OTELCİ OLMAK

"Başarılı Bir Otel Yatırımı İçin Başucu Kitabı"





Ethem Zagikyan

Tilki Kitap


tilki
kitap
yayınevi

Otelci Olmak "Başarılı Bir Otel Yatırımı İçin Başucu Kitabı"
Ethem Aret Zagikyan

Tilki Kitap©
www.tilkikitap.com
kitap@matbumedya.com
0850 304 22 03
Yayıncı Sertifika No 28740

Genel Müdür: Emrah Çelik
Yayın Yönetmeni: Sinan Kocaman
Editör: Esra Nur Yıldırım
Son Okuma: Alev Sevgi
Sayfa Tasarım: Efe Bozkurt
Kapak Tasarım: Efe Bozkurt

1.Basım, İstanbul, Aralık 2024
ISBN: 978-625-6130-36-4
Tilki Kitap Matbaa / İstanbul
Matbaa Sertifika No: 48138

Eserin tüm telif hakları yazara aittir. Yazar, bu baskı için basım-satış-dağıtım-tanıtım haklarını Tilki Kitap'a devretmiştir. Yazar, eserin kapak dahil içeriğindeki tüm materyallerin (metin, görsel öğe, tablo…) yasal ve fikri sorumluluğunu kabul etmiştir. Tilki Kitap'ın kurumsal görüşü olmayabilir.

OTELCİ OLMAK
"BAŞARILI BİR OTEL YATIRIMI İÇİN BAŞUCU KİTABI"

Ethem Aret Zagikyan

İÇİNDEKİLER

ÖN SÖZ 9
1 - GİRİŞ 15
Otelcilik Sektörüne Genel Bakış.....15
Neden Bir Otel Yatırımı Yapmak İstiyorsunuz?.....18
Otel Yatırımcısı Olmanın Önemi 20
Kazanç Potansiyeli 23
Otelcilik Kavramının Evrimi ve Tarihsel Gelişimi 25
Modern Otelcilik Ne Demektir, Yakın Tarihimiz
Hangi Otel Markaları Sayesinde Gelişti:.....27
Hilton'un Modern Otelciliğe Katkısı:.....29
Amerika ve Avrupa'da Diğer Otel Zincirlerinin Modern Otelcilik
Yolculuğu: 30
Türkiye'de Otelcilik Tarihi ve Türk Otel Markalarının Gelişimi:.....33
Sürekli Değişen Otelcilik Trendleri 35
Otel Zincirlerinin Franchise'a Girmeleri 37
Franchise'a Giriş Adımları:.....37
Otel Zincirlerinin Çoklu Markalara Sahip Olması ve Sebepleri:.....40
Uluslararası Otel Zincirleri ve Yatırımınızın Markalaşma Süreci.....43
Rekabette Fark Yaratmak.....49

2- OTEL YATIRIMI ÖNCESİ BİLİNMESİ GEREKENLER 53
Fizibilite Çalışmaları ve Önemi.....53
Yatırım Hedeflerinin Belirlenmesi.....78
İş Planı Hazırlığı.....82
Yatırım Ortakları ve Finansman Kaynakları.....85
Yatırım Ortaklarının Belirlenmesi.....86
Farklı Finansman Modelleri ve Kaynakları 89

Kredi ve Yatırım Anlaşmaları....94
Finansal Planlama ve Bütçeleme Teknikleri....95

3- DANIŞMANLIK HİZMETLERİ....101
Danışman Kimdir, Hangi Özelliklere Sahip Olmalıdır?....104
Bir Danışmanın Sahip Olması Gereken Özellikler ve Bilgiler....107
Danışmanı İşe Almadan Önce İzlenecek Yol Haritası....110
Danışmanlık Şirketi mi Yoksa Şahıs mı....112
Danışmanı Gereksiz Kılan Durumlar....114
Mimari Açıdan Danışmanlık....115
Otel Açılış Öncesi Danışmanlık ve Planlama....117

4- KONSEPTİN BELİRLENMESİ....121
Otelin Fizibilite Çalışma Sonuçlarına Göre Doğru Konseptin Belirlenmesi....122
Arz ve Talebi Anlama....124

5- MİMARİ SÜREÇ VE HİZMETLERİN BELİRLENMESİ....127
Mimarlık Ofisinin Seçimi....127
Otelin İçinde Bulunan Diğer Hizmetlerin Belirlenmesi....130
Mimari Projenin Çizimi....132
Otel Konsepti ve Teması....136

6- MARKALAŞMA SÜRECİ....141
Markanın Önemi, Seçimi ve Stratejik Planlama....141
Marka Seçimi: Kendi Markanızı Oluşturmak mı, Yoksa Bir Marka ile Anlaşmak mı?....146
Marka ve Otelci Firmalar ile Franchise ve Yönetim Anlaşmaları....151
Mimari Planlamalar ve Marka İlişkisi....154
Marka Almanın Avantajları....156
Sözleşme Sonrası Otelin Açılış Süreci....159
Bir Otel Markasından Beklenen Standartlar ve Hizmet Kalitesi....162

