli analiz edilmelidir. Arz-talep verisi olmadan doğru eğitim ve istihdam politikası geliştirilemez. Bölgesel cazibe merkezleri, eğitim kampüsleri, teknokentler ve sektörel uygulama merkezleri de gençlerin mesleki ve sosyal gelişimini destekleyebilir. Turizmde istihdam sorunu; mevsimsellik, sosyal güvence eksikliği, çalışma koşulları, eğitim-sektör uyumsuzluğu, lojman sorunu ve insan kaynağına stratejik değer verilmemesiyle ilişkili yapısal bir meseledir. Çözüm için meslek yasası çıkarılmalı, sektöre özgü işsizlik fonu kurulmalı, kayıtlı istihdam ve genç istihdamı teşvik edilmeli, kariyer köprüsü programları ve staj sistemi güçlendirilmelidir. Turizm merkezlerinde yaşam koşulları iyileştirilmeli ve sektör gençler için yeniden cazip hale getirilmelidir. En önemlisi, çalışanlar maliyet değil temel değer olarak görülmelidir. Sürdürülebilir istihdam; insana yakışır iş, güçlü eğitim-sektör iş birliği, sosyal koruma ve gençlere umut veren kariyer yollarıyla mümkün olacaktır.



Tatil deneyimini iyileştiren akıllı teknolojiler

Turizm tesislerine özel teknolojik çözümlerimizle güvenliği,
operasyonel verimliliği ve misafir memnuniyetini artırın.



Akıllı Kilit Sistemleri

Misafirlerinizin odalara güvenli ve kolay şekilde erişmesini sağlayın.

Anahtar Yönetim Çözümü

Anahtar süreçlerini daha güvenli ve kontrollü şekilde yönetin.

Kablosuz Ağ Altyapısı

Tesisiniz genelinde kesintisiz ve güvenilir bağlantı sunun.

Uzaktan İzleme Çözümü

Kritik alanları anlık izleyin, olası risklere hızlı müdahale edin.

Plaka Tanıma Sistemi

Araç giriş-çıkış süreçlerini daha hızlı ve verimli yönetin.



İsmail Eyvaz / Hattuşa Vacation Thermal Club / Turizm Direktörü

Hattuşa Vacation Thermal Club Grubu olarak, Türkiye genelinde aktif şekilde hizmet veren 4 termal tesisimiz bulunmakta, yatırım ve inşaat süreci devam eden 2 yeni tesisimizle büyümeyi sürdürmekteyiz. Halihazırda; Hatay-Erzin, Ankara-Güdül, Tekirdağ-Saray ve Balıkesir-Güre'de bulunan Kazdağları tesisimizle misafirlerimize hizmet sunmaktayız. Yatırım aşamasındaki yeni tesislerimiz; Bolu-Göynük, Samsun-Havza' da yer almakta, tüm tesislerimiz termal otel konseptinde faaliyet göstermekte olup, ortak kurumsal kimlik ve hizmet standartları çerçevesinde yönetilmektedir. Turizm sektöründe kalifiye eleman ihtiyacı uzun yıllardır devam eden yapısal bir sorun olarak karşımıza çıkıyor. Biz de bir devre tatil otel zinciri olarak bu sorunu belirli ölçülerde yaşıyoruz. Özellikle ön büro, misafir ilişkileri, satış-pazarlama, yiyecek-içecek hizmetleri ve teknik operasyonlar gibi misafir deneyimini doğrudan etkileyen alanlarda nitelikli ve deneyimli personel bulmak her geçen yıl daha fazla önem kazanıyor. Bununla birlikte, personel sirkülasyonunu azaltmak ve çalışan bağlılığını artırmak amacıyla eğitim, kariyer planlama ve



Yılmaz Taştan / Corendon Hotels & Resorts / İnsan Kaynakları Direktörü

Corendon Hotels & Resorts, Türkiye, Hollanda ve Karayipler'de faaliyet gösteren uluslararası bir turizm grubudur. Antalya başta olmak üzere farklı destinasyonlarda hizmet veren tesislerimizde misafir memnuniyetini, çalışan deneyimini ve sürdürülebilir büyümeyi temel önceliklerimiz arasında görüyoruz. İnsan kaynağını en önemli yatırım alanlarımızdan biri olarak değerlendiriyor, çalışanlarımızın gelişimine yönelik eğitim, kariyer planlama ve yetenek yönetimi uygulamalarını sürekli geliştiriyoruz. Özellikle operasyonel uzmanlık gerektiren mutfak, servis, teknik servis ve belirli yönetim pozisyonlarında nitelikli aday bulmak geçmiş yıllara göre daha zor hale gelmiştir. Ancak kurumsal eğitim sistemlerimiz, kariyer planlama uygulamalarımız ve çalışan bağlılığı programlarımız sayesinde bu sorunu sektör ortalamasının altında yaşamaya çalışıyoruz. Barınma/lojman yetersizliği, dönemsellik, ücret politikaları ve genç jenerasyonun sektöre

İnsan kaynağını yalnızca bir istihdam konusu olarak değil, sürdürülebilir büyümenin ve misafir memnuniyetinin temel unsurlarından biri olarak değerlendiriyoruz

kurum içi gelişim programlarına ciddi yatırımlar yapıyoruz. Yeni işe başlayan ekip üyelerimizi kapsamlı oryantasyon süreçlerinden geçirirken, mevcut çalışanlarımızın da mesleki ve kişisel gelişimlerini destekleyen eğitim programları uyguluyoruz. Özellikle devre tatil sektöründe misafirlerle uzun vadeli ilişkiler kurulduğu için çalışanlarımızın hizmet kalitesi ve kurumsal kültürü benimsemesi büyük önem taşıyor. Bu nedenle insan kaynağını yalnızca bir istihdam konusu olarak değil, sürdürülebilir büyümenin ve misafir memnuniyetinin temel unsurlarından biri olarak değerlendiriyoruz. Bir devre tatil otel zinciri olarak baktığımızda, istihdam sorununun temelinde barınma imkanları, artan yaşam maliyetleri ve sektöre yönelik algı önemli yer tutuyor. Bunun yanında genç jenerasyonun kariyer beklentileri de değişmiş durumda; artık çalışanlar yalnızca maaşa değil, gelişim fırsatlarına, iş-yaşam dengesine ve kurumsal kültüre de önem veriyor. Devre tatil modeli yılın büyük bölümüne yayılan bir operasyon sunduğu için dönemselliğin etkisini nispeten daha az hissediyoruz. Ancak sektör genelinde sürdürülebilir istihdam için çalışma koşullarının ve çalışanlara sunulan sosyal imkanların daha da geliştirilmesi gerektiğini düşünüyoruz. İstihdam açığını kapatmak için öncelikle çalışanlarımızın eğitimine ve kurum bağlılığına yatırım yapıyoruz. Grup bünyemizde Hattuşa Akademi'yi kurduk işe aldığımız her çalışanı çalışmaya başladığı andan

itibaren eğitmeye de başlıyoruz, düzenli eğitim programları, kariyer gelişim fırsatları ve çalışan memnuniyetini artırmaya yönelik uygulamalarla mevcut ekibimizi güçlendirmeyi hedefliyoruz. Ayrıca turizm okulları ve üniversitelerle iş birlikleri yaparak genç yeteneklerin sektöre kazandırılmasına katkı sağlıyoruz. Pek çok okulla stajyer konusunda iş birliğimiz mevcut, stajyerleri dahasonrasında sektöre kazandırmak hedeflerimiz arasında. Bununla birlikte, bölgemizde özellikle housekeeping alanında yeterli sayıda nitelikli personel bulmakta zorlandığımız dönemler oluyor. Bu nedenle operasyonel ihtiyaçlarımızı karşılamak amacıyla çeşitli ülkelerden deneyimli housekeeping personellerini ekibimize dahil ediyoruz. Turizmin ülkemiz için stratejik bir sektör olduğu düşünüldüğünde, kalifiye eleman sorununa yönelik daha kapsamlı ve uzun vadeli adımlar atılması gerekiyor. Öncelikle turizm eğitimi ile sektörün ihtiyaçları arasındaki bağın güçlendirilmesi, okul-sektör iş birliklerinin artırılması ve gençlerin turizmi sürdürülebilir bir kariyer alanı olarak görmesini sağlayacak teşviklerin hayata geçirilmesi büyük önem taşıyor. Bunun yanında, özellikle turizm bölgelerinde çalışanların barınma ve lojman ihtiyaçlarına yönelik destekleyici politikalar geliştirilmesi gerekiyor. Yerli iş gücünün sektöre daha fazla kazandırılması ve çalışanların sektörde uzun süre kalmasını sağlayacak koşulların oluşturulması, istihdam sorununa kalıcı çözüm sağlayacaktır.

Turizm, Türkiye'nin en stratejik sektörlerinden biridir ve insan kaynağı konusu artık sektörün büyüme kapasitesini doğrudan etkileyen bir unsur haline gelmiştir

İşsizliği gibi etkenlerin tamamı birbirini etkileyen unsurlar olarak karşımıza çıkıyor. Özellikle turizm bölgelerinde artan yaşam maliyetleri ve konut erişimindeki zorluklar, çalışanların sektörde uzun süre kalmasını zorlaştırabiliyor. Dönemsellik ise çalışanların yıl boyunca sürdürülebilir gelir beklentilerini etkiliyor. Diğer taraftan yeni nesil çalışanlar yalnızca ücret seviyesine değil; çalışma ortamına, kariyer fırsatlarına, iş-özel yaşam dengesine ve kurum kültürüne de önem veriyor. Bu nedenle turizm sektörü artık sadece maaşla değil, çalışan deneyimiyle de rekabet etmek zorunda. Gençlerin sektöre ilgisini artırmak için turizmin kariyer fırsatları sunan profesyonel bir alan olduğunun daha güçlü anlatılması gerektiğine inanıyoruz. Corendon Hotels olarak çok yönlü bir yaklaşım benimsiyoruz. Üniversiteler, turizm liseleri ve meslek okullarıyla iş birlikleri geliştirerek genç yeteneklerin sektöre kazandırılmasına destek oluyoruz. Staj programlarımızı yalnızca kısa süreli uygulamalar olarak değil, gelecekteki çalışanlarımızı yetiştiren bir kariyer havuzu olarak görüyoruz. Bunun yanında kapsamlı oryantasyon programları, teknik ve davranışsal eğitimler, liderlik gelişim programları ve iç terfi uygulamaları yürütüyoruz. Çalışanlarımızın kariyerlerini şirket içinde geliştirebilmeleri bizim için önemli bir öncelik.

Ayrıca çalışan memnuniyeti anketleri ve düzenli geri bildirim mekanizmalarıyla bağlılığı artırmaya yönelik çalışmalar gerçekleştiriyoruz. İş gücü planlamasında ise teknoloji ve veri analizinden yararlanıyoruz. Operasyonel ihtiyaçları, doluluk oranlarını ve sezonluk değişimleri dikkate alarak daha sürdürülebilir insan kaynağı planlaması yapmaya çalışıyoruz. Böylece hem çalışanlarımızın iş yükünü dengelemeyi hem de hizmet kalitesini korumayı hedefliyoruz. Turizm, Türkiye'nin en stratejik sektörlerinden biridir ve insan kaynağı konusu artık sektörün büyüme kapasitesini doğrudan etkileyen bir unsur haline gelmiştir. Öncelikle turizm eğitimi ile sektör arasındaki bağın daha da güçlendirilmesi gerektiğini düşünüyoruz. Öğrencilerin eğitim sürecinde işletmelerle daha fazla temas kurmaları ve mezuniyet sonrası kariyer fırsatlarını net şekilde görebilmeleri önemlidir. Bunun yanında turizm bölgelerinde çalışanlara yönelik lojman ve yaşam alanı yatırımlarının teşvik edilmesi, sektörde kalıcılığı artıracaktır. Turizm çalışanlarının mesleki gelişim programlarının desteklenmesi ve sektöre yönelik sertifikasyon sistemlerinin yaygınlaştırılması da kalifiye iş gücü arzını güçlendirebilir. Ayrıca mevsimlik çalışanlara işsizlik fonundan verilecek destekler sorunun çözümüne önemli katkı sağlayacaktır.



KÜVET | DUŞ KABİN | DUŞ TEKNESİ | AKRİLİK YÜZEYLER | KOMPOZİT HAVUZ | LOJİSTİK



**Fatih Tay / Ankara HiltonSA /
İnsan Kaynakları Direktörü**

Ankara HiltonSA, Türkiye'nin başkentinde faaliyet gösteren ve uluslararası Hilton markasının standartlarını misafirlerine sunan köklü bir şehir otelidir. İş, diplomasi ve turizm amaçlı seyahat eden misafirlerimize hizmet verirken, aynı zamanda çalışan gelişimine ve sürdürülebilir insan kaynakları uygulamalarına büyük önem vermekteyiz. Hilton'un küresel kültürü doğrultusunda ekip üyelerimizin kariyer gelişimlerini destekleyen eğitim programları, liderlik gelişim fırsatları ve çalışan bağlılığı uygulamalarıyla sektörün tercih edilen işverenleri arasında yer almaktayız. Turizm sektöründe kalifiye iş gücüne erişim son yıllarda tüm işletmeler için daha zor hale gelmiştir. Ankara gibi yılın tamamında faaliyet gösteren şehir otellerinde bu sorun, sezonluk destinasyonlara kıyasla daha yönetilebilir olsa da özellikle operasyonel pozisyonlarda deneyimli çalışan bulmak her geçen yıl daha fazla çaba gerektirmektedir. Misafir beklentilerinin yükselmesi ve hizmet kalitesinin giderek daha önemli hale gelmesi nedeniyle yalnızca personel

İşletmeler artık hazır yetişmiş personel bulmaktan çok, potansiyeli olan çalışanları işe alıp kendi bünyelerinde yetiştirmeye odaklanıyor

sayısı değil, personelin yetkinliği de kritik önem taşımaktadır. Özellikle yiyecek-içecek, mutfak, kat hizmetleri ve teknik servis gibi alanlarda deneyimli aday havuzunun daraldığını gözlemliyoruz. Bu nedenle işletmeler artık hazır yetişmiş personel bulmaktan çok, potansiyeli olan çalışanları işe alıp kendi bünyelerinde yetiştirmeye odaklanmaktadır. İstihdam sorununu tek bir nedene bağlamak mümkün değildir. Sektörün yapısal bazı zorlukları bulunmaktadır. Özellikle turizm bölgelerinde lojman ve barınma maliyetleri önemli bir problem olarak karşımıza çıkmaktadır. Çalışanların yaşam maliyetlerinin yükselmesi, sektörde kalıcılığı etkileyen unsurlardan biridir. Bunun yanında genç jenerasyonun kariyer beklentileri de değişmektedir. Yeni nesil çalışanlar yalnızca ücret odaklı değil; iş-özel yaşam dengesi, kariyer gelişimi, esnek çalışma imkânları ve kurum kültürü gibi faktörlere de önem vermektedir. Turizm sektörü ise doğası gereği hafta sonu, vardiyalı çalışma ve yoğun operasyon temposu gerektirmektedir. Bu durum bazı genç adayların farklı sektörlerle yönelmesine neden olabilmektedir. Ancak burada sektör olarak kendimizi de geliştirmemiz gerektiğini düşünüyorum. Turizmin sunduğu uluslararası kariyer fırsatları, hızlı gelişim imkânları ve farklı kültürlerle çalışma deneyimi gençlere daha etkili şekilde anlatılmalıdır. Ankara HiltonSA olarak önceliğimiz mevcut çalışanlarımızın gelişimini desteklemek ve çalışan bağlılığını artırmaktır. Bu doğrultuda Hilton'un küresel eğitim platformlarından yararlanıyor, teknik ve davranışsal gelişim programları düzenliyoruz. İç terfi uygulamalarına önem vererek

çalışanlarımızın kariyerlerini aynı kurum içerisinde ilerletebilmelerini teşvik ediyoruz. Üniversiteler, meslek yüksekokulları ve turizm liseleri ile iş birlikleri gerçekleştiriyor; staj programları ve kariyer günleri aracılığıyla genç yeteneklere ulaşmaya çalışıyoruz. Öğrencilerin eğitim süreçlerinde sektörü daha yakından tanımalarını sağlamak, mezuniyet sonrası istihdamda önemli katkı sunmaktadır. Ayrıca çalışan bağlılığını güçlendirmek amacıyla takdir ve ödüllendirme programları, sosyal etkinlikler, ekip üyesi deneyimini geliştiren uygulamalar ve düzenli geri bildirim mekanizmaları kullanıyoruz. Turizm, ülke ekonomisine döviz girdisi sağlayan ve istihdam yaratan stratejik sektörlerden biridir. Bu nedenle insan kaynağı konusu da stratejik bir bakış açısıyla ele alınmalıdır. Öncelikle turizm eğitimi veren lise ve üniversiteler ile sektör arasındaki iş birliğinin daha da güçlendirilmesi gerektiğini düşünüyorum. Öğrencilerin eğitim döneminde daha fazla uygulama deneyimi kazanması, mezuniyet sonrası adaptasyon süreçlerini hızlandıracaktır. İkinci olarak, turizm çalışanlarına yönelik lojman ve barınma desteklerinin artırılması özellikle turizm destinasyonlarında önemli fayda sağlayacaktır. Bunun yanında mesleki eğitim programlarının yaygınlaştırılması ve sektörün kariyer fırsatlarının gençlere daha etkin tanıtılması gerekmektedir. Son olarak, çalışanların sektörde uzun süre kalmasını teşvik edecek uygulamaların desteklenmesi önem taşımaktadır. Kamu, eğitim kurumları ve özel sektörün ortak hareket etmesi halinde kalifiye eleman sorununda önemli ilerlemeler kaydedileceğine inanıyoruz.



**Bozkurt Atabek / Sofitel Istanbul Taksim /
Genel Müdür**

Sofitel Istanbul Taksim, Accor grubunun lüks segmentteki Fransız yaşam tarzını temsil eden Sofitel markasının Türkiye'deki önemli temsilcilerinden biridir. İstanbul'un kalbi olan Taksim Meydanı'nda konumlanan otelimiz, 202 oda ve süit, restoran ve barları, spa ve toplantı alanlarıyla hem iş hem de tatil amaçlı seyahat eden misafirlere hizmet vermektedir. Kalifiye eleman sıkıntısı bugün sadece bizim otelimizin değil, sektörün genelinde hissedilen en önemli sorunlardan biridir. Biz de özellikle teknik servis, mutfak, servis ve ön büro gibi uzmanlık gerektiren pozisyonlarda nitelikli aday bulmakta ciddi güçlükler yaşıyoruz. Geçmiş yıllarda çok daha geniş aday havuzlarından seçim yapabilirken, bugün birçok pozisyon için uzun süreli işe alım

Turizm sektörünün sürdürülebilir şekilde büyüebilmesi için çalışanların gelir seviyelerinin ve mesleğin cazibesinin artırılması büyük önem taşıyor

süreçleri yürütmek zorunda kalıyoruz. Bu durum hem operasyonel verimliliği hem de hizmet kalitesini korumak adına işletmelerin daha fazla çaba göstermesini gerektiriyor. Türkiye genelinde özellikle resort bölgelerde lojman konusu önemli bir başlık olsa da İstanbul özeline istihdam sorununda ücret politikalarının çok daha belirleyici olduğunu düşünüyorum. Son yıllarda yaşanan yüksek enflasyon, buna karşılık döviz kurlarının aynı oranda artmaması nedeniyle otel işletmelerinin maliyetleri ciddi şekilde yükseldi. Personel giderleri, enerji maliyetleri ve tedarik maliyetleri hızla artarken, düşük kur ortamı nedeniyle bu maliyetleri karşılayacak gelir artışlarını yakalamak her zaman mümkün olamadı. Bu durum sektörün kârlılığı üzerinde baskı yaratırken, işletmelerin personel sayıları, ücret politikaları ve yan haklar konusunda daha temkinli hareket etmelerine neden oldu. Genç jenerasyonun farklı kariyer alternatiflerine yönelmesi de bu tabloyu daha da zorlaştırıyor. Sonuç olarak sektörün sürdürülebilir şekilde büyüebilmesi için çalışanların gelir seviyelerinin ve mesleğin cazibesinin artırılması büyük önem taşıyor. İstihdam açığını kapatmak için farklı yöntemleri bir arada kullanıyoruz. Kısmen yurt dışından personel temini değerlendirilen çözümler arasında yer alıyor. Ancak uzun vadede en etkili yöntemin mevcut insan kaynağını

geliştirmek olduğuna inanıyoruz. Bu nedenle otel içerisinde kapsamlı eğitim programları uyguluyor, çalışanlarımızı farklı görevler için yetiştiriyor ve kariyer gelişimlerini destekliyoruz. Bunun yanı sıra üniversiteler ve turizm okullarıyla iş birlikleri gerçekleştirerek staj programları düzenliyor, öğrencilerin daha eğitim aşamasında sektöre kazandırılmasını hedefliyoruz. Öncelikle turizm sektörünün yeni jenerasyonlar için daha cazip bir kariyer alanı haline getirilmesi gerekiyor. Bunun en önemli unsuru ise çalışanların gelir seviyelerinin artırılmasıdır. Bu doğrultuda devlet tarafından SGK işçi ve işveren primlerinde teşvikler sağlanması, gelir vergisi yükünün azaltılması veya belirli seviyelerde kaldırılması sektör çalışanlarının net gelirlerini önemli ölçüde artıracaktır. Bunun yanında uluslararası örneklerde olduğu gibi servis ücreti uygulamasının yaygınlaştırılması ve yasal zemininin güçlendirilmesi çalışanların gelirlerine doğrudan katkı sağlayacaktır. Ayrıca turizm okulları ile sektör arasındaki iş birliklerinin artırılması, mesleki eğitim programlarının güçlendirilmesi ve gençlerin sektöre yönlendirilmesi de uzun vadeli çözümler arasında yer almalıdır. Turizm, Türkiye ekonomisinin stratejik sektörlerinden biridir ve insan kaynağına yapılacak yatırımlar ülkenin turizm gelirlerine doğrudan katkı sağlayacaktır.



Doç. Dr. Demet Genceli / Yeditepe Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü

Yeditepe Üniversitesi, 1996 yılında kurulmuş, Türkiye'nin ilk vakıf üniversitelerinden biridir. Üniversitemizin temel misyonu; bilimin evrenselliğine dayanan ilerici ve yenilikçi bir eğitim ile insanlığın dünyanın ihtiyaçlarını gözetken, araştırmalarını üretime dönüştürerek topluma kazandırabilen, bireysel değerlerin inşasında ulusal bilinci temel alan çok kültürlülüğe yer veren bir dünya üniversitesi olmaktır. Turizm alanında ise İşletme Fakültesi bünyesinde faaliyet gösteren Turizm İşletmeciliği Bölümü ile Sanat ve Tasarım Fakültesi bünyesindeki Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü önemli bir akademik altyapı oluşturmaktadır. Her iki bölüm de teorik bilgiyi uygulama ile birleştiren, sektör ihtiyaçlarını yakından takip eden ve öğrencileri uluslararası kariyerlere hazırlayan programlar sunmaktadır. Akademik kadromuzun önemli bir kısmı sektör deneyimine sahip olup, öğrencilerimiz güncel sektör uygulamalarını ders içeriklerine entegre edilmiş şekilde öğrenmektedir. Turizm eğitiminin en önemli unsurlarından biri uygulamalı öğrenmedir. Bu nedenle öğrencilerimizin zorunlu stajlarını nitelikli işletmelerde gerçekleştirmelerine büyük önem veriyoruz. Ulusal ve uluslararası otel zincirleri, seyahat işletmeleri, havayolu firmaları, havaalanları ve yiyecek-içecek işletmeleriyle çeşitli iş birlikleri yürütüyoruz. Bunun yanında sektör profesyonellerini derslerimize davet ediyor, teknik geziler düzenliyor ve öğrencilerimizin işletmelerle ve sektör çalışanlarıyla erken dönemde tanışmalarını sağlamaya çalışıyoruz. Sektör temsilcilerinden beklentimiz ise stajyerleri yalnızca geçici iş gücü olarak görmek yerine geleceğin turizm profesyonelleri olarak değerlendirmeleridir. Öğrencilere mentorluk yapılması, farklı departmanları deneyimleme fırsatı sunulması, adil çalışma koşullarının sağlanması ve kariyer gelişimlerinin desteklenmesi sektör-üniversite iş birliğinin başarısını artıracaktır. Yeditepe Üniversitesi Turizm İşletmeciliği öğrencileri %100 İngilizce eğitim alarak sektörü ileriye taşıyacak düzeyde kalifiye yönetici adayları olarak mezun olmaktadır. Öğrencilerimizin kariyer gelişimleri oldukça hızlıdır. Biz de mezunlarımızı takip ediyoruz.

Üniversiteler ve sektör arasındaki bağların güçlendirilmesi, gençlerin mezuniyet öncesinde sektörle bütünleşmesi ve turizm mesleklerinin toplumsal algısının iyileştirilmesi de uzun vadeli çözümün temel unsurları arasında yer almaktadır

Turizm sektöründeki insan kaynağı sorununu yalnızca üniversitelerin çözmesi mümkün değildir. Üniversiteler, meslek yüksekokulları, sektör temsilcileri ve kamu kurumları arasında sürekli ve kurumsallaşmış bir iş birliği modeli oluşturulmalıdır. Müfredatlar sektör ihtiyaçlarına göre düzenli olarak güncellenmeli, işletmeler eğitim süreçlerine daha aktif katılmalı ve öğrencilerin mezun olmadan önce uzun süreli uygulama deneyimi edinmeleri sağlanmalıdır

Üniversitemizde kariyer günleri, sektör seminerleri, mezun buluşmaları, konferanslar ve çeşitli profesyonel etkinlikler düzenlenmektedir. Bu organizasyonlar sayesinde öğrencilerimiz sektör yöneticileriyle doğrudan iletişim kurabilmekte ve kariyer fırsatları hakkında bilgi sahibi olabilmektedir. Ayrıca çeşitli öğrenci kulüpleri ve bölüm etkinlikleri de öğrencilerin sektörle bağlarını güçlendirmektedir. Yeni jenerasyonun turizme bakışı geçmiş dönemlerden farklılık göstermektedir. Gençler artık sadece geleneksel otelcilik kariyerlerine değil; deneyim tasarımı, gastronomi, sürdürülebilir turizm, dijital pazarlama, etkinlik yönetimi ve sağlık turizmi gibi daha uzmanlaşmış alanlara da ilgi göstermektedir. Bunu, derslerde öğrencilere verdiğimiz proje ödevlerindeki yaratıcılıklarında da görüyoruz. Bölümümüzün zorunlu temel dersleri ile seçmeli dersleri öğrencilerin turizmin farklı alanlarında uzmanlaşmalarına olanak sağlamakta olup Turizm İşletmeciliği ile Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümleri arasında mevcut olan Çift Anadal Programı, başarılı ve istekli öğrencilerin her iki bölümün diplomasını alarak mezun olmalarına olanak sağlamaktadır. Bununla birlikte Z kuşağı için iş-yaşam dengesi, kariyer gelişimi ve çalışma koşulları büyük önem taşımaktadır. Dolayısıyla sektörün de gençlerin beklentilerini dikkate alması gerekmektedir. Turizm sektöründeki insan kaynağı sorununu yalnızca üniversitelerin çözmesi mümkün değildir. Üniversiteler, meslek yüksekokulları, sektör temsilcileri ve kamu kurumları arasında sürekli ve kurumsallaşmış bir iş birliği modeli oluşturulmalıdır. Müfredatlar sektör ihtiyaçlarına göre düzenli olarak güncellenmeli, işletmeler eğitim süreçlerine daha aktif katılmalı ve öğrencilerin mezun olmadan önce uzun süreli uygulama deneyimi edinmeleri sağlanmalıdır. Biz Yeditepe Turizm İşletmeciliği Bölümü'nde son sınıfın son dönemini tamamen staja ayırdık. Bu sebeple öğrencilerimiz mezun olmadan önce deneyim kazanmış oluyorlar ve kariyerlerinin yönü

konusunda bir bilinç düzeyine ulaşabiliyorlar. Devlet tarafından ise özellikle uygulamalı eğitim programlarını destekleyen teşvik mekanizmaların geliştirilmesi önemli bir destek olabilir. İşletmelerin stajyer ve yeni mezun istihdamını artıracak vergi avantajları, ücret destekleri ve mesleki eğitim programları da önemli katkılar sağlayacaktır. Ayrıca turizm mesleklerinin kariyer olanaklarını tanıtan farkındalık çalışmaları da gençlerin sektöre yönelimini artırabilir. Şunu ifade etmek istiyorum; turizm sektörünün gençler nezdindeki algısı çoğu zaman otelcilik ve sezonluk işlerle sınırlı kalmaktadır. Oysa turizm; havacılıktan gastronomiye, sağlık turizminden etkinlik yönetimine, destinasyon yönetiminden dijital turizme ve hatta turizm gazeteciliğine kadar geniş kariyer fırsatları sunan çok boyutlu bir sektördür. Bu nedenle devlet, üniversiteler ve sektör temsilcilerinin iş birliğiyle başarılı kariyer örneklerinin görünür kınması, lise düzeyinden itibaren meslek tanıtım faaliyetlerinin artırılması ve turizmdeki kariyer gelişim olanaklarının etkin şekilde anlatılması, nitelikli gençlerin sektöre yönelimini güçlendirecek önemli adımlar arasında yer almaktadır. Turizm sektöründeki istihdam sorununun temel nedenleri arasında mevsimsellik, yüksek çalışan devir oranı, uzun çalışma saatleri, ücret beklentileri ile çalışma koşulları arasındaki uyumsuzluk ve nitelikli çalışanların farklı sektörlere yönelmesi bulunmaktadır. Kalıcı çözüm için öncelikle turizmde insan kaynağının stratejik bir unsur olarak görülmesi gerekmektedir. Çalışan memnuniyetini artıran, kariyer planlaması sunan ve çalışanların meslekte kalmasını teşvik eden insan kaynakları politikaları geliştirilmelidir. Ayrıca dijitalleşme, sürdürülebilirlik ve yeni turizm türleri doğrultusunda çalışanların yetkinliklerinin sürekli güncellenmesi önem taşımaktadır. Üniversiteler ve sektör arasındaki bağların güçlendirilmesi, gençlerin mezuniyet öncesinde sektörle bütünleşmesi ve turizm mesleklerinin toplumsal algısının iyileştirilmesi de uzun vadeli çözümün temel unsurları arasında yer almaktadır. Günümüzde turist deneyimini şekillendiren en önemli unsurun insan faktörü olduğu düşünüldüğünde, sürdürülebilir rekabet avantajının yalnızca tesis yatırımlarıyla değil, nitelikli ve motive insan kaynağıyla mümkün olduğu unutulmamalıdır. Turizm, Türkiye'nin en önemli sektörlerinden biri olmaya devam edecektir; bu nedenle insan kaynağına yapılacak yatırım aynı zamanda sektörün geleceğine yapılacak yatırım anlamına gelmektedir.



Orhun Petekçi /
Elite World & Resort / CEO

Bu yıl turizm sektöründe 50. yılını kutlayan Türkiye'nin köklü otel zincirlerinden biriyiz. Yarım asırdır geleneksel misafirperverlik anlayışımızı uluslararası standartlarda hizmet kalitemizle dünyanın dört bir yanından gelen misafirlerimizle buluşturuyoruz. Şehir otellerinden resort otellere, uzun dönem konaklama çözümlerinden erişilebilir segmentlere kadar uzanan 10 farklı markamızla bugün Türkiye ve dünyada 19 şehirde 34 otelle hizmet veriyoruz. Yatırımcılarımızla birlikte büyümeyi sürdürüyoruz. 2030 yılına kadar 70 otele ulaşarak Türkiye'den çıkan global bir konaklama markası olmayı hedefliyoruz. Yeni dönemde "Bir Dünya Var" konseptimizle misafirlerimize yalnızca konaklama değil, farklı yaşam alanlarını bir araya getiren bütüncül bir deneyim sunmayı hedefliyoruz. 50 yıllık birikimimizi bugünün dinamik beklentileriyle buluşturarak farklı segmentlere hitap eden çok markalı yapımız ve geniş hizmet ağımla



Yakup Demir / The D Hotel Çeşme
/ Yönetim Kurulu Başkanı / Turizm
Profesyoneli

The D Hotel Çeşme, Ege'nin incisi Çeşme'de, misafirlerine rafine bir konaklama deneyimi sunmak üzere tasarlanmış ayrıcalıklı bir butik oteldir. Tesisimiz; 40 oda, 100 yatak kapasitesi, modern SPA merkezi ve açık havuzu ile hizmet vermektedir. Çeyrek asrı aşkın bir süredir bu sektörün içinde yer alan bir turizm profesyoneli olarak, istihdam krizi konusunda yıllardır mücadele ettiğimizi, tabiri caizse feryat ettiğimizi belirtmek isterim. Maalesef bu kronik probleme hem devlet kanadı hem de sektörel dernekler ve sivil toplum kuruluşları uzun süre sessiz kaldı. Cılız ve yüzeysel tepkilerle geçirtilen süreç, sektörü bugün geri dönülmesi zor bir uçurumun kenarına getirdi. Şu an turizm sektörü personel bulma konusunda tam anlamıyla bir can çekişme süreci yaşıyor. Öyle ki, birçok yatırımcı sadece bu kriz nedeniyle küçülme kararı alıyor, hatta sektörden tamamen çekiliyor. Bugün geldiğimiz noktada "kalifiye personel" arayışını bir kenara bıraktık; temel

Günümüzde yeni kuşakların iş hayatından beklentilerinin değişmesiyle birlikte istihdam sorunu daha yoğun hissediliyor; özellikle çalışma koşulları, kariyer gelişimi, iş-özel yaşam dengesi ve aidiyet duygusu genç çalışanlar için her zamankinden daha önemli hale geldi

konaklama anlayışını yeniden tanımlıyoruz. Kalifiye çalışan bulma konusu yalnızca tesisimizin değil, turizm sektörünün genelinde yaşanan önemli bir sorun. Özellikle pandemi sonrasında sektörde ciddi bir deneyim ve nitelikli iş gücü kaybı yaşandı. Biz de bu zorluğu hissediyoruz ancak çalışan bağlılığına odaklanarak, eğitim ve gelişim yatırımlarımızı artırarak, çalışan turnover kontrol altında tutmaya ve mevcut ekiplerimizi korumaya büyük önem veriyoruz. İstihdam konusu turizm sektörünün uzun yıllardır gündeminde olan temel sorunlarından. Ancak günümüzde yeni kuşakların iş hayatından beklentilerinin değişmesiyle birlikte bu etkileri daha yoğun hissediyoruz. Özellikle çalışma koşulları, kariyer gelişimi, iş-özel yaşam dengesi ve aidiyet duygusu genç çalışanlar için her zamankinden daha önemli hale geldi. Biz bu noktada sadece çalışan bulmaya değil, çalışanların sektörde kalmasını sağlamaya odaklanıyoruz. Merak uyandıran kariyer fırsatları sunmak, gelişim imkânları yaratmak ve ilham veren yeni nesil liderler yetiştirmek, sektörün yaşadığı bu zorluğun etkilerini azaltmada önemli rol oynuyor. İstihdam açığını kapatmak ve sürdürülebilir bir iş gücü

yapısı oluşturmak adına farklı alanlarda çalışmalar yürütüyoruz. Önceliğimiz her zaman yerli iş gücünü desteklemek ve sektöre kazandırmak olmakla birlikte, sektör genelinde yaşanan çalışan temini zorlukları nedeniyle yabancı çalışanları da ekibimize dahil ederek operasyonlarımızı destekliyoruz. Bunun yanında eğitim ve gelişim yatırımları bizim için stratejik bir öneme sahip. Akademi yapılanmamız kapsamında çalışanlarımızın mesleki ve yetkinlik gelişimlerini destekleyen programlar yürütüyor, mevcut yeteneklerimizi geleceğin yöneticileri olarak yetiştirmeyi hedefliyoruz. Ayrıca üniversitelerle gerçekleştirdiğimiz iş birlikleri ve yetenek yönetimi programları sayesinde gençlerin turizm sektörünü daha yakından tanımalarını sağlıyor, staj ve kariyer fırsatlarıyla sektöre nitelikli insan kaynağı kazandırmaya odaklanıyoruz. Turizm sektöründeki kalifiye işgücü açığının azaltılabilmesi için devletin işverenlere yönelik istihdam teşviklerini artırması büyük önem taşıyor. Özellikle SGK primleri, vergi destekleri ve bölgesel teşviklerle çalışan maliyetlerinin azaltılması, işletmelerin daha güçlü ve sürdürülebilir kadrolar oluşturmalarına katkı sağlayacaktır.

Uzun süre sessiz kalınan ve kapıdaki en büyük operasyonel tehdit olan istihdam krizinin, acilen bir devlet politikası haline getirilmesi ve TBMM çatısı altında tek bir kanunla değil, kapsamlı bir reform paketiyle ele alınması zorunludur

operasyonları yürütebilecek, tabiri caizse eli bardak, bıçak veya süpürge tutabilen personel bulmak bile imkânsız hale gelmiştir. Kriz, kapıdaki en büyük operasyonel tehdittir. Turizmde istihdam sorununun temel nedenleri arasında en kırılğan ve belirleyici olanı kesinlikle **yeni neslin çalışma kültürüne ve sektöre olan ilgisizliğidir**. Yeni jenerasyon maalesef iş odaklı ya da üretim odaklı bir yaşam modelini benimsemiyor. Dünyadaki pek çok hükümet bu sosyolojik dönüşüme ve iş gücü kaybına siyasi/politik kaygılarla duyarsız kaldı ve kriz derinleşti. Bu saatten sonra sihirli bir değnekle çözülecek bir durum yok. Mevcut tabloda günü kurtarmak adına "taşınma suyla değirmen döndürmeye" çalışıyor, yabancı personel istihdamıyla açığı kapatmaya gayret ediyoruz. Ancak bu noktada da bürokratik engeller ve çalışma izin süreçlerindeki katılık sektörü ciddi şekilde yoruyor. Eğer radikal adımlar atılmazsa, önümüzde çok karanlık bir tablo var. Konunun acilen bir **devlet politikası** haline getirilmesi ve TBMM çatısı altında tek bir kanunla değil, kapsamlı bir reform paketiyle ele alınması zorunludur. Kısa vadede operasyon dikişlerimizin patlamaması adına uyguladığımız tek somut ve geçici çözüm **yabancı personel istihdamı** sağlamaktır. Ancak bu sürdürülebilir bir model değildir. Kalıcı, millî ve köklü çözümler için acilen şu adımların atılması

gerektiğine inanıyor ve bu doğrultuda kulis yapıyoruz: **Mesleki Dönüşüm:** Ülke genelindeki plansız üniversite sayısı azaltılmalı, buna karşın nitelikli meslek liseleri ve meslek yüksekokulları çoğaltılmalıdır. **Pratik Odaklı Eğitim:** Turizm ve teknik eğitim programlarında teori azaltılmalı; eğitimin en az yarı yarıya uygulamalı (sahada) olması zorunlu hale getirilmelidir. **Mali Teşvikler:** Sektörde emek veren personeli tutabilmek adına, çalışandan alınan gelir vergisi yükü tamamen kaldırılmalıdır. **Üretim Sorumluluğu:** Keyfi olarak istihdam dışı kalmayı seçen ve üretime katkı sunmayan bireyler için de sosyal güvence ve sistem odağında belirli bedeller/yaptırımlar mekanizması geliştirilmelidir. Devletimizin atması gereken en acil adım, eğitim politikalarını tamamen **"uygulamalı ve saha odaklı"** bir yapıya kavuşturmak. Ülkenin her köşesine işlevsiz üniversiteler açma politikasından derhal vazgeçilmelidir. Atılacak en radikal ve yapıcı adım, mevcut bazı üniversite ve fakülteleri hızla **bölgesel ihtiyaçlara uygun meslek okullarına ve turizm akademilerine dönüştürmektir**. Gençleri diplomaya değil, mesleğe ve üretime yönlendirecek teşvik mekanizmaları kurulmalıdır. Sürece, stratejik bir sektör olan turizmin geleceğini kurtarmamız mümkün olmayacaktır.

PROJE AYDINLATMA



- 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





Prof. Dr. Cafer Topaloğlu / Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Turizm Fakültesi

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, 1992 yılında kurulmuştur. Turizm Fakültemizde Turizm İşletmeciliği (öğretim dili %100 İngilizce ve Türkçe olan iki ayrı program), Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Turizm Rehberliği ile Yiyecek ve İçecek İşletmeciliği bölümlerinde lisans düzeyinde eğitim verilmektedir. Ayrıca fakültemizde geçen yıl ilk defa öğrenci olarak doğrudan İngilizce hazırlık sınıfı okuyan ve Türkiye'de sadece pilot olarak seçilen yedi üniversitenin Turizm Fakültesi bünyesinde kurulan Turizm ve Gastronomi Yönetimi Programları Bölümü mevcuttur. Bunun yanında lisansüstü düzeyde yüksek lisans ve doktora programları aracılığıyla turizm alanında bilimsel araştırmalar desteklenmektedir. Üniversitemiz, turizm eğitimi bütüncül bir yaklaşımla ele almaktadır. Bu kapsamda turizm alanındaki eğitim faaliyetleri yalnızca Turizm Fakültesi ile sınırlı olmayıp, farklı yerleşkelerde bulunan fakülte ve meslek yüksekokullarımız aracılığıyla da sürdürülmektedir. Muğla'nın sahip olduğu doğal, kültürel ve tarihi değerlerin sürdürülebilir bir anlayışla yönetilmesine katkı sunmayı hedefleyen üniversitemiz, turizm sektörünün ihtiyaç duyduğu nitelikli insan kaynağını yetiştirmenin yanı sıra bölgesel ve ulusal turizm politikalarına bilimsel katkı sağlayan önemli bir paydaş olarak faaliyetlerini sürdürmektedir. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi ve özellikle Turizm Fakültesi olarak öğrencilerimizin teorik bilgilerini uygulama ile bütünleştirmelerini son derece önemsiyoruz. Bu doğrultuda, başta Muğla olmak üzere Türkiye'nin farklı destinasyonlarında faaliyet gösteren konaklama işletmeleri, seyahat acentaları, yiyecek-içecek işletmeleri ve diğer turizm kuruluşlarıyla uzun yıllara dayanan iş birliklerimiz bulunmaktadır. Bunun en güzel örneğini Okul-Sektör Buluşması organizasyonu oluşturmaktadır. Diğer taraftan, Staj konusunda fakültemiz öğretim müfredatında çok ciddi bir değişikliğe giderek 7+1 sistemine geçmiştir. Bu sistemde öğrenciler stajlarını sadece yaz aylarına bırakmayacak bunun yanında sekiz yarıyılın bir yarıyılı tamamen turizm işlerinde işbaşı eğitimi olarak yani bir bakıma staj yaparak geçirecektir. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi olarak öğrencilerimizi turizm sektörüyle buluşturmayı eğitim anlayışımızın önemli bir parçası olarak görüyoruz. Bu doğrultuda hem Turizm Fakültemiz hem de turizm eğitimi veren meslek yüksekokullarımız tarafından yıl boyunca çeşitli etkinlikler düzenlenmektedir. Kariyer günleri, sektör buluşmaları, konferanslar, seminerler, panel ve söyleşiler aracılığıyla otel yöneticileri, seyahat acentası temsilcileri, gastronomi profesyonelleri, turist rehberleri ve turizm alanında faaliyet gösteren diğer

Akademik açıdan değerlendirildiğinde turizm sektöründe yaşanan istihdam sorunu, aslında tek başına bir iş gücü açığı problemi değildir; eğitimden çalışma hayatına, kariyer planlamasından sosyal politikalara kadar uzanan yapısal bir insan kaynağı meselesidir

sektör temsilcilerini öğrencilerimizle bir araya getiriyoruz. Başta Muğla olmak üzere Türkiye'nin farklı destinasyonlarında faaliyet gösteren konaklama işletmeleri, seyahat acentaları, yiyecek-içecek işletmeleri ve diğer turizm kuruluşlarıyla uzun yıllara dayanan iş birliklerimiz bulunmaktadır. Bunun en güzel örneği Prof. Dr. Cafer Topaloğlu'nun öncülüğünde Türkiye'de ilk defa Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Turizm Fakültesi'nin başlattığı ve Türkiye'deki tüm diğer turizm eğitimi veren okullara örnek olan Okul-Sektör Buluşması organizasyonudur. 2026 yılında 20.si düzenlenen bu organizasyon, bölgemizin ileri gelen turizm işletmelerinin yöneticilerini bu etkinlikte üniversitemize getirerek başta üniversitemiz bünyesinde turizm eğitimi alan öğrencilerimiz olmak üzere farklı alanlarda öğrenim gören diğer fakülte ve meslek yüksekokulu öğrencilerinin de staj yeri veya iş bulmalarında oldukça önemli kolaylıklar sağlamaktadır. Bu etkinlikler sayesinde öğrencilerimiz sektördeki güncel gelişmeleri, insan kaynağı beklentilerini ve kariyer fırsatlarını doğrudan sektör profesyonellerinden öğrenme imkânı bulmaktadır. Yeni jenerasyonun turizm sektörüne bakışının önceki kuşaklardan farklılaştığını görüyoruz. Günümüz gençleri yalnızca bir iş sahibi olmayı değil, aynı zamanda anlamlı bir kariyer, yaşam kalitesi, kişisel gelişim imkânları ve uluslararası deneyimler elde etmeyi hedeflemektedir. Bu nedenle turizm sektörünü değerlendirirken ücret, çalışma koşulları, kariyer gelişimi, esnek çalışma imkanları ve iş-yaşam dengesi gibi unsurlara daha fazla önem vermektedirler. Turizm eğitimi açısından baktığımızda ise gençlerin özellikle gastronomi, deneyim tasarımı, etkinlik yönetimi, dijital pazarlama, sürdürülebilir turizm ve girişimcilik gibi alanlara ilgi gösterdiğini gözlemliyoruz. Teknoloji kullanımına yatkın olan bu kuşak, turizmi yalnızca konaklama işletmeleriyle sınırlı bir sektör olarak değil; yaratıcılık, inovasyon ve uluslararası kariyer fırsatları sunan geniş bir ekosistem olarak değerlendirmektedir. Genel olarak değerlendirdiğimizde, yeni jenerasyonun turizme ilgisinin azaldığını değil, sektörden beklentilerinin değiştiğini söylemek daha doğru olacaktır. Bu beklentilere uyum sağlayabilen işletmeler ve eğitim kurumları, geleceğin nitelikli turizm profesyonellerini yetiştirme ve sektöre kazandırma konusunda önemli avantaj elde edecektir.