7- 3rd PARTY MANAGEMENT
(ÜÇÜNCÜ TARAF YÖNETİM) 169
Üçüncü Taraf Yönetim Nedir?.....170
Yurt Dışında Üçüncü Taraf Yönetiminin Başlangıcı ve Gelişimi 170
Türkiye'de Üçüncü Taraf Yönetim Modelinin Durumu.....171
Üçüncü Taraf Yönetiminin Türkiye'deki Yatırımcılar
İçin Avantajları.....171

8- OTEL İŞLETMESİ VE YÖNETİMİ 173
Kadro Kurma ve İşe Alım Süreci 175
Organizasyon Şeması.....177
Otel İşletmeciliğinde Teknolojinin Rolü: Rezervasyon Sistemleri,
Müşteri İlişkileri Yönetimi (OTA'lar).....180
Otelin Kendi Web Sayfanın Kurulması ve
Rezervasyonların Alınması 193
Otel Türlerine Göre İşletme Stratejileri 195
Şirket Konaklama Anlaşmaları, Gruplar, Eğitim ve Toplantılar 202
Yield Management 206
Yield Management'ın Stratejileri, Gelir Yönetimi ve Uygulamaları.208
Pazar Analizi ve Rekabet Değerlendirmesi.....212
Misafir Memnuniyeti ve Sadakat Programları.....216
Dijital Pazarlama ve SEO: Dijital Pazarlama Stratejileri,
SEO ve Sosyal Medya Yönetimi 220
Sosyal Medya Yönetimi.....221

9- FİNANSAL YÖNETİM VE KÂRLILIK ANALİZİ 233
Gelir Yönetimi ve Maliyet Kontrolü.....234
Finansal Raporlama ve Analiz.....237
Otel Finansmanı ve Yatırım Değerlendirmesi:
Kâr Hesaplama ve Geri Dönüş Süresi Analizi.....240
Otel Yatırımlarında Risk Yönetimi ve Sigorta Stratejileri 242
Finansman Kaynakları.....244

10- YASAL VE DÜZENLEYİCİ GEREKSİNİMLER 249
Yerel Otelcilik Kanunları 250
Türkiye'de Otel Açmak İçin Gereken Belgeler ve Turizm İşletme Belgesi Başvuru Süreci 252
Türkiye'de Bir Otel İçin İnşaat ve İmar Mevzuatı 253
Uluslararası Otelcilik Kanunları 254
Dünya Sağlık Örgütü (WHO) - Sağlık ve Güvenlik Standartları 255
Çevresel ve Sosyal Sorumluluklar 257
İşçi Hakları ve Çalışma Yasaları 259

11- OTEL YÖNETİM YAZILIMLARI VE TEKNİK ALTYAPI....263
PMS (Property Management System): 264
Diğer Yönetim Yazılımları 267
Teknolojik Altyapının Kurulumu:
Güçlü Bir Teknoloji Altyapısının Kurulumu ve Yönetim 268

12- SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE ÇEVRE BİLİNCİ 271
Otel İşletmeciliğinde Sürdürülebilirlik Yaklaşımları ve Çevre Dostu Uygulamalar 272

SON SÖZ 275

ÖN SÖZ

Her geçen gün teknolojinin de getirdiği yenilikler sayesinde dünya gittikçe küçülmekte. Artık yıllar öncesinde hayalini kurduğumuz ülkelerin ve şehirlerin görüntülerini, tarihî yerlerin fotoğraflarını, ülke ile ilgili ilginç bilgileri tek bir tuşla gözlerimizin önüne seren teknolojilere hâkimiz. Yıllar önce bir bilim kurgu filminin sahnesi olabilecek ürünler, artık hayatımıza girmiş ve doğal kabul edebileceğimiz şeyler hâline geldi. Bundan on yıl öncesinde sanal otel ve şehir turları olabileceğini hayal edebilir miydik? Günümüzde bu sanal turlar, artık turizm ve otelcilikte yer edinmeye başladı bile. Oteller web sayfalarında sanal turlar ile tesislerini tanıtmakta ve sektör her gün bir yeniliğe daha sahip olmakta.

Bütün bunlar olurken, sektörümüzün temel unsuru olan otel misafirleri, insanlığın doğası gereği bu yeniliklere hızla alışmakta, adapte olmakta, hâliyle de seyahat etme dürtüleri pekişmekte, görüntülerini seyrettikleri ve hayal ettikleri yerleri gezmek, deneyimleme ihtiyacı hissetmekte.

Tabii ki dünyada sadece turizm ve otelcilik konularında yenilikler olmuyor. Hayatın her alanında globalleşen dünyanın etkileri ile iş hayatı da insanların seyahat etmesi için birçok farklı sebep oluşturmakta.

Sektörün bu kadar hızlı evrilmesi, her geçen gün yeni otellerin açılması, yeni konseptlerin tanıtılması, bu iş kolunun gelir ve net kâr potansiyelinin kolay para kazanılan bir gelir kapı-

sı olduğu şeklinde algılanması; doğal olarak bu sektöre yatırım yapmak isteyen ve ilgi duymaya başlayan birçok iş insanının da ilgisini çekmekte ve tabiri caiz ise "pastadan pay almak için" iştahını kabartmakta.