Kalifiye eleman krizinin çözümü, daha fazla mezun vermekten ziyade daha güçlü bir eğitim-sektör entegrasyonu kurabilmekten geçmektedir. Üniversiteler, meslek yüksekokulları, sektör temsilcileri ve kamu kurumları aynı hedef doğrultusunda hareket edebildiği ölçüde turizmin ihtiyaç duyduğu nitelikli insan kaynağı sürdürülebilir şekilde yetiştirilebilecektir

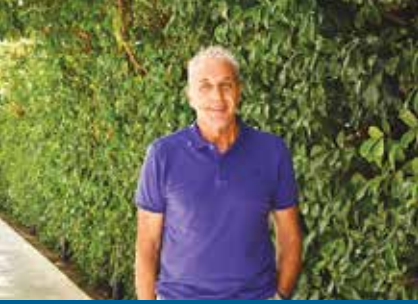
Kalifiye eleman sorunu yalnızca eğitim kurumlarının değil, sektörün ve kamu

otoritelerinin de ortak sorumluluğunda olan çok boyutlu bir konudur. Bu nedenle çözümün de üniversite, meslek yüksekokulu, sektör ve kamu iş birliği temelinde kurgulanması gerektiğine inanıyorum. Öncelikle eğitim kurumları ile sektör arasındaki ilişkinin yalnızca staj dönemleriyle sınırlı kalmaması gerekir. Müfredatların hazırlanmasından uygulamalı eğitim süreçlerine, araştırma projelerinden kariyer planlamasına kadar sektör temsilcilerinin eğitim süreçlerine daha aktif katılım sağlaması önemlidir. Üniversiteler ve meslek yüksekokulları sektörün ihtiyaç duyduğu bilgi, beceri ve yetkinlikleri yakından takip etmeli; sektör de öğrencileri yalnızca geçici iş gücü olarak değil, geleceğin profesyonelleri olarak değerlendirmelidir. Özellikle işletme sahipleri ve yöneticilerinin, turizmde hizmet kalitesinin personel kalitesinden geçtiğini asla unutmamaları ve çalışanlara verdikleri hakları ve olanakları buna göre belirlemeleri bir başka ifade ile kalifiye elemanlarını ellerinde tutmak için imkanlarını zorlamaları gerekir. Diğer taraftan özellikle turizm eğitiminin uygulama boyutunun öğretim elemanları açısından güçlendirilmesi gerekmektedir. Turizm gibi uygulamalı bir alanda eğitim veren öğretim elemanlarının mutlaka sektör tecrübesinin olması gerekir. Örneğin hiç önbüroda yöneticilik yapmamış veya en azından çalışmamış bir öğretim elemanı bu derste ne kadar öğretici olabilir? Aynı durum mutfak, servis, kat hizmetleri gibi dersler içinde geçerli. Bu yüzden öğretim elemanlarının daha akademiye alınırken mutlaka sektör deneyimi olup olmadığına bakılmalı hatta daha sonra kendini geliştirmek isteyen (çünkü sektör çok dinamik ve sürekli değişim içerisinde) örneğin yaz aylarında otelde pratik yapmak isteyen öğretim elemanlarının da önü açılmalıdır. Sonuç olarak kalifiye eleman krizinin çözümü, daha fazla mezun vermekten ziyade daha güçlü bir eğitim-sektör entegrasyonu kurabilmekten geçmektedir. Üniversiteler, meslek yüksekokulları, sektör temsilcileri ve kamu kurumları aynı hedef doğrultusunda hareket edebildiği ölçüde turizmin ihtiyaç duyduğu nitelikli insan kaynağı sürdürülebilir şekilde yetiştirilebilecektir. Akademik açıdan değerlendirildiğinde turizm sektöründe yaşanan istihdam sorunu, aslında tek başına bir iş gücü açığı problemi değildir. Bu durum, eğitimden çalışma hayatına, kariyer planlamasından sosyal politikalara kadar uzanan yapısal bir insan kaynağı meselesidir. İkinci önemli neden, turizm eğitimi ile istihdam piyasası arasındaki uyumun her zaman istenen düzeyde olmamasıdır. Eğitim kurumları sektörün değişen ihtiyaçlarına uyum sağlamak için sürekli güncellenirken, sektörün de eğitim süreçlerine daha fazla katkı vermesi gerekmektedir. Bir diğer konu ise turizmin toplumdaki algısıdır. Turizm çoğu zaman geçici veya sezonluk bir çalışma alanı olarak görülmekte, uzun vadeli kariyer fırsatları yeterince görünür olamamaktadır.



Bahar Ergel / Mövenpick Hotel Golden Horn / Pazarlama Müdürü

Mövenpick Hotel İstanbul Golden Horn, Accor çatısı altında faaliyet gösteren, uluslararası hizmet standartlarını yerel misafirperverlikle buluşturan bir şehir oteli. İstanbul'un tarihi ve kültürel dokusuna yakın konumuyla hem iş hem de turizm amaçlı seyahat eden misafirleri ağırlıyoruz. Hizmet anlayışımızın merkezinde misafir memnuniyeti kadar çalışan deneyimi de yer alıyor. Yönetim ekibimiz ve tüm departmanlarımızla birlikte sürdürülebilir kaliteyi ancak güçlü bir ekip kültürüyle sağlayabileceğimize inanıyoruz. Kalifiye insan kaynağı, bugün turizm sektörünün en önemli gündemlerinden biri. Biz de özellikle misafir deneyimine doğrudan etki eden operasyonel pozisyonlarda deneyimli ekip arkadaşlarına ulaşmanın her geçen yıl daha fazla çaba gerektirdiğini gözlemliyoruz. Sektörde rekabet arttıkça, nitelikli çalışanların beklentileri de aynı ölçüde değişiyor. Bu nedenle bizim odağımız, uygun adayları işe almanın ötesinde güçlü bir çalışma ortamı oluşturmak. İnsan Kaynakları ekibimiz



Alp Atilla / DoubleTree by Hilton Antalya Kemer – All Inclusive Resort / Genel Müdür

DoubleTree by Hilton Antalya Kemer olarak, Hilton'un global hizmet anlayışını Akdeniz misafirperverliğiyle bir araya getiriyoruz. Kemer'in merkezinde konumlanan tesisimiz, yerli ve yabancı misafirlere yüksek standartlarda konaklama ve tatil deneyimi sunarken, bölge ekonomisine ve istihdamına da önemli katkılar sağlıyor. Misafir memnuniyetini önceliklendirirken, çalışanlarımızın gelişimini ve mutluluğunu da başarımızın temel unsurlarından biri olarak görüyoruz. Kalifiye iş gücü eksikliği bugün yalnızca Antalya'nın değil, Türkiye turizminin genelinde hissedilen bir konu. Özellikle yabancı dil bilen, misafir ilişkileri konusunda deneyimli ve uluslararası hizmet standartlarına hakim personel bulmak her geçen yıl daha zor hale geliyor. DoubleTree by Hilton Antalya Kemer olarak güçlü marka algımız, kurumsal yapımız ve çalışanlarımıza sunduğumuz gelişim imkanları sayesinde bu sorunu büyük ölçüde yönetebiliyoruz.

Genç kuşağın iş hayatından beklentileri, geçmiş yıllara göre farklılaştı; kariyer gelişimi sunan, öğrenmeyi destekleyen ve çalışanına değer veren kurumlar daha fazla tercih ediliyor

ve yöneticilerimiz, çalışanlarımızın gelişimini destekleyen, kendilerini değerli hissedecekleri ve uzun vadeli kariyer planlayabilecekleri bir kurum kültürü oluşturmaya önem veriyor. İstihdam konusunu tek bir başlık altında değerlendirmek doğru olmaz. Özellikle büyük şehirlerde artan yaşam maliyetleri, barınma imkanları ve ulaşım giderleri çalışanların sektör tercihlerini doğrudan etkiliyor. Bunun yanında vardiyalı çalışma düzeni ve turizmin yoğun operasyon temposu da kariyer planlamasında önemli bir rol oynuyor. Öte yandan genç kuşağın iş hayatından beklentileri de geçmiş yıllara göre farklılaştı. Kariyer gelişimi sunan, öğrenmeyi destekleyen ve çalışanına değer veren kurumlar daha fazla tercih ediliyor. Bu değişimi dikkate alarak İnsan Kaynakları ekibimiz çalışan gelişimini destekleyen uygulamalara öncelik veriyor. Özellikle çapraz eğitim programlarıyla ekip arkadaşlarımızın farklı departmanların işleyişini tanımasını ve yetkinliklerini geliştirmelerini teşvik ediyoruz. Genç çalışanlarımızın bulundukları pozisyonun ötesinde otel operasyonuna bütüncül bakabilmeleri için iç eğitim programları düzenli olarak devam ediyor. Turizm, gelişim fırsatı sunan ve güçlü kariyer yolları oluşturabilen bir sektör. Bu potansiyeli genç profesyonellere daha görünür kılmamız, istihdam sorununa uzun vadeli katkı sağlayacağına inanıyoruz. Biz öncelikle mevcut ekibimizi geliştirmeye ve kurum içinde kariyer fırsatları oluşturmaya odaklanıyoruz. İnsan Kaynakları ekibimiz tarafından organize edilen

orantasyon süreçleri, departman bazlı eğitimler ve düzenli gelişim programları çalışanlarımızın hem mesleki hem de kişisel gelişimini destekliyor. Bunun yanında üniversiteler ve turizm okullarıyla yürüttüğümüz staj programlarını da geleceğin profesyonellerine ulaşmak açısından değerli buluyoruz. Öğrencilerin sektöre uygulamalı şekilde de deneyimlemeleri uzun vadede istihdama önemli katkı sağlıyor. Çalışan bağlılığını artırmak adına ise ekip içi iletişimi güçlendiren sosyal etkinlikler, takdir ve ödüllendirme uygulamaları ile açık iletişim kültürünü destekleyen yönetim anlayışını da önemsiyoruz. Çünkü kalifiye çalışanı kazanmak kadar onu kurumda mutlu şekilde tutabilmek de sürdürülebilir başarının temelini oluşturuyor. Uluslararası zincir bir otel olarak rakiplerimize oranla daha fazla yurt dışı imkanlarını ve kariyer gelişimleri için birçok projeyi bünyemizde barındırıyoruz. Bu anlamda Accor çatısı altında olmak bize her zaman güç oluyor. Turizm, Türkiye'nin ekonomik ve kültürel değer üreten en önemli sektörlerinden biri. Dolayısıyla insan kaynağı konusu da uzun vadeli bir strateji olarak ele alınmalı. Turizmin yalnızca sezonluk bir çalışma alanı olmadığı, uzun vadeli kariyer fırsatları sunduğu algısının güçlendirilmesi de önemli bir konu. Kamu, eğitim kurumları ve özel sektörün ortak hareket ettiği, çalışan gelişimini merkeze alan sürdürülebilir politikaların hayata geçirilmesi halinde Türkiye'nin sahip olduğu turizm potansiyelini çok daha güçlü bir insan kaynağıyla destekleyebileceğine inanıyoruz.

Turizmde başarının sürdürülebilirliği doğrudan insan kaynağının niteliğine bağlı; bu bağlamda turizm sektörü olarak neslin değişen beklentilerine uyum sağlamak ve gençlere uzun vadeli kariyer perspektifi sunmak durumundayız

Ancak özellikle sezon başlarında ve yoğun dönemlerde sektör genelinde yaşanan nitelikli personel ihtiyacını biz de hissediyoruz. İstihdam sorununun birçok farklı nedeni bulunuyor. Özellikle turizm bölgelerinde yükselen kira ve yaşam maliyetleri, çalışanların sektörde uzun vadeli kalmasını zorlaştırabiliyor. Bu nedenle lojman imkanları artık çalışanlar için önemli bir tercih sebebi haline geldi. Bunun yanında turizmin sezonluk yapısı da çalışanların kariyer planlamalarını etkiliyor. Genç neslin beklentileri de geçmişe göre farklılaştı. Artık yalnızca ücret değil; kariyer fırsatları, eğitim olanakları, kurumsal kültür ve iş-yaşam dengesi gibi unsurlar da tercihleri belirliyor. Turizm sektörü olarak bu değişime uyum sağlamak ve gençlere uzun vadeli kariyer perspektifi sunmak durumundayız. Biz çalışanlarımızı en değerli yatırımımız olarak görüyoruz. Bu doğrultuda Hilton'un uluslararası eğitim platformları aracılığıyla ekiplerimizin mesleki ve kişisel gelişimlerini destekliyoruz. Departman bazlı eğitimler, liderlik programları ve kariyer gelişim fırsatlarıyla çalışanlarımızın sektörde uzun yıllar kalmalarını teşvik ediyoruz. Ayrıca turizm liseleri ve üniversitelerle iş birlikleri gerçekleştirerek genç yetenekleri daha eğitim aşamasında sektöre kazandırmaya çalışıyoruz. Staj programlarımız

birçok genç için kalıcı istihdama dönüşebiliyor. Bunun yanında çalışan bağlılığını artırmak amacıyla lojman imkanlarımızı geliştiriyor, sosyal yaşam alanları ve çalışan memnuniyetine yönelik uygulamalara yatırım yapıyoruz. Turizm, Türkiye'nin en önemli döviz kazandırıcı sektörlerinden biri ve bu başarının sürdürülebilirliği doğrudan insan kaynağının niteliğine bağlı. Bu nedenle öncelikle turizm çalışanlarının barınma sorununa yönelik çözümler üretilmesi gerektiğini düşünüyorum. Özellikle turizm bölgelerinde lojman yatırımlarını teşvik edecek destekler sektör açısından büyük önem taşıyor. Ayrıca mesleki eğitimin sektör ihtiyaçlarına göre güncellenmesi, turizm liseleri ve üniversitelerle uygulamalı eğitimin artırılması gerekiyor. Gençlerin turizmi geçici bir iş değil, uzun vadeli bir kariyer olarak görmelerini sağlayacak çalışmalar yapılmalı. Yıl boyu istihdamı destekleyen teşvikler ve çalışanların sosyal haklarını güçlendirecek düzenlemeler de sektörün ihtiyaç duyduğu kalifiye iş gücünün korunmasına önemli katkı sağlayacaktır. Türkiye turizminin geleceği için kamu, özel sektör ve eğitim kurumlarının ortak hareket etmesi gerektiğine inanıyorum. İnsan kaynağına yapılacak her yatırım, ülkemizin turizmdeki rekabet gücüne yapılmış bir yatırımdır.



Ali Ulvi Gümüştan / İkbâl Thermal Hotel & Spa / Genel Müdür

Afyonkarahisar'ın doğasıyla uyumlu mimarisi, etkileyici konsepti ve lüks hizmet anlayışıyla İkbâl Thermal Hotel & Spa, "Oda Kahvaltısı" ve "Yarım Pansiyon" konseptleriyle misafirlerine ayrıcalıklı bir konaklama deneyimi sunmaktadır. Geniş ve yeşil bahçesiyle huzurlu bir atmosfer sağlayan tesis, şehir merkezine 10 km, Zafer Havalimanı'na 49 km mesafededir. Uluslararası alanda da başarısını kanıtlayan İkbâl Thermal Hotel & Spa, Condé Nast Traveler Okuyucu Ödülleri'nde birçok yıl dünya sıralamasına girmiş; 2025 yılında "En İyi Spa Destinasyonları" kategorisinde dünya 4.'sü seçilmiştir. Konforun zarafetle buluştuğu odalar; Deluxe, Engelli Odası, çeşitli suite ve aile odası seçenekleriyle her misafire özel, ferah ve unutulmaz bir konaklama sunmaktadır. UNESCO Gastronomi Kenti Afyonkarahisar'ın zengin mutfağını modern sunumlarla buluşturan tesis, yöresel lezzetleri özenli bir hizmet anlayışıyla misafirlerine sunmaktadır. Otel ile aynı alanda yer alan Afium Eğlence ve Outlet Merkezi; alışverişten sinemaya, bowlingden çocuk alanlarına kadar her yaşta misafire hitap eden sosyal bir yaşam alanı sunmaktadır. Minera Spa & Wellness alanında ise termal havuzlar, Türk hamamı, sauna, masaj odaları, fitness, pilates ve çeşitli bakım hizmetleriyle misafirlere dinlenme ve yenilenme imkânı sağlanmaktadır. Bayanlara özel alanlar ve aile kullanımına uygun seçenekler de mevcuttur. İkbâl Thermal Hotel & Spa, misafirlerine hem konfor hem de bütünsel bir yaşam deneyimi sunmaktadır. Turizm sektöründe istihdam sorunu, uzun yıllardır yapısal bir problem olarak varlığını sürdürmekte; bu sorunların başında kalifiye eleman eksikliği gelmektedir. Özellikle Akdeniz ve Ege bölgelerindeki kıyı otellerinin yılın yalnızca 6-7 ayı faaliyet göstermesi, çalışanlar açısından ciddi bir iş güvencesi sorunu yaratmakta ve turizmin sürdürülebilir bir meslek olarak algılanmasını zorlaştırmaktadır. Buna ek olarak; yüksek ücretler ve sınırlı kariyer olanakları, sektörde çalışanların kalıcılığını olumsuz etkilemekte ve birçok kişinin farklı sektörlere yönelmesine neden olmaktadır. Şehir otelleri yıl boyu açık olmaları nedeniyle daha dengeli bir yapı sunsa da kıyı otellerindeki personel açığı genel sirkülasyonu artırarak sektörü bütüncül

İnsan odaklı bir sektör olan turizmde çalışan memnuniyeti göz ardı edilmemelidir; çünkü mutlu çalışanlar, kaliteli hizmetin ve misafir memnuniyetinin temelini oluşturur

şekilde etkilemektedir. Öte yandan, İkbâl Thermal Hotel & Spa gibi yıl boyunca hizmet veren kurumsal tesislerde çalışan bağlılığının daha yüksek, personel sirkülasyonunun ise daha düşük olduğu görülmektedir. Bu da kalifiye eleman eksikliğinin daha sınırlı hissedilmesini sağlamaktadır. Sonuç olarak, insan odaklı bir sektör olan turizmde çalışan memnuniyeti göz ardı edilmemelidir. Çünkü mutlu çalışanlar, kaliteli hizmetin ve misafir memnuniyetinin temelini oluşturur.

Turizmin stratejik önemi dikkate alındığında, kalifiye eleman krizinin çözümü için bazı adımların doğrudan devlet politikası olarak ele alınması gerekmektedir. Bu noktada öncelikle, Turizm Bakanlığı'nın çalışan haklarını koruyucu daha güçlü yaptırımlar uygulaması ve ilgili kurumların sektör genelinde etkin denetim mekanizmaları oluşturmaya büyük önem taşımaktadır. Sektörde çalışan işgücünün beşeri sermayesinin artırılması hem verimliliği hem de işletmelerin kârlılığını doğrudan etkilemektedir

Kalifiye eleman sorunu, turizm sektörünün en temel ve çok boyutlu problemlerinden biridir. Bu sorunun arkasında; düşük ücret politikaları, yetersiz sosyal güvence, uzun ve düzensiz çalışma saatleri, yönetsel aksaklıklar ve izin süreçlerindeki belirsizlikler gibi birbirini besleyen yapısal nedenler bulunmaktadır. İşgücü maliyetlerini düşük tutma eğilimi, nitelikli çalışanların sektörden uzaklaşmasına yol açarken, bu durum motivasyon ve hizmet kalitesini de olumsuz etkilemektedir. Yoğun çalışma saatleri ile düşük ücretler arasındaki dengesizlik, turizm sektörünü gençler için cazip olmaktan uzaklaştırmaktadır. Öte yandan, otellerin yıldız sayısı arttıkça çalışanlara sunulan hakların ve çalışma koşullarının iyileştiği; daha kurumsal yapılarda ücret, sosyal haklar ve eğitim olanaklarının daha sistematik hale geldiği görülmektedir. Hizmet içi eğitim olanakları da benzer şekilde işletmenin kurumsallaşma düzeyi ile paralellik göstermekte; çalışan gelişimine yapılan yatırımlar hem çalışan memnuniyetine hem de misafir deneyimine olumlu yansımaktadır. Turizm sektörünün emek yoğun yapısı gereği, çalışanların beşeri sermayesini geliştirmeye yönelik yatırımlar büyük önem taşımaktadır. Bu yaklaşım hem verimliliği hem de sürdürülebilir hizmet kalitesini desteklemektedir. İkbâl Thermal Hotel & Spa olarak, insan odaklı hizmet anlayışıyla hareket ediyor; çalışanlarımızı büyük bir ailenin parçası olarak görüyor ve "Biz İkbâl'iz" anlayışıyla hizmet vermeye devam ediyoruz. Turizm sektöründe istihdam

açığını kapatmak, yalnızca personel teminiyle değil, sürdürülebilir insan kaynağı yönetimiyle mümkündür. Bugün hâlâ sektörde, özellikle lisans eğitimi almış nitelikli insan kaynağı eksikliği dikkat çekmektedir. Bu noktada öncelik; gençleri sektöre kazandırmak, mesleği sevdirmek ve uzun vadede tutunmalarını sağlamaktır. Bunun yolu ise insanca çalışma koşulları, adil ücret, sürekli eğitim ve net kariyer planlamasından geçmektedir. Mentorluk ve gelişim odaklı yaklaşımlar, çalışan bağlılığını artıran önemli unsurlardır. Kıyı otelleri açısından sezonun uzatılması kritik bir başlıktır. Alternatif turizm türlerinin geliştirilmesi ve etkin pazarlama faaliyetleri, çalışanlara daha uzun süreli istihdam imkânı sunarak personel kaybını azaltmaktadır. Sektörde rekabetin fiyat yerine hizmet kalitesi üzerinden yapılması gerekmektedir. Aksi halde düşen fiyatlar, daha az personelle daha fazla iş yükü anlamına gelmekte ve bu durum çalışan memnuniyetini olumsuz etkilemektedir. Eğitim alanında ise turizm fakülteleriyle iş birlikleri kurarak öğrencilerle doğrudan temas sağlıyor, stajyerleri yalnızca geçici iş gücü olarak değil, geleceğin profesyonelleri olarak yetiştirmeye odaklanıyoruz. İşe alım süreçlerinde çok aşamalı değerlendirme yöntemleri uygularken, çalışanlarımızı ilk hatalarında kaybetmek yerine gelişim odaklı bir anlayış benimsiyoruz. Tüm bu adımlar, sektörde kalıcı, nitelikli ve bağlı bir insan kaynağı oluşturmayı hedeflemektedir. Turizmin stratejik önemi dikkate alındığında, kalifiye eleman krizinin çözümü için bazı adımların doğrudan devlet politikası olarak ele alınması gerekmektedir. Bu noktada öncelikle, Turizm Bakanlığı'nın çalışan haklarını koruyucu daha güçlü yaptırımlar uygulaması ve ilgili kurumların sektör genelinde etkin denetim mekanizmaları oluşturmaya büyük önem taşımaktadır. Sektörde çalışan işgücünün beşeri sermayesinin artırılması hem verimliliği hem de işletmelerin kârlılığını doğrudan etkilemektedir. Bu doğrultuda ücret seviyelerinin iyileştirilmesi ve çalışma saatlerinin daha insani koşullarda düzenlenmesi öncelikli konular arasında yer almalıdır. Zira çalışan motivasyonu, hizmet sektöründe kaliteyi belirleyen en temel unsurlardan biridir. Ayrıca sektör yöneticilerinin bu konuda bilinçlendirilmesi, düzenlenecek seminer ve toplantılarla çalışan memnuniyetinin işletme performansına etkisinin anlatılması gerekmektedir. Bununla birlikte, sektör paydaşlarının belirli aralıklarla bir araya gelerek ortak sorunları tartışması ve çözüme odaklı iş birlikleri geliştirmesi, turizmin sürdürülebilir gelişimi açısından kritik bir rol oynayacaktır.

Navitas Spa & Sports standartların üstünde bir deneyim!

Edindiğimiz bilgi ve tecrübeyle,
başarılı bir Spa Merkezi kurmanın
sırlarını keşfetmenize yardımcı oluyoruz!

-  Uzman tasarım ve inşaa proje yönetimi
-  Yeni ve yenilikçi başarı stratejilerinin uygulanması
-  Üst düzey ilişki yönetimi eğitimi
-  Pozitif müşteri deneyimleri sunmak
-  Uygulamalı deneyim yoluyla sorunsuz bir spa işi yaratmak
-  Uzman terapist ve müşteriye elde tutma sonuçları



Sağlık Merkezinizin operasyon
ihtiyaçlarına göre *özelleştirilebilir!*



SPA DANIŞMANLIĞI

İş hedeflerinizi olgularınızı ve yatırım potansiyelini değerlendirerek en uygun spa konseptini belirleyip uyguluyoruz.



SPA TASARIMI

Özellikler, konsept, mimari, boyutlandırma, spa tesislerinin hayata geçirilmesi için sizinle birlikte çalışıyoruz.



SPA GELİŞTİRME

Spa tesisinizin kurulumu, işletilmesi, pazarlama, müşteri ilişkileri, personel yönetimi için en uygun spa konseptini belirleyip uyguluyoruz.



SPA ÇÖZÜM ORTAKLIĞI

Yapılan ciro üzerinden kâr paylaşımı yapılmaktadır.



SPA KİRALAMA İŞLETMECİLİĞİ

Mevcut Spa'ya kira bedeli biçilmektedir.



Zamanı güzelleştirmek için **Navitas Spa** hep iyi bir fikirdir.





Kılıç Ali Kantar / Sheraton Ankara Hotel & Convention Center & Lugal, A Luxury Collection Hotel, Ankara / Genel Müdür

Marriott International çatısı altında, Ankara'da iki köklü markayı bir arada yönetmenin ayrıcalığını taşıyoruz. Sheraton Ankara Hotel & Convention Center, başkentin en kapsamlı kongre ve etkinlik altyapısına sahip otellerinden biri olarak hem iş hem de etkinlik turizminde güçlü bir konuma sahip. Lugal ise The Luxury Collection ailesinin Türkiye'deki seçkin temsilcisi olarak, üst segment misafire özel, butik bir lüks deneyimi sunuyor. Birbirini tamamlayan bu iki kimlik, ekibimize farklı hizmet kültürlerini aynı disiplinle yönetme deneyimi kazandırıyor. "Amaca yönelik misafirperverlik" yaklaşımımız, sadece misafir deneyimini değil, çalışan deneyimini de merkezine alan bir yönetim anlayışının yansımasıdır. Kalifiye eleman sıkıntısı, sektörün bütününde olduğu gibi bizim de gündemimizdeki en öncelikli başlıklardan biri. Özellikle mutfak, ön büro ve yiyecek-içecek gibi hem teknik beceri hem de yabancı dil



Onur Yüksel / Park Inn by Radisson İzmir / Genel Müdür

Park Inn by Radisson İzmir, Radisson Otel Grup çatısı altında hizmet veren hem iş hem de tatil amaçlı seyahat eden misafirler için tercih edilen modern bir şehir otelidir. Şehrin kalbinde, Pasaport İskelesi'ne yakın merkezi bir konumda yer alan 137 odalı otelimiz; Adnan Menderes Uluslararası Havalimanı'na, İzmir Alsancak Limanı'na ve Pasaport vapur iskelesine kolay erişim imkânı sunar. Sektörün en büyük sorunlarından olan kalifiye personel sıkıntısını çok yoğun hissetmiyoruz. Bunun temelinde; çalışanlarımıza adil kariyer gelişim fırsatları sunmamız, düzenli iç iletişim ve memnuniyet anketleriyle geri bildirimleri dikkate almamız, yıl boyu istihdam yaklaşımını benimsememiz ve dengeli çalışma saatleri ile sürdürülebilir bir iş ortamı oluşturmamız yer almaktadır. Ayrıca ücret politikamızda da piyasa koşullarını dikkate alarak rekabetçi ve adil bir yapı sağlamaya özen gösteriyoruz. Bu yaklaşım sayesinde çalışan bağlılığını güçlendirerek kalifiye

Turizm uzun yıllar “geçici bir iş” olarak görüldü oysa bu sektör, doğru yönlendirildiğinde uluslararası kariyer, sürekli gelişim ve liderlik fırsatları sunan bir alandır

gerektiren pozisyonlarda nitelikli aday bulmak giderek zorlaşıyor. Ancak Marriott'un global eğitim altyapısı ve kurumsal itibarı sayesinde, sektör ortalamasının üzerinde bir çekim gücüne sahip olduğumuzu söyleyebilirim. Bizim asıl çabamız, kalifiye elemanı dışarıdan “bulmak” yerine, içeride “yetiştirmek” üzerine kurulu. Doğru aday havuzuna eriştiğimizde, onu uzun vadeli bir kariyer yolculuğuna dönüştürmek bizim sorumluluğumuz. Sorunun çok katmanlı olduğunu düşünüyorum. Dönemsellik, sektörün yapısal bir gerçeği; çalışanın yıl boyu istikrarlı bir gelir ve kariyer güvencesi görememesi, sektöre bağlılığı zayıflatıyor. Ankara gibi şehir otelciliğinin baskın olduğu destinasyonlarda dönemsellik görece daha yönetilebilir olsa da ücret politikaları ve barınma maliyetleri ülke genelinde belirleyici. En çok üzerinde durduğum konu ise genç jenerasyonun algısı: Turizm uzun yıllar “geçici bir iş” olarak görüldü. Oysa bu sektör, doğru yönlendirildiğinde uluslararası kariyer, sürekli gelişim ve liderlik fırsatları sunan bir alandır. Bu algıyı değiştirmek, hepimizin ortak görevi. Marriott International Youth Champions Programı kapsamında Ankara'daki üniversitelerle — Atılım, TED, Hacı Bayram Veli ve Başkent başta olmak üzere — kariyer günleri, konuk dersleri ve seminerler düzenliyoruz. Burada amacımız, sektörü genç bir gözle, bizzat sahadaki çalışanlarımızın

deneyimleriyle tanıtmak; akran temelli bir ilham modeli kurmak. İkincisi, içeride yetiştirme ve sadakat: Marriott'un global eğitim platformları, mentorluk ve koçluk programları, kariyer içi terfi olanaklarıyla çalışanlarımızı sadık bir kadroya dönüştürüyoruz. Üçüncüsü, işveren markası: Çalışan memnuniyetini, kapsayıcılığı ve gelişim fırsatlarını görünür kılarak, otelimizi “tercih edilen işyeri” konumuna taşıyoruz. Devlet ve üniversite iş birliklerini de bu çerçevede stratejik bir yatırım olarak görüyoruz; staj programlarının niteliğini artırmak en somut katkı alanlarından biri. Turizm meslek liseleri ve yükseköğretim programlarının müfredatını sahanın güncel ihtiyaçlarıyla — dijitalleşme, misafir deneyimi, yabancı dil — uyumlu hale getirmek, zorunlu staj dönemlerini gerçek bir mesleki gelişim sürecine dönüştürmek gerekiyor. İkincisi, sektörde kalıcılığı teşvik etmek: Dönemsel istihdamın yarattığı güvencesizliği azaltacak sosyal politikalar, çalışan barınması için belediye ve kamu destekli çözümler ve sektöre yönelik teşviklerin doğrudan insan kaynağına yönlendirilmesi kritik önemde. Turizm, ülkemiz için stratejik bir döviz ve istihdam kaynağıysa, bu sektörün asıl sermayesi olan insana yapılan yatırım da aynı stratejik öncelikte ele alınmalıdır. Nitelikli insan gücü olmadan ne hizmet kalitesini ne de turizmin sürdürülebilir büyümesini koruyabiliriz.

Turizm sektörünün genelinde çalışma koşullarının iyileştirilmesi, daha sürdürülebilir istihdam modellerinin geliştirilmesi ve genç yeteneklere yönelik daha güçlü iletişim modeli gerçekleştirilmesi büyük önem taşımaktadır

personel konusunda sektör ortalamasına kıyasla daha dengeli bir yapı sürdürülebiliyoruz. Barınma/lojman yetersizliği, dönemsellik, ücret politikaları ve genç jenerasyonun sektöre ilgisizliği gibi etkenlerin tamamı, turizm sektöründeki istihdam dinamiklerini etkileyen önemli faktörlerdir. Özellikle geçmiş dönemlerde yaşanan olumsuz deneyimler, çalışan beklentilerini doğrudan etkilemekte ve bu durum yeni adayların sektöre yaklaşımında belirleyici olabilmektedir. Bu deneyimlerin kulaktan kulağa yayılması ise genç jenerasyonda sektöre ilgili belirli bir algı oluşmasına neden olmaktadır. Bu noktada sektörün genelinde, çalışma koşullarının iyileştirilmesi, daha sürdürülebilir istihdam modellerinin geliştirilmesi ve genç yeteneklere yönelik daha güçlü iletişim yapılması büyük önem taşımaktadır. Radisson Otel Grubu olarak istihdam açığını kapatmaya yönelik en önemli odak noktamız, güçlü eğitim ve gelişim altyapımızı etkin şekilde kullanmaktır. Bu kapsamda şirketimizin sunduğu iç eğitim programlarını aktif olarak değerlendiriyor ve çalışanlarımızı bu programlara katılım konusunda sürekli teşvik ediyoruz. Otelimize dahil olan her yeni çalışan, markamızın hizmet kültürünü ve misafir deneyimi yaklaşımını temel alan “Yes I Can!” eğitimini alarak işe başlamaktadır. Bu sayede tüm ekip üyelerimizde ortak bir hizmet standardı

ve güçlü bir kurum kültürü oluşturulmaktadır. Ayrıca her çalışan için bireysel gelişim planları (PDP – Personal Development Plan) hazırlanmakta, bu planlar yöneticileri tarafından düzenli olarak takip edilmekte ve gelişim süreçleri kayıt altına alınmaktadır. Bu yapı hem çalışan bağlılığını artırmakta hem de kariyer gelişimlerine somut katkı sağlamaktadır. Bu yaklaşım sayesinde personel devir hızını daha kontrollü yönetiyor, aynı zamanda sektörde sürdürülebilir kariyer fırsatları sunarak istihdamı güçlendirmeyi hedefliyoruz. Sektörde yaklaşık 25 yıllık tecrübeye sahip, özellikle yiyecek & içecek departmanında yetişmiş bir yönetici olarak şunu söyleyebilirim ki; turizm sektöründe çalışma koşulları geçmiş yıllara kıyasla önemli ölçüde gelişmiştir. İlk başladığım dönemlerde çalışma şartları çok daha zorlu ve yoğunken, özellikle 2006 sonrası dönemde devletin çalışan haklarına yönelik daha koruyucu düzenlemeleri ve denetim mekanizmalarını güçlendirdiğini gözlemliyoruz. Kalifiye eleman krizinin çözümünü açısından ise yatırımcıların ve sektör paydaşlarının çalışan hakları, çalışma koşulları ve sürdürülebilir istihdam konularında daha duyarlı hareket etmesi gerektiğini düşünüyorum. Bu yaklaşımı, sektörün uzun vadede nitelikli iş gücünü korumasına katkı sağlayacağına inanıyorum.



**Bora Kanber / Hilton Garden Inn Erzurum
Hotel / Genel Müdür**

Hilton Garden Inn Erzurum olarak, dünyanın en büyük konaklama markalarından biri olan Hilton çatısı altında faaliyet gösteriyoruz. Uluslararası hizmet standartlarını Erzurum'un köklü misafirperverlik kültürüyle bir araya getirerek hem iş hem de turizm amaçlı seyahat eden misafirlerimize hizmet sunuyoruz. Erzurum son yıllarda yalnızca kış turizmiyle değil, kültür, spor, sağlık ve kongre turizmi alanlarında da gelişim gösteren önemli bir destinasyon haline geldi. Biz de şehrin turizm potansiyelinin gelişmesine katkı sağlayan işletmelerden biri olarak hem misafir memnuniyetini hem de istihdam yaratmayı öncelikli hedeflerimiz arasında görüyoruz. Kalifiye personel sorunu bugün yalnızca Erzurum'un değil, Türkiye turizminin en önemli gündem maddelerinden biri haline gelmiş durumda. Özellikle son yıllarda turizm eğitimi almış gençlerin farklı sektörlere yönelmesi veya büyük şehirleri tercih etmesi, Anadolu'daki oteller için insan kaynağı bulmayı daha zor hale getiriyor. Biz de zaman zaman özellikle ön büro, yiyecek-içecek hizmetleri ve mutfak departmanlarında bu sıkıntıyı hissediyoruz. Bununla birlikte Erzurum'un önemli bir üniversite şehri olması ve turizm eğitimi veren kurumlara sahip olması bizim için önemli bir avantaj oluşturuyor. Ancak burada asıl mesele personeli bulmaktan çok, yetişmiş personelin sektörde kalıcılığını sağlayabilmek. Turizm emek yoğun bir sektör ve çalışanlarımızın gelişimine yatırım yapmadan sürdürülebilir başarı elde etmek mümkün değil. Bu nedenle biz de çalışanlarımızı yalnızca mevcut görevleri için değil, gelecekte üstlenebilecekleri pozisyonlar için de hazırlamaya çalışıyoruz.



**Semih Analı / BWH Hotels (Best Western)
Türkiye ve Türki Cumhuriyetler İş
Geliştirme Direktörü**

Turizmde istihdam sorunun çözümünde özellikle uzun yıllardır sektör temsilcilerinin gündeminde yer alan Turizm Meslek Yasası'nın hayata geçirilmesinin önemli bir adım olacağını düşünüyorum

Turizm; yabancı dil gelişimi, uluslararası kariyer fırsatları ve insan ilişkileri açısından çok değerli kazanımlar sunan bir sektör. Bu yönlerinin daha fazla anlatılması ve gençlere doğru şekilde aktarılması gerektiğini düşünüyorum. Ayrıca Turizm Meslek Yasası ile birlikte belirli pozisyonlarda turizm eğitimi almış personelin istihdamının teşvik edilmesi, gençlerin bu bölümleri tercih etmesini artıracak ve sektörün profesyonelleşmesine katkı sağlayacaktır

İstihdam sorununun tek bir nedeni yok. Barınma maliyetleri, çalışma koşulları, kariyer beklentileri ve sektörün algısı gibi birçok unsur bu tabloyu etkiliyor. Özellikle turizmin yoğun olduğu bölgelerde lojman ve konaklama maliyetleri ciddi bir sorun oluşturuyor. Erzurum'da bu problem sahil bölgelerindeki kadar yoğun yaşanmasa da çalışanların yaşam maliyetleri ve gelecek planları iş tercihlerini doğrudan etkiliyor. Diğer taraftan genç neslin iş hayatından beklentileri de değişmiş durumda. Artık yalnızca maaş değil, kariyer gelişimi, kurumsal kültür, eğitim imkânları ve iş-özel yaşam dengesi gibi unsurlar da önem taşıyor. Turizm sektörü ise zaman zaman yoğun çalışma temposu nedeniyle gençler tarafından yeterince cazip görülmebiliyor. Oysa turizm; yabancı dil gelişimi, uluslararası kariyer fırsatları ve insan ilişkileri açısından çok değerli kazanımlar sunan bir sektör. Bu yönlerinin daha fazla anlatılması ve gençlere doğru şekilde aktarılması gerektiğini düşünüyorum. Hilton Garden Inn Erzurum olarak öncelikle kendi insan kaynağımızı yetiştirmeye odaklanıyoruz. Erzurum'daki üniversiteler, meslek yüksekokulları ve turizm liseleriyle sürekli iletişim halindeyiz. Öğrencilerin staj süreçlerine destek veriyor, mezuniyet sonrasında da kariyer fırsatları sunmaya çalışıyoruz. Bugün otelimizde görev yapan birçok ekip arkadaşımız sektöre stajyer olarak adım atmış ve zaman içerisinde farklı pozisyonlara yükselmiştir. Bu durum bizim için ayrıca gurur verici. Hilton'un global eğitim sistemleri sayesinde çalışanlarımız mesleki ve yönetsel gelişimlerine yönelik

çok sayıda eğitim programına erişebiliyor. Bunun yanında çalışan bağlılığını artırmaya yönelik uygulamalara önem veriyoruz. Çünkü sektörümüzde artık yalnızca personel bulmak değil, iyi çalışanı elde tutabilmek de en az onun kadar önemli hale geldi. Turizm Türkiye'nin en önemli döviz kaynaklarından biri olmasına rağmen insan kaynağı konusu uzun yıllardır yapısal bir sorun olarak karşımızda duruyor. Bu nedenle sektörün ihtiyaçlarına uygun, uzun vadeli politikaların geliştirilmesi gerekiyor. Öncelikle turizm eğitimi veren liseler, meslek yüksekokulları ve üniversiteler ile sektör arasındaki bağların daha da güçlendirilmesi gerektiğine inanıyorum. Öğrencilerin eğitim sürecinde sektörle daha fazla temas etmesi, mezuniyet sonrasında mesleğe adaptasyonlarını kolaylaştıracaktır. Bunun yanında uzun yıllardır sektör temsilcilerinin gündeminde yer alan Turizm Meslek Yasası'nın hayata geçirilmesinin önemli bir adım olacağını düşünüyorum. Turizm eğitimi alan gençlerin mezuniyet sonrasında sektörde daha fazla tercih edilmesini sağlayacak bir yapı oluşturulması hem eğitim kurumlarını hem de öğrencileri teşvik edecektir. Bugün sektörde alaylı olarak yetişmiş çok değerli çalışanlarımız bulunuyor ve onların tecrübeleri sektörümüz için büyük bir kazanım. Ancak turizm eğitimi olarak mezun olan gençlerin de mesleki bilgi ve donanımlarının karşılığını görebilmeleri gerekiyor. Turizm Meslek Yasası ile birlikte belirli pozisyonlarda turizm eğitimi almış personelin istihdamının teşvik edilmesi, gençlerin bu bölümleri tercih etmesini artıracak ve sektörün profesyonelleşmesine katkı sağlayacaktır. Ayrıca turizm çalışanlarına yönelik lojman yatırımlarının desteklenmesi, mesleki eğitim teşviklerinin artırılması ve sektörde kariyer planlamasını güçlendirecek uygulamaların yaygınlaştırılması gerektiğini düşünüyorum. Türkiye turizmi dünya çapında rekabet eden güçlü bir konuma sahip. Bu başarının sürdürülebilmesi için en büyük yatırımın insan kaynağına yapılması gerektiğine inanıyorum.

Turizm sektörünün mevsimselliği, düşük ücretler, güvencesiz ve geçici çalışma koşulları ile nitelikli işgücü eksikliği sektörün istihdam sorunun kaynağını oluşturmaktadır

Türkiye turizmde istihdam sorunu, sektörün mevsimselliği, düşük ücretler, güvencesiz ve geçici çalışma koşulları ile nitelikli işgücü eksikliğinden kaynaklanmaktadır. Özellikle deniz-kum-güneş odaklı yapının baskın olması, istihdamı yaz aylarına sıkıştırarak çalışanlarda meslek bilincinin oluşmasını engellerken, işverenleri de kısa vadeli çözümlere yöneltmektedir. Bu durum hem hizmet kalitesini düşürmekte hem de sektörün

sürdürülebilirliğini zayıflatmaktadır. Sorunun çözümü için turizmin 12 aya yayılması, alternatif turizm türlerinin geliştirilmesi, çalışanlara yönelik eğitim ve sertifika programlarının güçlendirilmesi, ücret ve çalışma koşullarının iyileştirilmesi, sendikalarla örgütlenmenin desteklenmesi ve uzun vadeli insan kaynağı planlamasına dayalı istihdam politikalarının hayata geçirilmesi gerekmektedir.

Accor, #sheleadsTürkiye ile kapsayıcı liderlik ve yetenek gelişimine olan bağlılığını güçlendiriyor

Dünyanın lider konaklama gruplarından Accor, ilk kez düzenlenen #sheleadsTürkiye seminerinde ilham veren liderleri, sektör uzmanlarını ve konaklama profesyonellerini bir araya getirerek kapsayıcılığı teşvik etme, yetenekleri güçlendirme ve yeni nesil liderleri destekleme konusundaki kararlılığını bir kez daha teyit etti. 19 Haziran 2026 Cuma günü Swissôtel The Bosphorus İstanbul'da gerçekleştirilen seminer, toplumsal cinsiyet eşitliği, liderlik gelişimi ve iş dünyasında kadın temsili konularında anlamlı tartışmalara zemin hazırladı. Accor Heartists®'lerini, iş ortaklarını ve düşünce liderlerini bir araya getiren seminerde, kapsayıcı liderlik ve mentorluk uygulamalarının kariyer gelişimini nasıl hızlandırabileceği, iş yeri kültürünü nasıl güçlendirebileceği ve uzun vadeli başarıya nasıl katkı sağlayabileceği ele alındı. Seminerde, Türkiye Kadın Dernekleri Federasyonu (TKDF) Başkanı Canan Güllü; Accor Orta Doğu, Afrika ve Türkiye Premium, Orta Ölçekli ve Ekonomi Markaları İnsan ve Kültür Operasyonlarından Sorumlu Başkan Yardımcısı Verona Naidoo; Accor Türkiye Premium, Orta Ölçekli ve Ekonomi Markaları Operasyonlardan Sorumlu Başkan Yardımcısı Sinan Köseoğlu; Accor Türkiye İnsan ve Kültür Direktörü Çiğdem Özdemir ile Accor tarafından yönetilen The Grand Tarabya Hotel Managed By Accor Genel Müdürü Uğur Talayhan'ın katkıları yer aldı. Kadınların liderlik pozisyonlarında daha fazla yer almasının önemine değinen Türkiye Kadın Dernekleri Federasyonu (TKDF) Başkanı Canan Güllü, şunları söyledi: "Kadınların iş gücüne katılması tek başına yeterli değil. Asıl mesele, kadınların karar alma süreçlerinde temsil edilmesi, söz sahibi olması ve yarattıkları değer için hak ettikleri takdiri görmesidir. Toplumsal cinsiyet eşitliği yalnızca sosyal bir mesele değil; ekonomik büyümenin,

inovasyonun ve sürdürülebilir kalkınmanın temel unsurlarından biridir. Accor'un liderlik gelişimine, fırsat eşitliğine ve kapsayıcı bir iş yeri kültürü oluşturulmasına yönelik kararlılığı takdire şayandır ve anlamlı ilerlemenin sağlanmasında önemli bir rol oynamaktadır." Accor'un "sorumlu konaklama sanatına öncülük etmek ve samimi bir yaklaşımla kültürleri birbirine bağlamak" amacından hareketle, Accor Orta Doğu, Afrika ve Türkiye Premium, Orta Ölçekli ve Ekonomi Markaları İnsan ve Kültür Operasyonlarından Sorumlu Başkan Yardımcısı Verona Naidoo, girişimin Türkiye'de hayata geçirilmesinden duyduğu gururu dile getirdi. Naidoo, "#sheleads programını Türkiye'ye taşımaktan ve yetenekleri kutlayan, diyalogu teşvik eden ve geleceğin liderlerine ilham veren bir platform oluşturmaktan gurur duyuyoruz. Accor olarak en büyük gücümüzün çalışanlarımız olduğuna inanıyoruz. Farklı bakış açılarının değer gördüğü ve fırsatlara herkesin erişebileceği ortamlar yaratarak potansiyeli ortaya çıkarabilir, performansı güçlendirebilir ve sektörümüz genelinde ilerlemeyi destekleyebiliriz" dedi. "Bağlıları Güçlendirmek: Eylemde İlham Veren Liderlik" oturumunda konuşan Accor Türkiye Premium, Orta Ölçekli ve Ekonomi Markaları Operasyonlardan Sorumlu Başkan Yardımcısı Sinan Köseoğlu, kapsayıcı iş yerlerinin oluşturulmasında liderlerin rolüne dikkat çekti. Köseoğlu, "Liderlik yalnızca sonuç elde etmekten ibaret değildir; aynı zamanda insanları geliştirmekle ilgilidir. Fırsatlar yaratmak, farklı bakış açılarını teşvik etmek ve bireylerin potansiyellerini gerçekleştirmelerine yardımcı olmak her liderin en önemli sorumlulukları arasında yer alır. İnsanlar katkı sunma ve gelişme konusunda kendilerini yetkilendirilmiş hissettiklerinde, kurumlar daha güçlü, daha



yenilikçi ve daha başarılı hale gelir" dedi. The Grand Tarabya Hotel Managed By Accor Genel Müdürü Uğur Talayhan, "Accor'un çeşitlilik, eşitlik ve kapsayıcılık alanındaki güçlü taahhüdünü yalnızca desteklemekle kalmıyor, otel operasyonlarımızın ve kurum kültürümüzün ayrılmaz bir parçası olarak görüyoruz. #sheleadsTürkiye gibi girişimlerin ise bu dönüşümü büyük ölçüde hızlandırdığına inanıyoruz. Biz de The Grand Tarabya olarak Accor'un ortaya koyduğu vizyon doğrultusunda kadın liderlerin görünürlüğünü ve gelişimini destekleyen uygulamalara devam edeceğiz" dedi. Etkinlikte ayrıca, Accor'un toplumsal cinsiyet eşitliğini ilerletmeye ve kadınların liderlik yolculuklarını desteklemeye adanmış küresel çalışan ağı RIIE'in rolü de vurgulandı. Mentorluk, ağ oluşturma ve gelişim fırsatları sunan RIIE, kariyer gelişimi için yeni yollar açılmasına katkı sağlarken, grup genelinde kapsayıcılık ve aidiyet kültürünün güçlenmesini destekliyor. Accor Türkiye İnsan ve Kültür Direktörü Çiğdem Özdemir ise Accor'un küresel kadın liderlik ağı RIIE'in önemine dikkat çekti. Özdemir, "RIIE ve #sheleadsTürkiye aracılığıyla kadınların birbirleriyle bağlantı kurabilecekleri, birbirlerinden öğrenebilecekleri ve kariyerlerinde ilerleyebilecekleri fırsatlar yaratıyoruz. Bu topluluğun Türkiye'de bir araya geldiğini görmek, yeteneğe yatırım yaptığımızda ve birbirimizi desteklediğimizde ne kadar büyük bir etki yaratabileceğimizin güçlü bir göstergesi" dedi.

Hilton İstanbul Bomonti'nin yeni Otel Müdürü Özgür Mete Altay oldu

İstanbul'un en merkezi noktalarından Bomonti'de konumlanan Hilton İstanbul Bomonti Hotel & Conference Center'in yeni Otel Müdürü Özgür Mete Altay oldu. Kariyeri boyunca uluslararası otel markalarında üstlendiği yöneticilik görevleriyle öne çıkan Altay, yeni görevinde otelin operasyonel süreçlerine liderlik edecek. Konaklama sektöründe 25 yılı aşkın deneyime sahip olan Altay, operasyon yönetimi, ekip liderliği ve misafir deneyimi alanlarında önemli çalışmalara imza attı. Ön büro operasyonlarından yiyecek-içecek süreçlerine, misafir ilişkilerinden hizmet kalitesi yönetimine kadar otel operasyonlarının farklı kademelerinde yer aldı. Kariyeri boyunca farklı yerel ve uluslararası otel zincirlerinde çeşitli yöneticilik görevleri üstlenen Altay, operasyonel süreçlerin etkin şekilde yürütülmesi, ekiplerin geliştirilmesi ve misafir memnuniyetinin güçlendirilmesine yönelik çalışmalara yön verdi. Görev yaptığı otellerde hizmet standartlarının geliştirilmesi ve operasyonel verimliliğin artırılmasına önemli katkılar sundu.





ABOUND

Otonom Binaların Yeni Çağı

Carrier Abound ile bina verilerinizi tek platformda görünür kılın; yapay zekâ destekli içgörülerle enerji, konfor, operasyon ve sürdürülebilirlik performansınızı daha etkin yönetin.

Yapay zekâ destekli bina yönetimi ile:

- ✓ Enerjiyi optimize edin
- ✓ Operasyonel verimliliği artırın
- ✓ Arızaları önceden tespit edin
- ✓ Tesislerinizi uzaktan yönetin
- ✓ ESG performansınızı ölçün ve raporlayın



Veriyi Toplar



Analiz Eder



Optimize Eder



Önceden Uyarır



Uzaktan Yönetir



ESG İzler

Küresel portföylerde ölçülebilir etki

7B+ kWh

tasarruf sağlandı*

63.000+

bina optimize edildi*

150.000+

bağlı varlık*

70%+

HVAC ve aydınlatma sorunu uzaktan çözüldü*

*Carrier Abound resmi broşür verileri.



INOTEK

Inotek – Veriden Değer Üreten
Akıllı Bina Teknolojileri

www.inotekmuhendislik.com

Pine Bay Hotels & Resorts Türkiye konaklama sektörünün ilk EFQM 5 yıldızlı yetkinlik belgesinin sahibi oldu

Çevreye duyarlı tesislerinde en yüksek düzeyde hizmet kalitesi, sürdürülebilir büyüme ve toplumsal katılım odaklı başarılı yolculuğuyla 1987 yılından bu yana Türk turizmine değer sunan Göçtur Turizm (Göçtur) kalite yönetimi ve kurumsal mükemmellik alanında önemli bir başarıya imza attı. Göçtur'un ilk yatırımı ve amiral gemisi Pine Bay Hotels & Resorts, EFQM Tanıma ve Ödül Programı dış değerlendirme süreci sonrasında, Türkiye konaklama sektöründe "EFQM 5 Yıldızlı Yetkinlik Belgesi" almaya hak kazanan ilk kuruluş oldu. Pine Bay Hotels & Resorts, ayrıca Ege Bölgesi Üstün Performans Ödülü'nün de sahibi oldu. Avrupa Kalite Yönetimi Vakfı'nın (EFQM) ulusal iş birliği ortağı Türkiye Kalite Derneği (KalDer) yönetiminde gerçekleşen EFQM Tanıma ve Ödül Programı, kuruluşları değişimi yönetme ve performansı artırma konusunda destekleyen, dünya çapında tanınan bir yönetim çerçevesi oluşturuyor. Pine Bay Hotels & Resorts, Kuşadası'nda kendine ait koyunda, aile konsepti ve mavi bayraklı özel plajıyla 30 yılı aşkın süredir hizmet veriyor. Türkiye konaklama sektörünün ilk "EFQM 5 Yıldızlı Yetkinlik Belgesi"ni almaya hak kazanan Pine Bay Hotels & Resorts'un başarısı, ülkemiz turizmde kalite yönetimi ve kurumsal mükemmellik başlıklarının daha görünür hale gelmesine de katkı sunuyor. Göçtur Otellerden Sorumlu İcra Kurulu Başkan Yardımcısı Rena Çukurova, EFQM

Tanıma ve Ödül Programının ve değerlendirme sürecinin kurum için taşıdığı anlamı şöyle değerlendirdi: "Almaya hak kazandığımız EFQM 5 Yıldızlı Yetkinlik Belgesi ile sektörümüzde bir ilki başarmanın gururunu yaşıyoruz. Başvurumuzu yaptığımız Ege Bölgesi'nde, Ege Bölgesi Üstün Performans Ödülü kazanmış olmak ayrı bir gurur. Bu başarı, turizmde rekabet gücünün yalnızca tesis yatırımı, lokasyon ya da hizmet çeşitliliğiyle değil; ölçülebilir yönetim kalitesi, sürekli iyileştirme disiplini ve sürdürülebilir performans anlayışıyla da güçlendiğini ortaya koyuyor. Paydaşların bakış açısını da merkeze alan değerlendirme sürecinde, otelimizde görev yapan çalışma arkadaşlarımızın da görüşlerine başvuruldu. Bu başarı, uzun süredir üzerinde çalıştığımız kalite, kurumsallaşma ve sürdürülebilir gelişim yaklaşımının somut bir göstergesi. EFQM, güçlü yanlarımızı ve gelişim alanlarımızı uluslararası kabul görmüş bir model üzerinden değerlendirmemizi sağladı. Ulusal Kalite Hareketi katılımcısı olarak, değerlendirmeden aldığımız geri bildirimlerle gelişim yolculuğumuzu aynı kararlılıkla sürdüreceğiz. Bu başarıyı birlikte inşa ettiğimiz tüm çalışanlarımıza, paydaşlarımıza ve tüm misafirlerimize, titiz değerlendirme süreci için KalDer Yönetimine ve EFQM değerlendircilerine teşekkür ediyoruz." Pine Bay Hotels & Resorts'un almış olduğu ödül ve EFQM dış değerlendirme sonucu, KalDer İzmir Şubesi



tarafından 26'ncısı düzenlenen Mükemmelliği Arayış Sempozyumu'nda açıklandı. EFQM dış değerlendirme süreci başvurusunu Ege Bölgesi'nden yapan Pine Bay Hotels & Resorts, Ege Bölgesi Üstün Performans Ödülü'ne layık görülürken, Türkiye'de konaklama sektöründe bir ilki gerçekleştirilerek EFQM 5 Yıldız Yetkinlik Belgesi'nin de sahibi oldu. Avrupa Kalite Yönetimi Vakfı (European Foundation for Quality Management) tarafından sanayi temsilcileri ve akademisyenlerin desteği ile geliştirilen EFQM Modeli, ilk uygulanmaya başladığı 1991 yılından bu yana dünya çapında tanınan bir yönetim çerçevesi oluşturuyor. Kuruluşların iyileştirme ve yenileşim kültürü geliştirmeleri için rehber oluşturan EFQM Modeli, değişimi yönetme ve performans iyileştirmesi alanlarında destek sağlıyor. EFQM Modeli stratejik niteliği, operasyonel performans ve sonuç odaklılığıyla birlikte ele alıyor; mevcut çalışma biçimleri, zorluklara ve sorunlara verilen yanıtlar da dikkate alınarak katılımcı kuruluşların geleceğe ilişkin amaçlarının tutarlılığı ve uyumunu irdelemek için ideal bir çerçeve sunuyor.

Dalyan Caria Hotel, "Caria Special Class" kimliğiyle yeni dönemine başladı



Dalyan'ın doğal dokusu, nehir manzarası ve misafirperverlik kültüründen ilham alan Dalyan Caria Hotel, hizmet kalitesini ve tesis standartlarını daha ileriye taşıyarak yeni bir

döneme adım attı. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilen Turizm İşletmesi Belgesi ile "Özel Konaklama Tesis" statüsünde belgelendirilen tesis, yeni marka kimliğini Caria Special Class olarak duyurdu. Otel yetkilileri, bu değişimin yalnızca bir isim yenilemesi olmadığını; yıllardır sürdürülen hizmet anlayışının, kalite standartlarının ve misafir memnuniyetine verilen önemin resmi bir yansıması olduğunu belirtti. Nehir kıyısındaki benzersiz konumu, özenle hazırlanan odaları, restoranı ve misafir

odaklı hizmet anlayışıyla dikkat çeken Caria Special Class, yerli ve yabancı misafirlerine Dalyan'da daha seçkin ve konforlu bir konaklama deneyimi sunmayı hedefliyor. Tesis yönetimi, yeni kimlik ve belgelendirme süreciyle birlikte Dalyan'da marka değeri oluşturma hedeflerini güçlendirdiklerini vurgulayarak, misafirlerine daha kaliteli, daha konforlu ve daha ayrıcalıklı bir deneyim sunmak için çalışmalarını sürdüreceklerini ifade etti.

Delta Hotels by Marriott Istanbul West'te Satış ve Pazarlama Yönetimine deneyimli isim

Delta Hotels by Marriott Istanbul West, konaklama endüstrisinde uzun yıllara dayanan tecrübesiyle öne çıkan Yılmaz Çağatay'ın Satış ve Pazarlama Direktörü olarak kadroya dahil olduğunu duyurdu. Sektörde yaklaşık 20 yıllık köklü bir geçmişe sahip olan Çağatay, meslek hayatı boyunca Sheraton Istanbul Ataköy Hotel, W Istanbul ve Lokalist İstanbul gibi prestijli markaların

satış ve iş geliştirme departmanlarında kritik sorumluluklar üstlendi. Marriott International'ın Türkiye pazarında işletmesini doğrudan yürüttüğü ilk tesis olma unvanına sahip Delta Hotels by Marriott Istanbul West'te yeni mesaisine başlayan Yılmaz Çağatay, otelin tüm satış ve pazarlama operasyonlarına liderlik edecek. Deneyimli yöneticinin yeni dönemdeki öncelikli ajandası



ise otelin gelir hacmini büyütme, kurumsal iş birliklerini güçlendirmek ve markanın pazar payını yukarı taşımak olacak.

Barceló İstanbul'un sürdürülebilirlik performansı ödülle taçlandı



Çevresel etkisini azaltmaya yönelik uygulamalarını uzun vadeli bir strateji olarak benimseyen Barceló İstanbul, sürdürülebilirlik alanındaki çalışmalarının karşılığını ödülle aldı. Beyoğlu Belediyesi tarafından bu yıl ikinci kez düzenlenen Beyoğlu Çevre Festivali kapsamında verilen ödül, otelin atık yönetimi konusundaki istikrarlı performansını ortaya koydu. Barceló İstanbul, festival kapsamında "Yatak Başı Ambalaj Atığı En Çok Toplayan Otel" kategorisinde ödüle layık görüldü. Ödül değerlendirmesinde, otelin başarısının

arkasındaki temel unsurun, tesisin detaylı ayrıştırma sistemi olarak gösterildi. Özellikle cam atıklar başta olmak üzere ambalaj atıklarının doğru şekilde ayrıştırılması ve düzenli olarak geri dönüşüm sistemine kazandırılması kriterleri öne çıktı. Bu kapsamda Barceló İstanbul'un yıl boyunca sürdürdüğü atık yönetimi uygulamaları, detaylı çalışma sistemiyle ödüle değer bulundu. Hasköy Etkinlik Alanı'nda düzenlenen Beyoğlu Çevre Festivali'nde gerçekleştirilen törende belge ve plaket takdimi yapıldı. Festival, çevre bilincinin artırılması ve sürdürülebilir yaşam kültürünün yaygınlaştırılması amacıyla çeşitli etkinliklere ev sahipliği yaptı. Barceló Hotel Group Bölge Müdürü Hasan Ekmen, aldıkları ödüle ilişkin değerlendirmesinde şunları söyledi: "Turizm sektörünün çevresel etkilerini azaltmak artık bir tercih değil, temel bir sorumluluk. Barceló İstanbul olarak

atıkların kaynağında ayrıştırılmasından enerji ve kaynak verimliliğine kadar birçok alanda sürdürülebilirlik odaklı uygulamaları kararlılıkla hayata geçiriyoruz. Bu alanda gerçekleştirdiğimiz tüm çalışmalar küresel sürdürülebilirlik stratejimiz olan Barceló Regen programımızın bir parçası. Bu ödül, ekip arkadaşlarımızın yıl boyunca gösterdiği özenli çalışmanın ve çevreye duyduğumuz sorumluluğun önemli bir göstergesi. Önümüzdeki dönemde de sürdürülebilir turizm anlayışımız doğrultusunda çevresel performansımızı geliştirmeye devam edeceğiz. Bu değerli farkındalığı oluşturdukları ve gerek bölgeye gerekse ortak geleceğimize sağladıkları kesintisiz destekler için Beyoğlu Belediyesine ve Beyoğlu Belediyesi Başkan Vekili Sefer Karaahmetoğlu'na teşekkürlerimi sunuyorum."

Mövenpick Hotel İstanbul Golden Horn'un yeni Genel Müdürü Alp Mahir Akyüz oldu

Accor Grubu bünyesinde faaliyet gösteren Mövenpick Hotel İstanbul Golden Horn'un Genel Müdürlük görevine, konaklama sektöründe 25 yılı aşkın deneyime sahip olan Alp Mahir Akyüz atandı. Uluslararası otelcilik sektöründe global markalarda üst düzey yöneticilik yapan Akyüz; Türkiye ve ABD başta olmak üzere farklı pazarlarda edindiği tecrübeyle, rekabetin yoğun olduğu şehir otellerinde sürdürülebilir büyüme ve değer yaratma konularında önemli başarılarla imza attı. İstanbul'da Haliç kıyısında konumlanan ve bir Akgün Grup yatırımı olan Mövenpick Hotel İstanbul Golden Horn; modern mimarisi, çevre dostu yaklaşımı ve güçlü hizmet

altyapısıyla İstanbul'un öne çıkan beş yıldızlı şehir otelleri arasında yer alıyor. Otel; konforlu misafir odaları, toplantı ve etkinlik alanları, Arça Restaurant gastronomi konseptleri ve sağlıklı yaşam olanaklarıyla hem iş hem de turizm segmentinde üst düzey bir deneyim sunuyor. Yeni görevine ilişkin değerlendirmede bulunan Alp Mahir Akyüz; "Mövenpick Hotel İstanbul Golden Horn gibi güçlü bir markada görev almaktan büyük mutluluk duyuyorum. Önceliğimiz; misafir deneyimini daha da ileriye taşıyan, sürdürülebilirlik odaklı ve yüksek performanslı bir operasyon yapısı oluşturmak. Ekibimizle birlikte otelimizi bulunduğu segmentte daha



güçlü bir konuma taşımayı hedefliyoruz" dedi. Alp Mahir Akyüz'ün liderliğinde, Mövenpick Hotel İstanbul Golden Horn'un; operasyonel performans, misafir memnuniyeti ve sürdürülebilir turizm uygulamaları alanlarında büyümesini hızlandırarak İstanbul'un premium şehir otelleri arasında konumunu daha da güçlendirmesi hedefleniyor.

MP Hotels'in Satış ve Pazarlama Direktörlüğü görevini Seda Gezgüç üstlendi



Konaklama sektörünün dikkat çeken oyuncularından MP Hotels, satış ve pazarlama yönetimini deneyimli bir isme devretti. Sektördeki başarılı kariyeriyle tanınan Seda Gezgüç, MP Hotels'in yeni Satış ve Pazarlama Direktörü (Director of Sales & Marketing) olarak göreve başladı. Yeni pozisyonunda markanın ticari operasyonlarına liderlik edecek olan Gezgüç; otel grubunun pazar payını artırma, kurumsal stratejik ortaklıkları güçlendirme ve gelir optimizasyonu süreçlerini yönetme hedefleri doğrultusunda çalışmalarını yürütecek.

Royal Atlantis Icon'ın Genel Müdürü Bülent Yılmaz oldu

Türk turizminin kalbi Antalya'nın en gözde destinasyonlarından Manavgat'ta konumlanan Royal Atlantis Icon, genel müdürlük görevi için Bülent Yılmaz ile anlaştı. Akademik kariyerini İsviçre'de Turizm ve Otel İşletmeciliği, ABD'de ise İşletme lisans eğitimiyle şekillendiren tecrübeli profesyonel; bugüne dek Four Seasons, Ritz Carlton, Accor ve Hilton gibi küresel ölçekteki en prestijli otel zincirlerinde üst düzey yöneticilik rollerini başarıyla yürüttü. Meslek hayatı boyunca Dublin, Dubai, Hannover ve Maldivler gibi dünyanın farklı coğrafyalarında lüks segmentteki otel açılışlarını ve operasyonel süreçleri yöneten Yılmaz, son dönemde ise Antalya'nın lider resort markalarında Yönetim Kuruluna bağlı üst düzey rollerde stratejik adımlara imza attı. Yeni dönemdeki hedeflerine ve üstlendiği sorumluluğa dair Bülent Yılmaz, şu ifadeleri kullandı: "Royal Atlantis Icon ailesinin bir parçası olmaktan ve bu güçlü ekibe liderlik etmekten büyük mutluluk duyuyorum. Temel gayemiz, tesisimizin köklü hizmet kültürünü modern lüks trendleriyle entegre ederek, Akdeniz genelinde fark yaratan ayrıcalıklı bir tatil konsepti inşa etmektir. Ekip arkadaşlarımla birlikte bir yandan operasyonel kalitemizi yukarı taşıırken, diğer yandan misafirlerimize unutulmaz deneyimler yaşatmaya odaklanacağız."



Turizmde marka olmanın yeni kuralları



Serdar Kavramış

Turizm sektöründe rekabetin kuralları değişiyor. Bir dönem tesis büyüklüğü, oda sayısı veya sahip olunan fiziksel imkanlar başarıyı belirleyen temel kriterler arasında yer alırken, günümüzde marka değeri yatırımın ayrılmaz bir parçası haline geliyor. Özellikle dijital platformların yaygınlaşmasıyla birlikte misafirler artık yalnızca bir konaklama hizmeti satın almıyor; aynı zamanda bir deneyim ve güven duygusu satın alıyor. Bu durum da turizm yatırımlarında marka yönetiminin önemini her geçen gün artırıyor. Sektör uzmanları, fiziksel yatırımlar arasındaki farklılıkların giderek azalmasıyla birlikte markalaşmanın rekabette belirleyici unsur haline geldiğini belirtiyor.

“Misafirler artık oda değil, deneyim satın alıyor”

Konuyla ilgili değerlendirmelerde bulunan pazarlama profesyoneli Serdar Kavramış, turizm sektöründe yaşanan dönüşümün yatırım anlayışını da değiştirdiğine dikkat çekiyor: “Geçmişte bir otelin başarısı daha çok fiziksel özellikleri üzerinden

değerlendirilirdi. Ancak günümüzde tüketiciler yalnızca bir odada konaklamıyor; aynı zamanda markanın sunduğu deneyimi satın alıyor. Bu nedenle yatırımın sadece bina tarafına değil, marka değerine de yapılması gerekiyor.”

Araştırmalar da tüketicilerin satın alma kararlarında marka algısının giderek daha etkili olduğunu ortaya koyuyor. Özellikle çevrimiçi yorumlar ve sosyal medya paylaşımları, misafirlerin tercih süreçlerinde önemli rol oynuyor. Turizm sektörünün en önemli özelliklerinden biri, satın alınan hizmetin önceden deneyimlenememesidir. Bu nedenle rezervasyon kararları büyük ölçüde güven unsuruna dayanır.

Kavramış’a göre marka tam da bu noktada devreye giriyor: “Bir misafir rezervasyon yaptığında aslında geleceğe dönük bir söz satın alıyor. O markanın kendisine vaat ettiği deneyime güveniyor. Güçlü markalar da tam olarak bu güven ilişkisini kurabilen işletmelerden oluşuyor.”

Uzmanlara göre güven algısı; hizmet kalitesi, çalışan deneyimi, dijital iletişim, tesis standartları ve kriz yönetimi gibi birçok unsurun birleşimiyle oluşuyor.

Kavramış, günümüzde güvenlik unsurunun da bu algının ayrılmaz bir parçası haline geldiğini belirtiyor: “Turizm sektöründe güvenlik artık yalnızca operasyonel bir gereklilik olarak görülüyor. Misafirin marka hakkındaki algısını şekillendiren unsurlardan biri haline geliyor. Bir misafir kendini ne kadar güvende hissederse,

o markaya duyduğu güven de o kadar artıyor. Bu nedenle güvenlik yatırımlarını görünmeyen maliyetler değil, marka değerini destekleyen stratejik yatırımlar olarak değerlendirmek gerekiyor.”

Marka değeri, en zor kopyalanan rekabet avantajı

Yeni tesis yatırımları, mimari projeler veya teknolojik altyapılar belirli ölçüde taklit edilebiliyor. Ancak marka değeri uzun yıllar boyunca oluşuyor.

Serdar Kavramış,

bu konuda şu değerlendirmeyi yapıyor: “Bugün birçok yatırımcı yeni tesisler inşa edebiliyor, teknolojik altyapısını geliştirebiliyor veya hizmet kalitesini artırabiliyor. Ancak insanların zihninde yer eden ve tekrar tercih edilen bir marka oluşturmak çok daha uzun bir süreç gerektiriyor. Bu nedenle marka sermayesi, turizm sektörünün en değerli varlıklarından biri haline geliyor.”

Geleceğin kazananları hangi yatırımları yapacak?

Turizm sektöründe yapay zekâ, kişiselleştirilmiş hizmetler ve dijitalleşme yeni fırsatlar yaratırken, uzmanlar geleceğin başarılı işletmelerinin yalnızca fiziksel yatırımlara değil, marka yatırımlarına da odaklanacağı görüşünde birleşiyor. Çünkü günümüz turizminde beş yıldızlı olmak önemli olsa da kalıcı başarı için artık tek başına yeterli görülüyor. Sektörde fark yaratan işletmeler, misafirlerinin hafızasında yer edebilen ve güven duygusu oluşturabilen markalar olarak öne çıkıyor.

Kaya Holding’de CMO ataması: Şebnem Şayakçı

Kaya Holding bünyesinde 2022 yılından bu yana Kurumsal İletişim ve Pazarlama Direktörü olarak görev yapan Şebnem Şayakçı, Mayıs 2026 itibarıyla Chief Marketing Officer (CMO) görevine atandı. Pazarlama, marka yönetimi, kurumsal iletişim ve dijital dönüşüm alanlarında 15 yılı aşkın deneyime sahip olan Şayakçı, yeni görevinde Kaya Holding’in çok markalı yapısının pazarlama ve iletişim stratejilerine liderlik ederken, müşteri deneyimi, sadakat yönetimi ve veri odaklı pazarlama alanlarındaki çalışmalarla grubun uluslararası büyüme hedeflerine yön vermeyi sürdürecektir. Son dört yılda Kaya Holding bünyesinde marka yönetimi, dijital pazarlama, performans pazarlaması, CRM, sadakat programları, halkla ilişkiler ve kurumsal iletişim süreçlerinin bütünsellik şekilde yönetilmesinden sorumlu olan Şayakçı; Kaya Club sadakat programının

geliştirilmesi, dijital dönüşüm projeleri ve Turquality çalışmaları gibi stratejik başlıklarda aktif rol üstlendi. Lisans eğitimini Sabancı Üniversitesi İngilizce İşletme Bölümü’nde tamamlayan Şayakçı, akademik gelişimini Harvard University bünyesinde değişim öğrencisi olarak sürdürdü. Profesyonel kariyerine devam ederken, 2025 yılında Panthéon-Sorbonne University Executive MBA programından mezun oldu. Yüksek lisans tezinde Türkiye’de pazarlama ve iletişim alanlarında yapay zekânın kullanımını ele alarak bu konuda akademik çalışma gerçekleştiren öncü isimler arasında yer aldı. Kariyerine Accenture bünyesinde yönetim danışmanı olarak başlayan Şayakçı, farklı sektörlerde faaliyet gösteren 10’dan fazla şirketin dönüşüm ve strateji projelerinde görev aldı. Ardından TEB BNP Paribas’ta pazarlama alanında çalıştı. Sonrasında Garanti



BBVA Ödeme Sistemleri çatısı altında başta American Express olmak üzere Miles&Smiles, Shop&Fly ve Bonus kredi kartı markalarının pazarlama ve iletişim süreçlerinde önemli sorumluluklar üstlendi. Kurucusu olduğu ajans aracılığıyla; İstinye Park, GittiGidiyor, Caterpillar, Yaz Collective, Microsoft ve Borusan Holding gibi farklı sektörlerden markalara danışmanlık hizmeti veren Şayakçı, pazarlama ve iletişim alanındaki uzmanlığını çok disiplinli projelerle geliştirdi.

Peyzaj Sulamada %100 Sürdürülebilir Üstün Teknoloji. Artık Tüm Mineraller Dostunuz!

Bakım ihtiyacında azalma

Yedek parça gereksiniminde azalma

Sıfır atık ve atık su üretiminde azalma

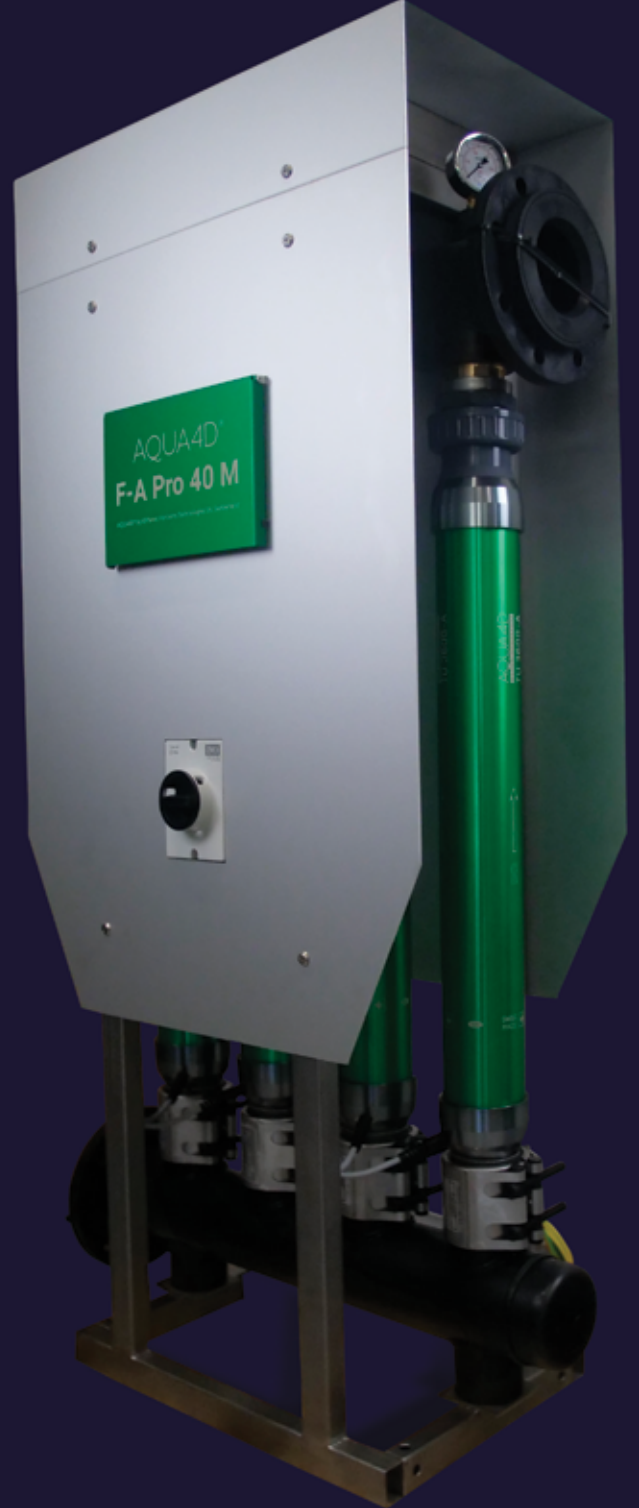
Kimyasal kullanımında azalma

- Sulama suyumuzun kalitesine bakmaksızın sağlıklı ve dengeli bir sulama sağlayabiliyoruz.
- %40'a varan su tasarrufu elde ediyoruz.
- Gübre kullanımını ciddi ölçüde azaltıyoruz.
- Bitkilerimiz daha sağlıklı ve dirençli hale geliyor.
- Toprak sağlığını koruyarak biyolojik çeşitliliğe katkı sağlıyoruz.
- Tüm bu süreci günlük sembolik bir enerji maliyetiyle sürdürebiliyoruz.



www.aqua4d.com.tr
SWISS TECHNOLOGY

- +90 (266) 721 22 24
- +90 (541) 471 01 43
- 600 Evler Mah. Kocatepe Sk. No: 13/B
Bandırma / BALIKESİR / TÜRKİYE



AQUA4D®

Ahmet Dinçer / AQUA4D Türkiye Genel Müdürü

“Su tasarrufu, enerji verimliliği, karbon ayak izinin azaltılması ve kaynak optimizasyonunu aynı platformda buluşturan AQUA4D; sürdürülebilir peyzaj yönetimi ve çevresel verimlilik teknolojisi olarak geleceğin dünyasında çok daha stratejik bir önem kazanıyor”

Turizm sektöründe otellerin özellikle sıcak su sistemleri, çamaşırhaneler, endüstriyel mutfaklar, soğutma kuleleri, havuz sistemleri ve geniş peyzaj alanlarının, kireçlenmeden doğrudan etkilendiğini belirten Ahmet Dinçer, mevcut sistemlere çok kolay entegre edilebilen teknoloji ile kireçten arındırılmış ısı transfer yüzeyleri sayesinde enerji tüketimlerinde %10 ila %30 arasında iyileşmeler gözlemlendiğini belirtiyor. Aynı zamanda dünyanın farklı bölgelerinde gerçekleştirilen uygulamalarda sulama suyu tüketiminde %20 ila %50 arasında tasarruflar elde edildiğini belirtiyor. İşletmelerin artık yalnızca su tüketimini değil, suyun verimli kullanımını da yönetmek zorunda oldukları günümüz dünyasında; AQUA4D, bugün, Türkiye, Avrupa, Kuzey Amerika, Orta Doğu ve Asya’da yüzlerce ticari yapıda kullanılıyor. İklim değişikliği, kuraklık ve yükselen enerji maliyetlerinin şekillendirdiği yeni dünyada AQUA4D’nin sunduğu faydaların önümüzdeki yıllarda çok daha büyük önem kazanacağına inandığını ifade eden AQUA4D Türkiye Genel Müdürü Ahmet Dinçer ile Turizm Proje Dergisi olarak bir röportaj gerçekleştirdik

AQUA4D®

AQUA4D teknolojisi hakkında bilgi ver misiniz? Geleneksel sulama sistemleri arasındaki fark için neler söylersiniz?

AQUA4D, İsviçre’de geliştirilmiş ve bugün dünyanın birçok ülkesinde kullanılan ileri bir su optimizasyon teknolojisidir. Teknoloji, suya herhangi bir kimyasal ilave etmeden veya filtrasyon yapmadan, su içerisindeki çözünmüş minerallerin ve partiküllerin davranışını yöneterek hem sulama sistemlerinde hem de bina altyapılarında önemli faydalar sağlar. Geleneksel sistemler çoğunlukla suyu taşımaya odaklanırken, AQUA4D suyun kalitesini ve kullanım verimliliğini artırmaya odaklanır. Bu sayede aynı su kaynağından daha yüksek performans elde edilir. Günümüzde su kaynaklarının azalması, enerji maliyetlerinin yükselmesi ve sürdürülebilirlik hedeflerinin önem kazanması nedeniyle işletmeler artık yalnızca su tüketimini değil, suyun verimli kullanımını da yönetmek zorundadır. AQUA4D tam olarak bu noktada devreye girmektedir.

AQUA4D, tarımsal ve peyzaj sulama alanları ve bina uygulamalarında kullanılıyor. Özellikle sürdürülebilir bina sertifikasyonu hedefleyen LEED,

BREEAM ve benzeri projelerde su ve enerji verimliliğine sağladığı katkıları anlatır mısınız?

AQUA4D yalnızca tarımsal ve peyzaj sulama alanında değil; oteller, hastaneler, ticari binalar, alışveriş merkezleri, üniversite kampüsleri, rezidans projeleri ve endüstriyel

tesislerde de yaygın olarak kullanılmaktadır. Özellikle aşağıdaki alanlarda önemli faydalar sağlamaktadır:

- Kullanım suyu sistemleri
- Sıcak su üretim sistemleri
- Boyler ve eşanjörler
- Soğutma kuleleri
- Peyzaj sulama sistemleri
- Havuz ve servis suyu hatları

Bu tesislerde karşılaşılan en büyük problemlerden biri kireçlenmedir. Kireç, zamanla boru hatlarının daralmasına, vana ve armatürlerin arızalanmasına, eşanjörlerin verim kaybetmesine ve enerji maliyetlerinin yükselmesine neden olur. AQUA4D teknolojisi bu kireçlenme döngüsünü kırarak tesislerin daha düşük maliyetle, daha yüksek verimlilikle çalışmasına katkı sağlar. Özellikle sürdürülebilir bina sertifikasyonu hedefleyen LEED, BREEAM ve benzeri projelerde su ve enerji verimliliğine sağladığı katkılar nedeniyle tercih edilmektedir.

Uluslararası ölçekte ise birçok lüks otel, sağlık kuruluşu ve ticari bina işletmecisi tarafından tercih edilen AQUA4D’ün, Türkiye’de özellikle Antalya bölgesinde büyük turizm yatırımlarında yoğun ilgi gördüğünü biliyoruz. Bu bağlamda örnek referanslar paylaşabilir misiniz?

AQUA4D bugün Avrupa, Kuzey Amerika, Orta Doğu ve Asya’da yüzlerce ticari yapıda kullanılmaktadır. Turizm sektörü, teknolojinin en fazla değer yarattığı alanlardan biridir. Çünkü oteller aynı anda hem yüksek miktarda su hem de yüksek miktarda enerji tüketmektedir. Özellikle sıcak su sistemleri, çamaşırhaneler, endüstriyel mutfaklar, soğutma kuleleri, havuz sistemleri ve geniş peyzaj alanları kireçlenmeden doğrudan etkilenebilir. Türkiye’de özellikle Antalya bölgesindeki büyük turizm yatırımları AQUA4D teknolojisine



yoğun ilgi göstermektedir. Barut Hotels gibi sürdürülebilirlik yatırımlarına önem veren gruplar ve yüksek peyzaj alanlarına sahip tesisler bu teknolojiyi yakından takip etmektedir. Uluslararası ölçekte ise birçok lüks otel, sağlık kuruluşu ve ticari bina işletmecisi AQUA4D’yi bakım maliyetlerini düşürmek, enerji tüketimini azaltmak ve ESG hedeflerine ulaşmak amacıyla kullanmaktadır. Türkiye için şu tesisleri sayabiliriz; Dobedan Kiriş/ Antalya Golf Kulübü / Sirene Hotel / Kempinsky Hotel / Regnum National Golf Kulübü / Lago Hotel Titreyengöl / Ethno Belek / Corendon Lara / Trendy Lara / Trendy Perge / Megasaray Belek / Champion Holiday Resort / Hydros Corendon / Corendon Airlines / Müskebi Club / Müskebi Laundry

AQUA4D, mevcut bina sistemlerine nasıl entegre ediliyor? Biyofilm oluşumunun azaltılması, hijyen standartlarının desteklemesi ve sistemlerin daha stabil çalışmasına sağladığı katkılar için ne



AQUA4D teknolojisi tesisatların kireçlenme döngüsünü kırarak tesislerin daha düşük maliyetle, daha yüksek verimlilikle çalışmasına katkı sağlar

söylersiniz?

AQUA4D'nin en önemli avantajlarından biri mevcut sistemlere çok kolay entegre edilebilmesidir. Boruların değiştirilmesi, kimyasal dozaj sistemlerinin kurulması veya büyük mekanik tadilatlar gerekmez. Sistem mevcut su hattına entegre edilerek çalışmaya başlar. Kireçlenme, özellikle sıcak yüzeylerde enerji verimliliğinin en büyük düşmanıdır. Yapılan teknik çalışmalara göre yalnızca birkaç milimetrelilik kireç tabakası bile enerji tüketimini önemli ölçüde artırabilmektedir. Çünkü kireç mükemmel bir yalıtkan görevi görerek ısınin suya transferini zorlaştırır. AQUA4D teknolojisi sayesinde kirecin yüzeylere tutunma eğilimi azaltılır ve zaman içerisinde mevcut sert kireç birikimlerinin sistemden uzaklaştırılması desteklenir. Bunun sonucunda:

- Eşanjör performansı yükselir
- Boyler verimi artar
- Kazanların enerji tüketimi düşer
- Soğutma kuleleri daha verimli çalışır
- Bakım aralıkları uzar
- Ekipman ömrü artar

Birçok uygulamada kireçten arındırılmış ısı transfer yüzeyleri sayesinde enerji tüketimlerinde %10 ila %30 arasında iyileşmeler gözlemlenmiştir. Özellikle 24 saat çalışan oteller, hastaneler ve ticari binalar için bu oranlar yıllık bazda çok ciddi enerji tasarrufları anlamına gelmektedir. Biyofilm oluşumunun azaltılması ise hem hijyen standartlarını desteklemekte hem de sistemlerin daha stabil çalışmasına katkı sağlamaktadır. Bu Lejyonella ile mücadelede

çok önemli bir avantajdır.

AQUA4D'yi bina uygulamalarının su tasarrufu, kimyasal kullanımının azaltılması ve genel çevresel sürdürülebilirliğe katkısı bazında değerlendirir misiniz?

Günümüzde sürdürülebilirlik yalnızca çevresel bir kavram değil, aynı zamanda ekonomik bir zorunluluktur. Bir tesis yöneticisinin bugün cevaplaması gereken temel soru şudur:

“Daha az su ve daha az enerji kullanarak aynı veya daha yüksek performansı nasıl elde ederim?”



AQUA4D'nin cevabı tam olarak budur.

Özellikle peyzaj uygulamalarında elde edilen sonuçlar son derece dikkat çekicidir. Dünyanın farklı bölgelerinde gerçekleştirilen uygulamalarda sulama suyu tüketiminde %20 ila %50 arasında tasarruflar elde edilebilmektedir. Bu oranlar yüzlerce dönüm peyzaj alanına sahip oteller, golf sahaları, belediye parkları ve kampüsler için milyonlarca litre suyun korunması anlamına gelir. Bunun yanında yüksek tuzluluk ve sertlik içeren sulama sularında dahi bitki gelişiminin desteklenmesi, sürdürülebilir peyzaj yönetimi açısından önemli bir avantaj sunmaktadır. Kimyasal tarafta ise kireç çözücüler, asit uygulamaları ve bakım kimyasalları ihtiyacının azalması hem işletme bütçesine hem de çevreye doğrudan katkı sağlar.

Enerji tarafında ise tablo son derece nettir:

Kirecsiz çalışan bir eşanjör daha az enerji tüketir. Daha az enerji tüketen bir bina daha düşük karbon salımı üretir. Dolayısıyla AQUA4D yalnızca bir su teknolojisi değildir. AQUA4D; su tasarrufu, enerji verimliliği, karbon ayak izinin azaltılması, ekipman ömrünün uzatılması ve sürdürülebilir peyzaj yönetiminin aynı platformda bulunduğu bir çevresel verimlilik teknolojisidir. İklim değişikliği, kuraklık ve yükselen enerji maliyetlerinin şekillendirdiği yeni dünyada AQUA4D'nin sunduğu faydaların önümüzdeki yıllarda çok daha büyük önem kazanacağına inanıyoruz.

tedarikçiler

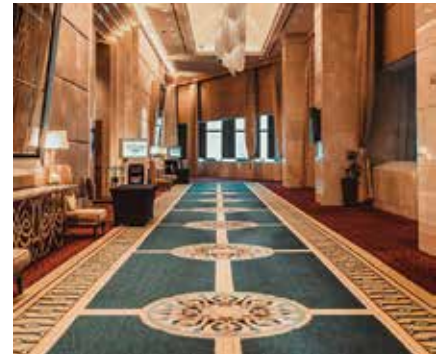


Yer ve duvar kaplamaları otellerde sadece estetik bir tercih olmanın ötesinde operasyonel verimliliği, akustik konforu ve hızlı renovasyonu belirleyen stratejik birer yatırım olarak konumlanıyor

Modern mimarinin ve yüksek segment turizm yatırımlarının estetik, akustik ve fonksiyonel temelini oluşturan yer ve duvar kaplamaları sektörü, doğal taşın ham zarafetini milimetrik hassasiyetle işleyen entegre tesislerden, Endüstri 4.0 normlarında üretim yapan vizyoner panel üreticilerine; yoğun insan trafiğine dayanıklı yüksek teknoloji ürünü yanmaz laminatlardan (HPL), sürdürülebilir karo ve duvardan duvara halılardan premium lamine parkeye, tekstil tabanlı duvar kaplamalarından seramik, mermer ve folyo kaplama sistemlerine kadar geniş bir yelpazede faaliyet gösteriyor. Uluslararası çevre sertifikaları (LEED, EPD, VOC Free) ve güçlü Ar-Ge altyapılarıyla donatılan yerli üreticiler ile Avrupa'nın lider markalarını Türkiye'ye taşıyan stratejik distribütörler, estetik beklentileri en üst düzey fiziksel dayanımla birleştirerek, projelere anahtar teslim çözüm ortaklığı sunuyor

Turizm yapılarının; estetik beklentilerin en üst seviyede olduğu, aynı zamanda 7/24 yaşayan alanlardaki yoğun insan trafiği nedeniyle hata payı en düşük sektörlerin başında geldiğini belirten sektör profesyonelleri, otel yatırımlarında yüzey malzemesi seçiminin salt görsel bir karar değil, işletme ömrünü ve misafir memnuniyetini doğrudan etkileyen rasyonel bir yatırım kararı olduğunu belirtiyorlar.

Günümüz otel projelerinde zemin ve duvar kaplamalarının, yalnızca birer dekorasyon unsuru değil; yangın güvenliğinden iç mekân hava kalitesine, akustik konfordan, işletme maliyetlerini düşüren renovasyon hızına kadar projenin ticari başarısını doğrudan etkilediğini ifade ediyorlar. Sektör temsilcileri öncelikle projenin kullanım yoğunluğuna uygun aşınma direncinin ve teknik yeterliliğin esas alınması gerektiğini vurguluyorlar. Güvenlik standartlarında ise yasal birer zorunluluk





olan yangın dayanım sınıfları (A1, A2-s1-d0, Bfl-s1 gibi yanmazlık ve alev yürütmezlik sertifikaları), antistatik korumalar ve ıslak/genel mahallerdeki anti-slip (kaymazlık) değerlerinin baz alınması gereken kriterlerin ilk sırasında yer aldığını belirtiyorlar. Odalar ve koridorlar gibi konfor odaklı alanlarda misafir deneyimini doğrudan etkileyen akustik yalıtım performansı ile iç mekân hava kalitesini koruyan düşük VOC emisyonlu, EPD sertifikalı çevresel ve antibakteriyel ürünlerin seçilmesinin, modern mimarlığın vazgeçilmez unsurları arasında sayıldığına dikkat çekiyorlar.