Yani ticari hayatta bulunan iş insanları, normalde başka bir iş kolunda faaliyet gösteriyor olsalar bile turizm bünyesinde kabul edilen otelcilik sektörünün ciddi bir potansiyel gelir kaynağı olduğunun farkındalar ve bu sektöre yatırım yapmaya yönelmekteler... Günümüzde bunun örneklerini her yerde görebilirsiniz, bakmanız yeterli. İnşaat faaliyeti olan, mobilya fabrikası olan iş insanlarının birçoğunun ek olarak bir de turizm işleri ve bir "otelleri" var...

Evet, turizm ve otelcilik, birçok diğer iş kolundan farklı ve kârlı bir sektör. İş insanlarının diğer iş faaliyetlerinin yanında otelcilik yatırımları da yapmak istemeleri aslında gayet doğal. Ancak sektöre yabancı bir iş insanı için turizm ve otelcilik kolay bir iş olarak gözükmekte, neticede gelen misafirlere bir oda verip bir de karınlarını doyurmanın yeterli olduğu düşünülmekte. Peki gerçekten öyle mi? Kaliteli bir bina, güzel odalar, bir de lezzetli yemeklerle birleşiyorsa, bu otel yatırımcısı olmak ve kârlı bir yatırım yapıldığı anlamına mı geliyor? Bir inşaatı bitirdikten sonra bir de ruhsat aldık mı bu iş tamam mı? Süreçler kolay mı?

"Ne kadar zor olabilir ki?" diye düşünen yatırımcı, bu yatırıma karar verip o dönülmez yola girildiğinde gizemli kapılar aralanmaya ve sis perdesi kalkmaya başlar. Yeni turizm ve otelcilik yatırımcıları eğlenceli bir ortamda para kazanacağını düşündüğü bu yeni maceraya atıldığında, bu sektörün keyifli

olduğu kadar karmaşık, zorluklarla dolu bir labirentte yol almak olduğunu görmeye başlıyor.

Peki bu zorluklar sadece bu sektöre yeni giriş yapan, yıllarca ticari hayatta başka iş kollarında iş yapan yatırımcılar için mi var? Yıllarca otellerde çalışmış, turizm ve otelciliğin içinden gelen bir kişi, yani aslında işin erbabı olan ve artık kendi işini kurmak isteyen, iş yeri sahibi olmak isteyen biri böyle bir yatırım yapmak istediğinde; yatırım planlama, lokasyon seçme ve tesisi kusursuz bir şekilde hizmete hazır etmek onun için de zor değil mi? Tabii ki onlar için de zorlukları var.

Çünkü bir otelde profesyonel olarak çalışanlar da profesyonel çalışandan iş insanına ve yatırımcıya dönüşmek isteyip gerekli finansı toparladığında ve artık kendi işini kurmak istediğine karar verdiğinde benzer sorunlarla karşılaşabilir. Bunun sebebi ise aslında çok basittir. Yıllarca belli bir zaman diliminde bir otelde çalışma karşılığında aldığı sabit ücret vardır. Yatırımcı statüsüne gelindiğinde ise aslında bu güvenli alandan çıkılmış ve işin yürümesi için her bir alanda hâkimiyet kurmak gerekliliği doğmuştur. Aynı zamanda da bir tesis kurmak, profesyonel hayatta çalıştıkları gibi hazır bir işletmede çalışmaktan çok daha zordur.

Zaman içinde, yıllarca büyük otel gruplarında çalışan, milyonlarca dolarlık bütçeleri yöneten, sonunda kendi işinin patronu olmaya karar vererek butik otel açan ancak birtakım aksaklıklar yüzünden kapatmak veya devretmek zorunda kalan, işler "bir yerlerde" sarpa sardığı için, tekrar profesyonel çalışma hayatına dönen çok değerli otel yöneticileri de tanıdım.

Her ne olursa olsun işin özü şudur; her yatırımcı, bu yolculuğun sonundaki başarı hikâyesini yaratabilmek için doğru bir kurgu ve yol haritası ile işe başlamalıdır.

Yeni girişimciler ve yatırımcılar otel sektörünün cazip, keyifli ve bir o kadar da karmaşık dünyasında maceralarına başlarlarken kendilerine yol göstermek, doğru yatırımı yapmaları, doğru şekilde kurgulanan bir oteli açabilmeleri için gerekli bilgileri vermek ve yol haritalarını çizerlerken onlara hangi adımları izlemeleri gerektiğini göstermek için hazırlanmış olan bir el kitapçığı olmadığını gözlemledim. Bu nedenle yazmaya karar verdiğim bu kitap, yatırımcı bu işe başlarken en azından hangi yolları izlemesi gerektiğini bilsin diye özenle hazırlamış olduğum bir derleme kitaptır.

Yatırımcının, yatırımına başlarken hangi süreçlerden geçeceğini bilerek başladığı bir yolculuğun kusursuz bir tesis kurmak için faydalı olacağını düşünüyorum. Otellerde yatırımın önemini incelemesi, kârlılık potansiyelini ortaya çıkarması, stratejileri nasıl belirleyeceğini anlaması ve otelcilik sektörünün dinamik dünyasına adım atmaya hazır olabilmesi için bu kapsamlı kaynak kitabı okuması çok faydalı olacaktır.