World Green Building Council (WorldGBC) raporları, uluslararası zincir otel projelerinin %70'inden fazlasının teknik şartnamelerinde artık düşük VOC emisyonlu ve EPD sertifikalı yeşil bina ürünlerini zorunlu tuttuğunu ortaya koyuyor

Sektör profesyonelleri, turizm endüstrisinin, sadece metrekare bazlı yüksek satış hacmi sundukları ticari bir alan olmanın çok ötesinde, markalarının tasarım gücünü, teknik mühendisliğini ve üretim kalitesini küresel ölçekte sergiledikleri en prestijli canlı vitrinler olduğunu belirtiyorlar ve toplam iş ve ciro hacimlerinin yüzde 25 ila yüzde 75 gibi çok ciddi oranlarını domine ettiğini ifade ediyorlar. Bir otelin dış cephesinden başlayarak resepsiyonuna, koridorlarından balo salonlarına, SPA alanlarından en lüks süit odalarına kadar her alanın, yüzey kaplama teknolojilerinin birer uygulama sergisine dönüştüğünü, yılda on binlerce yerli ve yabancı misafir tarafından 7/24 deneyimlendiğini ve misafir memnuniyetinde önemli bir etken olduğunu açıklıyorlar.

J.D Power Küresel Otel Misafir Memnuniyeti Endeksi verileri, misafir şikayetlerinin %30'unun yetersiz akustik yalıtımdan (odalar arası ve koridor sesleri) kaynaklandığını gösteriyor

Sektör temsilcileri; buna karşın turizm sektörü ile sıkışık şantiye takvimleri, yüksek operasyonel baskılar ve maliyet odaklı

yaklaşımlar nedeniyle süreç içerisinde kronikleşen yapısal sorunlar yaşandıklarına dikkat çekiyor. Sektör profesyonelleri, en büyük handikapların başında malzeme seçiminin projenin çok geç bir aşamasına bırakılması ve kararların rasyonel bir teknik analiz yerine sadece "metrekare birim fiyatı" üzerinden verilmesi olduğunu belirtiyor; bu yaklaşımın yanlış alana yanlış malzeme yerleştirilmesine, erken yıpranmalara, operasyonel temizlik krizlerine ve nihayetinde kaçınılmaz erken tadilat maliyetlerine yol açtığını vurguluyorlar. İkinci büyük engel olarak ise otel açılış veya sezon takvimlerinin çok dar bir zamana sıkışmasını, altyapı imalatlarındaki gecikmelerin faturasının sürecin en sonunda yer alan kaplama ve zemin uygulamalarına kesilmesini gösteriyor; bu zaman baskısı altında plansızca yapılan uygulamaların, uzun hak ediş vadeleri ve tedarik zincirini ciddi şekilde zora soktuğuna vurgu yapıyorlar.

GhosStyle ve mimari kaplama endüstrisi saha analizleri, geleneksel yıkım ve inşaat süreçleri yerine akıllı yüzey/folyo kaplama teknolojilerinin tercih edilmesinin, renovasyon kaynaklı tesis kapatma sürelerini ve dolayısıyla ciro kayıplarını %40 ila %60 oranında azalttığını kanıtlıyor

Sektör uzmanları bu kısır döngüyü kırmak adına rasyonel çözüm önerilerini net bir şekilde ortaya koyuyor: Yatırımcı ve mimarlar, firmaları, projenin en başında, konsept aşamasında sürece ve koordinasyona dahil etmelidir. Satın alma profesyonelleri ve mimarlar, inşaat sürecinde cazip görünen

metrekare birim fiyatları yerine, malzemenin "yaşam döngüsü maliyeti" (life-cycle cost) ne odaklanmalıdır; zira kolay temizlenebilen, yüzde 99,9 hijyen garantili, neme dayanıklı ve sistre/bakım imkanı sunan uzun ömürlü çözümler, sonraki yıllarda operasyonel temizlik ve erken tadilat masraflarını radikal biçimde düşürüyor. Son olarak, yıllar sonra yapılacak kısmi renovasyonlar için koleksiyon ve tedarik sürekliliği sunan, montajdan satış sonrasına kadar teknik destek verebilen güvenilir iş ortaklarıyla konsept aşamasında çalışmak, otelin marka algısına ve sürdürülebilir başarısına en yüksek katma değeri sağlıyor.

Dodge Construction Network verilerine göre, konaklama projelerinde malzeme seçiminin konsept aşamasında uzmanlarla planlanması şantiye lojistiğinde ve teslim takvimlerinde %25'e varan zaman tasarrufu sağlıyor

Bu bağlamda sektör profesyonelleri, zaman baskısını yönetebilmek için ölü sezon başlamadan planlamaların bitirilmesi, şantiyede hız kazandıracak montaj dostu numaralandırma sistemlerinin devreye alınması, etaplı çalışma programlarının kurgulanması ve yüksek stok gücüne sahip partnerlerle çalışılması gerektiği aktarıyor. Son olarak, geleneksel renovasyonun getirdiği yıkım, inşaat atığı ve tesis kapatma zorunluluğundan doğan ciro kayıplarına karşı; mevcut altyapıyı bozmadan doğrudan yüzeye uygulanabilen pratik panel sistemleri, modüler karo halılar, hızlı monte edilen teknik zeminler ve inovatif mimari folyo kaplamalar gibi gürültüsüz, tozsuz ve jet dönüşüm sağlayan akıllı sistemlerin tercih edilmesinin hem zamanı hem de yatırım bütçelerini maksimum düzeyde koruduğunu belirtiyor. Sektör temsilcileri, 2026 yılında otel projelerindeki pazar paylarını artırmayı ve yangın dayanımlı, akustik yalıtımlı, yeşil bina normlarına (LEED, EPD, VOC-Free) uygun inovatif ürün portföylerini genişletmeyi, küresel ölçekte büyümeyi hedefliyorlar.





Viğit Ozan Berk / Berk Laminat /
Genel Müdür

Firmamız 1993'ten beri HPL, yüzey tasarım teknolojileri ve mimari aksesuarlar alanlarında faaliyet göstermektedir. Kurulduğumuz günden beri Avrupa'da sektör lideri markaların Türkiye distribütörlüğü ve temsilciliğini üstlenerek, müşterilerimize yeni teknik imkanlar sunan ürün teknolojilerini ve uygulama çözümlerini pazara kazandırıyoruz. Turizm yapılarında kullanılan hareketli ve sabit mobilyalar, konut projelerine kıyasla çok daha yüksek fiziksel dayanım gerektiriyor. Bu durum sunduğumuz HPL ürün kategorimiz için kritik ihtiyaç yaratıyor. Özellikle turizm sektörüne sağladığımız ana ürünümüz olan HPL kategorisinde partner olduğumuz fabrikaların Ar-Ge çalışmaları, yatırımcılar ve uygulamacılar için yeni imkanlar ve hayat kolaylığı sunuyor. Güncel örnek olarak Almanya'daki partnerimiz Dekodur'un 2024'te sertifikasyonlarını tamamladığı A2-s1-d0 cinsi tarihteki ilk yanmaz HPL ürünü ile, İtalyan partnerimiz Lamicolor'un çizilmez yüzeyli satine metal laminat kaplamalarını gösterebiliriz. HPL kaplama ürünlerinde Türkiye'nin en geniş stok çeşitliliğini hızlı hizmet altyapımızla sunarak, sektörün operasyonel performansının gelişimine katkı sağlıyoruz. HPL ürünlerimiz için özel olarak geliştirdiğimiz kenarbantları ile, malzemelerimizin uygulandığı alanlarda bütüncül ve yüksek hassasiyette detay uyumu sağlıyoruz. Duvar kaplama çözümleri açısından Lamicolor HPL, otel iç mekanlarında yaşlanmayan yüzeyi ve doğal hisli dokusuyla en önemli mobilya kaplaması olmaya devam ediyor. Fabrikamızın her yıl yoğun bir şekilde sürdürdüğü Ar-Ge çalışmalarıyla yeni yüzey dokuları keşfediyoruz ve bütün bu yüzey dokularını Lamicolor'un dayanıklı yüzey kalitesinde sunuyoruz. Alternatif MDF'ler ya da overlaysiz CPL-HPL ürünlere kıyasla, Lamicolor HPL yüksek performans avantajı sunmaktadır. Ayrıca Lamicolor HPL, esnek yapısı sayesinde radyuslu duvar hareketlerinde de uygulanabilen bir kaplamadır. Otel projelerinin esnek ve hızlı şantiye yapısı hesaba katıldığında, düzenli olarak stokta tuttuğumuz 160'tan fazla ürün seçeneği, müşterilerimizin

Avrupa'da sektör lideri markaların Türkiye distribütörlüğü ve temsilciliğini üstleniyoruz, özellikle turizm sektörüne sağladığımız ana ürünümüz olan HPL kategorisinde partner olduğumuz fabrikaların Ar-Ge çalışmaları, yatırımcılar ve uygulamacılar için yeni imkanlar ve hayat kolaylığı sunuyor

hayatını kolaylaştırmaktadır. Klasik karkas sistemli laminat duvar uygulamalarına ek olarak, partnerimiz Dekodur tarafından yeni geliştirilen Firesafe Protectionboard panelleri ile, tarihte ilk kez doğrudan alçıpan duvar üzerine uygulanabilen stabil bir panel halinde laminat sunabiliyoruz. Ortalama 2 mm kalınlığında olan yeni Protectionboard HPL panellerimizle, ahşap ya da düz renk seçeneklerimizi A2-s1-d0 yanmaz özelliğe sahip yepyeni bir ürün gamı sunmaya başladık. Alçıpan üzerine doğrudan uygulanabilirlik, hem şantiye uygulama hızına yeni bir boyut getiriyor, hem sıva ve boya uygulamalarında işçilik yüzünden çıkan yüzey problemlerini yeni bir kalite standardıyla ortadan kaldırıyor. Turizm sektörü; sağlık, perakende ve ticaret, eğitim ve gemi inşaat sektörüyle birlikte hizmet verdiğimiz ana sektörlerden biridir. Türkiye'nin turizme elverişli coğrafyası ve yatırım teşvikleri sayesinde yıl boyunca yüksek sayıda aktif şantiye barındıran dinamik bir yapı sunmaktadır. Toplam gelirlerimizin ortalama %25'i doğrudan veya dolaylı olarak turizm sektörü kaynaklıdır.

Bir otel projesinde yer ve duvar kaplama malzemesi seçilirken en dikkat edilmesi gereken altın kriter teknik yeterlilik. İkinci önemli konu ise fiziki dayanıklılık; her yıl tadilat gerektirmeyen odalar yapabilmek büyük ölçüde inşaat esnasında seçilen kaplama malzemelerine bağlı

Özellikle yangın dayanımı konusundaki yönetmelikte yaşanan gelişmeleri yakından takip ediyoruz. Bir evin iç mekanı için mantıklı olan çoğu şey, otel uygulamasında 3 ay bile dayanmıyor, ya da kaza durumunda gerekli

dayanıklılığa sahip olamıyor. Bir otel projesinde yer ve duvar kaplama malzemesi seçilirken en dikkat edilmesi gereken altın kriter bu yüzden teknik yeterlilik. İkinci önemli konu ise fiziki dayanıklılık; her yıl tadilat gerektirmeyen odalar yapabilmek büyük ölçüde inşaat esnasında seçilen kaplama malzemelerine bağlı. Bu yüzden Lamicolor HPL ile sadece genel mahal yönetmeliklerine uygun ve bütün kompozisyonu ile en yüksek yüzey dayanım performansını sağlayan ürünleri stoklarımızda tutuyoruz. Radisson, Novotel, Marriott ve Hilton gibi uluslararası otel zincirlerinin projeleri başta olmak üzere, çok sayıda otel şantiyesinde malzemelerimiz kullanıldı ve kullanılmaya devam ediyor. Turizm sektöründe her yıl etkileyici yeni projelere tanık oluyoruz. Turizm projelerinde en sık karşılaştığımız konu, değişen proje detayları ve kısa teslim süreleri nedeniyle oluşan zaman baskısıdır. Bu nedenle yüksek stok çeşitliliği ve hızlı tedarik altyapısına yatırım yapıyoruz. 2026 yılı için turizm sektörü kaynaklı gelirlerimizde %20 büyümeye hedefliyoruz. Kurulduğumuz günden beri her yıl yaptığımız gibi yeni yılın ilk çeyreğinde ürün gamımız genişledi, yeni teknik özelliklere sahip malzemelerimiz stok koleksiyonumuza eklendi. Turizm sektörü, dinamik şantiye süreçleri ve uzman kadroları sayesinde teknolojik yeniliklere en hızlı uyum sağlayan sektörlerimizden biridir. Bu nedenle, müşterilerimize sunmaya başladığımız yeni teknik malzemelerin kısa sürede yaygın olarak kullanılacağına inanıyoruz. Kurulduğumuz günden bu yana benimsediğimiz kalite, süreklilik ve hizmet disipliniyle, müşterilerimiz için güvenilir ve doğru çözümler sunmaya devam edeceğiz.





Dekodur HSM yüzey ile metal laminat yüzey teknolojisi yeniden keşfedildi.

Çizilmez metal laminatlar, hem dikey, hem yatay yüzeylerde kullanıma uygundur. HSM yüzeyli metal laminatlar çizilmez, aşınmaz, darbelerden etkilenmez, eskimez.

Alüminyum, bakır, bronz, altın, paslanmaz çelik.

Metalin her çeşidi, farklı yüzey doku alternatifleriyle yaratıcılığınıza ilham verir.

Ayna efektler, satine metaller, dövme bakırlar...

Metal laminatlarımız, mdf, sunta gibi dolgular ile kolayca uygulanabilme imkanı verir.



Dekodur 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.



Seyfullah Yılmaz / Kalsedon Stone /
Satış Müdürü

Kalsedon Stone, Türkiye Ankara merkezli duvar kaplama malzemeleri olarak çimento esaslı yapıştırma ile uygulanan kültür taşı şeklinde adlandırılan tuğla ve taşlar ile polyester esaslı vidalama ile uygulanan fiber plaka panelleri üretici fabrikasıdır. Firmamızı rakiplerimizden öne çıkaran özelliği, otel projeleri başta olmak üzere projeye özel model ve ürün çalışması yapmamızdır. Ürünlerimizi doğadan aldığımız modeller ile şekillendiriyor, bire bir doğada olan renkler veya müşterinin istemiş olduğu şekilde üretimini yapıyoruz. Yurt içi ve yurt dışında bayilik ve distribütörlük şeklinde, çözüm ortaklarımızın talebine göre isterlerse sadece üretimin yaptığımız malzemeleri, isterlerse sarf malzemeleri uygulama ve nakliye lojistik desteği ile anahtar teslim projelerinde yer alıyoruz. Konaklama sektörüne özel olarak geliştirdiğiniz yer ve duvar kaplama çözümlerimiz, kullanım alanına göre değişiklik göstermektedir; polyester esaslı ürünlerimizi tavan sistemlerinde kullanıp, tavanda kaya veya tuğla ile müşterilere alışılmış dışında bir

Kalsedon Stone olarak bizi rakiplerimizden öne çıkaran özelliğimiz, otel projeleri başta olmak üzere projeye özel model ve ürün çalışması yapmamızdır

tarz oluşturabilirsiniz. Ürünlerin darbeye direnci dışında daha sonra renk değişikliği yapılabilmesi veya sökölüp başka alanlarda kullanımı büyük avantajlarındandır. Bir otel projesinde otelin dış duvarlarından başlayarak resepsiyon, restoran bölümleri, odalar gibi her alanda farklı model ve renklerimiz projenizde görülebilir. Otellerde yaptığımız uygulamalar sonrasında beraber çalıştığımız otellerde bayi toplantısı ve yurt dışı müşterilerimizi misafir ederek, kendilerine görsel sunum yaparak, kullanacakları diğer projeleri için ilham kaynağı oluşturuyoruz.

Turizm sektöründe hizmet veren otel mimarları, projelerinin çizimini bitirdikten sonra, malzeme seçimlerinde kalite termin gibi önemli konuların bilincindedirler. Oteller hızlı insan sirkülasyonu olan yerlerin başında geldiğinden birebir insanlarla temasta olan, ilerleyen zamanda üründe deformasyon olmaması ile birlikte bir sonraki revizyona kadar teknik destek ve malzeme üstünde çalışma yapılabilecek şekilde ürünleri tercih etmektedirler

Otel mimarları, projelerinin çizimini bitirdikten sonra, malzeme seçimlerinde kalite termin gibi önemli konuların bilincindedirler. Oteller hızlı insan sirkülasyonu olan yerlerin başında geldiğinden birebir insanlarla temasta olan, ilerleyen zamanda üründe deformasyon olmaması ile birlikte bir sonraki revizyona kadar teknik destek ve malzeme üstünde



çalışma yapılabilecek şekilde ürünleri tercih etmektedirler. Ürünün üretiminden son aşamasına kadar elimizden gelen desteği sağlayan firmamız, işinin kalitesinden taviz vermeden yaptığı işte en iyi sonucu alarak, kendisine referans değil iş ortağı edinmektedir. Türkiye’de yaz turizm otelleri, kayak otelleri, kaplıca otelleri gibi alternatif birçok projede yer alan firmamızın, bulunduğu projelerde referans vererek diğer çözüm ortaklarımızı unutmış gibi olmak istemeyiz. Çünkü bizim için otellerde kullanılan metraj önemli evet ama kullanılan lokasyon ve kullanım şekli de önemli. Örneğin Bursa Uludağ bir kayak otelinde yaptığımız kaplama aynı firmanın Sırbistan Aqua otel projesinde kullanıldı. Turizm sektöründe bizi bir otel olarak düşünün satış yapılması ile başlayan süreç, müşterinin otele nasıl geleceği, onu karşılamamız, odasına yerleştirmemiz, tesisimizden alacağı imkanları sunarken, yemek, havuz varsa deniz, kayak pisti, hamam eğlencesi, dinlenmesi gibi; süreçte karşılıklı olarak birbirimize destek ve yardımcı olmamız gerekmektedir. Markamız olmaz denem 3 kriteri birleştirmiştir iyi fiyat, hızlı termin ve yüksek kalite. Çünkü biliyoruz hız önemli; birim fiyatı ne kadar geriye çekersek, metraj yükselir, kaliteyi bozmazsak her zaman çalışırız. Dünya rekabetçi bir yönde artık eskisi gibi değil uçuş imkanları ile herkes istediği lokasyona seyahat edebilmekte son zamanlarda turizm sektöründe bazı sıkıntılar olabilir bunun da çözümünü söylemek bize düşmez. Çünkü sektörün büyükleri çözümleri gerek devlet gerekse uluslararası mevzuata göre çözüm bularak daha doğrusunu yapmaktadırlar





M. Süreyya Çağlar / Seramiksan /
Direktör

Seramiksan olarak, 1990 yılından bu yana seramik sektöründe üretim gücümüzü yenilikçi tasarım anlayışımız ve ileri teknolojiğimizle birleştirerek faaliyet gösteriyoruz. Duvar ve yer karolarından teknik porselene, 60x120 30x180 20x180 gibi büyük ebatlı karolardan hijyen odaklı özel ürünlere kadar geniş bir ürün gamıyla, yaşam alanlarına değer katıyoruz. Türkiye genelindeki 230 ana bayi 1000 ün üzerinde tali bayi ağına sahip olma, bugünkü 60'ın üzerinde ülkeye ihracat gerçekleştirerek uluslararası pazarda da önemli bir konuma sahibiz. Ar-Ge, tasarım ve sürdürülebilir üretim yatırımlarımızla hem yurt içinde hem de global pazarda sektörün gelişimine katkı sağlamayı sürdürüyoruz. Otel projeleri, estetik beklentilerin yanı sıra yoğun kullanım nedeniyle yüksek teknik performans gerektiren yapılar. Bu doğrultuda geliştirdiğimiz porselen karolar, büyük ebatlı yüzeyler ve farklı yüzey alternatiflerine sahip koleksiyonlarımız; lobi, oda, banyo, restoran, SPA ve ortak kullanım alanlarında uzun ömürlü çözümler sunuyor. Ürünlerimizin tercih edilmesindeki en önemli unsurlar; yüksek aşınma direnci, düşük su emme oranı, kolay temizlenebilir yapısı ve uzun yıllar ilk günkü görünümünü koruyabilmesidir. Bunun yanında doğal taş, mermer, beton ve ahşap dokularını çağdaş tasarım anlayışıyla yorumlayan koleksiyonlarımız, mimarlara geniş tasarım özgürlüğü sunuyor. Seramiksan olarak estetik ve teknik performansı birlikte sunan çözümler geliştirerek, otel projelerinde hem yatırımcıların hem de tasarımcıların beklentilerine cevap veriyoruz. Turizm sektörü, markamız açısından stratejik öneme sahip projelerden biridir. Türkiye'nin turizm yatırımlarındaki dinamizmi ve uluslararası standartlarda tesisleşme süreci, seramik sektörüne de önemli fırsatlar



Seramik sektöründe üretim gücümüzü, yenilikçi tasarım anlayışımız ve ileri teknolojiğimizle birleştirerek, otel projelerinde hem yatırımcıların beklentilerine cevap veriyor hem de mimarlara geniş tasarım özgürlüğü sunuyoruz



sunuyor. Özellikle yeni otel yatırımlarının yanı sıra renovasyon projelerinde de Seramiksan ürünleri tercih ediliyor. Turizm projeleri, proje satışlarımız içerisinde istikrarlı bir paya sahip olup, özellikle yüksek segment otellerde yer almak marka değerimizi uluslararası ölçekte güçlendiren önemli referanslar oluşturuyor.

Seramik seçimi yapılırken öncelikle teknik özellikler (Kaymazlık değeri, aşınma direnci, hijyen, bakım kolaylığı, uzun ömürlü) ve koleksiyon sürekliliği değerlendirilmelidir. Mimarlara ise yalnızca bugünün trendlerine değil, zamansız tasarım anlayışına odaklanmalarını öneriyoruz. Çünkü kaliteli tasarım, yıllar geçse de değerini koruyan mekânlar oluşturur

Seramik seçimi yalnızca görsel bir karar değildir; yatırımın uzun vadeli performansını doğrudan etkileyen teknik bir tercihtir. Öncelikle ürünün kullanım alanına uygun teknik özelliklere sahip olması gerekir. Kaymazlık değeri, aşınma direnci, hijyen, bakım kolaylığı ve uzun ömürlü performans mutlaka değerlendirilmelidir. Bunun yanında koleksiyon sürekliliği de oldukça önemlidir. Büyük ölçekli otel projelerinde yıllar sonra yapılacak renovasyonlarda aynı ürünün veya tamamlayıcı alternatiflerinin bulunabilmesi yatırımcı açısından önemli avantaj sağlar. Mimarlara ise yalnızca bugünün trendlerine değil, zamansız tasarım anlayışına odaklanmalarını öneriyoruz. Çünkü kaliteli tasarım, yıllar geçse de değerini koruyan mekânlar oluşturur. Tüm bunların yanı sıra hem seramik porselen karolarda hem de vitrifiye grubundaki ürünlerde %99,9 hijyen garantisi veriyoruz. Bu otel ve turistik işletmelerin temizlik maliyetlerine de çok önemli bir katkı sağlıyor. Seramiksan olarak Türkiye'nin farklı bölgelerinde hayata geçirilen birçok nitelikli otel ve tatil projesinde yer

almaktan gurur duyuyoruz. Özellikle Antalya, Muğla, İzmir ve İstanbul başta olmak üzere pek çok turizm yatırımında ürünlerimiz tercih edildi. Lüks resort otellerden şehir otellerine, termal tesislerden butik otellere kadar farklı konseptlerde gerçekleştirdiğimiz projelerde; estetik, kalite ve teknik performansı bir araya getiren çözümler sunduk. Güçlü referanslarımız, bugün yeni projelerde tercih edilmemizde önemli rol oynuyor. Turizm yatırımlarında proje takvimlerinin oldukça yoğun olması, tüm tedarik zincirinin hızlı ve koordineli çalışmasını gerektiriyor. Bu süreçte doğru planlama ve üreticiyle erken aşamada iş birliği yapılması büyük önem taşıyor. Diğer önemli konu ise sürdürülebilirliktir. Günümüzde yatırımcılar yalnızca estetik çözümler değil; çevreye duyarlı, uzun ömürlü ve yaşam döngüsü maliyetleri düşük ürünler talep ediyor. Biz de Seramiksan olarak sürdürülebilir üretim anlayışımız, çevre dostu teknolojilerimiz ve güçlü üretim altyapımızla bu beklentilere cevap vermeye devam ediyoruz. 2026 yılını, küresel ekonomik gelişmelere rağmen yeni fırsatların oluştuğu ve katma değerli ürünlerin daha fazla önem kazandığı bir dönem olarak değerlendiriyoruz. Bu yıl özellikle yeni koleksiyonlarımız, büyük ebatlı ürün gruplarımız ve inovatif yüzey teknolojilerimizle hem yurt içinde hem de ihracat pazarlarında büyümeyi hedefliyoruz. Turizm sektöründe ise mimarlar, yatırımcılar ve uygulayıcılarla daha yakın iş birlikleri kurarak, yeni nesil otel projelerinde daha fazla yer almayı amaçlıyoruz. Tasarım, kalite, sürdürülebilirlik ve teknoloji odağındaki yatırımlarımız sayesinde Seramiksan'ın ulusal ve uluslararası proje pazarındaki gücünü artırmaya devam edeceğine inanıyoruz.



Osman Cavit Turunç / Marble Systems
Tureks Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı

Marble Systems Tureks olarak ana faaliyet alanımız; doğal taş üretimi, işlenmesi, tasarımı ve global pazarlara ihracatıdır. 1982 yılında Afyonkarahisar'da başlayan üretim yolculuğumuz bugün mermer, traverten, oniks, limestone ve benzeri doğal taş ürünlerinde dünyanın birçok ülkesine uzanan entegre bir yapıya dönüşmüş durumda. Doğal taşı yalnızca bir yapı malzemesi olarak değil, mimari ve tasarımın önemli bir parçası olarak değerlendiriyor; proje bazlı özel üretimler, dekoratif yüzeyler, mozaikler, özel kesimler ve mimari uygulamalara yönelik çözümler geliştiriyoruz. Bugün Marble Systems markamız ile 5 kıtada 50'den fazla ülkeye ihracat gerçekleştiriyor; ABD başta olmak üzere geniş showroom, bayi ve depo ağıımız sayesinde mimarlar, tasarımcılar ve proje geliştiricilere doğrudan hizmet sunuyoruz. İngiltere, Ortadoğu, Avusturalya, Nijerya, Kanada, Güney Afrika, Panama, Fransa ve Almanya en etkin olduğumuz pazarlar. ABD'de bine yakın bayi, 7 depo ve 12 showroomumuz bulunuyor. Ciromuzun yaklaşık yüzde 95'ini ihracattan elde ediyoruz. Temel stratejimiz; doğal taş sektöründe yalnızca bir üretici ve tedarikçi olarak değil, tasarım, kalite, sürdürülebilirlik ve proje yönetimi alanlarında değer yaratan bir çözüm ortağı olarak konumlanmak. Bu yaklaşım sayesinde dünyanın farklı bölgelerinde hayata geçirilen seçkin otel, yaşam ve ticari projelerinde Türk doğal taşı başlarıyla temsil etmeye devam ediyoruz. Tureks olarak konaklama sektörüne yönelik çözümlerimiz; doğal taş plakalar, mermer karo sistemleri, özel ölçü kesim uygulamaları, waterjet tasarımlar, mozaikler ve proje bazlı özel üretimlerden oluşuyor. Özellikle otel lobileri, resepsiyon alanları, spa ve wellness merkezleri, banyolar, restoranlar ve ortak kullanım alanlarında projeye özel yer ve duvar kaplama çözümleri geliştiriyoruz. Otel projelerinde en çok tercih edilen ürünlerimiz arasında Diana Royal, Bianco Dolomiti, Iris Black, Calacatta Amber ve Silver Shadow gibi doğal taşlar ile bu taşlardan geliştirilen özel mozaik ve waterjet tasarımlar yer alıyor. Özellikle Diana Royal ve Iris Black, zamansız tasarımları ve farklı konseptlere uyum sağlayabilmeleri sayesinde mimarlar ve tasarım ekipleri tarafından sıklıkla tercih ediliyor. Ürünlerimizin tercih edilmesinin temelinde doğal taşın zamansız estetiğini yüksek kalite standartları, geniş tasarım seçenekleri ve güçlü üretim altyapımızla birleştirmemiz yer alıyor. Kendi ocaklarımızdan çıkan taşları kendi tesislerimizde işleyerek büyük ölçekli projelerde renk ve doku sürekliliğini sağlayabiliyor, projeye

Doğal taşın zamansız estetiğini yüksek kalite standartları, geniş tasarım seçenekleri ve güçlü üretim altyapımızla birleştiriyor, projeye özel çözümler geliştiriyor, turizmde misafir deneyimini zenginleştiren ve yatırımcılara uzun vadeli değer sağlayan çözümler sunuyoruz

özel ölçü ve yüzey alternatifleri sunabiliyoruz. Bunun yanında, yoğun kullanıma maruz kalan otel alanlarında uzun ömürlü performans ve dayanıklılık sunan çözümlerimiz estetik değerlerini yıllar boyunca koruyor. Tasarım özgürlüğü, güvenilir tedarik gücü ve proje yönetim kabiliyetimizi bir araya getirerek, turizm sektöründe misafir deneyimini zenginleştiren ve yatırımcılara uzun vadeli değer sağlayan çözümler sunuyoruz. Turizm sektörü, Tureks için yalnızca bir müşteri segmenti değil, markamızın uluslararası proje deneyimini ve doğal taş konusundaki uzmanlığını ortaya koyabildiği stratejik alanlardan biri. Aynı zamanda oteller doğal taşın estetik ve fonksiyonel değerini en güçlü şekilde gösterebildiğimiz yerlerden. Bu nedenle turizm sektörü, uluslararası büyüme stratejimiz içerisinde önemli bir yere sahip. Özellikle otel projeleri; tasarım, kalite, sürdürülebilirlik ve uzun ömürlülük beklentilerinin aynı anda karşılanmasını gerektirdiği için, sahip olduğumuz bilgi birikimini en kapsamlı şekilde yansıtabildiğimiz projeler arasında yer alıyor.

Dünyanın farklı coğrafyalarında hayata geçirilen prestijli otel projelerinde edindiğimiz deneyim, başarılı yatırımların ortak noktasının kaliteli malzeme, doğru planlama ve güçlü iş birlikleri olduğunu gösteriyor. Sektörün geleceğinde sürdürülebilirlik, özgün tasarım ve uzun ömürlü çözümlerin belirleyici olacağına inanıyor; tüm paydaşların bu vizyon etrafında hareket etmesini önemli görüyoruz

Otel projelerinde kaplama malzemesi seçimi yapılrken estetik kadar dayanıklılık, güvenlik, bakım kolaylığı ve uzun vadeli performans da dikkate alınmalıdır. Yoğun kullanıma maruz kalan alanlarda malzemenin aşınmaya karşı dirençli olması ve yıllar boyunca görünümünü koruması büyük önem taşır. Bir önemli kriter ise projenin kimliğine değer katacak özgün ve sürdürülebilir tasarım yaklaşımıdır. Doğal taş, her bir yüzeyinde benzersiz desenler ve dokular sunarak otellere karakter kazandırırken, aynı zamanda uzun ömürlü yapısıyla sürdürülebilirlik hedeflerine de katkı sağlar. Günümüzde yatırımcılar ilk yatırım maliyetinin yanı sıra ürünün yaşam döngüsü boyunca sağlayacağı değeri de dikkate almaktadır. Marble Systems olarak, yatırımcı ve mimarlara yalnızca ilk maliyete değil, ürünün yaşam döngüsü boyunca sağlayacağı değere odaklanmalarını öneriyoruz. Doğru seçilmiş doğal taş çözümleri; zamansız tasarım, sürdürülebilirlik ve uzun ömürlü kullanım avantajlarıyla otelin marka değerine önemli katkı sağlar. Turizm sektöründe bugüne kadar yer aldığımız projeler arasında, farklı coğrafyalarda prestijli ve referans niteliği taşıyan birçok otel ve kültürel yapı bulunuyor. Özellikle lüks segment oteller, resort tesisler, şehir otelleri ve karma kullanım projelerinde;

lobi alanlarından spa ve wellness merkezlerine, sülitlerden ortak kullanım alanlarına kadar farklı uygulamalarda doğal taş tedariki ve proje yönetimi desteği sağlıyoruz. Las Vegas'taki Bellagio Otel, Porto Riko'daki Condado Vanderbilt Hotel ve Antalya'daki Regnum The Crown gibi projelerde doğal taş çözümlerimiz kullanıldı. Bunların yanı sıra pek çok prestijli projelerde de yer aldık. New York'daki The Mark Otel, Kuveyt'de ki Sheikh Abdullah Al Salem Cultural Centre, Puerto Rico'da El Conquistador Resort Toronto Scotia Bank Projesi bunlardan sadece bazıları. Turizm sektörü, tasarım kalitesine ve misafir deneyimine her geçen gün daha fazla yatırım yapıyor. Ancak sürdürülebilir malzeme kullanımının sektörde daha da yaygınlaşması gerektiğine inanıyoruz. Sektörde zaman zaman ilk yatırım maliyetinin toplam yaşam döngüsü maliyetinin önüne geçmesi, kaliteli ve uzun ömürlü malzeme seçimlerinin ikinci planda kalmasına neden olabiliyor. Kısa vadeli maliyet avantajları yerine, projeye yıllarca değer katacak malzemelerin tercih edilmesi hem yatırımcılar hem de işletmeciler için önemli bir kazanım sağlayacaktır. Marble Systems Tureks olarak dünyanın farklı coğrafyalarında hayata geçirilen prestijli otel projelerinde edindiğimiz deneyim, başarılı yatırımların ortak noktasının kaliteli malzeme, doğru planlama ve güçlü iş birlikleri olduğunu gösteriyor. Sektörün geleceğinde sürdürülebilirlik, özgün tasarım ve uzun ömürlü çözümlerin belirleyici olacağına inanıyor; tüm paydaşların bu vizyon etrafında hareket etmesini önemli görüyoruz. Ayrıca, sürdürülebilir yapı malzemelerine yönelik farkındalığın ve teşviklerin artırılması, hem turizm yatırımlarının uzun vadeli değerini yükseltecek hem de çevresel hedeflere katkı sağlayacaktır. 2026 yılına turizm sektörü açısından baktığımızda, Tureks olarak otel, resort, villa ve karma kullanım projelerinde doğal taş kullanımına yönelik talebin arttığını gözlemliyoruz. Özellikle sürdürülebilirlik, uzun ömürlülük ve zamansız tasarım anlayışı, doğal taşı turizm yatırımlarında ön plana çıkaran unsurlar arasında yer alıyor. Yıl sonuna kadar hedefimiz, yüksek katma değerli ürünlerimizin satışını artırmak, işlenmiş ürün ihracatındaki payımızı büyütmek ve turizm projelerine yönelik özel koleksiyonlarımızla daha fazla uluslararası projeye yer almak. Bunun yanı sıra, mimarlar ve yatırımcılarla olan iş birliklerimizi güçlendirerek, dünyanın farklı bölgelerindeki seçkin otel ve yaşam projelerinde Türk doğal taşı daha görünür hale getirmeyi amaçlıyoruz. Uzun vadede ise hedefimiz yalnızca doğal taş tedarikçisi olmak değil; tasarım, sürdürülebilirlik ve proje geliştirme süreçlerinde çözüm ortağı olarak konumlanmak ve turizm sektörünün en prestijli projelerinde tercih edilen markalar arasında yer almak.



4. OTEL TEKNİK EKİPMAN VE MALZEMELERİ İHTİSAS FUARI İKLİM 2026 - ULUSAL İKLİMLENDİRME KONGRESİ

10 - 12 ARALIK 2026

NEST CONVENTION CENTER
BELEK / ANTALYA

OTEL ALTYAPISINDA OYUNU DEĞİŞTİREN BULUŞMA!

- TEKNOLOJİ,
- MÜHENDİSLİK,
- SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

www.hoteltechantalya.com

[f](https://www.facebook.com/hoteltechantalya) [@](https://www.instagram.com/hoteltechantalya) /hoteltechantalya

+90 242 999 11 19

PLANT EXPO



TMMOB
Makina
Mühendisleri
Odası





Yavuz Böke / Samur Halıları A.Ş. / Genel Müdür

50 yılı aşkın deneyimiyle Samur Halı, entegre üretim tesisleri, güçlü mühendislik altyapısı ve yenilikçi bakış açısıyla halı sektöründe öncü konumda yer almaktadır. Türkiye'nin tek entegre karo halı ve duvardan duvara halı üreticisi olarak, geniş makine parkurumuz ve ileri üretim teknolojilerimizle yüksek kaliteli halılar üretiyoruz. Halı baskı, dokuma ve iplik üretim süreçlerimizin tamamını kendi bünyemizde gerçekleştirerek, tasarımdan üretime tam kontrol sağlıyoruz. Samur Halı, yüksek kaliteli duvardan duvara halılar, karo halılar ve özel tasarım projeleri ile dünya genelinde otellerden ofislere, ticari alanlardan konutlara kadar geniş bir müşteri portföyüne hizmet vermektedir. Yenilikçi Ar-Ge çalışmalarımız ve esnek üretim kabiliyetimiz sayesinde hem yerel hem de küresel pazarlardaki trendleri takip ederek müşterilerimize özel çözümler sunuyoruz. Samur Halı olarak, yüksek çözünürlüklü baskı teknolojisiyle üretilen dokuma halılarımız ve zengin desen seçeneklerimizle farklı alanlara estetik ve fonksiyonel çözümler sunuyoruz. Cumhurbaşkanlığı ve Nato halıları, T.B.M.M. genel kurul ve toplantı salonu alanları, Enerji Bakanlığı, Sayıştay gibi birçok devlet kurumu halıları bunların başlıcalarıdır. Sektörün en köklü ve eski kontrat halı ve tek karo halı üreticisiyiz. Tüm konaklama tesislerinin oda, koridor, balo ve toplantı salonu vb. alanlarının halı ihtiyaçlarına çözüm sunmaktayız. Dikkatinizi çekmek istediğimiz önemli bir husus, halılarımız Japonya'dan ithal özeliletken karbon flament katkı ile tüm kullanımı boyunca "Antistatik" hale getirilmektedir. Ayrıca hem halı kullanımını kolaylaştırmak hem de halı kullanım ömrünü uzatmak için yağ, su ve kir (toz) "İtici apre" uygulanmaktadır. Kontrat halılarımız tamamı aynı zamanda Bfl-s1 "Alev yaymaz" özelliğe sahiptir. Turizm sektörünün halı ihtiyaçlarına 1973 yılından bu zamana hizmet vermekteyiz. Türkiye genelinde birçok otel projesinde Samur halı imzası bulunmaktadır. Hilton, Titanic, Rixos, Dedeman, Wyndham, Radisson, Divan, Limak, Marriott, IHG, Gloria Hotels, Aydınbey Hotels,

Sektörün en köklü kontrat halı ve tek karo halı üreticisi olarak, geniş makine parkurumuz ve ileri üretim teknolojilerimizle, tüm konaklama tesislerinin halı ihtiyaçlarına, "Antistatik", "Alev yaymaz" ve "İtici apre, leke, kir ve toz" özellikli halılarımızla hizmet veriyoruz



IC Hotels, Özkaymak Otelleri vb. klasmandaki otel zincirleri bunların başlıcalarıdır. Dolayısı ile turizm sektörü, markamız için çok önemli bir iş koludur. Üretimimizin büyük bir oranı otel projelerini kapsamaktadır.

Turizm sektöründe otellerde renovasyon süreçlerinin doğru planlanması önemlidir. Sürecin düşük sezon başlamadan planlanması ve ölü sezon diye tabir edilen süreç başladığında, hızlı bir şekilde sürecin sonuçlanması gerekir. Doğru malzeme seçimine dikkat edilmelidir. Maliyeti düşürmek için alanlardaki trafiğe uygun olmayan halıların kaplanması ve vadelerin uzun olması sorundur. Renovasyon planlaması sezon içinde yapılıp, ödeme planlamalarının önceden yapılarak adil ve güvenceli ödeme modellerinin devreye alınması gereklidir

Bir otel projesinde halı temin edilirken en önemli unsur, kaliteden vazgeçemeyip kaliteyi araştırmaktır. Alanın kullanım amacına uygun halı seçimi (trafik yoğunluğuna göre dayanıklılığı belirlemek) yapılmalıdır. Doğru renk ve desen seçimi önemlidir. Turizm sektöründe otellerde renovasyon süreçlerinin doğru planlanması önemlidir. Sürecin düşük sezon başlamadan planlanması ve ölü sezon diye tabir edilen süreç başladığında, hızlı bir şekilde sürecin sonuçlanması gerekir. Yanlış malzeme seçimine dikkat edilmelidir. Maliyeti düşürmek için alanlardaki trafik yoğunluğuna uygun olmayan halıların kaplanması ve vadelerin uzun olması sorundur. Renovasyon planlaması sezon içinde yapılıp, ödeme planlamalarının

önceden yapılarak adil ve güvenceli ödeme modellerinin devreye alınması gereklidir. 2024 ve 2025 yıllarında yenilikçi ve üstün hizmet anlayışımız ile hedeflerimizi % 60 artırarak tamamladık. 2026 yılını da dünya genelini etkileyen ekonomik olumsuzluklara rağmen yine aynı şekilde hedeflerimizin üzerinde tamamlamayı kapatacağız. Turizm sektörü için, her zaman olduğu gibi yenilikçi çalışmalarımızla ihtiyaçlarını tam anlamıyla karşılayan çözümler sunarak, alanlarını Samur imzasıyla kaplamayı hedefliyoruz.





Alper Yalınkılıç/ Hünı Parke /
Firma Ortağı

Hünı Parke olarak 35 yılı aşkın süredir Türkiye'nin premium ahşap zemin sektöründe faaliyet gösteriyoruz. İşimizin merkezinde lamine parke ve doğal masif ahşap zemin çözümleri yer alıyor; İstanbul Levent'teki showroom'umuzda bu ürünleri mimarlara, yatırımcılara ve son kullanıcılara birebir sunuyoruz. Faaliyetlerimizi ithalat ve Türkiye içerisi bayilikler üzerinde yürütüyoruz. İthalat tarafında, Avrupa'nın köklü üreticilerinin (Hakwood, Gazzotti, IMA Tarima, Kerakoll gibi) Türkiye temsilciliğini üstleniyor, dünya standartlarındaki ürünleri projelere kazandırıyoruz. Konaklama, ahşap kaplamanın belki de en zorlayıcı kullanım alanı; çünkü hem yüksek estetik beklentisi hem de yoğun trafik aynı anda karşılanmalı. Bu nedenle otel projeleri için çok katmanlı lamine parkeler, geniş ve uzun plank doğal ahşap zeminler ile duvar kaplama panelleri çözümlerimizi öne çıkarıyoruz. Otel projelerinde tercih edilmemizi sağlayan temel özellikleri şöyle özetleyebilirim: **Dayanıklılık** — lobi, koridor ve resepsiyon gibi alanların gün boyu süren yoğun kullanımına uygun ürünleri sunmayı tercih ediyoruz. Ürünün doğal yapısı gereği sertlik sınıfının yeterli ve aynı zamanda üst kat cilasının da yüksek trafiğe uygun olması gerekmektedir. Hünı Parke olarak bu konuda doğru yönlendirmeleri projenin en başından proje yöneticileriyle paylaşmaktayız. **Estetik bütünlük** — Hakwood duvar kaplamaları ürünlerimizle zemin ve duvarda aynı ahşap dokusunu yakalayabilen ürünleri sunmaktayız. IMA Tarima markasıyla da Türkiye'de Premium segmentte ve tasnifte en geniş plank seçenekleri biz sunmaktayız. **Teknik uygunluk** — Malumunuz son senelerde otel yangınları gibi olaylar hepimizin canını çok yaktı. Artık mimarlar ve teknik proje ekipler yangın dayanımı, alerjen olmama, akustik ve nem performansı gibi konularda daha bilinçli hareket ettiklerini görüyoruz. Artık otel projelerinde halıların yerini parke ile doğal taş malzemelerin yerini aldığını söyleyebilirim. Doğal ahşap lamine parke ürünlerimiz ile otel projelerinin olmazsa olmaz kriterlerine cevap verebilen ürün yapısına sahibiz. **Proje takvimine Uyumluluk** — Yüksek stok gücü ve tecrübeli usta ekibimizle otel projelerinde her zaman şantiyenin şartlarına uyum sağlamaktayız. Açıkçası sadece bu nedenle bile bizi tercih eden birçok inşaat firması bulunuyor. Bu konuda açık

Ahşap kaplamada hem yüksek estetik beklentisi hem de yoğun trafiğin aynı anda karşılanması gereken konaklama sektörüne, çok katmanlı lamine parkeler, geniş ve uzun plank doğal ahşap zeminler ile duvar kaplama panelleri çözümlerimizi öne çıkarıyoruz

sözlü oluş ve önceden bütün ters gidebilecek konularda mutabık olmak çok önemli. Turizm, bizim için hem ticari hem de prestij açısından stratejik bir segment. Bir otel projesi, doğru kurgulandığında uzun soluklu bir referans ve markanın görünürlüğü açısından güçlü bir vitrin demek; çünkü o mekân yılda binlerce misafir deneyimiyor. Bu da ürünün gerçek koşullarda sınanması ve görülmesi anlamına geliyor. Proje ciromuzun içerisinde konaklama projelerinin payı gerçekten yüksek. Geçtiğimiz son 3 senede proje portföyümüzün belki de yarısından fazlası ciro bazında otel/konaklama projelerinden geldiğini görüyoruz. Portföyümüz içinde konut, ofis ve perakende projelerinin yanında konaklama projeleri istikrarlı biçimde büyüyen ve özellikle önümüzdeki dönemde daha da ağırlık vermeyi planladığımız bir alan.