Bu kitabın hedef kitlesi hem yeni otel yatırımcıları hem de mevcut otel yatırımcılarıdır. Sadece ilk kez otel sahibi olmayı düşünen girişimciler ve yatırımcılar için değil, aynı zamanda otelcilik sektöründe çalışan profesyonellerin de uzmanlıklarını pekiştirmesi için faydalı olacaktır. Ama bu kitapta yazanları anlamak için yıllarca otelcilik yapmış olmak gerekmez. Temel kavramlarla başlayan kitap, ilerleyen bölümlerde biraz daha karmaşık konuları da ele alarak sizleri bu sektördeki yatırım maceranızda desteklemek amacı ile hazırlanmıştır.

Okurların bu kitabı tamamladıktan sonra kendilerine gerekli olan tüm bilgileri almış olacaklarını umuyorum. Bu arada, otelciliğin tarihinden modern trendlere, misafirperverlik sanatına, yakın gelecekte sektörün olası evrimine, uluslararası ve yerel otel zincirlerinin gücüne ve rekabet avantajları oluşturmada markalaşmanın kritik rolüne kadar değişik bilgiler de edineceklerine inanıyorum. İçeriklerde bir otel açmak istenildiğinde yapılması gereken iş planı ve analizleri (Yer seçimi ve müşteri potansiyeli analizi de dâhil olmak üzere) ve temel yatırım öncesi "yapılması gerekenler" listenizi nasıl yapacağınızı da bulacaksınız. Ayrıca, kâr ve gelir analizinin ayrıntılı hazırlık adımlarını, kârlılığı maksimize etmenin ve masrafları etkin bir şekilde yönetmenin stratejilerini de bölümler içinde bulabilirsiniz.

Otelinizi açmak için eğer bir danışmanlık hizmeti almanız gerektiğini düşünüyorsanız ve bir danışman seçmek istiyorsanız; bu durumda nelere dikkat etmeniz gerektiğini, hangi tip danışmanlarla çalışmanızın daha doğru olacağını ve bu danışmanların hizmetlerinin nasıl olması gerektiğini anlatan bu kitap, doğru danışmanın seçilmesine ve getirdikleri faydaların analizini yapmanıza da yardımcı olacaktır.

Hayalinizdeki iş yerinin, projenizin düşünceden hayata geçirilmesine kadar olan yolculuk titiz bir planlama ve çalışma gerektirir. Otelin konsepti, yer/lokasyon seçimi, marka seçimi, stratejik planlama ve inşaat ve işletme faaliyetlerinin başlatılması gibi adımlar vardır. Sonrasında pazarlama ve müşteri ilişkileri stratejileri, sadık bir müşteri tabanı oluşturmak ve sürdürülebilir bir gelir kaynağı oluşturmak gibi beğenilen ve tercih edilen bir otel yaratmak için gerekli olduğunu

düşündüğümüz tüm bilgileri bulabileceğiniz bu kitabı okuduğunuzda, kendinizi bir testten geçirebilir ve hazırlıklarınızı başlatabilirsiniz.

1 - GİRİŞ

Otelcilik Sektörüne Genel Bakış

Değerli otel yatırımcıları veya otel yatırımı yapmayı düşünen iş insanları; eğer bir otel yatırımı yapmayı düşünüyorsanız, bu süreçte nasıl bir yol izlemeniz gerektiğine gelin birlikte biraz daha yakından bakalım!

Otelcilik, bir konaklama müessesesinden daha fazlasını kapsayan bir kavramdır. Aslında seyahat edenlerin konaklama ihtiyaçlarını karşılayan ve onlara evlerinden uzakta bir ev hissi sunan bir sanattır. Bu sektör bir otelin sadece yataklar ve yemeklerden ibaret olmadığını, aynı zamanda unutulmaz deneyimler ve anılar yaratma potansiyeline sahip olduğunu gösterir.

Bir otelde kalmak, yeni yerler keşfetmek ve farklı kültürlerle etkileşime girmek için bir fırsattır. Seyahat edenler için sadece bir gece geçirmek değil, aynı zamanda dinlenmek, keşfetmek ve bağlantı kurmak anlamına gelir. Bu nedenle otelcilik sektörü sadece bir iş değil, aynı zamanda insanların hayallerini gerçeğe dönüştüren bir maceradır.

Sektörün içine biraz daha derinlemesine dalalım. Bir otelde neler bulabiliriz? Tabii ki başta rahat yataklar ve leziz yemekler gelir. Ancak bunun ötesinde, havuzlar, SPA tesisleri, restoranlar, barlar, toplantı ve etkinlik alanları gibi birçok ek

hizmet ve zaman geçirmek için sunulan olanaklar da vardır. Misafirlerin her türlü ihtiyacını karşılayan ve onlara keyifli bir konaklama deneyimi sunan bir otel, gerçekten de birinci sınıf bir hizmet sağlar.

Bununla birlikte, otelcilik sadece konaklama işi değildir. Ekonomik açıdan bakıldığında, ülkeler için otel sektörü bir güç merkezidir. Sadece milyarlarca dolar gelir elde etmekle kalmayan, aynı zamanda birçok kişiye istihdam sağlayan ve yerel ekonomilere katkıda bulunan önemli bir sektördür. Aşçılardan temizlik personeline, resepsiyon görevlilerinden yöneticilere kadar bir otelde çalışan birçok kişi vardır ve hepsi bir araya gelerek misafirlerin unutulmaz bir deneyim yaşamasını sağlamakla görevlidir. Bu deneyimli personeller sadece kendilerine verilen görevleri icra etmekle yükümlü değildir. Aynı zamanda bir tiyatronun sahnesindeki aktör ve aktrislerdir.

Bir ülkede hareketli bir otel sektörünün dalga etkileri, aynı zamanda o ülkenin, tarım, mobilya, teknoloji ve diğer yan hizmet sektörleri gibi çeşitli endüstrilere kadar uzanır. Bu endüstriler otellere işletmeleri için gerekli olan mal ve hizmetleri sağlar. Bu bağlantılı ekosistem, otel yatırımının daha geniş bir ekonomik kalkınmadaki kilit rolünü vurgular.

Dahası, oteller kültürel elçiler olarak hizmet verirler. Bir bölgenin kültürünü, mutfağını, konukseverlik geleneklerini yansıtırlar. Böylelikle, seyahatseverlerle turistlerin algılarını, deneyimlerini şekillendirmede önemli bir rol oynarlar. Bu da bir destinasyonun itibarını ve çekiciliğini etkiler. Bu kültürel alışveriş, çeşitliliğin daha derin bir anlayışını ve takdirini teşvik eder. Bu da otel yatırımlarını sadece bir finansal girişim

Ekonomik açıdan bakıldığında, ülkeler için otel sektörü bir güç merkezidir.

değil, aynı zamanda küresel bağlantı ve kültürel diplomasi için bir araç hâline getirir.

Ancak bunların yanında otel yatırımları aslında zorluklarla doludur. Endüstri, ekonomik dalgalanmalara, jeopolitik olaylara ve şimdiye kadar olduğundan daha fazla çevresel etkenlere son derece duyarlıdır. Bu zorluklar, işletme ve yönetimde dikkatli planlama, öngörü ve uyum gerektirir. Başarılı bir otelci kendini sürekli güncellemeli, genel trendlerden, teknolojik ilerlemelerden ve değişen tüketici tercihlerinden haberdar olmalıdır. Böylece otelin geniş bir kitleye hitap etme çekiciliğini koruyabilir ve avantajını artırabilir.

Dijital teknolojinin ve sosyal medyanın ortaya çıkışı, otellerin potansiyel misafirlerle direkt bağlantı kurma şeklini kökten değiştirdi. Artık çevrim içi incelemeler ve derecelendirmeler, sosyal medya varlığı ve çevrim içi rezervasyon yapabilme yeteneği, bir otelin başarısı için kilit öneme sahip. Bu nedenle, güçlü dijital pazarlama stratejilerine ve çevrim içi platformlara yatırım yapmak hayati önem taşımakta. Ek olarak, sürdürülebilirlik ve çevre dostu uygulamalara verilen önem, otel yatırımları denklemine başka bir katman ekler. Tüketiciler, çevreye duyarlılık taahhüdü gösteren işletmeleri giderek daha çok tercih ediyorlar, bu da yeşil uygulamaların sadece etik olarak doğru değil, aynı zamanda ekonomik olarak da akıllıca olduğunu gösteriyor.

Ekonomik, kültürel ve çevresel olarak çok yönlü etkileri göz önüne alındığında, otel yatırımı gerçekten önemlidir. Potansiyel yatırımcılara sadece finansal getiri fırsatı sunmakla kalmaz, aynı zamanda ekonomik kalkınmaya, kültürel alışverişe ve çevresel sürdürülebilirliğe katkıda bulunma fırsatı da sunar. Bu yatırımlar sadece sermaye değil, aynı zamanda yenilik vizyonu, hizmette mükemmelliğe bağlılık ve küresel trendlere ve zorluklara duyarlılık gerektirir.

Otelcilik sektörü sürekli olarak gelişmekte ve evrim geçirmektedir. Teknolojinin ilerlemesi, seyahat alışkanlıklarının değişmesi ve müşteri taleplerinin gelişmesi, otellerin daha yenilikçi ve yaratıcı olmalarını gerektirir. Bu da sektörde çalışanların sürekli olarak kendilerini geliştirmesi ve değişime ayak uydurması anlamına gelir.

Özetle; otelcilik sektörü, seyahat edenlerin evlerinden uzakta bir ev bulmalarını sağlayan ve onlara unutulmaz deneyimler sunan bir iş koludur. Bu sektörde çalışmak sadece bir iş değil, aynı zamanda tutku ve heyecan dolu bir maceranın içinde yaşamına devam etmek demektir. Haydi, bu büyülü dünyaya birlikte adım atalım!

Neden Bir Otel Yatırımı Yapmak İstiyorsunuz?

Bir otel yatırımına başlamadan önce kendinize bazı sorular sorup, kendi içinizde tatminkâr cevaplara ulaştığınız taktirde bu işe başlamak için harekete geçmelisiniz.