Turizm sektöründe en temel sorun, malzeme seçiminin çoğu zaman projenin çok geç bir aşamasında ve ağırlıklı olarak fiyat odaklı yapılması. Bu da yanlış ürünün yanlış alana yerleştirilmesine, kısa sürede yıpranan zeminlere ve tadilat maliyetlerine yol açıyor. Ayrıca ödeme yöntemlerinin tedarikçileri zor durumda bırakması bazen can sıkıcı sonuçlara sebep olabiliyor. Çözüm önerim çok net; malzeme uzmanını projeye konsept aşamasında ortak edin ve kararları “ilk yatırım maliyeti” yerine “yaşam döngüsü maliyeti” üzerinden değerlendirin. İthalat ve tedarik kaynaklı riskleri yönetmek için planlamayı erken yapmak, doğru stok ve teslim takvimi kurgusuyla bu sorunların büyük kısmını ortadan kaldırıyor

Yatırımcılara ve mimarlara şu kriterleri asla göz ardı etmemelerini öneririm: İlk olarak kullanım yoğunluğuna uygun aşınma ve dayanıklılık sınıfı — konuttaki bir parke ile otel lobisindeki parke aynı ürün olamaz. İkincisi yangın ve güvenlik standartları — konaklama yapılarında yasal zorunluluk olan yangın dayanım sınıfları ve kaygan olmayan yüzey çözümleri. Üçüncüsü akustik performans — özellikle koridor ve oda zeminlerinde misafir konforunu doğrudan etkileyen ses yalıtımı. Dördüncüsü bakım/onarılabilirlik ve sistre imkanı — masif ve kalın aşınma katmanlı lamine ürünlerin yıllar sonra zımparalanıp yenilenebilmesi, otelin yaşam ömrü maliyetini ciddi şekilde düşürür. Beşincisi tedarik sürekliliği ve garanti — projenin ortasında ya da yıllar sonra tadilatla aynı ürünü bulabilmek. Sektöre temel tavsiyem şu: Malzemeyi sadece metrekare birim fiyatına göre seçmeyin. Doğru ürün, ilk yatırımda biraz daha maliyetli görünse de ömrü boyunca sağladığı tasarruf, görünüm kalıcılığı ve

onarılabilirlik sayesinde toplam maliyette her zaman kazandırır. Malzeme uzmanını projeye konsept aşamasında, en başta dahil edin — uygulamadan sonra değil. Yıllar içinde Bodrum/Çeşme ve Antalya gibi çeşitli şehir ve butik otellerinin lobi, oda ve ortak alan kaplamalarında yer aldık. Özellikle Vakko Sumahan projesinde marküteri uygulamasıyla ön plana çıktığımızı söyleyebilirim. Bunun dışında Şişli Ramada Otel gibi şehir otellerin projesinde yer aldık. Ağaoğlu My Mountain, Kıbrıs Rocks Hotel gibi oteller dışında çevre ülkelerde Bakü Hilton, Kazakistan gibi bölgelerde birçok projede yer aldık. Bu projelerde bizim için en kıymetli geri bildirim, malzemenin aradan geçen yıllara rağmen ilk günkü görünümünü koruması oldu. Turizm sektöründe en temel sorun, malzeme seçiminin çoğu zaman projenin çok geç bir aşamasında ve ağırlıklı olarak fiyat odaklı yapılması. Bu da yanlış ürünün yanlış alana yerleştirilmesine, kısa sürede yıpranan zeminlere ve tadilat maliyetlerine yol açıyor. Ayrıca ödeme yöntemlerinin tedarikçileri zor durumda bırakması bazen can sıkıcı sonuçlara sebep olabiliyor. Çözüm önerim çok net; malzeme uzmanını projeye konsept aşamasında ortak edin ve kararları “ilk yatırım maliyeti” yerine “yaşam döngüsü maliyeti” üzerinden değerlendirin. İthalat ve tedarik kaynaklı riskleri yönetmek için planlamayı erken yapmak, doğru stok ve teslim takvimi kurgusuyla bu sorunların büyük kısmını ortadan kaldırıyor. Biz Hünı Parke olarak bu noktada sadece tedarikçi değil, projenin teknik danışmanı gibi çalışmayı tercih ediyoruz. 2026, bizim için toparlanma ve büyümenin iç içe geçtiği bir yıl oluyor. Operasyonel giderlerin, malzeme maliyetlerinden daha fazla arttığı dönemlerden geçtik ve bu dönemlerde toplam giderleri tahminlemek kolay olmadı. Şu anda nispeten daha stabil bir dönem olduğu için alıcı da önünü görebiliyor ve bu bizim için yatırımcı güveni ile birlikte daha fazla potansiyel iş anlamına geliyor. Türkiye turizminin güçlü performansı, otel yatırımlarını ve yenileme projelerini canlı tutuyor; bu da bizim odaklandığımız premium segment için olumlu bir tablo demek. Yıl sonu hedeflerimizde, konaklama projelerindeki payımızı artırmak ve mimari ofislerle daha proaktif bir iş birliği kurmak öne çıkıyor. Turizm sektörüne yönelik planımız ise net: Otel projelerinin özel ihtiyaçlarına (dayanıklılık, yangın, akustik, projeye özel üretim) cevap veren çözümlerimizi daha görünür kılmak ve “doğru malzeme, doğru proje” anlayışını sektöre daha güçlü anlatmak. Bizim için başarı, kısa vadeli bir satıştan çok; yıllar sonra hâlâ ilk günkü gibi duran bir zeminin verdiği referansta gizli.



Feyza Dinçer / Fox Bau Yapı Kimyasalları / Dekoratif Kaplamalar Ürün Müdürü

Fox Bau Yapı Kimyasalları, 2012 yılında kurulmuş, merkezi Antalya OSB'de bulunan bir yapı kimyasalları üreticisidir. Antalya, Sakarya ve Diyarbakır'daki üç tesisinde su yalıtımı, dekoratif kaplama, zemin sistemleri, yapıştırıcı ve harçlar başta olmak üzere 12 ürün ailesi altında 300'ün üzerinde ürün üretmektedir. Yurt içinde uzman ekiplerimizle; yurt dışında ise Almanya Gelsenkirchen'deki Fox Bau Experience Center aracılığıyla dekoratif ürünlerde eğitim, teknik destek ve uygulama danışmanlığı sunmaktadır. Almanya ve Belçika'daki depoları üzerinden ürünlerini 35'ten fazla ülkeye ihraç eden firma, özellikle Almanya, Hollanda ve Belçika pazarlarında güçlü bir konumlandırma hedeflemektedir. Konaklama projelerinde yüzey, mekânın atmosferini belirleyen en güçlü unsurlardan birisidir. Fox Bau olarak bu alandaki göz bebeğimiz, Betonağaç adını verdiğimiz dekoratif mikrobeton ürünümüz. Zeminden duvara, mobilyadan ıslak hacimlere ve yerden ısıtmalı sistemlere kadar pek çok yüzeye uygulanabilen Betonağaç, dilediğiniz metrajda derz, çıta ya da kesit gerektirmeden kesintisiz bir bütünlük sunuyor. Üstelik seramik gibi mevcut yüzeylerin üzerine doğrudan uygulanabildiği için sökme, kaldırma ve hafriyat işçiliğini ortadan kaldırarak renovasyon projelerinde otellere hem zaman hem de maliyet avantajı sağlıyor. Dış mekânlarda yine bir mikrobeton ürünü olan ve kaydırmazlık özelliğiyle öne çıkan Sagalassos'u tercih ediyoruz. Taş halı sistemimiz Stonecarpet ise iç ve dış mekânlarda, geçirimsiz (drenajlı) ya da geçirimsiz olarak uygulanabiliyor. Ecodrain sistemimiz ile araç trafiğine bile dayanıklı hale geliyor. Havuzlarda, doğal taşlardan oluşan PebbleDeck kaplamamız ve mikrobeton esaslı Betonağaç Pool çözümümüz; seramik ve benzeri kaplamalardan uzaklaşmak isteyen mimar ve otel sahiplerinin ilk tercihi hâline geldi. Özellikle dalga havuzu ve beach-entry (plaj girişli) havuzlarda sıkça uyguladığımız bu ürünler, doğal ve kesintisiz bir estetik sunuyor. Zemin tarafında çimento ve epoksi terrazonun yanı sıra Poliüretan Terrazzo uyguluyoruz. Poliüretan Terrazzo; çimento terrazzodaki çatlama riskini ortadan kaldırırken, epoksi terrazonun UV dayanımı olmadığı için dış mekânda yaşadığı sararma sorununa da kalıcı

Turizm sektörüne sunduğumuz dayanıklılık, derzsiz ve hijyenik yüzeyler, tasarım özgürlüğü ve hızlı uygulanabilirlik özellikli ürünlerimiz, geleneksel kaplamalara kıyasla hem mimari estetiği hem de işletme pratikliğini bir arada sunuyor

bir çözüm getiriyor. Duvarlarda ise zengin renk, doku ve efekt seçenekleriyle Olympos Stucco, bu yılın en çok tercih edilen dekoratif ürünü oldu. Tüm bu çözümleri otel projelerinde öne çıkaran ortak payda; dayanıklılık, derzsiz ve hijyenik yüzeyler, tasarım özgürlüğü ve hızlı uygulanabilirlik. Geleneksel kaplamalara kıyasla hem mimari estetiği hem de işletme pratikliğini bir arada sunmaları, ürünlerimizi konaklama sektöründe ayrıcalıklı kılıyor. Turizm sektörü, markamız için stratejik anlamda vazgeçilmez bir konumda. Ana merkezimizin, bir turizm cenneti olan Antalya'da bulunması bu bağda daha da güçlendiriyor; sektörün nabzını bizzat içinde yer alarak tutuyoruz. Bugün gerçekleştirdiğimiz işlerin yaklaşık %75'ini otel projeleri oluşturuyor. Bu projeleri seçerken yalnızca iş hacmine değil hem bize hem de iş ortağımıza marka değeri katacak nitelikli işlere öncelik veriyoruz. Konaklama sektörü bizim için bir çalışma alanı olmanın ötesinde, ürünlerimizin ve tasarım anlayışımızın en güçlü şekilde görünür olduğu bir vitrin niteliği taşıyor.

Bir otel projesinde yer ve duvar kaplama malzemesi seçilirken ilk kriter dayanıklılık, ikinci önemli kriter ise karakter ve farklılıktır. Üçüncü olarak ise doğru malzemenin doğru sistemle uygulanması gerekir. Estetik kadar teknik uygunluk, bakım kolaylığı, hijyen, kaymazlık, yangın dayanımı ve sürdürülebilirlik de yatırımcılar ve mimarlar için belirleyici olmalıdır

Bir otel projesinde yer ve duvar kaplama malzemesi seçilirken öncelikle dayanıklılık göz ardı edilmemelidir. Kaplamanın yoğun kullanıma, temizlik süreçlerine ve zamana karşı dirençli olması; doğru bakım yapıldığında ilk günkü görünümüne yakın bir estetiği koruyabilmesi çok değerlidir. İkinci önemli kriter ise karakter ve farklılıktır. Günümüzde oteller yalnızca konaklama alanı değil, aynı zamanda deneyim sunan mekânlar olarak değerlendiriliyor. Bu nedenle klasik mermer lobi, standart seramik veya parke çözümlerinin ötesine geçen; bohem, Akdeniz, doğal, endüstriyel ya da yerel dokulardan ilham alan tasarımlar, otelin marka algısını güçlendiriyor. Üçüncü olarak ise doğru malzemenin doğru sistemle uygulanması gerekir. Estetik kadar teknik uygunluk, bakım kolaylığı, hijyen, kaymazlık, yangın dayanımı ve sürdürülebilirlik de yatırımcılar ve mimarlar için belirleyici olmalıdır. Sektöre tavsiyem; yalnızca ilk yatırım maliyetine değil, malzemenin uzun vadeli performansına, mekâna kattığı kimliğe

ve kullanıcı deneyimine odaklanmalıdır. Turizm sektöründe yer aldığımız bazı projelere, Rixos Premium Belek – The Land of Legends, Regnum Carya, Regnum The Crown, Cullinan Belek, Titanic Deluxe Golf Belek, Voyage Torba, Megasaray, Elexus, Melas Holiday, Kirman Arycanda, Kirman Sidera, Ethno ve Adalya Bliss'i örnek verebiliriz. Turizm sektöründe en sık karşılaştığımız konulardan biri zaman yönetimi. Otel projelerinde kaplama uygulamaları genellikle altyapı ve diğer imalatlar tamamlandıktan sonra devreye giriyor. Ancak açılış takvimlerinin çok sıkışık olması ve önceki iş kalemlerinde yaşanan gecikmeler, sürecin sonunda yer alan uygulamalar üzerinde ciddi baskı oluşturabiliyor. Biz de bu noktada yaptığımız Ar-Ge çalışmalarıyla uygulama sürelerini kısaltan, daha hızlı sonuç alınabilen sistemler geliştirerek projelerin zamanında tamamlanmasına katkı sağlamaya çalışıyoruz. Bir diğer önemli konu ise maliyet algısı. Mimarlar yenilikçi ve estetik ürünlerimizi tasarımlarında kullanmak istese de yatırımcılar zaman zaman ilk yatırım maliyetini düşürmek adına daha ekonomik alternatiflere yönelebiliyor. Bu noktada ürünlerimizin uzun ömürlü, dayanıklı ve bakım ihtiyacı düşük çözümler sunduğunu vurguluyoruz. Böylece hem mimarın tasarım vizyonunun hayata geçmesine destek oluyor hem de yatırımcıya uzun vadede daha verimli ve sürdürülebilir bir çözüm sunuyoruz. 2026 yılı markamız açısından oldukça verimli ve güçlü bir yıl oldu. Yeni açılan birçok otel projesinden talep almak ve iş birliği fırsatları yakalamak, aynı zamanda renovasyon sürecine giren otellerde öncelikli tercih edilen markalardan biri olmak, sektörde doğru bir konumda ilerlediğimizi bize gösteriyor. Yıl sonuna yönelik en önemli hedeflerimizden biri, Almanya'da açtığımız Fox Bau Experience Center ile dekoratif kaplama çözümlerimizi yurt dışında daha görünür hale getirmek. Bir Türk markası olarak estetiği ön planda tutan, dikkat çeken ve son kullanıcıya doğrudan hitap eden yüzey çözümlerimizi uluslararası pazarda sergilemek ve uygulamak bizim için büyük önem taşıyor. Bunun yanı sıra yurt içinde artan talebe daha hızlı ve güçlü şekilde cevap verebilmek adına uzman uygulayıcı ağıımızı genişletmeyi hedefliyoruz. İzmir'de uzman uygulayıcı bayimizle birlikte başlattığımız showroom yapılanmasını farklı illere de taşımak, turizm sektörüne daha erişilebilir, daha profesyonel ve daha sürdürülebilir çözümler sunma planlarımız arasında yer alıyor.



Türkiye

HOSTECH

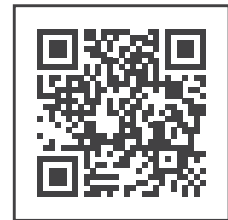
by **TUSİD** İSTANBUL

Uluslararası Otel, Restoran, Kafe, Gastronomi,
Unlu Mamüller ve Teknolojileri Fuarı

10 - 14 Kasım 2026



www.hostechbytusid.com



TÜYAP FUAR VE KONGRE MERKEZİ BÜYÜKÇEKMECE | İSTANBUL

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



Bilal Emre Türkgeldi
Artstone Panel Sistemleri A.Ş.
Genel Müdür

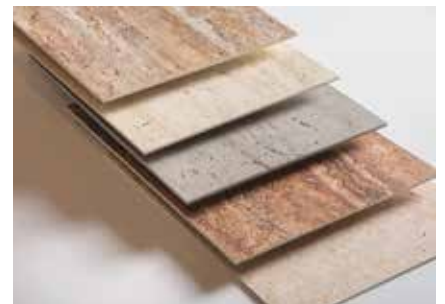
Artstone Panel Sistemleri A.Ş. olarak, Artstone® ve Arcqitone® markalarımızla mimari yüzey çözümleri alanında Türkiye'nin öncü üreticileri arasında yer alıyoruz. Estetik, kalite, sürdürülebilirlik ve inovasyonu bir araya getirerek mimarların ve yatırımcıların beklentilerine cevap veren çözümler geliştiriyoruz. LEED sertifikasına sahip olan ve Endüstri 4.0 uyumlu güçlü üretim tesisimiz ile EPD ve VOC Free belgeli ürünlerimiz sayesinde bugün Türkiye'nin yanı sıra birçok uluslararası projede tercih ediliyoruz. Konaklama sektöründe misafir deneyimi, mekânın ilk algısıyla başlar. Bu nedenle kullanılan yüzeyler yalnızca estetik değil, aynı zamanda markanın kimliğini yansıtan önemli tasarım unsurlarıdır. Artstone olarak lobi, odalar, restoran, SPA vb. ortak yaşam alanları için geliştirdiğimiz mimari yüzey çözümleriyle doğal malzeme estetiğini modern üretim teknolojileriyle buluşturuyoruz. Özellikle büyük ebatlı yüzey çözümlerimiz renovasyon projelerinde hızlı uygulama avantajı sunarken, uzun ömürlü performansı ve düşük bakım ihtiyacıyla yatırımcılar için önemli faydalar sağlıyor. EPD ve VOC Free belgeli ürünlerimiz de uluslararası sürdürülebilirlik hedeflerine katkı sunuyor. Turizm sektörü Artstone'un

Güçlü üretim altyapımız, EPD ile VOC Free belgeli ürünlerimiz, lobi, odalar, restoran, SPA vb. ortak yaşam alanları için geliştirdiğimiz mimari yüzey çözümlerimizle, doğal malzeme estetiğini modern üretim teknolojileriyle buluşturuyoruz

stratejik büyüme alanlarının başında geliyor. Türkiye'nin güçlü turizm potansiyeli ve artan nitelikli konaklama yatırımları, mimari yüzey çözümlerinde kalite beklentisini sürekli yükseltiyor. Hem yurt içinde hem de yurt dışında yeni otel yatırımları ve renovasyon projelerinde aktif rol alıyor, hızlı uygulanabilir çözümlerimizle işletmelerin hizmet sürekliliğine katkı sunuyoruz. Otel projelerinde doğru malzeme seçimi yalnızca estetik bir karar değil, yatırımın uzun vadeli başarısını etkileyen stratejik bir tercihtir. Mimari yüzey ürünlerinde dayanıklılık, bakım ihtiyacı, uygulama kolaylığı, teknik performans ve sürdürülebilirlik birlikte değerlendirilmelidir. EPD sertifikalı ve VOC içermeyen ürünler hem çevresel etkilerin azaltılmasına hem de daha sağlıklı iç mekânların oluşturulmasına katkı sağlar. Biz yatırımcılara ilk satın alma maliyetinden çok toplam kullanım maliyetine odaklanmalarını tavsiye ediyoruz. Kaliteli ve uzun ömürlü çözümler, yıllar içinde yatırımın değerini artırmaktadır. Turizm sektörü, ürünlerimizin kalite ve performansını en iyi şekilde ortaya koyduğu alanlardan biridir. Bunların başında Türkiye'nin en önemli lüks turizm yatırımlarından biri olan Maxx Royal Bodrum Resort geliyor. Projede Arcqitone büyük ebatlı mimari yüzey çözümlerimiz misafir odaları, özel villalar ve SPA alanlarında tercih edildi. Bunun yanı sıra Rixos Hotels, Regnum Carya, Cullinan Belek, Titanic Hotels, Gloria Hotels & Resorts, Calista Luxury Resort, Kemer Holiday Club, Ramada by Wyndham, Holiday Inn, Concorde De Luxe Resort, Acapulco Hotel Resort ve Merit



Crystal Cove Hotel gibi birçok prestijli turizm yatırımında çözümlerimiz tercih edilmektedir. Turizm yatırımlarında en önemli konuların başında zaman yönetimi geliyor. Özellikle sezon açılışına yetişmesi gereken projelerde üretim, lojistik ve uygulama süreçlerinin doğru planlanması büyük önem taşıyor. Sunduğumuz optimum termin ve kısa uygulama süreleriyle projelere önemli avantaj sağlıyoruz. Bunun yanında bazı projelerde kalite yerine ilk yatırım maliyetinin ön planda tutulduğunu görüyoruz. Oysa kaliteli malzeme kullanımı işletme maliyetlerini düşüren ve yatırımın değerini koruyan önemli bir unsurdur. 2026 yılı, büyüme, yeni ürün geliştirme ve uluslararası pazarlardaki etkinliğimizi artırdığımız önemli bir yıl oldu. BAU Münih, Surface Design Show Londra, Coverings Show ABD ve The Big 5 Global Dubai gibi sektörün önde gelen fuarlarında yer alarak yeni iş birlikleri geliştirdik ve küresel pazarlardaki görünürlüğümüzü güçlendirdik. Güçlü üretim altyapımız, EPD ile VOC Free belgeli ürünlerimizle sürdürülebilirlik odaklı projelerde daha güçlü yer almayı hedefliyoruz. Türk tasarım ve üretim gücünü dünya mimarlık sahnesinde temsil eden referans markalardan biri olma hedefiyle çalışmalarımıza kararlılıkla devam ediyoruz.





Erhan Tan / Özer Yapı Ürünleri Paz. ve Taah. Ltd. Şti. / Genel Müdür

Özer Yapı Ürünleri olarak 1994 yılından bu yana dekoratif duvar kaplamaları sektöründe faaliyet göstermekteyiz. Kurulduğumuz günden bu yana kalite, güven ve sürdürülebilir iş ortaklıklarını anlayışıyla hareket ederek Türkiye'nin önde gelen proje tedarikçilerinden biri haline geldik. Bugün Amerika, İtalya, Almanya, Çin ve Çek Cumhuriyeti'nde faaliyet gösteren sektörünün lider 8 uluslararası üreticisinin Türkiye temsilciliğini yürütüyoruz. Prestige markamız ve Türkiye genelindeki yaklaşık 300 bayi ağıımız ile mimarlar, yatırımcılar, otel işletmecileri ve proje firmalarına hizmet sunuyoruz. Faaliyet alanlarımız yalnızca ürün tedarikiyle sınırlı değildir. Proje geliştirme, ürün danışmanlığı, teknik destek ve uygulama süreçlerinde de müşterilerimizin yanında yer alıyoruz. Özellikle yüksek segment oteller, sağlık yapıları, rezidanslar ve ticari projelerde uzun yıllardır tercih edilen çözüm ortaklarından biri olmanın gururunu yaşıyoruz. Turizm sektörü, estetik beklentiler ile teknik gerekliliklerin aynı anda karşılanmasını zorunlu kılan özel bir alandır. Bu nedenle otel projelerine yönelik çözümlerimizi geliştirirken sadece görseleyle değil, performansa da odaklanıyoruz. Özellikle tekstil tabanlı duvar kaplamaları alanında uzmanlaşmış durumdayız. Bu ürünler otellerin oda, koridor, lobi, toplantı salonu ve özel kullanım alanlarında hem dekoratif hem de fonksiyonel avantajlar sağlamaktadır. Ürünlerimizin öne çıkan özellikleri arasında yüksek dayanıklılık, akustik performans, yangın

Estetik beklentiler ile teknik gerekliliklerin aynı anda karşılanmasını zorunlu kılan turizm sektörüne, özellikle tekstil tabanlı duvar kaplamaları alanında uzmanlaşmış bir firma olarak hem dekoratif hem de fonksiyonel ürünlerimizle avantajlar sağlıyoruz

güvenliği, kolay bakım ve uzun kullanım ömrü bulunmaktadır. Aynı zamanda dünyanın önde gelen tasarım markalarının koleksiyonlarını Türk turizm sektörüne sunarak mimarlara ve yatırımcılara geniş bir tasarım özgürlüğü sağlıyoruz. Bugün birçok prestijli otel yatırımında tercih edilmemizin en önemli nedeni, estetik ile teknik performansı aynı noktada buluşturabilmemizdir. Turizm sektörü firmamız açısından stratejik öneme sahip en önemli faaliyet alanlarından biridir. Bugün toplam ciromuzun yaklaşık %35'ini turizm sektörüne yönelik gerçekleştirdiğimiz projeler oluşturmaktadır. Türkiye'nin turizm alanında dünyanın en güçlü destinasyonlarından biri olması, yatırımcıların kalite beklentilerini her geçen yıl artırmaktadır. Bu durum bizim gibi uzmanlaşmış firmalar için önemli fırsatlar yaratmaktadır. Otel projeleri yalnızca ticari açıdan değil, marka görünürlüğü ve referans değeri açısından da büyük önem taşımaktadır. Bir otelde kullanılan ürünün yıllar boyunca binlerce misafir tarafından deneyimlenmesi, marka güvenilirliği açısından son derece değerlidir. Bu nedenle turizm sektörünü sadece bir satış alanı olarak değil, uzmanlığımızı ve kalite anlayışımızı ortaya koyduğumuz stratejik bir sektör olarak görüyoruz. Otel projelerinde malzeme seçimi yapılırken ilk yatırım maliyetinden çok uzun vadeli performans dikkate alınmalıdır. Dayanıklılık, yangın güvenliği, akustik performans, hijyen, bakım kolaylığı ve estetik uyum temel kriterler arasında yer almaktadır. Özellikle yüksek sirkülasyona sahip alanlarda kullanılan ürünlerin yıllarca ilk günkü görünümünü koruyabilmesi büyük önem taşımaktadır. Bunun yanında seçilen malzemenin otelin marka kimliği ve mimari konsepti ile uyumlu olması gerekir. Günümüzde misafir deneyimi, yalnızca hizmet kalitesiyle değil, mekanın sunduğu atmosferde de

doğrudan ilişkilidir. Bu nedenle doğru malzeme seçiminin bir maliyet kalemi değil, yatırımın değerini artıran stratejik bir unsur olarak değerlendirilmesi gerektiğine inanıyoruz. Bugüne kadar Türkiye'nin ve bölgenin en önemli otel projelerinde yer alma fırsatı bulduk. Granada Luxury Belek, Wyndham Grand İstanbul Kalamış Marina Hotel, Marriott Hotel Ataköy, Hilton Mall of İstanbul, Swissotel Çeşme, Mövenpick Hotel Zeytinburnu, Radisson Hotel Aliağa, Royal Wings Hotel, Mirada Del Mar Hotel ve Concorde Tower Hotel Radisson blue Kartal bunlardan yalnızca bazılarıdır. Bu projelerde elde ettiğimiz deneyim, bugün bizi turizm sektöründe tercih edilen çözüm ortaklarından biri haline getirmiştir. Sektörde karşılaştığımız en önemli konuların başında maliyet baskıları, kısa teslim süreleri ve değişken tedarik koşulları gelmektedir. Bunun yanında bazı projelerde ürün seçimlerinin yeterince erken yapılmaması, uygulama sürecinde zaman kayıplarına neden olabilmektedir. Bizim önerimiz; yatırımcı, mimar, uygulamacı ve tedarikçilerin proje başlangıcından itibaren koordineli çalışmasıdır. Bu yaklaşım hem maliyet avantajı sağlamakta hem de uygulama kalitesini artırmaktadır. 2026 yılını turizm sektörü açısından olumlu değerlendiriyoruz. Türkiye'nin sahip olduğu turizm potansiyeli ve devam eden yatırımlar sektörün büyümesini desteklemeye devam edecektir. Özer Yapı olarak hedefimiz; uluslararası iş ortaklıklarımızı güçlendirmek, ürün portföyümüzü geliştirmek ve özellikle yüksek segment otel projelerindeki payımızı artırmaktır. Yaklaşık otuz yılı aşkın tecrübemiz, güçlü temsilcilerimiz ve proje odaklı çalışma anlayışımızla önümüzdeki dönemde de turizm sektörünün güvenilir çözüm ortaklarından biri olmaya devam edeceğiz.



Ercüment Göksu / AGK Yer Kaplamaları / Satış Müdürü

AGK Yer Kaplamaları olarak; 1986 yılından bu yana ithalat, ihracat, satış, uygulama ve proje yönetimi alanlarında faaliyet göstermekteyiz. Karo halı, rulo halı, lüks vinil karo (LVT), örgü vinil, yükseltilmiş döşeme, underlay, süpürgelek ve teknik zemin çözümlerinde uzmanlaşmış, otel ve ticari projelere odaklı bir firmayız. Otel projelerine özel dayanıklı karo halı, rulo halı, akustik LVT ve hijyenik

AGK Yer Kaplamaları olarak, toplam iş hacmimizin yaklaşık %35'ini oluşturan otel projelerinde özel dayanıklı karo halı, rulo halı, akustik LVT ve hijyenik vinil çözümler sunuyoruz

vinil çözümler sunuyoruz. Ürünlerimiz yüksek trafik dayanımı, estetik çeşitlilik, kolay bakım ve sürdürülebilirlik özellikleriyle öne çıkıyor. Turizm sektörü markamız için stratejik öneme sahiptir. Otel projeleri toplam iş hacmimizin yaklaşık %35'ini oluşturur ve referans portföyümüzün en prestijli kısmını temsil eder. Bir otel projesinde yer ve duvar kaplama malzemesi seçilirken dayanıklılık, bakım kolaylığı, yangın performansı, akustik konfor ve tasarım uyumu kritik kriterlerdir. Uzun vadeli maliyet ve marka algısı göz önünde bulundurulmalı, sadece ilk yatırım maliyetine odaklanılmamalıdır. Türkiye genelinde zincir ve butik otel projelerinde yer aldık. Özellikle İstanbul, İzmir, Antalya ve Bodrum'daki 4-5 yıldızlı otellerde karo halı ve LVT uygulamalarımız

referans niteliğindedir. Bunlardan başlıcaları; Divan Taksim Otel, Canopy by Hilton Taksim, Ortunç Otel, Workinn Otel, Tire Ramada Otel, Marriott İstanbul Asia, İlica Otel, Yazıcı Oteller Grubu, Ontur Oteller Grubu, vb. Turizm sektöründe karar süreçlerinin uzaması ve fiyat odaklı yaklaşım zorluk yaratıyor. Çözüm olarak erken aşamada teknik danışmanlık ve doğru ürün seçimiyle toplam maliyet avantajı değerlendirmesini önermekteyiz. AGK Yer Kaplamaları olarak 2026'yı büyüme yılı olarak görüyoruz. Otel projelerinde payımızı artırmayı, sürdürülebilir ürün portföyümüzü genişletmeyi ve yeni iş birlikleriyle turizm sektöründe daha güçlü konumlanmayı hedefliyoruz.



Özlem Karma / Stoneline / Kurumsal İletişim ve Genel Planlama Direktörü

Stoneline, 30 yıllık tecrübesiyle yapı ve mimarlık sektörünün en prestijli alanlarından biri olan doğal taş konusunda ve Palezzo markası ile hizmet sunan çok yönlü bir kuruluştur. Sektördeki konumumuzu üretim, ithalat ve ihracat bacaklarıyla küresel standartlarda sürdürmekteyiz. Faaliyet alanlarımız kapsamındaki kurumsal operasyonlarımız; Tedarik (Blok, Plaka, Ebatlı), Palezzo markamız ve zengin doğal taş koleksiyonumuzla, projelerin taleplerine göre blok, plaka veya istenilen ölçülerde ebatlanmış yüksek kaliteli malzeme tedariki sağlamaktayız. Ayrıca Palezzo markamız ile projeye özgü tasarım ve uygulama çözümleri sunmaktayız. **Üretim / Projeye Özel Taş Kesimi (Custom Processing):** Üretim tesislerimizde, mimari projelerin özgün detaylarına ve teknik şartnamelerine uygun olarak milimetrik hassasiyetle “projeye özel taş kesimi” ve işleme hizmeti sunmaktayız. **Mimari Proje Uygulama Hizmetleri:** Malzeme tedarikinin ötesinde, geniş bir yelpazedeki mimari projelerin hazırlık aşamasından şantiye ve montaj aşamalarını da kapsayan süreçte uzman ekiplerimizle anahtar teslim uygulama ve süpervizörlük hizmeti vermekteyiz. Konaklama sektörü hem yoğun insan trafiğine yanıt verebilecek maksimum dayanıklılığı hem de markanın prestijini yansıtacak üst düzey estetiği aynı anda talep eden, hata payı düşük bir alandır. Bu sektöre yönelik, prestij alanları için egzotik ve nitelikli doğal taşlardan oluşan zengin koleksiyonumuz, banyo zemin/duvar kaplamaları, wellness ve SPA alanları için kaymazlık (anti-slip) standartlarına uygun yüzey işlemleri (honed, patinato) yapılmış doğal taşlar ve özel üretim split traverten tasarım uygulamalarımız, hem aşınmaya karşı yüksek dayanımlı doğal taş ebatlamaları hem de mimari bütünlük sağlayan yenilikçi Palezzo markamızla projeye özel tasarım yer ve duvar kaplama çözümlerimizle hizmet sunmaktayız. Tercih edilmemizin temel dinamikleri şöyle sıralayabiliriz. **Zengin doğal taş koleksiyonumuz:** Otel zeminleri 7/24 yaşayan alanlardır. Tedarik ettiğimiz yüksek yoğunluklu kuvarsit ve sert nitelikli mermerler, aşınma direnci son derece yüksek malzemelerdir. Leke tutma oranı düşük, dondan etkilenmeyen ve kimyasallara karşı dirençli yüzey çözümlerimiz sayesinde otel işletmeleri için uzun vadeli, düşük bakım maliyetli zeminler yaratıyoruz. **Kişiselleştirilmiş Estetik ve Özgünlük:** Her otel projesinin bir hikayesi ve tasarım dili vardır. Geniş plaka stoğumuz ve ham bloktan projeye özel (cut to size) kesim yapabilme kabiliyetimiz

Stoneline olarak doğal taş alanında geniş koleksiyonumuz ve Palezzo markamızla otellere blok ve plaka tedarikinden başlayan, mimari ekip desteği, üretim, lojistik, montaj ve satış sonrası hizmeti kapsayan uçtan uca bir proje yönetim hizmeti sunuyoruz

sayesinde, mimarların hayal ettiği “bookmatch” (simetrik damar takibi) duvarları veya özgün zemin desenlerini birebir hayata geçiriyoruz. Bu hizmetleri Shopdrawing ve kesim sonrası Dry-Lay hizmetiyle destekliyoruz. **Uluslararası Yeşil Bina ve Teknik Şartname Uyumluluğu (İnovasyon):** Yeni nesil otel projelerinin önem verdiği LEED gibi yeşil bina sertifikasyon süreçlerini yakından destekliyoruz. Ürünlerimizin çevre dostu beyanları ve teknik malzeme deklarasyonları ile projelerin şartname süreçlerini hızlandırıyoruz. **Kesintisiz proje yönetim hizmetimiz:** Blok ve plaka tedarikinden başlayan, mimari ekip desteği, üretim, lojistik, montaj ve satış sonrası hizmeti kapsayan uçtan uca bir proje yönetim hizmeti sunuyoruz. Turizm ve konaklama sektörü, küresel ölçekte prestijimizi ve mimari kabiliyetlerimizi sergilediğimiz en stratejik çalışma alanıdır. Otel projeleri yıllık toplam iş hacmimizin yaklaşık %30 ila %40’lık oranını oluşturmaktadır. Finansal hacminin ötesinde, nitelikli portföyümüzün (premium portfolio) %35’ten fazlasını lüks segment resortlar, şehir otelleri ve butik konaklama projeleri domine etmektedir.

Otellerde doğal taş alanında malzeme seçimi, yalnızca görsel bir tasarım tercihi değil; otelin işletme ömrünü, bakım maliyetlerini ve misafir memnuniyetini doğrudan etkileyen stratejik bir yatırım kararıdır

Malzeme seçimi, yalnızca görsel bir tasarım tercihi değil; otelin işletme ömrünü, bakım maliyetlerini ve misafir memnuniyetini doğrudan etkileyen stratejik bir yatırım kararıdır. Sektördeki şantiye ve uygulama tecrübelerimize dayanarak, yatırımcıların ve mimarların asla göz ardı etmemesi gereken “altın kriterleri” ve tavsiyelerimizi şu şekilde özetleyebiliriz: Aşınma direnci ve trafik yükü ile seçilen doğal taşın uyumluluğu / Kullanılacak alana göre Düşük Gözeneklilik (Porozite) ve Leke Direncine sahip taş seçimi / Doğru yüzey işlemi seçimi (Kaymazlık / Anti-Slip) / Taşı sadece numuneden değil, plakasını görerek seçmek / Taşın kalitesi ve uygulamayı taşın dilinden anlayan uzman ekiplerin yapması / Bookmatch” gibi özel tasarımları odak noktalarına saklayarak, bütçe avantajı ve görsel etkinlik sağlanması / Doğru ve nitelikli taşı seçerek Uzun Vadeli İşletme Maliyetinin Hesaplanması önemlidir. Türkiye’de, Mandarin Bodrum, Astoria Spa, Quasar Fairmont Otel, Özdilek Wyndham Grand Hotel Levent, Ritz Carlton Otel Giriş ve Lobby, Ajia Otel, Bebek Otel Restorasyonu, Celikkpalas Hotel Bursa projelerimizden bir kısmını oluşturuyor. Yurt dışında Maxx Royal Hotelleri, Neva Towers, Mandarin Otel gibi birçok projemiz bulunuyor. Otel projelerinin devasa ölçekleri, sıkışık şantiye takvimleri ve yüksek operasyonel standartları nedeniyle süreç içerisinde bazı sorunlar oluşabiliyor. Bu sorunları ve Stoneline vizyonuyla geliştirdiğimiz çözüm önerilerini şu şekilde paylaşabiliriz: **Zaman**

Baskısı ve Şantiye Takvimlerindeki Gecikmeler: Projenin en erken aşamalarında mimari ekiplerle koordinasyon kurarak “projeye özel kesim” (cut-to-size) planlamalarını önceden yapıyoruz. Şantiyede zaman kazandıracak montaj dostu numaralandırma sistemleri ve hazır ebatlı paletlemelerle şantiye lojistiğini maksimum hız ve sıfır hata ile yönetiyoruz. **Sadece Numuneye Bakarak Karar Verilmesi ve Seleksiyon Farklılıkları:** Geliştirdiğimiz ShopDrawing teknolojisi ve geniş plaka teşhir alanlarımız sayesinde, mimarların ve yatırımcıların seçecekleri taşın tüm blok karakterini bütünsel olarak görmelerini sağlıyoruz. Projede tam olarak neyle karşılaşacaklarını önceden dijital ortamda veya birebir plaka başında deneyimletiyoruz. **Yanlış Alanda Yanlış Taş Kullanımı ve Erken Deformasyon:** Mimari ekiplere sadece estetik değil, güçlü bir teknik danışmanlık hizmeti sunuyoruz. Premium Doğal Kuvarsit koleksiyonumuzu veya sanatsal yenilikçi yaklaşımımız olan Palezzo çözümlerimizi sunuyoruz. Doğru alana doğru taşın (gerekirse doğru yüzey koruma koruyucularıyla) seçilmesini sağlayarak otelin ömrüne eşlik edecek çözümler üretiyoruz. **Nitelikli İşçilik ve Uygulama Aşamasındaki Riskler:** Stoneline olarak yüksek kaliteli ürün tedarikinin yanı sıra mimari projelere üst düzey uygulama ve süpervizörlük desteği de veriyoruz. Tüm süreçleri kendi teknik kadromuz ve denetim mekanizmalarımızla yürütüyoruz. Böylece taşın doğallığını ve tasarımın kalitesini riske atmadan anahtar teslim bir güvence sunuyoruz. 2026 yılını markamızın küresel ölçekte derinleştiği ve “doğal taş uluslararası bir tasarım enstrümanı olarak konumlandırma” vizyonumuzu pekiştirdiği son derece dinamik ve stratejik bir dönüm noktası olarak değerlendiriyoruz. Turizm sektörü, 2026 ve sonrasındaki büyüme stratejimizin en önemli odak noktalarından biridir. Küresel arenada tasarımın merkez üssü olan Londra’da (Wigmore Street) yeni amiral gemisi showroomumuz “**Stoneline Stone Experience Centre**” kapılarını açtı. Londra ekibimizin küresel otel zincirleri ve uluslararası mimarlık ofisleriyle yürüttüğü stratejik iş birlikleri doğrultusunda şu planları hayata geçiriyoruz: Küresel Zincir Otellere Londra’dan Doğrudan Hizmet/ “Resort & Wellness” Konseptlerine Özel Doğal Taş Kurasyonu / Yoğun Trafik Alanları doğal kuvarsitin yanı sıra dökme Palezzo çözümlerini de entegre etmek/ Mühendislik ve Şantiye Süpervizörlüğü kadromuzu genişletmek. Stoneline için 2026; Londra’daki yeni showroomumuz ve oradaki enerji ekibimizle küresel vizyonumuzu taçlandırdığımız, başta turizm olmak üzere dünya çapındaki lüks referans projelerine imza attığımız bir büyüme yılı olarak kayıtlara geçmektedir.



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

Celal Pişiren - Cofounder / İbrahim Toğan - Cofounder / Natural Efekt

Konaklama sektörüne yönelik dekoratif boya ve sıva çözümlerimizde, estetik görünümü yüksek performansla birleştiriyor, her otelin kurumsal kimliğini, konseptini ve kendine özgü hikâyesini duvarlara yansıtabilen özgün çözümler sunabiliyoruz

Firmamız, 2016 yılından bu yana dekoratif boya ve sıva gruplarının üretim faaliyetlerini sürdürmektedir. Üretimini gerçekleştirdiğimiz ürünleri Türkiye genelindeki müşterilerimize bayiliklerimiz aracılığı ile sunmanın yanı sıra, uluslararası pazarlarda da aktif olarak yer alarak birçok ülkeye ihracat gerçekleştirmektedir. Kalite, sürdürülebilirlik ve müşteri memnuniyetini odağımıza alan yaklaşımımızla hem yurt içi hem de yurt dışı projelerde çözüm ortağı olarak hizmetlerimizi gerçekleştirmektedir. Konaklama sektörüne yönelik dekoratif boya ve sıva çözümlerimiz, estetik görünümü yüksek performansla birleştirecek şekilde geliştirilmektedir. Ürünlerimizin tamamı su bazlı olup çevre ve insan sağlığına zarar verebilecek kimyasalları içermemektedir. Bu özellikleri sayesinde oteller gibi yoğun kullanım alanlarında güvenle tercih edilmektedir. Ürünlerimiz darbeler, aşınmaya ve ısıya karşı yüksek dayanıklılık gösterirken, uzun ömürlü yapıları sayesinde işletmelere önemli avantajlar sunmaktadır. Bununla birlikte, Ar-Ge çalışmalarına verdiğimiz önem ve global tasarım trendlerini yakından takip etmemiz sayesinde sürekli yenilenen dekoratif yüzey alternatifleri geliştireyoruz. Tasarım odaklı yaklaşımımız sayesinde her otelin kurumsal kimliğini, konseptini ve kendine özgü hikâyesini duvarlara yansıtabilen özgün çözümler sunabiliyoruz. Estetik, dayanıklılık, sürdürülebilirlik ve yenilikçilik, ürünlerimizin otel projelerinde tercih edilmesini sağlayan temel unsurların başında gelmektedir. Turizm sektörü, markamız açısından stratejik öneme sahip sektörlerin ilk sırasında gelmektedir. Oteller, yalnızca konaklama hizmeti sunan yapılar değil, aynı zamanda misafir deneyiminin tasarım ve estetik unsurlarla şekillendiği alanlardandır. Bu nedenle dekoratif boya ve sıva uygulamalarımız, otel projelerinde mimari kimliği güçlendiren önemli bir unsur olarak öne çıkmaktadır. Özellikle son yıllarda otel yatırımcıları ve mimarlar, standart alternatifler yerine mekâna özgü, karakter kazandıran yüzey tasarımlarına yönelmektedir. Bu noktada sunduğumuz yenilikçi ve özelleştirilebilir tasarımlar sayesinde birçok projede tercih edilmektedir. Turizm sektöründeki projelerimiz hem marka görünürlüğümüze katkı sağlamakta hem de ürünlerimizin dayanıklılık, estetik ve uygulama performansını sergileyebildiğimiz önemli referans alanları oluşturmaktadır. Önümüzdeki dönemlerde de otel, resort ve turizm yatırımlarındaki varlığımızı güçlendirmeyi ve sektöre özel çözümler geliştirmeyi hedefliyoruz.

Turizm sektörünün büyümesiyle birlikte sürdürülebilir ve çevre dostu malzemelere olan talebin artacağını öngörüyoruz. Bu nedenle sektörün, çevresel etkileri düşük, insan sağlığına duyarlı ve yüksek performanslı ürünlerin kullanımını teşvik etmesinin hem işletmeler hem de sektörün geleceği açısından önemli olduğuna inanıyoruz

Bir otel projesinde yer ve duvar kaplama malzemeleri seçilirken estetik görünüm elbette önemli bir kriterdir; ancak karar sürecinin yalnızca görsel beklentiler üzerinden yürütülmemesi gerektiğini düşünüyoruz. Oteller yoğun insan trafiğine sahip yapılar olduğu için tercih edilen malzemelerin dayanıklılığı, bakım kolaylığı, uzun ömürlülüğü ve işletme maliyetlerine etkisi mutlaka göz önünde bulundurulmalıdır. Bunun yanında günümüzde sürdürülebilirlik ve insan sağlığı da büyük önem taşımaktadır. Düşük VOC değerlerine sahip, çevre dostu ve zararlı kimyasallar içermeyen ürünlerin tercih edilmesi hem misafir konforu hem de çevresel sorumluluk açısından önemli avantajlar sağlamaktadır. Mimar ve yatırımcılara tavsiyemiz, malzeme seçiminde sadece ilk yatırım maliyetine odaklanmak yerine ürünün sağlayacağı performansı değerlendirmeleridir. Doğru planlanmış dekoratif yüzeyler, bir otelin atmosferini ve algılanan değerini doğrudan etkileyen unsurlar arasında yer almaktadır. Bugüne kadar turizm ve konaklama sektöründe birçok prestijli projede yer alma fırsatı bulduk. Referans projelerimiz arasında Büyük Anadolu Oteli, Büyük Anadolu Airport Hotel, Grand Mercure Ankara ve Grand Azur Marmaris gibi sektörün önde gelen tesisleri bulunmaktadır. Bunun yanı sıra, farklı şehirlerde ve çeşitli konseptlerde hayata geçirilen çok sayıda otel, resort ve konaklama projesinde dekoratif boya ve sıva çözümlerimiz tercih edilmiştir. Bu projelerde yer almak, ürünlerimizin performansını kanıtlamasının yanı sıra, sektörün beklenti ve ihtiyaçlarını daha yakından analiz etmemize de katkı sağlamıştır. Her projeyi, mekânın mimari kimliğine ve tasarım anlayışına değer katacak özel bir çalışma olarak görüyor; yatırımcılar ve mimarlarla iş birliği içerisinde özgün çözümler geliştirmeye devam ediyoruz. Turizm sektörü, dinamik yapısı ve sürekli yenilenen yatırım ihtiyaçlarıyla önemli fırsatlar sunarken, zaman zaman bazı zorlukları da beraberinde getirmektedir. Özellikle otel projelerinde yatırım takvimlerinin sıkışık olması, malzeme tedariki ve uygulama süreçlerinin çok kısa sürelerde tamamlanmasını gerektirebilmektedir. Ayrıca



maliyet odaklı yaklaşımlar nedeniyle bazı projelerde kalite ve uzun vadeli performans kriterlerinin ikinci planda kalabildiğini gözlemliyoruz. Bizim görüşümüze göre, yatırımcılar, mimarlar ve tedarikçiler arasında proje başlangıcından itibaren daha güçlü bir koordinasyon sağlanması bu tür sorunların önemli ölçüde önüne geçecektir. Malzeme seçimlerinin yalnızca ilk yatırım maliyetine göre değil, ürünlerin dayanıklılığı, bakım gereksinimi ve yaşam döngüsü maliyetleri dikkate alınarak yapılması da uzun vadede işletmelere önemli avantajlar sağlayacaktır. Turizm sektörünün büyümesiyle birlikte sürdürülebilir ve çevre dostu malzemelere olan talebin artacağını öngörüyoruz. Bu nedenle sektörün, çevresel etkileri düşük, insan sağlığına duyarlı ve yüksek performanslı ürünlerin kullanımını teşvik etmesinin hem işletmeler hem de sektörün geleceği açısından önemli olduğuna inanıyoruz. 2026 yılını markamız açısından yeni fırsatların değerlendirildiği verimli bir dönem olarak görüyoruz. Yılın ilk yarısında hem yurt içi projelerde hem de ihracat faaliyetlerimizde istikrarlı bir performans sergiliyoruz. Özellikle dekoratif boya ve sıva sektöründe artan tasarım odaklı talepler, yenilikçi ürün geliştirme çalışmalarımıza hız kazandırdı. Yıl sonuna kadar hedefimiz; üretim kapasitemizi, ihracat ağıımızı ve proje bazlı iş birliklerimizi daha da güçlendirmektir. Ar-Ge çalışmalarımıza yatırım yapmaya devam ederek hem sürdürülebilir hem de estetik açıdan fark yaratan yeni ürünleri sektörlle buluşturmayı amaçlıyoruz. Turizm sektörüne yönelik planlarımız arasında ise otel, resort ve konaklama projelerine özel dekoratif yüzey çözümlerimizi daha geniş kitlelere ulaştırmak yer alıyor. Önümüzdeki dönemde hem yurt içinde hem de uluslararası pazarlarda turizm yatırımlarındaki varlığımızı artırarak sektörün güvenilir çözüm ortaklarından biri olmayı hedefliyoruz.



**Volkan Burkut / Neozemin Mimarlık
San. Tic. Ltd. Şti. / Firma Kurucusu**

Zemin kaplama ürünlerinde profesyonellere yönelik ithal ticari zemin kaplamalarının temini ve montajını yapmaktayız. Bünyemizde birçok markanın bayiliğini bulundurmaktayız. Estetik ve modern, uzun ömürlü, yoğun insan trafiğine sahip, dayanıklı ve sağlıklı zemin kaplama ürünleri ile müşterilerimize çözüm ortağı oluyoruz. Otel oda, koridor ve genel mekanları olmak üzere ıslak hacimler hariç otelin tüm mahalleri için özel ürünlerimiz bulunmaktadır. Bünyemizde bulunan ürünlerin tamamı, yeşil bina konseptlerine uygun, alev almazlık standartlarında, düşük VOC emisyonlarına sahip, antibakteriyel ve akustik olarak ses yalıtımı sağlayan uzun yıllar garanti verdiğimiz profesyonel ürünlerdir. Kullandığımız zemin kaplama ürünleri, iç mekân hava kalitesini korumaya yardımcı olan, kolay temizlenebilen ve hijyen standartlarını destekleyen malzemelerden oluşmaktadır. Özellikle otellerde misafir konforu ve sağlığı açısından güvenilir çözümler sunuyoruz. İşimizin büyük hacmini konaklama tesisleri oluşturmaktadır. Yeni otel ve renovasyon projelerinde birçok tesiste çözüm ortağı olarak hizmet veriyoruz. Hastane, alışveriş merkezleri, ofis, cafe, restaurant, resmî kurumlar, okullar ve villa projeleri kalan iş hacmimizi oluşturmaktadır.

Yer ve duvar kaplama malzemesi seçilirken, her şeyden önce tercih edilen ürünlerin insan sağlığı için hiçbir şekilde risk oluşturmayan, düşük VOC emisyonlu ürünler olmasına dikkat edilmelidir. İç mekân hava kalitesini korumaya yardımcı olan, kolay temizlenebilen, hijyen standartlarını destekleyen ve insan sağlığına zararlı olduğu bilinen maddeleri içermeyen sertifikalı ürünler seçilmelidir. Yangın güvenliğini destekleyen, alev yürütmeme özelliğinde, yangın sınıfı sertifikalarına sahip ürünler olmalıdır

Bir otel projesinde yer ve duvar kaplama malzemesi seçilirken, her şeyden önce tercih edilen ürünlerin insan sağlığı için hiçbir şekilde risk oluşturmayan, düşük

Estetik, modern, uzun ömürlü, yoğun insan trafiğine sahip, dayanıklı, özellikle otellerde misafir konforu ve sağlığı açısından güvenilir zemin kaplama ürünleri ile müşterilerimize çözüm ortağı oluyoruz

VOC emisyonlu ürünler olmasına dikkat edilmelidir. İç mekân hava kalitesini korumaya yardımcı olan, kolay temizlenebilen, hijyen standartlarını destekleyen ve insan sağlığına zararlı olduğu bilinen maddeleri içermeyen sertifikalı ürünler seçilmelidir. Yangın güvenliğini destekleyen, alev yürütmeme özelliğinde, yangın sınıfı sertifikalarına sahip ürünler olmalıdır. Ürünlerin antistatik ve antibakteriyel olmalarına dikkat edilmelidir. Bugüne kadar yer aldığımız otel projeleri; Maxx Royal Belek Resort / 630 oda / 28.000 m2 Örgü Vinil (Menşei: Fransa), Mövenpick Marmara Sea / 229 oda / 8.500 m2 LVT (Menşei: Belçika), TUİ Blue Mavis / 580 oda / 16.000 m2 Laminant Parke (Menşei: İsviçre), Ütopya World / 260 oda / 11.600 m2 Laminant Parke (Menşei: Almanya)dır. Turizm sektörü ile yaşadığımız sorunlar; sezon sürelerinin kısalması ve doluluk oranlarındaki dalgalanmalar, artan işletme maliyetleri ve yatırım bütçelerinin ertelenmesi, renovasyon çalışmalarına ayrılan sürenin ve bütçenin çok kısıtlı olması, kısa zamanda hızlı yapılan uygulamalar ve plansız şekilde ilerlenmesi, maliyetleri düşürmek için standartların altında ürünler tercih edilmesidir. Çözüm önerilerimiz: planlamaların önceden yapılarak otellerin kapanış dönemlerinde hızlı uygulama ve zamanında teslimat yapılması, uzun ömürlü ve düşük bakım maliyetli zemin çözümleri tercih etmek, renovasyon maliyetlerini azaltacak ürün ve uygulama alternatifleri sunmak, işletmenin faaliyetini minimum seviyede etkileyecek etaplı çalışma programları hazırlamak, yangın güvenliği, hijyen ve dayanıklılık kriterlerini bir arada sağlayan ürünler kullanmak ve düzenli bakım ve teknik destek hizmetleri sunarak yatırımın



ömrünü uzatmaktır. 2026 yılını markamız açısından değerlendirdiğimizde, zorlu ekonomik koşullara rağmen büyümemizi sürdürdüğümüz ve kurumsal yapımızı güçlendirdiğimiz bir yıl olarak görüyoruz. Özellikle turizm sektöründeki tecrübemiz sayesinde yeni otel ve otel renovasyon projelerinde önemli iş birliklerine imza attık. Müşterilerimizin kalite, dayanıklılık ve zamanında teslimat beklentilerine odaklanarak güvenilir çözüm ortağı olmayı sürdürdük. Yıl sonu hedeflerimiz arasında; daha fazla otel ve turizm tesisleriyle uzun vadeli iş birlikleri kurmak, uygulama kapasitemizi ve teknik ekibimizi güçlendirmek, yangın güvenliği, insan sağlığı, dayanıklılık ve sürdürülebilirlik kriterlerini karşılayan zemin çözümlerini yaygınlaştırmak, sezon aralarında kısa sürede tamamlanabilen uygulama modelleri geliştirmek, bölgedeki turizm yatırımlarını yakından takip ederek yeni projelerde aktif rol almak, müşteri memnuniyetini ve satış sonrası hizmet kalitemizi daha da yükseltmek yer alıyor. Turizm sektörünün gelişiminin bölge ekonomisi için taşıdığı önemin farkındayız. Bu nedenle yalnızca ürün ve hizmet sunan bir firma değil, turizm yatırımlarının kalitesine değer katan güvenilir bir çözüm ortağı olmayı hedefliyoruz.





Ceren Gümüş / Kosse Stone /
İş Geliştirme Müdürü

Kosse Stone, 2012 yılından bu yana İzmir'de fiber kompozit dekoratif duvar ve yüzey kaplamaları üreten bir markadır. İç ve dış mekânlarda kullanılabilen, hafif, dayanıklı ve estetik dekoratif paneller üretiyoruz. Türkiye genelinde proje bazlı çalışmalar yürütüyor, zincir markalarla iş birlikleri geliştiriyor; aynı zamanda bayilik ve ihracat kanallarımız aracılığıyla ürünlerimizi farklı pazarlara sunuyoruz. Panellerimizin otel projelerinde öne çıkmasının temel nedeni, otellerdeki çok çeşitli yüzeylere çok farklı tasarımlar ve renklerde destek verebiliyor olmamız. Taş, tuğla, ahşap ve farklı yüzey dokularının görünümünü hafif panel sistemiyle sunarak hem uygulama süresini kısaltıyor hem de yapıya ek yük bindirmeden karakterli mekânlar oluşturulmasına imkân sağlıyoruz. Bununla birlikte ürünlerimizin uzun ömürlü, yüksek mukavemetli ve bakımının kolay olması; halka açık alanlar, yoğun kullanıma maruz kalan ticari mekânlar ve dış cephe uygulamaları için önemli bir tercih sebebi oluşturuyor. Ulusal Teknik Onay standartlarına uygun üretilen suya dayanıklı, antibakteriyel ve alev iletmemeye belgelerine sahip ürünlerimiz, otel projelerinde hem estetik hem de teknik açıdan güvenilir çözümler sunuyor. Otel sektörü, çoğu zaman kısa uygulama süreleri içinde uzun ömürlü ve sorunsuz malzemelerle çalışmayı tercih ediyor. Bu noktada Kosse Stone panellerinin teknik avantajları, ürün çeşitliliği ve markamızın sektörel tecrübesi, tercih edilmemizde önemli rol oynuyor. Turizm sektörü bizim için stratejik



Kosse Stone panelleri, teknik avantajları, ürün çeşitliliği, sektörel tecrübesi ve Ulusal Teknik Onay standartlarına uygun olmasıyla, otel projelerine hem estetik hem de teknik açıdan güvenilir çözümler sunuyor

olarak çok değerli bir alan. Çünkü otel projeleri yalnızca metrekare bazlı büyük işler değil; aynı zamanda markanın tasarım gücünü ve ürün kalitesini görünür kılan referans projelerdir. Bu nedenle turizm projelerinde yer almak, Kosse Stone'un hem yurt içi hem yurt dışı pazarlardaki algısını güçlendiriyor. Otel projelerinin toplam iş hacmimiz içindeki payı dönemselsel olarak değişmekle birlikte, büyümeyi hedeflediğimiz öncelikli segmentlerden biridir.

Otel gibi yoğun kullanıma açık projelerde; ürünün satışından montaj detaylarına ve sonradan doğabilecek ihtiyaçlara kadar teknik bilgiyle sürece destek verebilen firmalarla çalışmak gerekir. Otelere önerimiz, kaplama malzemelerinin proje başlangıcında, daha planlı, sorunsuz ve verimli bir süreç için mimari konseptle birlikte değerlendirilmesi; ürün seçimi, metraj, uygulama alanları ve montaj detaylarının mümkün olduğunca erken netleştirilmesidir

Otel projelerinde kaplama seçimi yapılırken yalnızca görsel etkiye bakılmaması gerektiğini düşünüyoruz. Dayanıklılık, bakım kolaylığı, yangın performansı, neme ve temizliğe karşı direnç, uygulama süresi ve ürünün gerçek uygulamadaki performansı mutlaka değerlendirilmelidir. Ayrıca ürünün vadettiği birleşim, kesim, köşe ve detay çözümlerinin de incelenmesi önemlidir. Bu noktada en önemli kriterlerden biri de çalışılacak firmanın güvenilirliği ve referanslarıdır. Otel gibi yoğun kullanıma açık projelerde; ürünün satışından montaj detaylarına ve sonradan doğabilecek ihtiyaçlara kadar teknik bilgiyle sürece destek verebilen firmalarla çalışmak gerekir. Kosse Stone olarak 10 yılı aşkın süredir edindiğimiz referanslar, teknik tecrübemiz ve panellerimizin arkasında duran yaklaşımımızla projelere yalnızca ürün değil, uzun vadeli bir çözüm sunmayı hedefleyen bir firmayız. Bugüne kadar panellerimiz farklı ölçeklerdeki otel projelerinde kullanıldı; lobi, restoran, suitler, ortak kullanım alanları, SPA'lar, tavan yüzeyleri ve dış cephe uygulamaları gibi. Bu alanda öne çıkan referanslarımız arasında White City Hotel Alanya ve Meder Hotel Kemer projelerini paylaşabiliriz. Her iki projede de altından fazla farklı modelimizin otelin çeşitli alanlarında kullanılması, ürün gamımızın proje ihtiyaçlarına göre ne kadar esnek ve kapsamlı çözümler sunabildiğini göstermesi açısından bizim için değerli referanslar oluşturdu. Bunun yanı sıra özellikle

Bodrum, Antalya, Çeşme ve Alaçatı gibi turizm bölgelerinde farklı konaklama projelerinde birçok alanda ürünlerimiz tercih edildi. Turizm projelerinde en sık karşılaştığımız konulardan biri uygulama süreçlerinin çok hızlı ilerlemesine rağmen malzeme seçimi ve uygulama detaylarının bazen son aşamaya bırakılmasıdır. Panellerimiz her ne kadar hızlı uygulanabilen pratik bir çözüm sunsa da otel inşaat ve tadilat sezonlarının kısa olması nedeniyle özellikle sezon öncesi dönemlerde işler oldukça yoğunlaşıyor. Bu sebeple sürecin erken başlatılması büyük önem taşıyabiliyor. Bunun yanında sektörde hâlâ dekoratif panel sistemlerini yeterince tanımayan ya da geleneksel malzeme alışkanlıklarının dışına çıkmakta çekimser kalan tasarımcı ve uygulayıcılarla da karşılaşabiliyoruz. Oysa doğru ürün seçimiyle paneller; tasarım çeşitliliği, uygulama hızı, hafiflik ve pratik detay çözümleri açısından otel projelerine ciddi avantajlar sağlayabiliyor. Bu noktada mimarların, yatırımcıların ve uygulayıcıların yeni malzeme ve sistemler hakkında daha fazla bilgi sahibi olması gerektiğini düşünüyoruz. Sizin gibi sektöre ışık tutan yayınlara da bu bilincin oluşmasında önemli bir rol oynadığına inanıyoruz. Bizim önerimiz, kaplama malzemelerinin proje başlangıcında, daha planlı, sorunsuz ve verimli bir süreç için mimari konseptle birlikte değerlendirilmesi; ürün seçimi, metraj, uygulama alanları ve montaj detaylarının mümkün olduğunca erken netleştirilmesidir. 2026 yılı Kosse Stone için ürün çeşitliliğimizi, özellikle şubat ayındaki EuroShop fuarına katılımımız ile ihracat bağlantılarımızı ve proje bazlı satışlarımızı güçlendirdiğimiz bir yıl olarak ilerliyor. Genel yatırım ortamının önceki dönemlere göre daha temkinli seyrettiği bir dönemde olsak da bunun aynı zamanda markalar ve yatırımcılar için işlerini öne çıkarma fırsatı sunduğunu düşünüyoruz. Özellikle rekabetin arttığı turizm sektöründe, mekânların görsel kimliğine yapılan doğru yatırımların, misafirlerin tercih ve deneyimini doğrudan etkilediğine inanıyoruz. Turizm, perakende ve ticari iç mekân projelerinde tasarım odaklı, hızlı uygulanabilir ve dayanıklı yüzey çözümlerine olan ilginin arttığını görüyoruz. Bu nedenle yıl sonuna kadar hem yurtiçindeki otel ve mimari ofislerle daha yakın çalışmayı hem de yurtdışında konaklama ve mağaza projelerine yönelik iş birliklerimizi artırmayı hedefliyoruz.



Sinem Elbir / Maksimum Contract /
Firma Sahibi

Maksimum Contract, tekstil tabanlı vinil duvar kaplamaları, akustik duvar kaplamaları, dijital, ahşap, kumaş duvar kâğıtları, zemin sistemlerinde parke, parça halı, duvardan duvara halı ve tekstil konusunda sektöründe geniş bir yelpazede hizmet veren, üretimden montajlı süreçleri entegre bir yapıda yöneten bir çözüm ortağıdır. Maksimum Contract olarak, ithalat alanında global pazardaki yenilikçi materyalleri ve üst düzey teknolojik ürünleri, yerel projelerin standartlarını yükseltmek amacıyla bünyemize katıyoruz. İhracat alanında Türkiye'deki üretim gücümüzü ve tasarım kapasitemizi uluslararası pazarlara taşıyarak, özellikle otel, ofis ve konut projelerinde dünya genelinde anahtar teslim çözümler üretiyoruz. Şirketimiz, estetik ve fonksiyonelliği bir araya getiren "contract" projelerde, tasarım

Otel projelerinin yoğun trafikli alanlarından özel süit odalarına kadar geniş bir yelpazede, mimari tasarım taleplerine ve projenin özel ihtiyaçlarına göre terzi usulü (custom) ürün önerileri sunuyoruz

aşamasından montaja kadar tüm süreci tek elden yöneterek iş ortaklarına zaman ve maliyet avantajı yaratmayı hedefler. Otel projelerinin yoğun trafikli alanlarından özel süit odalarına kadar geniş bir yelpazede, mimari tasarım taleplerine ve projenin özel ihtiyaçlarına göre terzi usulü (custom) ürün önerileri sunuyoruz. Tamamen kontrat (contract) sektörünün yüksek standartlarına odaklanarak alanın kimliğine uygun alternatifler geliştiriyoruz. Ürünlerimizin yatırımcılar ve mimarlar tarafından öncelikli olarak seçilmesini sağlayan temel performans özellikleri şunlardır: **Maksimum Dayanıklılık ve Güvenlik:** Yoğun sirkülasyona sahip otel alanlarında aşınma ve darbelere karşı üstün direnç gösterir. Alev Almazlık: Uluslararası yangın standartlarına uygun, güvenliği en üst düzeye çıkaran alev almaz yapıya sahiptir. **Leke Tutmazlık ve Kolay Temizlik:** Lekelere karşı dirençli yüzey teknolojisi sayesinde bakım maliyetlerini düşürür ve ilk günkü estetik görünümünü korur. **Antibakteriyel Yüzeyler:** Hijyenin kritik olduğu konaklama alanlarında, bakteri ve mikroorganizma oluşumunu engelleyerek sağlıklı bir ortam sunar. **Uzun Ömürlü Estetik:** Tasarım trendlerini teknik güçle birleştirerek, otellere hem şık hem de yıllarca yıpranmayan alanlar kazandırır. Firma

olarak yeniliğe büyük değer veriyor, sürekli olarak trendleri belirleyen yeni ürün gamları geliştirerek yatırımcılarımızın beğenisine sunuyoruz. Proje süreçlerinin dinamizmine uyum sağlamak adına, her bütçeye ve tasarıma uygun **hızlı ve alternatifli çözümler üretebiliyoruz**. Maksimum Contract, yeni ürün geliştiren ve mimarların ihtiyaç ve zevklerini iyi analiz edebilen bir firmadır. Özellikle Antalya projelerinde mimari grup ve yatırımcıların proje gelişirken danıştıkları ve malzemeleri kullandıkları öncü bir yapıya sahiptir. Renovasyon ve yeni otellerin çok büyük çoğunluğunda aranan ve tercih edilen bir firmadır, genelde her projede varız, İstanbul, Ankara, Bodrum ve bazen yurt dışına işler yapıyoruz, 21 yıldır 1000 + 5 yıldızlı otel projesinde yer aldık.

Turizm sektöründe her geçen gün maalesef fiyat düşünülerek yanlış ürünler tercih ediliyor, inşaat yılında karlı bir iş yapıldığı düşünülse de otellerde sonraki yıllarda şikayet ve ürün değişimlerine gidiliyor, konuyla ilgili satınalma ve yatırımcılara ürün tecrübeleri anlatılmalı ve rekabet daha profesyonel yapılmalıdır

Projelerde bütçeler ön planda ve maalesef sadece fiyat odaklı gidelim derken ürünlerin teknik özellikleri ve dayanımı göz ardı ediliyor, tasarım olarak değil, stoktaki ürüne göre, fiyata göre ürün seçiliyor. Tavsiyem mutlaka ulusal kriterlere uyan, içerikleri zararlı kimyasal ve boya içermeyen, alev almaz, sürdürülebilir ürünler tercih edilmesidir. Bölgemizde yapılan tüm imza otellere ürün tedariklerinde bulundum, Maxx Royal Belek, Voyaçe Otel, Spice Otel, Ela Quality Excellence, Gloria Hotels, Akra Grup otelleri, Limak Grup, Titanic Grup, Marriott, Holiday Inn, Barut otelleri, Radisson Blu Şişli, Radisson Blu Ordu. Turizm sektöründe her geçen gün maalesef fiyat düşünülerek yanlış ürünler tercih ediliyor, inşaat yılında karlı bir iş yapıldığı düşünülse de otellerde sonraki yıllarda şikayet ve ürün değişimlerine gidiliyor, konuyla ilgili satınalma ve yatırımcılara ürün tecrübeleri anlatılmalı ve rekabet daha profesyonel yapılmalıdır. Markamız bu yılda akustik özel leke tutmaz panellerle, Türkiye'de bir ilk ve yeni bir ürün geliştirme çalışması yaptı. Otellerde odalar arası ses yalıtımının az olduğu ve müşterinin sesten rahatsız olduğu durumu yok eden ve inşaat maliyetlerini de çok büyük ölçüde rahatlatacak bu paneller 2026 -2027 sezonunda ses getirecek. Yıl sonu hedeflerimiz doğru müşteri, doğru hizmet.





Kemal Cihat Kaymul / Uludağ Group A.Ş. – Ghosstyle / Genel Koordinatör

Faaliyet gösterdiği alanlarda kaliteyi, güveni ve sürdürülebilir hizmet anlayışını ön planda tutan Uludağ Group; PPF kaplama, cam filmi ve seramik kaplama uygulamaları, otomotiv yedek parça tedarik ve uygulaması, Jetcar üretimi ve mimari folyo kaplama gibi birçok alanda profesyonel hizmet vermektedir. GhosStyle markası adı altında mimari folyo kaplama çözümlerimizle konaklama sektörüne; otel odaları, lobi, resepsiyon, koridor, asansör kabinleri, kapılar, mobilyalar ve duvar yüzeyleri için hızlı, estetik ve uzun ömürlü kaplama çözümleri sunuyoruz. Ürünlerimizin otel projelerinde tercih edilmesini sağlayan temel özellikler; yüksek dayanıklılık, leke ve aşınma direnci, yıkanabilirlik, antibakteriyel yüzey özelliği ile nem ve ısı değişimlerine karşı gösterdiği yüksek performansdır. Bunun yanında ürünlerimiz CE işaretli olup EN 15102 standardına uygunluğu; yangın performansı EN 13501-1, ağır metal ve formaldehit güvenliği EN 12149, antibakteriyel özellikleri JIS Z 2801 ve yapışma performansı ASTM D3330 testleriyle desteklenmektedir. Turizm sektörü, mimari folyo kaplama markamız için stratejik açıdan büyük önem taşımaktadır. Özellikle Antalya gibi turizmin merkezinde yer alan bir bölgede faaliyette göstermemiz, otellerin yenileme, tadilat ve dekorasyon süreçlerinde hızlı, estetik ve sürdürülebilir çözümler sunmamızı daha da değerli hale getirmektedir.

Tesis konseptlerini dinamik tutmak ve yıpranma payı yüksek olan alanlarını hızla modernize etmek zorunda olan tesislerimize, Sürdürülebilir ve Akıllı Mimari Kaplama” çözümlerimizle, lobi, oda, koridor, banyo ve spa gibi alanlarında, mevcut mobilya ve altyapıyı atık haline getirmeden, premium mimari kaplama teknolojimizle yüzey dönüşümleri gerçekleştiriyoruz.

Bugün Türkiye turizm sektörü, küresel rekabetçiliğini korumak adına her yıl tesis

GhosStyle markası adı altında mimari folyo kaplama çözümlerimizle konaklama sektörüne; otel odaları, lobi, resepsiyon, koridor, asansör kabinleri, kapılar, mobilyalar ve duvar yüzeyleri için hızlı, estetik ve uzun ömürlü kaplama çözümleri sunuyoruz

konseptlerini dinamik tutmak ve yıpranma payı yüksek olan alanları hızla modernize etmek zorundadır. Ancak geleneksel renovasyon; yani yıkım, inşaat ve mobilya imalatı süreçleri, sektörün önündeki en büyük üç engeli de

beraberinde getiriyor: Yüksek maliyet yükü, inşaat atıklarının getirdiği sürdürülebilirlik krizi ve en önemlisi “tesis kapatma” zorunluluğundan doğan ciro kaybı. Sezon dışı sürenin daraldığı, kış turizminin ve alternatif turizmin hareketlendiği günümüz dinamiklerinde hiçbir tesis, yenilenme uğruna haftalarca kapalı kalma lüksüne sahip değildir. GhosStyle olarak bu kısırlığı “Sürdürülebilir ve Akıllı Mimari Kaplama” çözümlerimizle kırıyoruz. Otellerin lobi, oda, koridor, banyo ve spa gibi alanlarında, mevcut mobilya ve altyapıyı atık haline getirmeden, premium mimari kaplama teknolojimizle yüzey dönüşümleri gerçekleştiriyoruz. Çözümümüz; güvürlü, tozsuz, kokusuz ve geleneksel tadilat yöntemlerine kıyasla çok daha kısa sürede uygulanabilen bir yöntemdir. Böylece oteller operasyonlarına ara vermeden, açık kalarak ve odalarını kapatmak zorunda kalmadan hızlıca dönüşüyor. Çevre dostu, antibakteriyel, yangın dayanımlı ve PVC-free (karbon emisyonunu %30 azaltan polipropilen) inovatif ürün grubumuzla, turizm yatırımcısının hem bütçesini hem zamanını hem de sürdürülebilirlik karnesini koruyoruz. 2026 yılı, GhosStyle için lüks algısı ile operasyonel verimliliği tek bir potada erittiğimiz, pazar gücümüzü ulusal ölçekte perçinlediğimiz bir kırılma yılı oluyor. Türkiye turizminin odağını nicelikten niteliğe kaydırması bu dönemde, tesislerin “premium, hijyenik ve taze” görünmesi artık bir tercih değil, gecelik gelir oranlarını doğrudan etkileyen kritik bir gereklilik haline geldi. Yatırımcıların bütçe optimizasyonuna en çok ihtiyaç duyduğu ama kaliteden asla ödün vermek istemediği bu dönemde, yenilikçi akıllı mimari kaplama çözümlerimizle pazarda tam karşılığımızı



bulduk. Bu doğrultuda 2026 yılındaki en büyük stratejik hamlemiz, İstanbul şubemizi hayata geçirerek bu metropoldeki aktif varlığımızı başlatmak oldu. Güçlü köklere sahip olduğumuz Antalya bölgesindeki liderliğimizi korurken, yeni İstanbul şubemizle birlikte hem bu bölgedeki şehir otelciliğine hem de Ege'nin yükselen lüks destinasyonları olan Bodrum, Alaçatı, Marmaris ve Milas hattındaki resort otellere çok daha hızlı ve yerinden hizmet sunabilir konuma geldik. Yıl sonu hedeflerimiz kapsamında; turizm sektörünün nabzını tutan prestijli sektörel fuarlar, tasarım zirveleri ve özel B2B etkinliklerde aktif rol alarak mimarlar, iç mimarlar ve otel yatırımcıları ile başlarımızı daha da güçlendiriyoruz. 500'ü aşkın zengin ürün seçeneğimiz, gerçeğinden ayırt edilemeyen ahşap, taş, mermer ve beton dokularımızla turizm sektörünün estetik vizyon ortağı olmaya devam edeceğiz. 2026 sonu itibarıyla; Akdeniz, Ege ve İstanbul üçgenindeki “çevre dostu ve akıllı dönüşüm” projelerinin lider çözüm ortağı olmayı ve nitelikli yatak kapasitesinin modernizasyonunda GhosStyle imzasını en üst sıralara taşımayı hedefliyoruz.





**Musa Harun Okur / Okur Zemin
Kaplama San. ve Tic. Ltd. Şti. /
Şirket Sahibi**

Okur Zemin, 1990 yılından beri zemin sektöründe olan, ana ürünü karo halı olup, bununla birlikte LVT ve yükseltilmiş döşemede de güçlü stoğu yurt dışından sağlayan bir firmadır. Gerek yurt içinde gerekse dünyanın çeşitli ülkelerinde (bayileriyle de birlikte organize bir şekilde) büyük projelere ürünlerimizi ve hizmetimizi sunan bir firmayız. Bir otelin her bölümünde kullanılabilecek zemin ürünlerimiz mevcuttur. Sistem odalarından karşılamaya, koridorlardan odalara, otel girişinden toplantı odalarına kadar aklınıza gelebilecek her alan için bir zemin çözümü oluşturabiliriz. Karo halı, yükseltilmiş döşeme, LVT ve profesyonel paspas sistemleri gibi çeşitli zemin malzemelerinde renk, maliyet, tasarım anlamında da güçlü stoklarla çok fazla seçenek sunabilmekteyiz. Turizm sektörü toplam projelerimiz içerisinde %25'lik bir paya sahip olmaktadır. Markamızı geliştirmek için tüm projelere gösterdiğimiz özen gibi bu sektördeki projelere de aynı hassasiyet ve özenle yaklaşmaktayız. Bu alanlardaki çalışmalarımız diğer projelerimizde de önemli bir referans haline gelmekte.

Bir otel projesinde yer ve duvar kaplama malzemesi seçilirken öncelikler iyi belirlenmelidir. Tasarım, maliyet, dayanıklılık üçlüsü bir sıralamaya alınırsa



Bir otelin her bölümünde kullanılabilecek, karo halı, yükseltilmiş döşeme, LVT ve profesyonel paspas sistemleri gibi çeşitli zemin malzemelerinde renk, maliyet, tasarım anlamında da güçlü stoklarla çok fazla seçenek sunabilmekteyiz

efektif bir çalışma yapılabilir. Karo halı ürününde bunlar için iplik türü, yangın sınıfı, kalite sınıfı, gramaj, döşemede desen takibi ve birleşim yerlerinin düz bir hat olması gibi önemli kriterler varken; en önemli kriterlerden biri de regüle ürün olması ve stok miktarı diyebiliriz

Kullanıcı dostu kavramını hem sektör hem de sektörün hizmet verdiği müşteriler açısından değerlendirmemiz gerekmektedir. Öncelikler iyi belirlenmelidir; tasarım, maliyet, dayanıklılık üçlüsü bir sıralamaya alınırsa daha efektif bir çalışma yapılabilir. Karo halı ürününde bunlar için iplik türü, yangın sınıfı, kalite sınıfı, gramaj, döşemede desen takibi ve birleşim yerlerinin düz bir hat olması gibi önemli kriterler varken; en önemli kriterlerden biri de regüle ürün olması ve stok miktarı diyebiliriz. Yükseltilmiş döşemede iç dolgunun kalsiyum sülfat olması, monobloc olması, sac kaplamasının birbirine geçme kilit sistemle kapatılmış olması, A1 yangın test raporunun olması, antistatik PVC'nin homojen mi heterojen mi olması gibi faktörler devreye girmektedir. LVT, ürünü tercih edilecekse üst koruma tabakası kalınlığı, taş tozunun miktarı, özgün tasarımlar, kalınlıklar, yangın sınıfı, kalite sınıfı faktörleri önemlidir. Referanslarımızı gizlilik gereği paylaşamıyoruz. Konaklama sektöründe en büyük handikapları sıralarsak, insan trafiğinin çok olması, tekerlekli bavulların hareket etmesinin zorluğu, yere dökülen yiyecek ve içeceklerin bıraktığı lekeler. Halı elbette ki odalarda, koridorlarda her açıdan ihtiyaç. Ancak en lüks otellerde dahi konaklama sektörü sahiplerinin kaçıracağı en önemli sıkıntılardan biri bavulun tekerleğinin



hareket etme zorluğu. Karo halılar çoğunlukla ofislerde kullanılmakta ve ofislerin olmazsa olmazı diyeceğimiz sandalyeleri tekerlekli ve bu halıların teknik analizlerinde tekerlekli sandalye kullanımına yönelik testler ve uygunluklar mevcuttur. Yani, valiz kullanımındaki tekerlekler konusunda büyük bir konfor ve kolaylıktır. Ses yalıtımı sağlar, modüler olması sayesinde sök-tak yapıp lekelenen, zarar gören parça yenisiyle kolayca değiştirilebilir ve duvardan duvara halılar gibi sık sık yıkama gerektirecek bir maliyet kalemini azaltmış olur. Bütün bunlara ek olarak yeni yönetmeliklerde yangın sınıfı şartı ortaya çıkıyor ve karo halılar bunu en iyi destekleyen, test raporları olan ve dayanıklılığı en yüksek olan ürünler arasında. Otellerde genellikle duvardan duvara halı kullanılır düşüncesini değiştirmek biraz zor olsa da sayılan tüm maddeleri düşününce hem maliyet hem konfor hem de modern tasarım için en avantajlı seçenek karo halı olmaktadır. Bizim sektörümüz için regüle ürün ve yüksek stok en önemli başarı sebebidir. 2026 yılı bütün dünya ticaretinde belirsizlikler ve duraksama yılı olsa da biz geçmiş tecrübelerimize dayalı olarak elimizde olan ürünlerimizin stoğunu güçlendirmeye ve yeni ürünleri yeni fırsatlar olarak değerlendirmeye ve müşterilere daha çok alternatif sunmaya devam ediyoruz. Tüm durgunluğa rağmen yıl sonuna çizdiğimiz resimde, büyük projelere ürünlerini sunmuş ve otel projelerinde de yerini alıp karo halı kullanımını yaygınlaştırmayı sağlayan öncü bir marka olacağız.

Bonna'dan denizlerin derinliğini sofralara taşıyan koleksiyonlar: Aquelis ve Kymen

2014 yılından bugüne HoReCa sektörüne özel geliştirdiği yenilikçi ve estetik çözümlerle öne çıkan Bonna, masaüstü çözümlerde dünyada bir ilk olan FUSIONtech teknolojisiyle geliştirdiği Aquelis ve Kymen koleksiyonlarıyla denizlerin büyüleyici derinliğini profesyonel sofralara taşıyor. Mat ve parlak dokuların aynı yüzeyde bulunduğu bu özel seriler, yüksek renk kontrastı ve etkileyici derinlik hissiyle şeflerin sunumlarına yeni bir boyut kazandırırken, üstün dayanıklılık özellikleriyle yoğun mutfak operasyonlarının ihtiyaçlarına da yanıt veriyor. Denizlerin yüzeyinde ışığın yarattığı yansımalar, kıyılarda şekillenen dokular ve derin suların gizemli katmanları, doğanın en etkileyici görsel deneyimlerinden bazılarını oluşturuyor. Bonna, FUSIONtech teknolojisiyle geliştirdiği Aquelis ve Kymen koleksiyonlarında bu doğal zenginliği porselen yüzeylere taşıyor. Üç yenilikçi teknolojinin bir araya gelmesiyle ortaya çıkan FUSIONtech; parlak ve mat yüzeylerin çarpıcı birlikteliğini, olağanüstü detay seviyesini ve el işçiliğini andıran derinlik hissini aynı

tasarımda buluşturuyor. Aquelis koleksiyonu, deniz tabanının zengin dokularını ve suyun derinliklerinde oluşan doğal geçişleri sofralara taşıyor. FUSIONtech teknolojisinin sağladığı olağanüstü derinlik hissi, yüksek renk kontrastı ve dokulu yüzeyler sayesinde her parça adeta canlı bir görsel deneyim sunuyor. Aynı yüzey üzerinde bulunan mat ve parlak dokular, ışıkla birlikte değişen etkileyici yansımalar yaratarak desenlere hayat veriyor. Estetik gücünü yüksek performansla destekleyen Aquelis, çizilmelere ve ani ısı değişimlerine karşı yüksek direnç gösterirken, seçili formlarında sunulan ömür boyu kenar çıtlamazlık garantisiyle profesyonel kullanıma uzun yıllar eşlik ediyor. Kymen koleksiyonu, denizin hareketli ritminden ve kıyılara vuran dalgaların oluşturduğu katmanlı dokulardan ilham alıyor. FUSIONtech teknolojisi sayesinde porselen yüzeylerde dikkat çekici bir derinlik etkisi yaratılırken, desenlerde elde edilen yüksek renk kontrastı sunumlara güçlü bir karakter kazandırıyor. Mat ve parlak dokuların bir arada kullanıldığı seri, görsel



zenginliği fonksiyonellikle buluşturuyor. Profesyonel mutfakların yoğun operasyonel süreçlerine uyum sağlayan Kymen; çizilmelere ve ani ısı değişimlerine karşı direnç gösterirken, seçili formlarında sunduğu ömür boyu kenar çıtlamazlık garantisiyle dayanıklılığı bir üst seviyeye taşıyor. Denizlerin dinginliği ile gücünü aynı tasarım anlayışında buluşturan Bonna'nın Aquelis ve Kymen koleksiyonları, FUSIONtech teknolojisinin sunduğu yenilikçi yüzey efektleri sayesinde sofralara derinlik, hareket ve karakter kazandırıyor. Estetik tasarımı üstün performansla bir araya getiren bu özel seriler, şeflerin yaratıcılığını destekleyerek her sunumu unutulmaz bir deneyime dönüştürmeyi hedefliyor.

Elektraweb, Kıbrıs turizminin devlerinden Acapulco'nun dijital altyapısını güçlendiriyor



Kemal Oral

Akdeniz'in incisi Kıbrıs'ta yer alan ve geniş konaklama kapasitesi, aquaparkı, kongre merkezi ve casino gibi çok yönlü hizmetleriyle öne çıkan Acapulco Resort Convention Spa Hotel, yılda binlerce yerli ve yabancı turisti

ağırlıyor. Bu büyük operasyonun kesintisiz ve kusursuz yönetimi için güçlü bir dijital altyapı ihtiyacı, Elektraweb iş birliğiyle karşılandı. Elektraweb'in sunduğu web tabanlı otel yönetim çözümleri; rezervasyon, kanal yönetimi, gelir optimizasyonu ve müşteri ilişkileri süreçlerini tek bir platformda buluşturarak otellere önemli bir rekabet avantajı sağlıyor. Acapulco'da devreye alınan sistem sayesinde, tüm operasyonlar merkezi bir yapı üzerinden anlık olarak yönetilebiliyor. Konuyla ilgili değerlendirmede bulunan Elektraweb Kurucusu ve CEO'su Kemal Oral, şunları söyledi: "Acapulco gibi bölgenin en önemli turizm yatırımlarından biriyle iş birliği yapmaktan büyük mutluluk duyuyoruz. Elektraweb olarak

hedefimiz, otellerin dijital dönüşüm süreçlerini hızlandırmak ve misafir memnuniyetini artıracak teknolojiler geliştirmek. Kıbrıs turizmi her geçen gün büyüyor ve biz de bu büyümeye güçlü altyapımızla katkı sağlamaya devam edeceğiz." Artan rekabet, değişen müşteri beklentileri ve çok kanallı satış yapısının yaygınlaşması, otelleri daha akıllı ve entegre sistemlere yönlendiriyor. Elektraweb, sunduğu yenilikçi çözümlerle yalnızca Türkiye'de değil, yurt dışında da turizm sektörünün dijital dönüşümüne öncülük etmeye devam ediyor. Acapulco Resort Convention Spa Hotel ile hayata geçirilen bu iş birliği, Elektraweb'in uluslararası büyüme stratejisinin de önemli bir adımı olarak öne çıkıyor.

Paşabahçe'den Horeca'ya özel yeni dijital buluşma noktası

Paşabahçe, HoReCa sektöründeki güçlü konumunu Türkiye pazarına özel dijital iletişim kanalıyla pekiştiriyor. Haziran 2026 itibarıyla yayına giren @pasabahce.professionaltr Instagram hesabı, sektör profesyonelleri için özel olarak kurgulanmış yeni bir buluşma noktası sunuyor. Güçlü dağıtım ağı ve zengin ürün çeşitliliğiyle profesyonel mutfak ve servis süreçlerinde kalite ve işlevselliği bir araya getiren Paşabahçe; dayanıklılık, hijyen ve kullanım kolaylığı gibi sektörün temel ihtiyaçlarına odaklanan çözümler geliştiriyor. Kadeh ve bardaklardan servis ve sunum ürünlerine, pişirme ve saklama

çözümlerine kadar uzanan ürün gamıyla profesyonel kullanıcıların farklı ihtiyaçlarına yanıt veren marka, temperli ve istiflenebilir ürünleriyle operasyonel verimliliği desteklerken estetik ve işlevselliği bir arada sunuyor. Bugün Paşabahçe ürünleri, dünyanın birçok noktasında, 150'den fazla ülkede profesyoneller tarafından tercih ediliyor ve global ölçekte güçlü bir referans noktası oluşturuyor. Paşabahçe, global ölçekte sürdürdüğü HoReCa iletişimini @pasabahce.professionaltr Instagram hesabı üzerinden Türkiye pazarına özel yeni bir yaklaşımla güçlendiriyor. Yeni kanal; sektör trendleri,



profesyonel ipuçları, ürün çözümleri ve ilham veren içeriklerle HoReCa profesyonellerine yönelik güncel bir dijital deneyim alanı sunuyor.

Form WSHP, ortak su çevrimi ile enerji paylaşımı ve ısı geri kazanımı sağlıyor

Form WSHP sistemleri, su kaynaklı çalışma prensibi sayesinde hava kaynaklı sistemlere kıyasla daha yüksek enerji verimliliği sunarken daha kompakt ünite tasarımlarına da imkan tanıyor. Tüm cihazlar, ortak bir su çevrimine bağlı merkezi loop hattı üzerinde çalışıyor ve her bir ünite bulunduğu mahallin ihtiyacına göre bağımsız olarak ısıtma veya soğutma yapabiliyor. WSHP sistemlerinin en önemli avantajlarından biri, aynı çevrime bağlı tüm ünitelerin enerji paylaşımı yapabilmesi olarak öne çıkıyor. Soğutma yapan üniteler tarafından ortak su çevrimine aktarılan ısı enerjisi, çevrimdeki su sıcaklığını yükselterek, eş zamanlı olarak ısıtma ihtiyacı bulunan mahallerinde ısıtmasını bedava karşılamış oluyor. Böylece sistem içerisinde doğal bir ısı geri kazanımı gerçekleşirken enerji kayıpları minimize ediliyor, ilave enerji ihtiyacı azaltılıyor ve toplam sistem verimliliği artırılıyor. Bu çalışma prensibi sayesinde bina içerisindeki farklı kullanım alanlarının eş zamanlı ve bağımsız iklimlendirme ihtiyaçları karşılanabiliyor. Özellikle AVM'ler, ofis binaları ve karma kullanımlı projelerde yaygın olarak tercih edilen Form WSHP sistemleri; yüksek konfor, enerji tasarrufu ve düşük işletme maliyetlerini bir arada sunarak sürdürülebilir iklimlendirme çözümlerine katkı sağlıyor. Aynı anda bağımsız ısıtma ve soğutma yapılabilmesi sayesinde alternatif sistemlere göre ilk yatırım maliyetlerinde avantaj sağlıyor. Form WSHP sistemlerinde

her ünite bağımsız olarak çalışabildiği için kullanıcılar yalnızca kendi tükettikleri enerji kadar ödeme yapıyor. Bu özellik bu tip binalardaki kullanıcılar için önemli maliyet avantajı sağlıyor. Sistemde kapasite artırımı veya azaltımı kolaylıkla yapılabilirken, gerçekleştirilen değişiklikler diğer mahallerin çalışma düzenini etkilemiyor. Böylece sistem esnekliği artarken devre dışı kalma riskleri de minimum seviyeye indiriliyor. 3 kW ile 30 kW'a kadar kapasiteye sahip Form WSHP sudan havaya ısı pompaları, farklı büyüklüklerdeki projelere uygun çözümler geliştiriyor. Form WSHP cihazlarında kullanılan yüksek verimli ve düşük ses seviyesine sahip scroll kompresörler, enerji tüketimini optimize ederken kullanıcı konforunu artırıyor. Yüksek verimli koaksiyel eşanjör teknolojisi sayesinde ısı transfer performansı üst seviyeye taşıyor. Sessiz fanlar ve ekstra izolasyon ile düşük ses seviyesiyle konforlu kullanım sağlıyor. Geniş çalışma limitlerine sahip sistemler, farklı iklim koşullarında yıl boyunca güvenilir performans sunuyor. Modüler yapısı sayesinde Form WSHP sistemleri farklı ölçeklerdeki projelere kolaylıkla adapte edilebiliyor. Her ünitenin bağımsız çalışabilmesi, yalnızca ihtiyaç duyulan alanlarda enerji kullanımına imkan tanırken gereksiz enerji tüketiminin önüne geçiyor. Merkezi kontrol sistemleri, BMS uyumlu çalışabilme ve dokunmatik ekran seçenekleri sayesinde tüm sistem kolaylıkla izlenebiliyor ve yönetilebiliyor. Bu sayede



işletme süreçlerinde yüksek kontrol ve kullanım kolaylığı elde ediliyor. Uygulama ve montaj tarafında da bu esnek yapı önemli avantajlar sunuyor. Bina dışında yalnızca soğutma kulesi bulunması sayesinde çok sayıda dış üniteye ihtiyaç duyulmuyor ve bu durum hem yer tasarrufu sağlıyor hem de görüntü kirliliğini önüyor. Daha küçük teknik oda ihtiyacı ile alan verimliliği artarken, 2 borulu sistem yapısı sayesinde aynı anda bağımsız soğutma ve ısıtma ile ısı geri kazanımı mümkün hale geliyor. Esnek tasarım sayesinde farklı montaj süreçleri birbirinden bağımsız şekilde ilerleyebiliyor, iç mekan tasarımına uygun yatay ve dikey ünite seçenekleri ise uygulama esnekliğini artırıyor. Form WSHP'nin tercih edilmesinde yüksek verimlilik ve ürün kalitesi kadar, satış sonrası hizmet gücü de önemli rol oynuyor. İzmir'deki üretim tesislerinde üretilen cihazlar, stoktan teslim avantajının yanı sıra Türkiye genelindeki yaygın ve deneyimli servis organizasyonu ile destekleniyor. Güçlü teknik servis altyapısı sayesinde projelerin devreye alma, bakım ve işletme süreçlerinde hızlı ve güvenilir destek sağlanıyor.