İlk olarak, neden bir otel yatırımcısı olmak istediğinizi düşünmeniz önemlidir. Bir iş insanı olarak belki finansal getirisi yüksek, kârlı bir iş sektörü olduğunu düşünmeniz bir otel sahibi olma isteğinizi körüklüyor. Belki de işletmecilik tutkusu

veya kariyer hedefleri sizi bu yola yönlendiriyor. Bu nedenle, bu işe girmenin size sağlayacağı faydaları ve motivasyonunuzu gözden geçirmeniz önemlidir.

İkinci olarak, hangi tür otel yatırımını yapmayı planladığınızı belirlemeniz gerekmektedir. Yeni bir otel inşa etmek mi yoksa mevcut bir oteli satın alıp işletmek mi istiyorsunuz? Bir oteli kiralayarak ve tadilattan geçirerek bu işe başlamak mı istiyorsunuz? Bir marka altında franchise almayı ve bir otel zincirine dâhil olarak, daha çok güvencesi olan bir yatırım yapmayı mı düşünüyorsunuz? Bu karar, gelecekteki işletme stratejinizi şekillendirecek önemli bir adım olduğu için bu soruların cevabını bulduktan sonra harekete geçmelisiniz.

Bir sonraki adım ise otel sahibi olmanın avantajlarını ve zorluklarını bir kâğıda dökerek analiz etmektir. Eğer bu ilk iş yeriniz ise ve kendi işinizi kurmanın özgürlüğünü tatmak istiyorsanız, orta vadede kârlılık potansiyeli olacak bir iş olması gibi size sunacağı avantajlar yanında, yoğun rekabet ve operasyonel zorluklar gibi sorunlarla da karşılaşabileceğinizi unutmamalısınız. Ancak eğer çok farklı iş kolları olan bir şirket iseniz, elde rezervde bulunan bir finansınız varsa ve bununla ayrı bir iş koluna girmek istiyorsanız ancak sadece bu işle ilgilenemeyecekseniz; bu durumda farklı operasyonel stratejiler geliştirmek zorunda kalma ihtimaliniz var.

Yani, bu gelirin ve net kararın kişisel hayatınızı ve iş hayatınızı nasıl etkileyeceğini düşünmeniz gerekmektedir. Otel işletmeciliği, zaman ve enerji gerektiren bir iş alanıdır ve sürekli değişkenleri olan bir iş koludur, sorunlarla karşılaşabilirsiniz. Bu nedenle, bu stres ve sorumlulukları nasıl yöneteceğinizi ve işinizle kişisel hayatınızı nasıl dengeleyeceğinizi düşünmelisiniz.

Eğer sadece yatırımcı iseniz, oteliniz hizmete hazır olduğunda işletmesini profesyonel bir firma ile anlaşarak onlara devredebilirsiniz. Yönetici ekibi işe kendiniz alarak, bu ekibin başına tecrübeli bir yönetici koyarak dolaylı yoldan işi kendi firmanız bünyesinde yürütmeyi de düşünebilirsiniz. Bu hizmeti, yarattığınız bir otel ismi ile veya bilinen bir marka ile lisans, franchise anlaşması ile de yapabilirsiniz.

Bu kararı verirken kendinize sormanız gereken bu soruları göz önünde bulundurmanız önemlidir. Otel sahibi olmak heyecan verici bir deneyim olabilir ancak doğru kararı vermek için dikkatli bir analiz ve hazırlık gerekmektedir.

Otel Yatırımcısı Olmanın Önemi

Otel yatırımcısı olmak sadece finansal bir yatırım yapmaktan ibaret değildir, aynı zamanda stratejik bir iş kararı almak anlamına gelir. Bu karar, birçok avantaj ve fırsat sunar ve otelcilik sektöründe başarılı bir işletme sahibi olmanın kapılarını aralar. Bu avantaj ve fırsatları maddeler ve kısa paragraflar ile açıklamaya başlayalım:

- Kârlılık Potansiyeli: Otelcilik sektörü, uzun vadeli ve istikrarlı bir gelir kaynağı sağlama potansiyeline sahiptir. Doğru konumlandırılmış bir otel, yüksek doluluk oranları ve fiyatlandırma stratejileri ile yatırımcısına önemli ölçüde net kâr sağlayabilir. Özellikle turistik destinasyonlarda ve işlek şehir merkezlerindeki oteller, yüksek talep ve kârlılık potansiyeline sahiptir.
- Yatırımın Değerlenmesi: Otel yatırımları genellikle gayrimenkul yatırımları olarak da değerlendirilir. Günün sonunda satın aldığınız veya inşasını yaptığınız bu mülk, ken-

di değer artışına da sahip olacaktır. Doğru bir şekilde yönetilen bir otel, zamanla kendi işletme değerini de artırabilir ve yatırımcısına uzun vadeli bir getiri sağlayabilir. Ayrıca, otel gayrimenkulleri genellikle konumlarına ve markalarına bağlı olarak prim yapma eğilimindedir.

Otel işletmeciliği, zaman ve enerji gerektiren bir iş alanıdır ve sürekli değişkenleri olan bir iş koludur, sorunlarla karşılaşabilirsiniz.