E.C.A. yeni klima serileriyle yaz konforuna yeni bir soluk getiriyor

Türkiye'nin köklü markalarından E.C.A., iklimlendirme ürün gamını yeni nesil teknolojilerle genişletmeye devam ediyor. E.C.A., kullanıcı konforunu enerji verimliliği ve estetik tasarımla bir araya getiren yeni duvar tipi klima modelleri Spylos Plus ve Niobe Black serisini tüketicilerle buluşturdu. Yeni nesil inverter teknolojisiyle geliştirilen her iki seri de yüksek performans, düşük enerji tüketimi ve akıllı kullanım özellikleriyle dikkat çekiyor. A++ enerji verimliliği sınıfında yer alan modeller; 12.000, 18.000 ve 24.000 BTU/h kapasite seçenekleriyle farklı yaşam alanlarına uyum sağlıyor.

Konfor ve teknoloji bir arada

Yeni Spylos Plus serisi, güçlü hava akışı ve sessiz çalışma performansı ile dört mevsim konfor sunarken; Coanda hava akışı, I-Feel fonksiyonu, nem dengeleme modu ve kendi kendini temizleyebilen evaporatör sistemiyle kullanıcı deneyimini

üst seviyeye taşıyor. Ayrıca uzun mesafeli hava üfleme özelliği sayesinde yaşam alanlarında homojen iklimlendirme sağlıyor. Modern yaşamın ihtiyaçlarına yanıt veren Niobe Black serisi ise mat siyah tasarımıyla dekoratif bir görünüm sunarken, entegre Wi-Fi kontrol özelliği sayesinde kullanıcıların klimayı uzaktan yönetebilmesine imkân tanıyor. Akıllı kanat yönlendirmesi, sessiz mod, hızlı soğutma ve rahat uyku modu gibi fonksiyonlar, konforu teknolojiyle buluşturuyor.

Enerji tasarrufu ve çevre dostu yaklaşım

Her iki seride de kullanılan R32 çevre dostu soğutucu gaz ve Full Inverter kompresör teknolojisi, daha düşük enerji tüketimiyle yüksek performans sunuyor. Özellikle inverter sistemlerin enerji tasarrufu ve uzun ömürlü kullanım açısından kullanıcılar tarafından öncelikli tercih edildiği belirtiliyor.

Estetik ve fonksiyonelliği birleştiren yeni seri

E.C.A.'nın yeni klima serileri yalnızca teknik performanslarıyla değil, yaşam alanlarına uyum sağlayan tasarım detaylarıyla da öne çıkıyor. Spylos Plus sade ve modern çizgileriyle dikkat çekerken, Niobe Black serisi koyu renkli premium görünümüyle özellikle modern iç mekân dekorasyonuna hitap ediyor. Yüksek hava debisi, 24 saat zamanlayıcı, sessiz çalışma modu ve akıllı kullanım senaryoları sayesinde E.C.A.'nın yeni klima serileri; evler, ofisler ve yaşam alanları için güçlü bir iklimlendirme alternatifi sunuyor.



Büyük ölçekli turizm yatırımlarında tercih edilen Vital, projeye değer katan bütüncül bir çözüm partneri olarak konumlanıyor

Turizm yatırımlarında başarı; yalnızca mimari tasarım, lokasyon ya da hizmet kalitesiyle değil, arka planda kusursuz çalışan operasyonel altyapıyla da şekillenir. Özellikle otel mutfakları, bir tesisin misafir memnuniyetini doğrudan etkileyen, hız, hijyen, dayanıklılık ve verimlilik açısından en kritik alanlarından biridir. İşte bu noktada Vital, profesyonel mutfak projelerinde sunduğu güçlü çözümlerle turizm sektörünün güvenilir çözüm ortaklarından biri olarak öne çıkıyor. Büyük ölçekli turizm yatırımlarında tercih edilen Vital, yalnızca



ekipman tedarik eden bir marka değil; projeye değer katan bütüncül bir çözüm partneri olarak konumlanıyor. Projenin ihtiyaçlarına özel planlanan mutfak altyapısı, operasyonel akışı destekleyen yerleşim kurgusu, yüksek performanslı ekipman yapısı ve uzun ömürlü kullanım avantajı ile Vital, profesyonel mutfakları sürdürülebilir verimliliğin merkezine dönüştürüyor. Bir otel mutfağında başarı; servis hızını artıran, yoğun kullanıma dayanıklı, hijyen standartlarını destekleyen ve farklı üretim senaryolarına uyum sağlayan bir sistem kurabilmekten geçer. Vital'in yaklaşımı da tam olarak bu ihtiyaca karşılık verir. Projeden üretime, kurulumdan teslimata kadar her aşamada titizlikle yönetilen süreçler sayesinde, mutfak alanları yalnızca bugünün değil, geleceğin operasyonel ihtiyaçlarına da cevap verecek şekilde tasarlanır. Vital'in arkasındaki üretim gücü olan Mutaş Group ise bu yaklaşımı daha da güçlü kılıyor.



Yüksek üretim kapasitesi, mühendislik altyapısı, kalite odaklı üretim anlayışı ve proje yönetim kabiliyeti sayesinde, turizm yatırımlarında ihtiyaç duyulan hız, güven ve süreklilik aynı çatı altında buluşuyor. Böylece yatırımcılar ve işletmeler için yalnızca estetik ve fonksiyonel mutfaklar değil; aynı zamanda işletme verimliliğini destekleyen güçlü bir operasyon altyapısı inşa ediliyor. Bugün turizm sektöründe rekabet yalnızca misafir odalarında ya da sosyal alanlarda değil; mutfağın görünmeyen ama en kritik operasyon alanlarında da yaşanıyor. Vital, tam da bu nedenle büyük projelerde tercih edilen bir marka olarak, profesyonel mutfakları kusursuz işleyen bir sisteme dönüştürmeyi hedefliyor.

Vaillant, “Yeni Isı Pompası aroTHERM pro”yu pazara sundu

Şofben ve kombinin mucidi olarak 150 yılı aşkın köklü tecrübesiyle iklimlendirme sektörüne değer katan Vaillant, sürdürülebilirlik odaklı teknoloji vizyonunun en yeni halkası olan yeni monoblok ısı pompası aroTHERM pro'nun Türkiye lansmanını, Dünya lansmanı ile eş zamanlı olarak gerçekleştirdi. Vaillant Group Türkiye CEO'su Alper Avdel'in ev sahipliğinde düzenlenen özel buluşmada; markanın çevreci üretim süreçleri, dijitalleşme stratejileri ve enerji dönüşümündeki güncel gelişmeler paylaşıldı. Toplantıda öne çıkan vizyon kapsamında, iklimlendirme dünyasındaki yeşil dönüşümün yeni simgesi olan aroTHERM pro detaylı bir şekilde tanıtıldı. Geleceğin iklimlendirme çözümü olarak konumlandırılan yeni aroTHERM pro, üstün performansı çevre dostu yapıyla birleştiriyor. Vaillant'ın sektörde benzersiz güvenlik konsepti olan yeni Esnek Alan Fonksiyonu (FSF) teknolojisi sayesinde, R290 gazlı ısı pompaları için standart teşkil eden dış ünite çevresindeki koruma alanlarını ciddi oranda azaltan cihaz, benzersiz bir montaj esnekliği sunuyor. Yerden tasarruf sağlayan oldukça kompakt tasarımıyla yüksek kapasiteli modellerde dahi tek fanlı yapıyı koruyan aroTHERM pro,

pencere altı gibi dar alanlara bile rahatlıkla konumlandırılabilir. C4 seviye korozyon dayanımı sayesinde kıyı şeritlerindeki zorlu dış ortam koşullarında da uzun ömürlü ve estetik bir kullanım sağlayan ürün, Vaillant güvencesi altında 300'den fazla zorlu kalite testinden geçerek tüketicilerle buluşuyor. Vaillant Group Türkiye CEO'su Alper Avdel, konuyla ilgili şu değerlendirmede bulundu: “Vaillant Group olarak küresel ölçekte tüm üretim ve operasyon stratejilerimizi, sürdürülebilirlik ve verimlilik ilkeleri üzerine inşa ediyoruz. 2011 yılında hayata geçirdiğimiz SEEDS projemizle 2050 yılına kadar net sıfır emisyon hedefine ulaşmayı amaçlıyoruz. Bu vizyonun en güncel örneği olan aroTHERM pro, propan bazlı R290 doğal soğutucu akışkanı ve 0,02 gibi oldukça düşük Küresel Isınma Potansiyeli (GWP) değeriyle karbon ayak izini minimum seviyeye indiriyor. Avrupa pazarında son 5 yılda dört kat büyüyen ısı pompaları, Türkiye'nin 2053 net sıfır emisyon hedefleri doğrultusunda da kilit bir teknoloji konumunda. Isı pompası pazarının büyüklüğü Türkiye'de 50 bin adet iken 2025 sonu verilerine göre ilk üçte sırasıyla Almanya, Fransa ve Hollanda'nın yer aldığı Avrupa'da 1,25 milyon adet düzeyinde. Biz de bu dönüşümde önemli bir



rol üstlenerek, yenilikçi çözümlerimizle ısı pompası kategorisindeki pazar hacmimizi büyütmeyi hedefliyoruz. 2025 yılındaki sürdürülebilir büyüme ve dijitalleşme ivmemizi, 2026 yılında aroTHERM pro ile pekiştiriyoruz. Müşterilerimize yalnızca yüksek verimli bir ürün değil, bütüncül bir yaşam konforu sunuyoruz ve sunmaya devam edeceğiz.” Yeni projelerin yanı sıra mevcut binaların modernizasyonu için de mükemmel bir alternatif sunan aroTHERM pro, 70 °C'ye varan tesisat çıkış suyu sıcaklığı sayesinde mevcut radyatör sistemleri değiştirilmeden fosil yakıtlardan temiz enerjiye geçiş imkânı tanıyor. Cihaz, -25°C'lik dondurucu soğuklardan +46°C'ye kadar uzanan en zorlu dış hava sıcaklıklarında dahi yüksek verimliliğinden ödün vermiyor.

NG Sign Bodrum, Form Endüstri Ürünleri'nin iklimlendirme çözümlerini tercih etti

Muğla Bodrum'da hayata geçirilen NG Sign Bodrum'un iklimlendirme altyapısında Form Endüstri Ürünleri'nin sunduğu çözümler tercih edildi. Proje kapsamında kullanılan klima santralleri, taze hava fanları, hücreli aspiratörler ve ısı geri kazanım cihazlarıyla otel genelinde yüksek iç hava kalitesi, enerji verimliliği ve kullanıcı konforunun desteklenmesi hedefleniyor. Farklı kullanım alanlarının ihtiyaçlarına uygun olarak projelendirilen sistem, otel yapılarında ihtiyaç duyulan sürdürülebilir hava yönetimi altyapısına katkı sağlıyor. Proje kapsamında toplam 10 adet klima santrali, 3 adet taze hava fanı, 15 adet ekolojik filtreli hücreli aspiratör, 11 adet hücreli aspiratör ve 2 adet ısı geri kazanım cihazı kullanıldı. Kullanılan sistemler,

otelin farklı kullanım alanlarında ihtiyaç duyulan temiz hava sirkülasyonu ve hava kalitesinin sürdürülebilir şekilde sağlanmasına yönelik olarak projelendirildi. Projede yer alan klima santralleri ve taze hava fanları iç ortam hava kalitesinin korunmasına katkı sağlarken, hücreli aspiratör sistemleri de farklı alanlarda etkin hava tahliyesi ve dengeli hava akışının oluşturulmasını destekliyor. Isı geri kazanım cihazları ise enerji verimliliğini artırmaya yönelik yapıyla projedeki sürdürülebilirlik yaklaşımını destekleyen önemli unsurlar arasında yer alıyor. Konaklama projelerinde yıl boyunca kesintisiz ve verimli şekilde çalışabilen iklimlendirme sistemleri büyük önem taşıyor. NG Sign Bodrum projesinde kullanılan Form Endüstri Ürünleri çözümleri, kullanıcı konforunu



destekleyen hava yönetimi altyapısıyla birlikte enerji kullanımının optimize edilmesine de katkı sağlıyor. Projede kullanılan ekolojik filtreli sistemler ve ısı geri kazanım cihazları, iç hava kalitesinin korunmasını desteklerken enerji kayıplarının azaltılmasına yönelik verimli bir işletme yapısının oluşturulmasına yardımcı oluyor. Böylece proje kapsamında hem kullanıcı konforuna hem de sürdürülebilir işletme yaklaşımına katkı sağlayan güçlü bir iklimlendirme altyapısı sunuluyor.

Günsan'dan yüksek gerilim risklerine karşı güvenilir çözüm: Parafudr

Elektrik altyapılarında güvenlik, günümüzde yalnızca enerji sürekliliği açısından değil, cihazların korunması ve operasyonel verimlilik açısından da büyük önem taşıyor. Özellikle yıldırım kaynaklı gerilim darbeleri ve şebeke dalgalanmaları, elektrik tesisatlarında ciddi hasarlara yol açabiliyor. Bu risklere karşı geliştirilen koruma sistemleri ise hem konutlarda hem de ticari yapılarda kritik rol oynuyor. Günsan Elektrik'in geliştirdiği Parafudr çözümü de bu ihtiyaçtan hareketle, tesisatlarda güvenli ve sürdürülebilir koruma sağlamayı amaçlıyor. Sayaç sonrası panolarda kullanılmak üzere tasarlanan Günsan Parafudr, elektrik enerjisinin

iç tesisata dağıtıldığı noktada devreye giriyor. Şebekeden gelen veya dış kaynaklı oluşan yüksek voltajı algılayan sistem, bu enerjiyi hızlı şekilde topraklama hattına yönlendiriyor. Böylece tesisata bağlı elektronik cihazlar, makineler ve hassas ekipmanlar zarar görmeden korunabiliyor. Parafudr sistemleri; konut projeleri, ticari yapılar, sanayi tesisleri ve enerji altyapılarında güvenliğin önemli bir parçası olarak öne çıkıyor. Açık arazilerde yer alan yapılar, yüksek katlı binalar ve enerji üretim alanları ise yıldırım kaynaklı risklere karşı daha fazla koruma ihtiyacı duyuyor. Günsan'ın geliştirdiği çözüm, farklı kullanım alanlarına uygun yapıyla geniş ölçekli



projelerde de güvenilir performans sunuyor. DIN rayına uyumlu modüler tasarımı sayesinde kolay montaj avantajı sağlayan ürün, pano içerisinde minimum alan kaplayarak uygulama kolaylığı da sunuyor. Dayanıklı bileşen yapıyla uzun süreli kullanım hedefleyen Günsan Parafudr, elektrik sistemlerinde güvenliği destekleyen kompakt ve etkili bir çözüm olarak dikkat çekiyor.

Yükselen enerji maliyetleri, verimli iklimlendirme sistemlerine talebi artırıyor

Enerji ihtiyacının %70'ini ithal kaynaklardan karşılayan Türkiye'de, enerjinin yaklaşık %26'sı ısıtma sistemleri tarafından tüketiliyor. Bu durum, artan enerji maliyetleriyle birlikte hanelerin bütçesini zorlarken, ticari işletmelerde de enerji giderlerini operasyonel maliyetlerin en önemli kalemlerinden biri haline getiriyor. Türkiye'de 2025 ve 2026 döneminde enerji maliyetlerinde yaşanan artışın kullanıcı davranışlarını doğrudan etkilediğini belirten Üçay Mühendislik İcra Kurulu Üyesi & İklimlendirme ve Şubeler Direktörü Zafer Çuman, hem bireysel hem de kurumsal kullanıcıların daha verimli ve tasarruf odaklı iklimlendirme çözümlerine yöneldiklerini söyledi. Enerji Verimliliği ve Çevre Dairesi Başkanlığı verilerine göre, binalarda tüketilen enerjinin %82'si ısıtma amacıyla kullanılıyor. Bu oran, Türkiye'de tüketilen toplam enerjinin yaklaşık %26'sını oluşturuyor. Artan enerji maliyetleri ve sürdürülebilirlik hedefleri ise bu yüksek tüketim yapısını doğrudan etkileyerek hem bireysel hem de kurumsal kullanıcıları iklimlendirme yatırımlarında daha verimli ve sürdürülebilir çözümlere yönlendiriyor. Türkiye'de 2025 ve 2026 döneminde enerji maliyetlerinde yaşanan artışın kullanıcı davranışlarını doğrudan etkilediğini belirten Üçay

Mühendislik İcra Kurulu Üyesi & İklimlendirme ve Şubeler Direktörü Zafer Çuman, şunları söyledi: "Büyükşehirlerde yaz aylarında hane elektrik faturaları ortalama 1.000 TL seviyesini aşıyor. Doğalgaz faturaları ise mevsimsel kullanım yoğunluğuna göre 2.000 TL'ye ulaşılıyor. Bu durum hanelerin bütçesini zorlarken, ticari işletmelerde de enerji giderlerini operasyonel maliyetlerin en önemli kalemlerinden biri haline getiriyor. Günümüzde kullanıcıların iklimlendirme yatırımlarına bakış açısı da tamamen değişti. Tüketiciler artık yalnızca ürünün fiyatını değil; enerji tüketimini, verimlilik seviyesini, bakım maliyetlerini ve uzun vadeli geri dönüşüm süresini de değerlendiriyor. Üçay Mühendislik olarak biz de çözüm ortağı olduğumuz projelere, klima, kombi ve ısı pompası gibi sistemleri seçerken, fiyatın yanı sıra enerji verimliliği ve bakım maliyetleri gibi kriterleri de ön planda tutuyoruz." 2025-2026 döneminde Türkiye'de ısı pompası pazarının hızla büyüdüğünü belirten Çuman, 1 birim elektrik enerjisiyle 3 ila 5 birim ısı enerjisi üretebilen ısı pompalarının hem bireysel hem de ticari kullanıcıların enerji verimliliği ve sürdürülebilirlik hedeflerini desteklediğini söyledi. Sektörün geleceğinde akıllı teknolojilerin belirleyici rol oynayacağını vurgulayan Çuman, yeni



nesil klima sistemlerinin; yapay zekâ destekli kontrol mekanizmaları, inverter teknolojisi ve sensör tabanlı optimizasyon çözümleri sayesinde enerji tüketimini %30'a varan oranda azalttığını söyledi. Klima seçiminde mekânın büyüklüğüne uygun BTU kapasitesi, inverter teknolojisi, yüksek SEER ve SCOP değerleri, A++ ve A+++ enerji sınıfı ile akıllı kontrol ve uzaktan yönetim özelliklerinin öne çıkan kriterler arasında yer aldığını belirten Çuman, özellikle inverter teknolojisine sahip sistemlerin sabit hızlı modellere kıyasla daha düşük enerji tüketimi sağlayarak kullanıcıların elektrik faturalarında önemli miktarda tasarruf sunduğunu ifade etti. Enerji maliyetlerindeki artışın, kombi seçiminde de yüksek verimli sistemlere olan talebi artırdığını söyleyen Çuman, "Yoğuşmalı kombiler ve yüksek modülasyon kapasitesine sahip sistemler, geleneksel modellere kıyasla daha düşük doğalgaz tüketimi sağladığı için yoğun talep görüyor. Ancak enerji tasarrufu için kombi seçimi yapılırken cihazın teknik özelliklerinin yanı sıra binanın yalıtım durumuna ve mekânın büyüklüğüne de dikkat etmek gerekiyor" dedi.

Ankara'nın yeni havalimanı açılıyor

Kapsamlı modernizasyon çalışmalarının tamamlandığı Etimesgut Havalimanı, "Ankara Havalimanı" adı ve "ANK" koduyla ulusal ve uluslararası uçuşlara hizmet vermek üzere resmen açılacak. Daha önce ağırlıklı olarak askeri amaçlarla kullanılan Etimesgut Havalimanı, Devlet Hava Meydanları İşletmesi (DHMI) Genel Müdürlüğü ile Milli Savunma Bakanlığı Lojistik Genel Müdürlüğü arasında imzalanan protokol kapsamında kapsamlı bir dönüşümden geçirildi. Yalnızca sekiz ayda tamamlanan çalışmalar sonucunda havalimanı, geniş gövdeli yolcu uçaklarının ve devlet liderlerini taşıyan özel uçakların operasyon yapabileceği uluslararası

standartlarda bir tesise dönüştürüldü. Modernizasyon kapsamında daha önce 2 bin 450 metre uzunluğunda ve 42 metre genişliğinde olan pist, 3 bin metre uzunluğa ve 60 metre genişliğe çıkarıldı. Pist başlarına toplam 15 bin metrekare büyüklüğünde iki dönüş cebi inşa edilirken, 160 bin metrekarelik yeni apron alanı oluşturuldu. Böylece havalimanı aynı anda yaklaşık 44 uçağa park hizmeti verebilecek kapasiteye ulaştı. Proje kapsamında mevcut taksi yolları tamamen yenilenirken yeni paralel ve bağlantı taksi yolları da inşa edildi. Pist Sonu Emniyet Alanı (RESA) oluşturularak uçuş güvenliği artırıldı. Aydınlatma sistemleri,



yaklaşma ışıkları ve yönlendirme ekipmanları uluslararası standartlara uygun şekilde modernize edilirken, havalimanının mekanik, elektrik ve drenaj altyapısı da baştan sona yenilendi. Ayrıca 4 bin 800 metrekare kapalı alana sahip Devlet Konukevi ile 310 araçlık açık otopark da hizmete hazır hale getirildi.

Costa Cruises Türkiye Müdürü Burak Çalışkan oldu



Turizm ve kruvaziyer sektörünün deneyimli isimlerinden Burak Çalışkan, Haziran 2026 itibarıyla Costa Cruises Türkiye Ülke Müdürü olarak görevine başladı. Sektörde 26 yıllık deneyime sahip olan Çalışkan, kariyeri boyunca stratejik yönetim, B2B ve B2C

satış kanalları geliştirme, kriz yönetimi ve seyahat teknolojileri alanlarında önemli başarılarla imza attı. Yakın geçmişte MSC Türkiye Genel Müdürü olarak görev yapan Çalışkan, yeni görevinde Costa Cruises Türkiye operasyonlarına liderlik edecek. Burak Çalışkan'ın yeni dönemdeki temel hedefi; Akdeniz yaşam tarzını ve İtalyan misafirperverliğini denizlerle buluşturan kruvaziyer devi Costa Cruises'un Türkiye pazarındaki büyüme hedeflerine paralel olarak markanın global vizyonunu yerel turizm dinamikleriyle birleştirmek, pazardaki penetrasyonunu ve marka algısını daha da güçlendirmek olacak. Burak Çalışkan'ın liderliğinde, güçlü B2B acente ağlarının etkin şekilde geliştirilmesi ve

seyahat teknolojilerinin verimli kullanımıyla kruvaziyer turizminin Türkiye'de daha geniş kitlelere ulaştırılması hedefleniyor. Bununla birlikte, yenilikçi yönetim anlayışı doğrultusunda Costa Cruises Türkiye operasyonel gücünün artırılması ve pazarda sürdürülebilir büyüme ivmesinin yakalanması amaçlanıyor. Kruvaziyer turizmne yönelik artan ilginin Türkiye pazarında önemli fırsatlar sunduğunu belirten Costa Cruises Türkiye Müdürü Burak Çalışkan yeni dönemde iş ortakları, acenteler ve sektör paydaşlarıyla güçlü iş birliklerini büyüterek kruvaziyer pazarını geliştirmeye odaklanacağını ifade ediyor.

Global Ports Holding portföyüne Ferrol Kruvaziyer Limanı'nı ekledi

Global Yatırım Holding bağlı kuruluşu ve portföyündeki 4 kıtada 20 ülkeden 35 kruvaziyer limanı ile her yıl 22 milyon yolcuya hizmet veren dünyanın en büyük kruvaziyer liman işletmecisi Global Ports Holding (GPH), İspanya'daki dokuzuncu limanı olan Ferrol Kruvaziyer Limanı'nı resmen portföyüne ekledi. Geçtiğimiz yılın Kasım ayında Global Ports Holding tarafından verilen teklif Ferrol-San Cibrao Liman Başkanlığı Yönetim Kurulu tarafından en iyi teklif seçilmişti. Liman başkanlığı imtiyaz hakkını resmen devrederken, Global Ports Holding, Ferrol Kruvaziyer Limanı'nı 30 yıl süreyle işletecek. Global Ports Holding'in İspanya ve Atlantik'teki büyüme stratejisinin önemli bir kilometre taşı olan anlaşmaya göre; Global Ports Holding; limanın dış rıhtımında tüm kruvaziyer hatlarına, gemi acentelerine ve yolcu hizmeti sağlayıcılarına hizmet verecek modern, açık erişimli bir terminal binası inşa edecek. Projenin ilk aşamasında 480 metrekarelik bir bina yapılması, ikinci aşamada ise bu alanın 960 metrekareye



çıkartılması ve çalışmaların 2031 yılına kadar tamamlanması planlanıyor. Terminal; yolcu check-in alanları, bagaj yönetimi ve yönlendirme hizmetleri için ayrılmış bölümlere sahip olacak. Ayrıca ana binadan uzak yanan gemilere hizmet verebilmek için mobil imkanlar da sunulacak. Projenin ilk aşamasında gerçekleştirilecek inşaat çalışmalarına dair üç ay içinde projenin sunulması ve gerekli izinler alındıktan sonra çalışmaların 6 ay içinde başlaması planlanıyor. Gerçekleştirilen imza töreninin ardından açıklamada bulunan Global Ports Holding Yönetim Kurulu Başkanı ve CEO'su Mehmet Kutman, "Ferrol, İspanya ve Atlantik bölgesindeki büyümemizde önemli

bir kilometre taşı daha temsil ediyor. Bu projenin geliştirme aşamasına geçmekten büyük memnuniyet duyuyoruz. Yolcu deneyimini geliştirecek, destinasyonun uzun vadeli büyümesini ve uluslararası konumunu güçlendirecek modern bir kruvaziyer terminalini hayata geçirmeyi sabırsızlıkla bekliyoruz. Bu limanda planlanan tüm yatırımları tamamladığımızda, liman Global Ports Holding ağına önemli bir parçası haline gelecek. Yatırımlarımızın sonucunda 2026 yılında toplam 23 bin kruvaziyer yolcusu ağırlaması beklenen Ferrol Kruvaziyer Limanı'nda, 2034 yılında 80 bin kişiye hizmet vermeyi hedefliyoruz" dedi.

Kruvaziyer dünyasının yeni efsanesi Akdeniz'e geliyor



Kruvaziyer turizmi küresel ölçekte büyümesini sürdürürken, sektörün en çok konuşulan yeni gemilerinden biri olan Legend of the Seas denizlere açılmaya hazırlanıyor. Royal Caribbean International'ın Icon Class serisindeki yeni amiral gemisi, 2026 yazında başlayacak Akdeniz seferleriyle milyonlarca seyahat tutkununun radarına girmeyi hedefliyor. Yaklaşık 248 bin groston ağırlığı, 365 metre uzunluğu, 20 güvertesi, 2 bin 805 kabini ve 5 bin 610 yolcu kapasitesiyle Legend of the Seas, dünyanın en büyük ve en dikkat çekici kruvaziyer gemileri arasında yer alıyor. Gemi, büyüklüğünün yanı sıra sunduğu eğlence ve konaklama

olanaklarıyla da öne çıkıyor. Legend of the Seas'te sekiz farklı tematik mahalle, 40'tan fazla yeme-içme noktası, dünyanın en büyük deniz üstü su parklarından biri olan Category 6, AquaDome eğlence merkezi, Crown's Edge macera parkuru ve ailelere özel Surfside bölgesi bulunuyor. Gemi, her yaş grubuna hitap eden deneyimleriyle yeni nesil tatil anlayışını denizlere taşıyor. Temmuz 2026 itibarıyla hizmete başlayacak olan Legend of the Seas, ilk sezonunda Roma (Civitavecchia) ve Barselona çıkışlı 7 gecelik Batı Akdeniz programları gerçekleştirecek. Gemi; Palma de Mallorca, La Spezia (Floransa & Pisa), Napoli ve Marsilya limanlarını kapsayan rotalarda misafirlerini ağırlayacak. Akdeniz sezonunun ardından Atlantik geçişi yapacak olan gemi, Kasım 2026 itibarıyla Florida'nın Fort Lauderdale limanına konuşlanarak Doğu ve Batı Karayipler seferlerine başlayacak. Royal Caribbean'in özel adası Perfect Day at CocoCay'in de dahil olduğu programların ardından Legend of the Seas'in 2027 yaz

sezonunda yeniden Akdeniz'e dönmesi planlanıyor. Türkiye'den gelen yoğun ilgi doğrultusunda hazırlanan İstanbul çıkışlı uçaklı paketler ve Türkçe rehberlik hizmeti sayesinde Türk misafirler, dünyanın en yeni Icon Class gemisini konforlu bir şekilde deneyimleme fırsatı buluyor. Uçuş, transfer, cruise deneyimi ve Türkçe rehberlik hizmetlerini bir araya getiren programlar, özellikle aileler ve ilk kez cruise tatiline çıkacak misafirler için önemli avantajlar sunuyor. Legend of the Seas'in kruvaziyer sektöründe yeni bir dönemi temsil ettiğini belirten Royal Caribbean Türkiye Direktörü Alper Taşkiranlar, "Legend of the Seas, Royal Caribbean'in yenilikçilik vizyonunun ve misafir deneyimine yaptığı yatırımın en güçlü örneklerinden biri. 29 Haziran – 3 Temmuz 2026 tarihleri arasında düzenlenecek özel açılış etkinliklerinde seyahat acentelerimiz, iş ortaklarımız ve özel misafirlerimiz gemiyi ilk kez yerinde deneyimleme fırsatı bulacak" dedi.

Sabiha Gökçen'in Londra ağı Gatwick ile genişliyor

İstanbul Sabiha Gökçen Uluslararası Havalimanı, uluslararası uçuş ağını Avrupa'nın önemli merkezleriyle güçlendirmeye devam ediyor. Pegasus Hava Yolları tarafından İstanbul Sabiha Gökçen Uluslararası Havalimanı ile Londra Gatwick Havalimanı arasında başlatılan direkt seferler, havalimanının Birleşik Krallık pazarındaki erişimini daha da artıracak. İngiltere'nin kalbine en hızlı, konforlu ve esnek ulaşım alternatifini sunan bu yeni hat, hem iş dünyası hem de dinamik turizm sektörü için zaman avantajı sağlıyor. Mevcut Londra Stansted

operasyonlarının ardından İngiltere'nin en işlek ve stratejik merkezlerinden biri olan Londra Gatwick Havalimanı'na başlatılan bu kesintisiz hat, iki ülke arasındaki ticari ve kültürel bağları pekiştirecek bir köprü niteliği taşıyor. Airbus A320 ailesinin çevre dostu ve modern uçaklarıyla gerçekleştirilecek uçuşlar ile İstanbul Sabiha Gökçen ile Londra Gatwick arasında yaklaşık 4 saat 20 dakikalık uçuş süresiyle her gün karşılıklı seferler gerçekleştirilecek. Gatwick Havalimanı, gelişmiş demiryolu ve karayolu ağlarıyla Londra merkezine doğrudan ve kesintisiz



entegrasyon sağlayarak yolculara vakitten tasarruf sunuyor. Özellikle zaman kısıtı yüksek olan iş dünyası temsilcileri ve esnek seyahat planlayan turistler için bu büyük bir kolaylık anlamına geliyor.

THY, üç yıl sonra Seyşeller uçuşlarına geri döndü



Hint Okyanusu'nun gözde turizm destinasyonlarından Seyşeller, bu yaz uluslararası hava bağlantılarında önemli bir güç kazanıyor. Katar Havayolları, Türk Hava Yolları ve Aeroflot'un seferlerini yeniden başlatması veya artırmasıyla birlikte adalara erişim önemli ölçüde kolaylaşacak. Gelişmeler arasında en dikkat çeken adımlardan biri ise Türk Hava Yolları'nın (THY) üç yıl aradan sonra yeniden yaz sezonunda Seyşeller uçuşlarına başlaması oldu. Türk Hava Yolları, 17 Haziran itibarıyla Seyşeller

seferlerini yeniden başlatarak destinasyonu yaz tarifesine dahil etti. Daha önce yalnızca kış sezonunda, ekim sonundan mart ayına kadar uçuş gerçekleştiren THY, son üç yıldır yaz aylarında adalara sefer düzenlemiyordu. İstanbul ile Seyşeller arasında Airbus A330-300 tipi uçaklarla gerçekleştirilen uçuşlar, adaları Avrupa, Asya, Orta Doğu ve Kuzey Amerika'ya bağlayan İstanbul Havalimanı üzerinden geniş bir aktarma ağına entegre edecek. THY, ilk etapta haftada iki frekansla operasyon gerçekleştirecek. Temmuz ayının ilk haftasına kadar çarşamba ve pazar günleri yapılacak uçuşlara, 6 Temmuz'dan itibaren cuma günü eklenecek ve haftalık sefer sayısı üçe çıkacak. Seyşeller Turizm Kurulu CEO'su Vesna Rakic, artan hava bağlantılarının destinasyon açısından büyük önem taşıdığını belirterek, Türk Hava Yolları'nın yaz sezonuna dönüşünün ülke turizmi için önemli bir gelişme olduğunu söyledi. Rakic,

"Küresel turizm rekabetinin yoğunlaştığı bir dönemde Türk Hava Yolları, Qatar Airways ve Aeroflot'un Seyşeller'e olan ilgisini artırması destinasyonumuza duyulan güvenin açık bir göstergesidir" dedi. Qatar Airways, 16 Haziran'da Seyşeller seferlerini yeniden başlatırken Doha üzerinden haftada dört uçuş gerçekleştirecek. Rusya'nın bayrak taşıyıcı hava yolu şirketi Aeroflot ise 8 Temmuz'dan itibaren Moskova-Seyşeller hattında haftada iki frekansla operasyonlarına yeniden başlayacak. Sektör temsilcileri, artan kapasitenin özellikle Avrupa, Orta Doğu, Asya ve Rusya pazarlarından gelecek turist sayısını artırmasını bekliyor. Yeni uçuşlarla birlikte Seyşeller, Hint Okyanusu'nun en erişilebilir ada destinasyonlarından biri olma konumunu daha da güçlendirirken, Türk Hava Yolları'nın yaz sezonuna dönüşü de bu süreçte kritik rol oynayacak.

SunExpress'ten yeni uçuş hatları

Türk Hava Yolları ve Lufthansa'nın ortak kuruluşu SunExpress, yaz programı kapsamında Karadağ'ın başkenti Podgorica'yı uçuş ağına ekliyor ve İzmir ve Antalya'dan Podgorica'ya direkt seferlerini başlatıyor. SunExpress, 12 Haziran itibarıyla İzmir ile Podgorica arasında Salı ve Cuma günleri olmak üzere haftada iki kez karşılıklı sefer düzenlemeye başladı. Yeni hat, Ege Bölgesi'nden Karadağ'a hızlı ve konforlu ulaşım imkânı sunarken, Karadağlı ziyaretçilerin de İzmir'in tarihi, kültürel ve gastronomik zenginliklerini keşfetmesine olanak tanıyacak. 14 Haziran'da başlayan Antalya-Podgorica seferleri ise, Salı ve Pazar günleri gerçekleştirilecek. SunExpress, yeni hattıyla Karadağ'ı Akdeniz'in en önemli turizm merkezlerinden Antalya'ya doğrudan bağlayarak iki destinasyon arasındaki erişimi daha da kolaylaştıracak. Tarihi şehirleri, doğal güzellikleri ve Adriyatik kıyısındaki sahilleriyle dikkat çeken Karadağ, son yıllarda Türk tatilcilerin ilgi gösterdiği destinasyonlar arasında yer alıyor. SunExpress'in yeni Podgorica seferleri, iki ülke arasındaki karşılıklı turizm hareketliliğini desteklerken kültürel ve

ekonomik bağların güçlenmesine de katkı sağlayacak. Türkiye ile Avrupa arasında güçlü bir hava köprüsü kuran SunExpress, Türkiye'nin turizm potansiyelini yeni pazarlara taşımaya ve misafirlerine daha fazla direkt bağlantı seçeneği sunmaya devam ediyor.

SunExpress, İzmir'den Almatı'ya uçuşlara başlıyor

SunExpress, İzmir ile Kazakistan'ın Almatı şehri arasında direkt uçuşlarını başlatacağını duyurdu. Temmuz sonu itibarıyla başlayacak seferler, Salı ve Cuma günleri olmak üzere haftada iki kez gerçekleştirilecek ve iki ülke arasındaki hava ulaşımını daha da güçlendirecek. Yeni hat sayesinde yolcular, Kazakistan'ın en büyük şehri ve Orta Asya'nın önemli kültür, finans ve ticaret merkezlerinden biri olan Almatı'ya konforlu bir şekilde ulaşma imkânı bulacak. SunExpress, yaz programı kapsamında yolcularına yeni seyahat seçenekleri sunmaya devam ederken, İzmir-Almatı hattıyla Türkiye ile Kazakistan arasındaki turizm ve iş seyahati potansiyelini desteklemeyi amaçlıyor.



SunExpress'ten Romanya'da yeni hat: Timişoara

SunExpress, 2026 yaz sezonunda Romanya hattını yeni bir destinasyonla genişletiyor. Hava yolu, 14 Haziran itibarıyla Antalya'dan Timişoara'ya direkt uçuşlarına başladı. SunExpress ile Antalya – Timişoara uçuşları yaz sezonu boyunca Perşembe ve Pazar günleri olmak üzere haftada iki kez gerçekleştiriliyor. Antalya ile Bükreş arasındaki mevcut operasyonlarını da yaz sezonunda haftada dört frekansla sürdüren hava yolu, yeni hattıyla Türkiye ile Romanya arasındaki hava bağlantılarını güçlendirirken, Antalya'nın uluslararası turizm hareketliliğine katkı sağlıyor. SunExpress, genişleyen uçuş ağıyla yolcularına daha fazla seyahat seçeneği sunarken, Türkiye'nin turizm potansiyelinin uluslararası pazarlarda daha geniş kitlelere ulaşmasına katkı sağlamayı sürdürüyor.

Homeport hamlesi Türkiye'nin kruvaziyer turizmi gelirlerini katlayacak



Ahmet Yazıcı

Nisan ayında Türkiye limanlarına gelen kruvaziyer yolcu sayısı 103 bin 896'ya ulaşırken, yılın ilk dört ayında toplam yolcu sayısı 197 bin 683 olarak gerçekleşti. Aynı dönemde Türkiye limanlarına yanaşan kruvaziyer gemi sayısı ise 155 oldu. Nisan ayındaki yolcu hareketliliği, ilk üç ayın toplamını geride bırakarak sektörün yaz sezonuna yüksek bir ivmeyle girdiğini ortaya koydu. Ancak sektör temsilcilerine göre bu yılın asıl dikkat çekici gelişmesi

yalnızca yolcu sayılarındaki artış değil. Türkiye'nin kruvaziyer turizminde "uğrak liman" kimliğinden çıkarak Akdeniz'in önemli "homeport" merkezlerinden biri haline gelmeye başlaması yeni dönemin en önemli göstergesi olarak değerlendiriliyor. İstanbul'un kruvaziyer seferlerinin başlangıç ve bitiş noktası olarak daha fazla tercih edilmeye başlaması sektörün ekonomik etkisini de büyütüyor. Kruvaziyer turizminde yaşanan dönüşümün rakamların ötesinde değerlendirilmesi gerektiğini belirten Sea Genesis Group Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Yazıcı, "Türkiye son yıllarda kruvaziyer turizminde önemli bir ivme yakaladı. Ancak bugün geldiğimiz noktada konuşmamız gereken konu sadece yolcu sayıları değil. Artık İstanbul başta olmak üzere bazı limanlarımız kruvaziyer şirketleri tarafından sefer başlangıç noktası olarak tercih ediliyor. Bu dönüşüm Türkiye'nin kruvaziyer

ekonomisinden aldığı payı büyütecek çok önemli bir gelişmedir." dedi. Kruvaziyer turizminde homeport modelinin klasik uğrak limanlara göre çok daha yüksek ekonomik değer oluşturduğunu belirten Ahmet Yazıcı, yolcuların seyahat öncesinde ve sonrasında şehirlerde konakladığını, ulaşım, yeme içme, alışveriş ve kültür turizmine daha fazla harcama yaptığını söyledi. Yazıcı, "Bir kruvaziyer yolcusunun birkaç saatliğine şehri ziyaret etmesi ile seyahatine Türkiye'den başlaması arasında çok ciddi ekonomik fark bulunuyor. Homeport yolcuları otellerde konaklıyor, havalimanlarını kullanıyor, şehir ekonomisine doğrudan katkı sağlıyor. Bu nedenle Türkiye'nin hedefi yalnızca daha fazla gemi ağırlamak değil, daha fazla ana liman operasyonuna ev sahipliği yapmak olmalıdır." açıklamasını yaptı.

Almatı-Dalaman uçuşları başladı

Almatı-Dalaman bağlantısı, Dalaman Havalimanı'nın uluslararası uçuş ağını güçlendirme ve bölgeyi farklı pazarlara açma hedefi doğrultusunda önemli bir adım olduğu açıklandı. Yaz sezonu boyunca devam edecek seferler kapsamında Air Astana, Kazakistan'dan Dalaman'a haftada 4 uçuş gerçekleştirecek. Programda Almatı'den 2, Astana'dan ise 2 frekans yer alacak. Kazakistan pazarının son yıllarda Türkiye'ye ve

özellikle Muğla'ya yönelik ilgisinin artmasıyla birlikte, Dalaman'a başlatılan uçuşların bölge turizmine önemli katkı sağlaması bekleniyor. Yeni bağlantı sayesinde Almatı ve Astana'dan Dalaman'a erişim daha hızlı ve konforlu hale gelirken; Fethiye, Marmaris, Göcek ve çevresindeki turizm destinasyonlarının Orta Asya pazarındaki görünürlüğünün de güçlenmesi hedefleniyor.



BRICS turizmi 8,3 trilyon dolara koşuyor

Türkiye Turizm Ansiklopedisi'nin, Future Market Insights (FMI) tarafından hazırlanan rapordan derlediği bilgilere göre, BRICS ülkelerinde turizm sektörünün hacminin bu yıl sonunda 5,5 trilyon ABD dolarına ulaşması bekleniyor. Söz konusu hacmin, 2036 yılına kadar ise yıllık ortalama %4,2'lik büyümelerle 8,3 trilyon dolara çıkacağı tahmin ediliyor. İlk üyeler Brezilya, Rusya, Hindistan, Çin, Güney Afrika'nın İngilizce baş harflerinden oluşan BRICS, uluslararası bir ekonomik ve siyasi iş birliği topluluğudur. Günümüzde aralarında İran, Mısır, Etiyopya ve Birleşik Arap Emirlikleri'nin de bulunduğu ülkeler BRICS'e dahil oldu. BRICS'te turizm dev büyüme yolunda. Bunda hükümetlerin turizm altyapısının modernizasyonu, seyahat erişilebilirliği ve dijital turizm ekosistemlerine yaptığı yatırımların büyük payı var. Hindistan, Güney Afrika, Çin, Brezilya ve Rusya'daki hükümetler, uzun vadeli turizm büyümesini desteklemek için havaalanlarına, ulaşım bağlantılarına, konaklama altyapısına ve turizm geliştirme programlarına yatırım yapıyor. FMI raporunda BRICS'te turizmin 2026-2036 yılları arasında yıllık ortalama 4,2'lik büyümelerle 8,3 trilyon ABD dolarına ulaşacağı ve bu büyümede

kültürel ve miras turizmi payının yüzde 28 olacağı belirtiliyor. Rapor, yerli turistlerin, artan harcanabilir gelir, iyileştirilmiş yurtiçi ulaşım ağları ve bölgesel turizm gelişimine yönelik artan hükümet desteği sayesinde pazarın yüzde 60'ını temsil ettiğine dikkat çekiyor. Raporda mobil öncelikli rezervasyon ekosistemlerinin artışının benimsenmesi, akıllı turizm ve dijital ziyaretçi etkileşim platformlarının geliştirilmesinin sektöre olumlu katkılar sunduğu belirtiliyor. Bundan dolayı yüzde 50'lik payla Online Seyahat Acentelerinin (OTA) baskın rezervasyon kanalı olacağına dikkat çekilerek, yerli turistlerin de turizm pastasındaki paylarının yüzde 50'yi bulacağı bilgisine yer veriliyor. Raporda ayrıca, söz konusu pazar büyümesinde Güney Afrika, Hindistan, Çin, Rusya ve Brezilya'nın başı çekeceği belirtilerek, Çin'de yıllık yüzde 5,2'lik büyümeler kaydeden güçlü yerel turizm ekosistemi ve altyapı yatırımları, Rusya'da yıllık ortalama yüzde 4,9'luk büyümeye sahip bölgesel turizm geliştirme ve modernizasyon girişimleri, Brezilya'da ise yıllık yüzde 4,5'lik ortalamalarla büyüyen ekoturizm büyümesi ve genişleyen konaklama yatırımları olduğu yazılıyor. Sektörün temel oyuncularının Thomas Cook, Cox



and Kings, SOTC, Kesari Tours ve Expedia şeklinde sıralanacağı kaydedilen raporda söz konusu oyuncular hakkında şu bilgiler veriliyor: Thomas Cook, bütünleşmiş turizm hizmetlerine ve küresel seyahat altyapısına odaklanıyor. Cox and Kings, özelleştirilmiş seyahat deneyimlerine ve uluslararası tur operasyonlarına önem veriyor. SOTC, bölgesel seyahat uzmanlığı ve çeşitlendirilmiş teklifleriyle konumunu güçlendiriyor. Kesari Tours, grup seyahatleri ve yerel turizm paketlerinde uzmanlaştı. Expedia, dijital rezervasyon ekosistemlerinden ve çevrimiçi seyahat teknolojisi platformlarından yararlanıyor. Başlıca rekabet faktörleri ise dijital rezervasyon kolaylığı, seyahat paketi özelleştirmesi, müşteri hizmetleri yetenekleri, coğrafi erişim ile konaklama ve ulaşım ağları genelinde stratejik ortaklıklar olarak belirtiliyor.