- Farklı Gelir Kaynakları: Otelcilik sektörü, sadece konaklama gelirlerinden değil, aynı zamanda yiyecek içecek hizmetleri, toplantı ve etkinlik organizasyonları, SPA ve wellness tesisleri gibi farklı gelir kaynaklarından da gelir elde etme potansiyeline sahiptir. Bu iç birimler, işletme tarafından kendi içinde işletilebilir veya sabit bir bedel karşılığı kiraya verilebilir. Bu çeşitlilik, otel yatırımcılarına gelirlerini çeşitlendirme ve riskleri azaltma fırsatı sunar.
- Yenilikçilik ve Yaratıcılık: Otelcilik, sürekli değişen ve gelişen bir sektördür. Yeni trendlere ayak uydurmak, müşteri taleplerine cevap vermek ve rekabet avantajı sağlamak için yenilikçi ve yaratıcı çözümler üretme yeteneği, otel yatırımcıları için önemlidir.
- Marka Bilinirliği ve İmajı: Bir otel yatırımı yapmak, marka bilinirliğini artırmak ve güçlü bir imaj oluşturmak için bir fırsattır. Başarılı bir otel işletmesi, müşteri sadakatini artırır, pozitif bir itibar oluşturur ve marka değerini yükseltir. Otel yatırımcılığı prestijli bir iştir. Yatırımcının daha önceki

faaliyette olduğu iş kollarının haricinde bir de turizm ve otel yatırımcılığı kimliğine kavuşması, kendisine de ek bir prestij sağlar.

- Yerel Ekonomiye Katkı: Otel yatırımları, istihdam yaratma, turizmi canlandırma ve yerel ekonomilere katkıda bulunma açısından önemlidir. Bir otelin açılması, bölgedeki diğer işletmeler için de bir canlanma ve büyüme potansiyeli sağlayabilir.
- Rekabet Avantajı ve İmaj Oluşturma: Başarılı bir otel işletmesi marka bilinirliğini artırır, müşteri sadakatini kazanır ve pozitif bir imaj oluşturur. Bu da otel yatırımcısına, rakiplerine karşı rekabet avantajı sağlar ve uzun vadeli başarı için sağlam bir temel oluşturur.
- Uluslararası Pazar Erişimi: Uluslararası otel zincirlerine yatırım yapmak, farklı coğrafyalardaki pazarlara erişim sağlar ve küresel ölçekte gelirlerin artırılmasına yardımcı olur. Bu da otel yatırımcısına, geniş bir müşteri tabanına ulaşma ve uluslararası büyüme fırsatı sunar.
- Küresel Rekabet Gücü: Uluslararası otel zincirlerine yatırım yapmak, küresel pazarda rekabet etme ve uluslararası misafirleri çekme fırsatı sunar. Bu da yatırımcının işletme çeşitliliğini artırır ve büyüme potansiyelini genişletir.
- Sosyal ve Kültürel Katkılar: Otelcilik sektörü, farklı kültürleri bir araya getirerek sosyal etkileşimi artırır ve kültürel alışverişi teşvik eder. Otel yatırımcıları, bu sosyal ve kültürel katkıların bir parçası olmanın gururunu yaşarlar.

Otel yatırımcısı olmanın avantajlarını ve önemini yukarıdaki kısa paragraflarla özetlemeye çalıştık. Bu sektöre yapılan yatırımlar sadece finansal getiri sağlamakla kalmaz, aynı

zamanda topluma ve kültürel çeşitliliğe de katkıda bulunur, yatırımcının kişisel network'unu da genişletmesine ve belki faaliyette olduğu diğer iş kollarında farklı iş bağlantıları da kurmasında faydalı olur.

Kazanç Potansiyeli

Otel işletmesi aslında doğru bir kurgu ile hazırlandığı taktirde finansal kazanç elde etmek için birçok potansiyeli ve fırsatı beraberinde getirir. Sürekli bir hareket ve yenilik içinde olan otelcilikte başarıya ulaşmanın özü, potansiyel kârları anlamak ve açığa çıkarmakla sıkı sıkıya bağlıdır.

İlk adım yatırım yapılacak şehrin, bölgenin, lokasyonun kapsamlı bir değerlendirmesiyle başlar; piyasa taleplerinin, konum avantajlarının ve sunulan hizmetlerin ölçeklenebilirliğinin detaylı bir analizini içerir.

Bu bakış açısıyla potansiyel yatırımcılar ve sektöre yeni girenler, genel turizm ve seyahat edenler pazarının değişen ihtiyaçlarıyla iş stratejilerini uyumlu hâle getirerek kârlı sonuçlara ulaşabilirler. Otellerde finansal kazanç tesadüfün bir ürünü değil; titiz planlamanın, stratejik konumlandırmanın ve hizmet mükemmelliğine olan kararlılığın sonucunda gerçekleşir.

Kârlılık durumu, başarılı otellerin operasyonel ölçümlerini incelediğinizde ortaya çıkar. Bu işletmeler iş gücü, bakım ve hizmetler gibi masrafları optimize ederken oda fiyatları, ek hizmetler ve etkinlikler aracılığıyla ek gelirler elde ederek, hem misafir memnuniyetini ve geri dönüşünü sağlarlar hem de gelirlerini maksimize ederler.