Kültürel miras turizmi 888 milyar dolarlık pazara doğru büyüyor

Küresel turizm endüstrisinde deneyim odaklı seyahat anlayışının güçlenmesi, kültürel miras turizmini sektörün en hızlı büyüyen alanlarından biri haline getiriyor. Türkiye Turizm Ansiklopedisi'nin, Mordor Intelligence verilerinden derlediği bilgilere göre, 2026 yılında 675 milyar dolarlık büyüklüğe ulaşması beklenen küresel kültürel miras turizmi pazarının, yıllık ortalama yüzde 5,6 büyüyerek 2031 yılında 888 milyar dolara yükselmesi öngörülmüyor. Özellikle Avrupa'nın önde gelen turizm merkezlerinde aşırı turizme karşı alınan önlemler, ziyaretçi akışını alternatif destinasyonlara yönlendiriyor. Kalabalık kentler yerine yerel yaşamın, tarihi dokunun ve özgün kültürel deneyimlerin ön plana çıktığı küçük şehirler ve kırsal bölgeler giderek daha fazla ilgi görüyor. Bu değişim, hem turizm gelirlerinin daha geniş bir coğrafyaya yayılmasını sağlıyor hem de yerel toplulukların ekonomik kalkınmasına katkıda bulunuyor. Topluluk temelli turizm uygulamaları, yerel konaklama girişimleri ve dijital tanıtım kampanyaları sayesinde daha önce sınırlı bilinirliğe sahip destinasyonlar uluslararası turizm pazarında görünürlük kazanıyor. Söz konusu dönüşüm, yeni istihdam alanları

yaratırken kültürel değerlerin korunmasına da destek veriyor. Ulaşım altyapısındaki gelişmeler ve sürdürülebilir seyahat seçeneklerinin yaygınlaşması ise yükselen destinasyonların rekabet gücünü artırıyor. Kültürel miras turizmini besleyen önemli eğilimlerden biri de soy ağacı ve diaspora turizmine yönelik artan talep olarak öne çıkıyor. DNA testlerinin yaygınlaşması ve aile geçmişine yönelik araştırmalara ilginin artması, milyonlarca insanı köklerinin bulunduğu bölgelere seyahat etmeye teşvik ediyor. Bu gelişme doğrultusunda birçok ülke, diaspora topluluklarını hedefleyen turizm stratejileri geliştiriyor. Yerel konaklama seçenekleri, kültürel etkinlikler, arşiv ve soy ağacı araştırma hizmetleri ile geleneksel yaşam deneyimleri, ziyaretçilere daha kişiselleştirilmiş seyahat fırsatları sunuyor. Uzmanlar, bu eğilimin çok kuşaklı aile seyahatlerini ve yüksek katma değerli turizm harcamalarını da desteklediğine dikkat çekiyor. Sektördeki büyümenin arkasında yalnızca kültürel deneyimlere yönelik artan talep değil, aynı zamanda teknolojik dönüşüm de bulunuyor. Yapay zekâ destekli seyahat planlama araçları, sanal ön izleme uygulamaları ve artırılmış gerçeklik



teknolojileri, ziyaretçilerin destinasyonları daha yakından tanımasına ve seyahat deneyimlerini zenginleştirmesine olanak sağlıyor. Öte yandan çevresel ve sosyal sürdürülebilirlik konularına duyarlı yeni nesil gezginler, turizm işletmelerini daha sorumlu modeller geliştirmeye yönlendiriyor. Yerel halkın turizmden daha fazla fayda sağlamasını hedefleyen topluluk temelli yaklaşımlar ile çevre dostu uygulamalar, sektörün geleceğini şekillendiren temel unsurlar arasında yer alıyor. Mordor Intelligence verileri, kültürel miras turizminin önümüzdeki beş yıllık dönemde de güçlü büyümesini sürdüreceğine işaret ediyor. Pazarın 2031 yılı itibarıyla 888 milyar dolarlık büyüklüğe ulaşması, kültürel mirasın artık yalnızca korunması gereken bir değer değil, aynı zamanda küresel turizm ekonomisinin stratejik büyüme alanlarından biri haline geldiğini ortaya koyuyor.

MICE pazarında aslan payı Asya-Pasifik'in



Asya-Pasifik bölgesinin 2034 yılına kadar 3,1 trilyon ABD dolarına ulaşması beklenen MICE (Toplantı, Teşvik, Konferans ve Sergi) pazarının asla payını alması bekleniyor. Türkiye Turizm Ansiklopedisi'nin Straits Research'ün yeni raporundan derlediği bilgilere göre, geçen yıl hacmi 1,23 trilyon ABD doları olarak gerçekleşen küresel MICE pazarının, önümüzdeki on yılda iki katından fazla büyümesi bekleniyor. Söz konusu raporda, küresel MICE pazarının hacmi 2034 yılına kadar yıllık ortalama yüzde 10'luk büyümelerle 3,1 trilyon ABD dolarına ulaşacağı belirtiliyor. Bu manzaranın, jeopolitik gerilimler, ekonomik

belirsizlik, artan etkinlik maliyetleri ve değişen iş seyahati modellerine rağmen ortaya çıktığı hatırlatılıyor. Rapor, turizm yayınları, etkinlik sektörü raporları, şirket açıklamaları, kongre bürosu istatistikleri ve konaklama veri tabanları gibi ikincil kaynakları dikkate alıyor. Ortaya çıkan rakamların doğrulanması amacıyla; etkinlik organizatörleri, mekan işletmecileri, konaklama sağlayıcıları ve sektör uzmanlarıyla yapılan birincil görüşmelerle desteklenmiş. Rapora göre, geçen yıl küresel MICE pazarının yüzde 40'ını oluşturan Asya- Pasifik, bu alanda baskın bölge konumunda bulunuyor. Maliyet rekabeti, genişleyen kongre altyapısı ile artan kurumsal faaliyetler, bölgedeki destinasyonların uluslararası toplantı ve sergilerden daha büyük bir pay çekmesine yardımcı olduğu belirtiliyor. Raporun yazarları konuyla ilgili olarak şu saptamaları yapıyor: "Kuzey Amerika ve Avrupa'ya kıyasla, birçok Asya-Pasifik

bölgesi, mekan, konaklama, iş gücü ve etkinlik hizmetleri için önemli ölçüde daha düşük maliyetler sunuyor. Bu da organizatörlerin büyük ölçekli konferans ve sergileri çok daha düşük bir maliyetle düzenlemelerine olanak tanıyor. Hindistan, Tayland, Malezya, Çin ve Singapur gibi pazarlar bu büyümenin başlıca faydalanıcıları olarak karşımıza çıkıyor. Hindistan'ın Delhi, Mumbai, Bengaluru ve Haydarabad gibi büyük iş merkezlerinde daha fazla çokuluslu şirket faaliyet göstermeye başladıkça, toplantılara, liderlik zirvelerine, ürün lansmanlarına ve sektör konferanslarına olan talep önemli ölçüde arttı." Bu arada, Singapur'un MICE merkezi olarak konumu, dünya standartlarındaki altyapısı, stratejik konumu, iş dostu ortamı, hava bağlantıları, vize kolaylığı sağlayan politikaları ve güvenlik konusundaki itibarı sayesinde güçlenmeye devam ediyor.

Avrupa turizminde iflas dalgası sürüyor: 15 yıllık lüks tur operatörü iflas etti

Dijital rezervasyon kanallarının pazar payını artırması ve küresel ölçekte zayıflayan tüketici talebi, Avrupa genelindeki geleneksel seyahat acentelerini zorlu bir varoluş mücadelesiyle baş başa bıraktı. Sektör üzerindeki bu yoğun finansal baskı son altı ayda peş peşe iflasları beraberinde getirirken, kervana katılan son isim 15 yıldır lüks kayak destinasyonlarına yönelik turlar düzenleyen İngiltere merkezli seyahat firması Travel Bespoke oldu. İngiltere'nin Sussex bölgesinde konumlanan Travel Bespoke, düşük tüketici güven endeksleri ve uçak bileti ile konaklama rezervasyonlarının büyük ölçüde mobil uygulamalara kaymasıyla rekabet gücünü kaybetti. Yaşanan bu dijital dönüşüm ve pazar daralması sadece tek bir markayla da sınırlı kalmadı. Son yarım yıllık süreçte İngiltere'den

Great Little Escapes, Salamander Voyages ve Jetline; İsveç'ten MixxTravel; Fransa'dan kruvaziyer şirketi Expedis Exploration ve ABD merkezli GoPlay Sports Tours gibi pek çok oyuncu faaliyetlerini sonlandırmak zorunda kaldı. Yaşanan mali kriz neticesinde Travel Bespoke, paket tur satışı yapan acenteler için yasal zorunluluk taşıyan ve olası iflas durumlarında tüketicinin haklarını koruma altına alan ATOL (Air Travel Organisers' Licensing) lisansını kaybettiğini duyurdu. Temelleri 2011 yılında atılan ve Fransa, İsviçre, Avusturya, İtalya, ABD ile Kanada'nın en prestijli kayak merkezlerine yönelik kişiye özel, lüks tatil paketleri organize eden şirket, 15 yıllık faaliyet döneminin ardından pazara veda etti. İflas kararının ardından şirkete ait resmi internet siteleri erişime kapatıldı.



Yetkililer, yasal koruma sağlayan ATOL güvencesi altındaki müşterilerle doğrudan temas kurulduğunu bildirdi. Henüz kendisiyle iletişime geçilmeyen ancak rezervasyon belgeleri doğrultusunda tazminat hakkı bulunduğunu düşünen seyahat severlerin, gerekli evraklarla birlikte ilgili kurumlara başvuru yapması gerektiği açıklandı. Yaşanan tasfiye nedeniyle seyahat planları sekteye uğrayan tüketicilerin mali hak ve tazminat taleplerini en geç 28 Mayıs 2027 tarihine kadar iletmeleri gerekiyor.

ATIA ve CATO, seyahat sektörü için güçlerini birleştirdi



Avustralya Seyahat Endüstrisi Birliği (ATIA) ve Avustralya Tur Operatörleri Konseyi (CATO), ATIA üyelerinin kesin oylamasıyla güçlerini başarılı bir şekilde birleştirdi. Türkiye Turizm Ansiklopedisi'nin TDM.com'dan derlediği habere göre, söz konusu hamle 1 Temmuz 2026'dan itibaren geçerli olacak. Bu hamleyle CATO, ATIA bünyesinde

bir bölüm haline gelecek ve Avustralya'daki seyahat acentelerini, tur operatörlerini, toptancılarını ve seyahat yönetim şirketlerini daha güçlü, tek bir kuruluş altında birleştirmeyi amaçlayacak. Temmuz ayından itibaren CATO, ATIA bünyesinde Avustralya Tur Operatörleri Konseyi Bölümü olarak faaliyet gösterileceği, kimliği ile bağımsızlığının da ATIA anayasası tarafından korunacağı belirtiliyor. Birleşme, çifte üyeler için operasyonları kolaylaştırmayı ve tek bir üyelik ve akreditasyon şeması sunmayı amaçlıyor. CATO üyeleri için ATIA üyeliğinin ilk yılı mevcut CATO kaynaklarıyla finanse edilecek ve CATO etkinlik takvimi en az iki yıl daha devam edecektir. ATIA Başkanı Christian Hunter, birleşmeden duyduğu

heyecanı dile getirerek, "Daha güçlü ve daha temsili bir ATIA, daha etkili savunuculuk yapma, daha titiz akreditasyon sağlama ve üyelerini değişim süreçlerinde destekleme konusunda daha iyi bir konumda olacaktır" dedi. CATO Başkanı Dennis Bunnik de bu görüşü destekleyerek, birleşmenin arazi arzı sektörü için önemli bir adım olduğunu vurguladı. Birleşmenin, seyahat sektörünün profilini yükseltip, yeni yetenekleri çekmesi bekleniyor. ATIA'nın kapsamlı savunuculuk ve altyapısıyla artık CATO üyelerini destekleyeceği kaydediliyor. Bu stratejik uyumla, tüm taraflar için daha iyi sonuçlar sağlanıp, Avustralya seyahat sektörünün sağlam bir geleceğe sahip olması hedefleniyor.

Düzenli Bağışla Umudu Bağışla

Her düzenli bağış bir çocuğun umudunu yeniden yeşertir.
Küçücük bir iyilik damlası, bir hayatın tüm hikayesini baştan yazabilir.
Ve o hikaye, sizin ellerinizle şekillenir.

losev.org.tr/sayenizde



Ankara turizminin geleceğine yön verecek komisyonlar oluşturuldu



Berker Bülüoğlu

Ankara'nın sahip olduğu tarihsel miras, kültürel zenginlik, sağlık altyapısı, kongre kapasitesi ve gastronomi değerlerinin daha görünür hale getirilmesini hedefleyen Ankara Turizm Derneği, sektörün farklı paydaşlarını ortak bir çalışma zemini altında buluşturdu. Oluşturulan komisyonlar aracılığıyla sektörün ihtiyaçlarının belirlenmesi, çözüm önerilerinin geliştirilmesi ve Ankara'nın turizmdeki konumunu güçlendirecek çalışmaların hayata geçirilmesi amaçlanıyor. ATD bünyesinde oluşturulan komisyonlarda otelcilik, gastronomi, ulaşım, medya ve iletişim, alışveriş merkezleri, sağlık turizmi, akademi, kongre ve fuarcılık ile kültür-sanat

alanlarından temsilciler görev alıyor. Komisyon yapısı sayesinde Ankara turizmini ilgilendiren farklı başlıkların bütüncül bir yaklaşımla ele alınması ve sektörler arası koordinasyonun güçlendirilmesi hedefleniyor. Bu kapsamda; Oteller ve Konaklama Tesisleri Komisyonu, Restoran ve Gastronomi Komisyonu, Ulaşım ve Araç Kiralama Komisyonu, Medya Tanıtım ve İletişim Komisyonu, AVM ve Alışveriş Komisyonu, Sağlık Turizmi Komisyonu, Akademik İş Birlikleri Komisyonu, Acenta, Kongre ve Fuar Komisyonu ile Kültür ve Müzeler Komisyonu oluşturuldu. Komisyonlar; Ankara'nın turizm çeşitliliğinin artırılması, yeni destinasyon ve deneyim alanlarının geliştirilmesi, ulusal ve uluslararası tanıtım faaliyetlerinin desteklenmesi, sektör temsilcileri arasındaki iş birliklerinin artırılması ve başkentini ziyaretçi deneyiminin güçlendirilmesine yönelik

çalışmalar yürütecek. ATD Kurucu Başkanı Berker Bülüoğlu, Ankara'nın sahip olduğu potansiyelin ancak güçlü iş birlikleriyle daha görünür hale gelebileceğini belirterek, "Ankara çok güçlü bir turizm çeşitliliğine sahip. Tarihi mirası, kültürel değerleri, gastronomisi, sağlık altyapısı, üniversiteleri ve kongre kapasitesiyle Türkiye'nin en önemli şehirlerinden biri konumunda bulunuyor. Bu potansiyelin daha etkin değerlendirilmesi için sektörün tüm paydaşlarını aynı masa etrafında buluşturmayı önemsiyoruz. Oluşturduğumuz komisyonlar yalnızca çalışma grupları değil; Ankara'nın turizm geleceğine yön verecek ortak akıl platformları olacak. Amacımız Ankara'nın sahip olduğu değerleri daha görünür hale getirmek, yeni projeler geliştirmek ve başkentimizi ulusal ve uluslararası ölçekte daha güçlü bir turizm destinasyonu haline getirmek" dedi.

E.C.A. Emar A.Ş.'den genç iklimlendirmecilere kariyer rehberliği

Emar Satış Sonrası Müşteri Hizmetleri Sanayi ve Ticaret A.Ş., mesleki eğitime destek çalışmaları kapsamında gençlerle buluşmaya devam ediyor. Okul yönetiminin daveti üzerine 21 Mayıs 2026 tarihinde İstanbul – Sancaktepe, Samandıra Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi Tesisat Teknolojisi Alanı öğrencileriyle gerçekleştirilen etkinlikte, EMAR'ın uzman mühendis kadrosu sektörün güncel dinamiklerini, mesleki gelişim fırsatlarını ve geleceğin kariyer trendlerini öğrencilerle paylaştı. Etkinlikte öğrencilere, 70 yılı aşkın köklü geçmişleriyle Türkiye sanayisinin

öncü kuruluşlarından biri olan Elginkan Topluluğu'nun kurumsal kültürü aktarıldı. Topluluğun kurucusu Merhum Hüseyin Ekrem Elginkan'ın "Kurumsal Ahlak" vizyonunun altını çizen EMAR'ın makine mühendisleri, kalıcı iş başarısının sadece teknik yetkinlikle değil, iş etiğine sadakatle mümkün olduğunu kendi saha tecrübeleri üzerinden anlattı. Tesisat teknolojisi ve mühendislik alanında kariyer planlayan gençlerin mezuniyet sonrası sahip olmaları gereken donanımların ele alındığı buluşmada eğitim fırsatlarına da değinildi. Elginkan Vakfı



bünyesinde faaliyet gösteren Ümmehan Elginkan ve Ahmet Elginkan Mesleki ve Teknik Eğitim Merkezleri'nde sunulan ücretsiz mesleki eğitim programları hakkında da öğrencileri bilgilendirdi.

Turizmde iş birliği ve gelecek zirvesi, yoğun ilgi ile hayata geçirildi



Uluslararası MICE Endüstrisi Derneği (I-MICE) ve İstanbul Nişantaşı Üniversitesi iş birliğiyle düzenlenen "Turizmde İş Birliği ve Gelecek Zirvesi", sektör profesyonellerini, akademisyenleri ve öğrencileri aynı platformda buluşturdu. Zirvede; yapay zekâ dönüşümü, uluslararası rekabet gücü ve sürdürülebilirlik ekseninde Türkiye'nin MICE turizmindeki geleceği ele alındı. I-MICE Derneği, sektörün geleceğini şekillendirecek tartışmaları akademi ve profesyonellerle ortak bir zeminde buluşturduğu "Turizmde İş Birliği ve Gelecek Zirvesi"ni 8 Haziran 2026 tarihinde İstanbul Nişantaşı Üniversitesi'nde gerçekleştirdi.

TÜROB'un desteği ile büyüyen zirve kapsamında Türkiye'nin MICE turizmindeki mevcut konumu, uluslararası sıralamalardaki yükselişi ve yapay zekâ ile dönüşen yeni iş modelleri alanında önemli başlıklar değerlendirildi. Açılış oturumunda konuşan I-MICE Derneği Başkanı Işıl Özmen, derneğin 10. yılını kutlamanın gururunu yaşadıklarını belirterek MICE turizminin ülkemize yüksek katma değer yaratan, destinasyonların marka değerini yükselten ve ekonomiye önemli katkılar sağlayan stratejik bir alan olduğunu vurguladı. Özmen konuşmasında ayrıca, I-MICE Akademi çatısı altında yürütülen eğitim ve üniversitelerle yapılan iş birlikleri sayesinde öğrencilerin sektörü tanıma, staj imkânı bulma ve sahada deneyim kazanma fırsatı elde ettiğini ifade etti. İstanbul Nişantaşı Üniversitesi ile 2025 yılında başlayan iş birliğinin zirveye ev sahipliği yaparak akademi ile sektörü buluşturan

anamlı bir katkı sunduğunu, TÜROB'un otellerle kurduğu güçlü dayanışmanın ise B2B görüşmelerin verimli ortaklıklara dönüşmesinde kritik bir rol oynadığını dile getirdi. TÜROB Başkan Danışmanı Armin Zerunyan'ın moderatörlüğünü yaptığı ve Hasan Eker (TÜRSAB Başkan Yardımcısı), Mustafa Devrim Yalçın (İstanbul Skat Kulübü Başkanı), Balcan Oğuz (Divan Otelleri Merkez Satış Direktörü), Uğur Talayhan (TÜROB Başkan Danışmanı) ile Hümeysra Demir'in (İstanbul Nişantaşı Üniversitesi Öğr. Gör., Turist Rehberliği Program Başkanı) panelist olarak bulunduğu zirvenin ilk oturumunda, IMEX Frankfurt'ta Mayıs ayında açıklanan ICCA 2025 sıralamaları üzerinden Türkiye'nin MICE sektöründeki yükselişi masaya yatırıldı. İstanbul'un uzun bir aradan sonra dünyada 18'inci, Avrupa'da 13'üncü sıraya yükselmesi sektör için önemli bir ivme olarak değerlendirildi.

Turizm Yazarları ve Gazetecileri Derneği (TUYED) 15. olağan Genel Kurulu İstanbul'da gerçekleştirildi

Point Hotel Taksim'in ev sahipliğinde gerçekleştirilen Genel Kurul'da yeni Yönetim, Denetleme ve Danışma Kurulları belli oldu. Tek listenin bulunduğu Genel Kurul ile Yönetim, Denetleme ve Danışman Kurulları şu isimlerden oluştu: YÖNETİM KURULU - A.Haluk Özsevim, Salim Uzun, Selçuk Meral, Halil Öncü, Hasan Arslan, Savaş Daş, Mehmet Uluğtürkan. DENETLEME KURULU - İdris Taş, Mehmet Ali Doğan, Sebahattin Ercan. DANIŞMA KURULU - Prof. Dr. Volkan Altıntaş, Meliha Okur, Musa Alioğlu



Turizmin nabızı İstanbul Turizm Fuarı'nda atacak

Turizm sektörünün en önemli buluşma noktalarından biri haline gelen İstanbul Turizm Fuarı (İTF), bu yıl 24-25 Eylül 2026 tarihlerinde Yenikapı Avrasya Gösteri ve Sanat Merkezi'nde dördüncü kez düzenlenecek. Turizm sektörünün lider oyuncularını bir araya getirecek fuar, ulusal ve uluslararası ölçekte büyümesini sürdürürken, Türkiye'nin turizmdeki küresel konumunu daha da güçlendirmeyi hedefliyor. Fuarı turizm sektörünün tüm paydaşlarını küresel liderlik hedefi etrafında buluşturan İTF, her geçen yıl istikrarlı büyümesini sürdürüyor. Geçtiğimiz yıl 314 firmanın katılım sağladığı fuar, bu yıl yüzde 10 büyüyerek 345 katılımcı firmaya ulaştı. Özellikle seyahat acenteleri, tur operatörleri ve otel gruplarının yoğun ilgi gösterdiği organizasyonun ziyaretçi sayısında da önemli bir artış bekleniyor. 2025 yılında 36

bin 500 profesyonelin ziyaret ettiği fuarın, bu yıl 18 binin üzerinde sektör temsilcisini ağırlaması öngörülmüyor. Sadece sektör profesyonellerine açık olarak düzenlenen fuar, katılımcılarına birbir iş görüşmeleri gerçekleştirme ve yeni iş birlikleri geliştirme imkanı sunuyor. Bu yönüyle İstanbul Turizm Fuarı, klasik fuar organizasyonlarının ötesine geçerek somut ticaret fırsatları yaratan bir platform olarak öne çıkıyor. İstanbul Turizm Fuarı öncesinde uluslararası danışmanlık şirketi iş birliğiyle gerçekleştirilen kapsamlı araştırma da Türkiye turizmine yönelik güçlü ilgiyi ortaya koydu. Dream Project Yönetim Kurulu Üyesi ve CEO'su Volkan Ataman, araştırmanın sonuçlarını paylaşırken fuarla ilgili son hazırlıklara ilişkin değerlendirmelerde bulundu. 150 ülkeden 10 bin turizm profesyonelinin katıldığı araştırmaya göre Türkiye pazarı, küresel turizm



sektörünün önemli gündem maddelerinden biri olmaya devam ediyor. Araştırmaya katılan profesyonellerin yüzde 44'ü Avrupa ve İngiltere, yüzde 24'ü Asya, yüzde 15'i Ortadoğu, yüzde 8'i Afrika ve yüzde 9'u Amerika pazarından geliyor. Sonuçlar, Türkiye'nin farklı coğrafyalardan ilgi gören çok yönlü bir destinasyon yapısına sahip olduğunu ortaya koyuyor.

Turizm tesislerinde artık müzik lisansı zorunlu oldu



Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın yayımladığı tebliğ değişikliğine göre turizm tesislerinin genel alanlarında müzik kullanımı için lisans belgesi şartının getirildiği açıklandı. İşletmelerin gerekli lisansları 31 Aralık 2026'ya kadar tamamlaması gerekiyor, yükümlülüğünü yerine getirmeyen tesisler hakkında yasal işlem uygulanacağı belirtildi. Buna göre tesisler, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu kapsamında faaliyet gösteren ilgili federasyonlardan müzik lisans belgesinin alındığını gösterir yazıyı, işletme belgesi başvurusuna eklemek zorundalar. Yetkili federasyonlar ve belgenin alınmasına ilişkin hususlar Bakanlık tarafından belirlenecek.

Uganda turizm profesyonelleri ve İstanbul seyahat acentaları İstanbul'da bir araya geldi

Uganda Cumhuriyeti Ankara Büyükelçiliği, Uganda Turizm Kurulu (Uganda Tourism Board) ve GlobeMeets iş birliğinde düzenlenen "Uganda Destinasyon Tanıtımı ve B2B Networking Etkinliği", 19 Haziran 2026 tarihinde Radisson Collection Hotel Vadistanbul'da yoğun katılımı gerçekleştirildi. İstanbul turizm sektörünün önde gelen temsilcilerini Uganda turizm profesyonelleriyle bir araya getiren etkinlikte, yaklaşık 170 seyahat acentası temsilcisi; Uganda'dan gelen yerel turizm işletmeleri,

Uganda Turizm Kurulu yetkilileri ve Uganda Cumhuriyeti Ankara Büyükelçiliği temsilcileri ile buluştu. Açılış konuşmaları ve destinasyon sunumlarıyla başlayan etkinlik kapsamında Uganda'nın doğal güzellikleri, milli parkları, vahşi yaşam deneyimleri, kültürel mirası ve Türk pazarı için sunduğu yeni turizm fırsatları katılımcılarla paylaşıldı. Programın devamında gerçekleştirilen B2B görüşmelerinde İstanbul seyahat acentaları ile Uganda'dan gelen turizm profesyonelleri birbir iş görüşmeleri



gerçekleştirerek yeni iş birlikleri, tur programları ve karşılıklı turist trafiğinin artırılmasına yönelik fırsatları değerlendirdi. Etkinliğe ayrıca 10'un üzerinde içerik üreticisi ve dijital medya temsilcisi de katılım sağladı. İçerik üreticileri, Uganda'nın turizm potansiyelini yakından tanıma fırsatı bulurken, destinasyonun Türk pazarındaki görünürlüğünü artıracak olası iş birlikleri üzerine görüş alışverişinde bulundu.

Gastronomi ve turizmi dönüştürecek trendler açıklandı



Turizm ve konaklama sektörünün geleceğini şekillendiren sürdürülebilirlik,

yapay zekâ ve dijital dönüşüm başlıkları, Özyeğin Üniversitesi ev sahipliğinde gerçekleştirilen "Tasarım Yoluyla Sürdürülebilirlik: Gastronomi ve Otel Yönetiminde Döngüsel Çözümler ve Gelecek Trendleri Konferansı"nda ele alındı. Özyeğin Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi bünyesindeki Gastronomi ve Mutfak Sanatları ile Otel Yöneticiliği bölümlerinin öncülüğünde düzenlenen konferansta; artan maliyet baskısı, kaynak verimliliği, gıda israfı ve değişen tüketici beklentileri sektörün en önemli gündemleri arasında gösterildi. Konferansın öne çıkan başlıklarından biri "döngüsel gastronomi" yaklaşımı oldu. Hammaddenin yaşam döngüsünün yeniden ele

alınması, yan ürünlerin katma değeri çıktıları dönüştürülmesi ve gıda israfının azaltılmasına yönelik uygulamaların sektörün yeni dönüşüm alanları arasında yer aldığı ifade edildi. Yerel ve mevsimsel tedarik, alternatif proteinler, fonksiyonel gıdalar ve gastronomi deneyiminin hikâyeleştirilmesi de öne çıkan trendler arasında gösterildi. Etkinlikte yapay zekânın gastronomi ve turizm sektöründeki etkisi de kapsamlı şekilde değerlendirildi. Yapay zekâ destekli talep tahmini, stok ve israf yönetimi, kişiselleştirilmiş öneri sistemleri, dinamik fiyatlandırma ve veri analitiği uygulamalarının işletmelerin operasyonel süreçlerinde hızla yaygınlaştığına dikkat çekildi. Teknolojinin, insan deneyimini güçlendiren ve destekleyen bir yapı olarak konumlanması gerektiği vurgulandı. Konferansta ayrıca tüketici beklentilerindeki dönüşümün sektör üzerindeki etkileri de ele alındı. Katılımcılar, tüketicilerin artık ürünün hikâyesi, üretim süreci, sürdürülebilirlik etkisi ve şeffaflık gibi unsurlara daha fazla

önem verdiğine dikkat çekti. Gastronomi rotaları, deneyim odaklı atölyeler, yerel üretici-otel iş birlikleri ve veri destekli gastronomi deneyimleri gibi yeni nesil modellerin yükselişi sektörün geleceğine yön veren başlıklar arasında öne çıktı. Özyeğin Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi Dekanı Gökhan Öztan, konferansın sektörün geleceğine ışık tutan önemli bir bilgi ve deneyim paylaşım platformu sunduğunu belirterek, "Küresel ölçekte yaşanan siyasi gelişmeler, iklim krizi ve ekonomik dalgalanmalar, konaklama ve turizm sektörünün yeni çözüm arayışlarına yönlendiriyor. Bu konferansla sürdürülebilirlik, yapay zekâ, gıda israfının azaltılması ve inovasyon gibi başlıkları sektör temsilcileri ve akademi dünyasıyla birlikte ele alırken, geleceğin restoran ve otellerinin nasıl şekilleneceğine ilişkin önemli değerlendirmeleri bir araya getirdik" dedi.

FUARLAR

YURTDIŞI FUARLAR	Tarih	Fuarın Adı	Konusu	Yeri	Düzenleyen
	28 Ağu. - 09 Eyl. 2026	95. İzmir Enternasyonal Fuarı	Genel Ticaret	Fuarizmir - Yeni Fuar Alanı	İzfaş İzmir Fuarcılık
	01 - 04 Eylül 2026	Foodist 2026 İstanbul Gıda Ve İçecek Ürünleri Fuarı	Gıda Ve İçecek Ürünleri, Su Ürünleri, Yaş Meyve Ve Sebze, Private Label Ürünler, Gıda Depolama Raf Sistemleri, Soğuk Zincir Ve Gıda Lojistiği	İstanbul Tüyp Fuar ve Kongre Merkezi	Tüyp Tüm Fuarcılık Yapım A.Ş. / Alz Grup Uluslararası Fuar
	09 - 12 Eylül 2026	Zuchex 36. Uluslararası Ev Ve Mutfak Eşyaları Fuarı	Cam Ürünler, Çelik Mutfak Eşyaları, Plastik Ürünler, Porselen, Küçük Elektrikli Ev Aletleri, Ev Tekstili,	İstanbul Tüyp Fuar ve Kongre Merkezi	Informa Fuarcılık Anonim Şirketi
	21 - 26 Eylül 2026	Vitahealth Sağlık Turizm Fuarı	Sağlık Turizmi, Sağlık Hizmetleri, Wellness, Tedaviler,	Pullman İstanbul Hotel & Convention Center	Bt Turizm Organizasyon Ve Fuarcılık Ltd. Şti.
	24 - 25 Eylül 2026	İstanbul Turizm Fuarı	Turizm ,Otelier, Seyahat Acentaları, Ülkeler, Tanıtım Büroları, Teknoloji, Servis Sağlayıcılar, Ulaşım Sağlayıcılar, Kongre, Toplantı, Etkinlik	İstanbul Dr. Mimar Kadir Topbaş Gösteri Ve Sanat Merkezi	Dream Project Organizasyon Fuarcılık A.Ş.
	14 - 17 Ekim 2026	Ibaktech 15. Uluslararası Ekmek, Pasta Makinaları, Dondurma, Çikolata Ve Teknolojileri Fuarı	Ekmek, Pasta Makinaları, Dondurma, Çikolata Ve Teknolojileri	İstanbul Fuar Merkezi	Messe Stuttgart Ares Fuarcılık Ltd. Şti.
	26 - 28 Ekim 2026	Uluslararası Antalya Turizm Fuarı	Turizm,Seyahat,Ticaret	Anfaş Antalya Fuar Ve Kongre Merkezi	Gmt Fuarcılık Limited Şirketi
	10 - 14 Kasım 2026	Hostech by Tusid İstanbul	Uluslararası Otel, Restoran, Kafe, Gastronomi Fuarı	İstanbul Tüyp Fuar ve Kongre Merkezi	Tüyp Tüm Fuarcılık Yapım A.Ş
	19 - 21 Kasım 2026	Travel Expo Ankara 9. Uluslararası Turizm Ve Seyahat Fuarı	Seyahat Acenteleri, Otelier, Araç Kiralama, Turizm Büroları, Bakanlıklar, Demekler Ve Birlikler, Belediyeler, Eğitim, Seyahat Malzemeleri	Ankara Ato Kongre Ve Sergi Sarayı 'Congressium'	Atis Fuarcılık Anonim Şirketi
	19 - 21 Kasım 2026	Towel Expo Denizli Havlu Bornoza Otel Tekstili Ve Teknolojileri Fuarı	Havlu Ve Bornoza Ürünleri, Pike Nevresim Ve Yatak Takımları, Her Türlü Otel Tekstili İle Yan Sanayileri Ve Teknolojileri	Egs Kongre Ve Kültür Merkezi Denizli	Trend Fuarcılık Ve Yayıncılık A.Ş.
	19 - 21 Kasım 2026	15.Van Doğu Anadolu Turizm Ve Seyahat Fuarı	Seyahat Acenteleri, Otelier, Rent A Car Şirketleri, Turizm Büroları, Kalkınma Ajansları, Bölgesel Turizm Tanıtma Ofisleri, Kültür Ve Turizm Müdürlükleri	Van Fuar Ve Kongre Merkezi	İpekyolu Expo Fuar A.Ş.
	25 - 28 Kasım 2026	Ethexpo Eurasia Turizm Ve Sağlık Fuarı	Turizm,Sağlık Turizmi,Medikal Alternatif Turizm,- Tıbbi Cihaz İlaç	İstanbul Fuar Merkezi	Discover Events Fuar Ve Organizasyon Limited Şirketi
	02 - 05 Aralık 2026	Uluslararası 7. Otel, Restoran, Kafe, Unlu Mamuller, Fırın, Pastane Ekipmanları ve Ev Dışı Tüketim Ürünleri Fuarı		Fuar İzmir	Gl Platform Fuar HİZ. LTD. ŞTİ.
	10 - 12 Aralık 2026	Hotel Tech Antalya 4. Otel Teknik Ekipman ve Malzemeleri İhtisas Fuarı	Isıtma-Soğutma, Enerji, Arıtma, Havuz, Aydınlatma, Yangın Sistemleri, Otomasyon, Asansör, Peyzaj, Zemin çatı kaplama sist. Vb. firmalar	Nest Kongre ve Fuar Merkezi - Belek / Antalya	Plan T Fuarcılık
	15 - 18 Aralık 2026	Worldfood İstanbul 2026 - 34. Uluslararası Gıda Ürünleri Teknolojileri Fuarı	Süt, Et, Şekerleme & Şekerli Mamuller, Konserve, İçecekler, Dondurulmuş Hazır Gıda, Temel Gıda	İstanbul Fuar Merkezi	Ica Fuarcılık Anonim Şirketi
	12 - 15 Ocak 2027	Anfaş Hotel Equipment - Food Product 37. Uluslararası Konaklama Ağırlama Ekipmanları ve Gıda İçecek İhtisas Fuarı	Otel, Otel Ekipmanları, Temizlik, Endüstriyel, Restoran, Bakım Onarım, Gıda, İçecek	Anfaş Antalya Fuar Ve Kongre Merkezi	ANFAŞ A.Ş.
	28 - 30 Ocak 2027	ATRAX Fuarı	14.Uluslararası Eğlence, park, spor & Rekreasyon alanları Endüstrisi Fuarı	İstanbul Fuar Merkezi	Turex Ulust. Fuarcılık A.Ş.
	04 - 06 Şubat 2027	EMITT 30.Doğu Akdeniz Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı	Acenteler, Otelier, Beldeler, Ülkeler	İstanbul Fuar Merkezi	ICA Fuarcılık A.Ş.
YURTDIŞI FUARLAR	Tarih	Fuarın Adı	Konusu	Yeri	Düzenleyen
	09 - 12 Temmuz 2026	Nusantara Food & Hotel	End. Mutfak, Gıda, Horeca Ekipmanları	Endonezya - Jakarta	Debindo Global Expo
	15 - 17 Temmuz 2026	SIGEP ASIA 2026	Gıda - Otelcilik ve Restoran	Singapur	Messe Turkey Fuarcılık
	17 - 20 Ağustos 2026	Arabian Travel Market (ATM) Turizm Fuarı		BAE - Dubai	TG Expo
	13 - 15 Eylül 2026	Hotel & Hospitality Expo Saudi Arabia		Suudi Arabistan - Riyad	dmg & KAOUN Ltd
	16 - 18 Eylül 2026	HoReCa 2026	Uluslararası Hotel Ekipmanları ve Hizmetleri Fuarı	Kazakistan - Astana	Messe Turkey Fuarcılık
	28 - 30 Eylül 2026	The Hotel Show	26.Uluslararası otel, restoran, mutfak, dekorasyon malzeme ve ekipmanları fuarı	BAE - Dubai	TG Expo
	29 - 30 Eylül 2026	THE FOOD SERVICE INDUSTRY EXPO 2026	Gıda	İngiltere - Londra	Messe Turkey Fuarcılık
	07 - 10 Ekim 2026	IRAQ Home & Hotel Expo	Uluslararası Otel Malzemeleri ve Mobilya Fuarı	Irak - Bağdat	GET Events
	02 - 05 Kasım 2026	Equiphotel Paris	Uluslararası Turizm Fuarı	Fransa - Paris	RX Global
	03 - 05 Kasım 2026	GulfHost 2026	Uluslararası Otel ve Restoran Ekipmanları Fuarı	BAE - Dubai	Selten Uluslararası Fuar ve Aksesuarları Tic. Ltd. Şti.
	13 - 15 Kasım 2026	PHILOXENIA - HOTELIA 2026	Turizm ve Otel, Otel Ekipmanları	Yunanistan - Selanik	Messe Turkey Fuarcılık
	07 - 10 Ocak 2027	VAKANTIEBEURS Turizm ve Rekreasyon Fuarı	Uluslararası Turizm Fuarı	Hollanda - Utrecht	Jaarbeurs
	20 - 24 Ocak 2027	FİTUR 2027	Uluslararası Turizm Fuarı	İspanya - Madrid	IFEMA
	09 - 11 Şubat 2027	Bit 27 İtalya Turizm Fuarı	Uluslararası Turizm Fuarı	İtalya - Fieramilano (Rho)	Fiero Milano
	16 - 18 Mart 2027	ITB Berlin	Almanya Turizm Fuarı	Almanya - Berlin	Messe Berlin
	01 - 03 Nisan 2027	ITM Intourmarket 2027	Uluslararası Seyahat Fuarı	Rusya - Moskova	Expotour Ltd.
	13 - 15 Nisan 2027	MITT Moscow	Moskova Turizm Fuarı	Rusya - Moskova	ITE Group
	01 - 03 Haziran 2027	The Hotel Show	27.Uluslararası otel, restoran, mutfak, dekorsyon malzeme ve ekipmanları fuarı	Dubai - BAE	TG Expo

TOPLANTI ve KONGRELER

Tarih	Toplantı/Kongrenin Adı	Konusu	Yeri	Düzenleyen
10 - 11 Eylül 2026	GlobeMeets	Seyahat acenteleri ve hizmet sağlayıcılarını bir araya getiren etkinlik	Rixos Tersane İstanbul	GlobeMeets
19 Kasım 2026	16.Uluslararası Resort Turizm Kongresi	Turizm Profesyonellerinin katılacağı bir kongre	Antalya	AKTOB Akeniz Turistik Otelciler Birliği

2026 yılının ilk 5 ayında ülkemize gelen yabancı ziyaretçi sayısı yüzde 2,56 düşüşle 15 milyon 226 bin oldu

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın son açıkladığı verilere göre 2026 yılının ilk 5 ayında (ocak - mayıs) 15 milyon 226 bin 624 yabancı ziyaretçi Türkiye'ye geldi. Yabancı ziyaretçi sıralamasında; ilk üç sırada, 1 milyon 835 bin 097 kişi ile Almanya, 1 milyon 739 bin 279 kişi ile Rusya, 1 milyon 124 bin 986 kişi ile İngiltere yer aldı. Geçtiğimiz yılın aynı döneminde gelen yabancı ziyaretçi sayısı ise 15 milyon 627 bin olmuştur. Buna göre 2026 yılının ilk 5 ayında yabancı ziyaretçi sayısında, geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre yüzde 2,56 düşüş yaşandı. Aylık bazda ise mayıs ayında gelen yabancı ziyaretçi sayısı, geçen yılın aynı ayına göre yüzde 3,58 oranında bir düşüşle 4 milyon 856 bin 862 oldu.

TÜRKİYE'YE GELEN YABANCI ZİYARETÇİ SAYILARI* (2024 - 2025 - 2026)					
MİLLİYET	2024	2025	2026	Değişim %	
				2025 / 2024	2026 / 2025
Almanya	1 852 435	1 740 455	1 835 097	-6,05	5,44
Rusya Fed.	1 817 311	1 722 326	1 739 279	-5,23	0,98
Bulgaristan	1 209 591	1 224 950	1 124 986	1,27	-8,16
İran	1 118 705	1 001 169	1 035 874	-10,51	3,47
İngiltere (Birleşik Krallık)	1 167 694	1 179 192	904 185	0,98	-23,32
Gürcistan	587 983	502 464	519 338	-14,54	3,36
Amerika Birleşik Devletleri	389 519	437 562	457 033	12,33	4,45
Hollanda	408 149	404 139	410 028	-0,98	1,46
Azerbaycan	394 187	417 709	382 309	5,97	-8,47
Irak	343 749	342 098	322 638	-0,48	-5,69
Fransa	297 971	328 767	320 491	10,34	-2,52
Romanya	334 215	317 011	319 679	-5,15	0,84
Yunanistan	298 362	315 386	312 552	5,71	-0,90
Ukrayna	290 340	286 055	294 977	-1,48	3,12
İtalya	189 988	267 933	256 771	41,03	-4,17
Özbekistan	294 647	256 056	244 106	-13,10	-4,67
Polonya	185 935	215 685	239 036	16,00	10,83
Çin Halk Cumhuriyeti	227 447	203 819	216 465	-10,39	6,20
Kazakistan	211 162	240 354	201 175	13,82	-16,30
Suudi Arabistan	150 659	152 765	196 995	1,40	28,95
Belçika	170 591	166 430	167 434	-2,44	0,60
İspanya	112 522	140 073	149 260	24,48	6,56
Avusturya	127 704	135 561	134 792	6,15	-0,57
Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti	90 969	106 209	120 934	16,75	13,86
Cezayir	117 906	117 721	114 572	-0,16	-2,67
İsviçre	104 361	101 332	113 400	-2,90	11,91
İsveç	113 622	111 766	109 512	-1,63	-2,02
Endonezya	85 184	93 816	107 320	10,13	14,39
Kanada	74 271	79 903	87 227	7,58	9,17
Sırbistan	89 054	104 563	86 070	17,42	-17,69
Mısır	95 092	88 968	85 167	-6,44	-4,27
Diğer	2 832 888	2 825 219	2 617 922	-0,27	-7,34
YABANCI TOPLAMI	15 784 213	15 627 456	15 226 624	-0,99	-2,56

TÜRKİYE'YE GELEN YABANCI ZİYARETÇİLERİN YILLARA VE AYLARA GÖRE DAĞILIMI*					
YILLAR	YILLAR			DEĞİŞİM %	
	2 047 027	2 171 118	2 246 639	6,06	3,48
OCAK	2 294 579	2 171 942	2 126 698	-5,34	-2,08
ŞUBAT	2 701 244	2 346 403	2 463 920	-13,14	5,01
MART	3 611 244	3 900 546	3 532 505	8,01	-9,44
NİSAN	5 130 119	5 037 447	4 856 862	-1,81	-3,58
MAYIS	5 860 446	5 772 328		-1,50	
HAZİRAN	7 333 812	7 116 096		-2,97	
TEMMUZ	6 825 403	6 965 343		2,05	
AĞUSTOS	6 054 431	6 087 374		0,54	
EYLÜL	5 448 459	5 683 717		4,32	
EKİM	2 733 663	2 804 705		2,60	
KASIM	2 588 856	2 718 036		4,99	
TOPLAM	52 629 283	52 775 055		0,28	

5 AYLIK TOPLAM	15 784 213	15 627 456	15 226 624	-0,99	-2,56
-----------------------	-------------------	-------------------	-------------------	--------------	--------------

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

Daikin'in merkezi iklimlendirme çözümleriyle işletmelerin içi rahat!



SOĞUTMA GRUBU

- Düşük işletme ve bakım maliyeti
- Enerji tasarrufu
- Akıllı kontrol çözümleri
- İhtiyaca göre çalışma kolaylığı

Daikin Merkezi İklimlendirme Sistemleri;
üstün teknolojileri, yüksek performansları
ve güvenilirlikleriyle projelerinize değer katar.



FANCOIL



KLİMA SANTRALİ

PROFESYONEL ENDÜSTRİYEL TEMİZLİK ÜRÜNLERİ



forest jaxpel setrax alcov
lopex target cappel^{BIO} ante

- Günsu Profesyonel, müşterilerini odak noktasına alarak sürekli gelişen ve yenilikçi yapısıyla kurumsal alanların tüm temizlik ve hijyen ihtiyaçlarını karşılar.
- Çamaşır, Mutfak, Banyo ve Genel Hijyen grubu ürünlerimiz ve yüksek hizmet kalitemizle müşterilerine profesyonel çözümler sunar.

www.gunsu.com.tr



DÜNYACA ÜNLÜ OTELLERİN TERCİHİ

California Dream

Misafirlerinize Kaliteli Uykunun
Ayrıcalığını Yaşatın.



Yatsan'ı tercih eden seçkin otelleri
incelemek için QR kod'u okutabilirsiniz.

yatsan