Bu metriklerin analizi, otel yönetiminin finansal mekaniği hakkında çok değerli veriler sağlar, büyüme ve verimlilik

iyileştirmeleri için gelecekte üzerinde durulması gereken konuları vurgular. Ayrıca, kâr potansiyelini anlamanın merkezi kavramı olan "bir değer yaratma" konsepti önemlidir.

Misafirperverlik bağlamında bu değer, konaklama temelini aşar. Bu, misafirin otele ilk girişinden son gününe kadar ve hatta konaklama sonrası misafir deneyimini kapsar. Misafirin tesiste olduğu süre içindeki deneyimlerini ve anılarını unutulmaz hâle getirmede uzmanlaşan oteller, genellikle daha yüksek misafir memnuniyet oranlarına ulaşır. Bu durum hem bu misafirlerin otelde tekrar konaklama şansını artırır hem de bu mutlu misafirler sayesinde tavsiye yolu ile organik bir reklam aracı oluşturulur. Bu unsurlar, güçlü bir marka itibarı oluşturmak için önemlidir ve bunun sonucunda fiyatlandırma gücünü ve pazar rekabetçiliğini artırır.

Otellerin operasyonlarından doğrudan gelirin yanı sıra, konaklama sektörüne yapılan yatırımlar varlık değer artışı yoluyla da finansal faydalar sağlayabilir. Gayrimenkul, otel yatırımının temel bir bileşeni olarak, özellikle aranan konumlar veya gelişmekte olan turistik destinasyonlarda zamanla değer kazanır. Bu sayede yatırımcı, otel yatırımlarının kâr oluşturma potansiyeline ek bir boyut kazandırır ve operasyonel gelirin yanı sıra uzun vadeli değer artışı da elde etmiş olur.

Otelcilik sektöründe, kâr potansiyelinin hesaplanması esnasında stratejik yatırım, pazar farkındalığı ve hizmetin misafire sunulmasında mükemmelliğin çok önemi bir rolü vardır.

Bir otel yatırımcısı, sadece bir bina inşa etmeye veya satın almaya, sadece sayılarla hesaplanabilir bir bilançoya değil, bu ana alanlara da odaklanarak misafirler tarafından tercih edilen otel işletmeleri yaratabilir, sektörün sunabileceği finansal

Kârlılık durumu, başarılı otellerin operasyonel ölçümlerini incelediğinizde ortaya çıkar.

anlamda değerli mülkleri kurgulayabilir.

Sonuç olarak otel sektöründe kârlılığa giden yol, sürekli bir yeniye uyum sağlama ve inovasyon sürecidir. Piyasa dinamiklerinin derinlemesine incelenmesi ve mutlu misafir çoğaltacak bir yönetime ve de proaktif bir yaklaşıma ihtiyaç vardır.

Otelcilik Kavramının Evrimi ve Tarihsel Gelişimi

Otelcilik kavramının evrimi ve tarihsel gelişimi, insanlık tarihinden bu yana süregelen bir yolculuktur. İnsanların seyahat etme ihtiyacı ve konaklama gereksinimi, antik çağlardan itibaren var olmuştur. İlk olarak, antik Roma ve Yunan dönemlerinde, seyyar tüccarlar ve yolcular için konaklama ihtiyacını karşılamak amacıyla basit konaklama yerleri ve hanlar inşa edilmiştir.

Orta Çağ boyunca Avrupa'da hanlar ve kervansaraylar, seyahat eden tüccarlar ve hacılar için önemli bir rol oynamıştır. Bu dönemde konaklama tesisleri genellikle basit ve işlevsel yapılar olup temel ihtiyaçları karşılamak amacıyla kullanılmıştır.

Modern otelcilik kavramı, 18. ve 19. yüzyıllarda sanayi devrimi ve endüstriyel dönüşüm süreciyle birlikte ortaya çıkmıştır. Bu dönemde şehirlerde ve ticaret yollarında büyüyen ekonomi ile birlikte konaklama ihtiyacı artmış ve çeşitlenmiştir. Bu süreçte ilk modern otellerin inşa edilmesi ve işletilme-

siyle birlikte, otelcilik endüstrisi günümüzdeki şeklini almaya başlamıştır.

20. yüzyılın başlarında, otelcilik endüstrisi büyük bir ivme kazanmış ve otel işletmeciliği giderek profesyonelleşmiştir. Büyük otel zincirlerinin kurulması ve uluslararası seyahat edenlerin artmasıyla birlikte, otelcilik sektörü uluslararası boyutta büyümüş ve gelişmiştir.

Günümüzde, otelcilik sektörü çok çeşitli otel türleri, hizmetler ve konseptler sunmaktadır. Lüks otellerden butik otellere, tatil köylerinden hostellere kadar çeşitli konaklama seçenekleri mevcuttur.

Ayrıca, dijitalleşme ve teknolojinin ilerlemesiyle birlikte, otelcilik endüstrisi de hızla bir dönüşüme girmiştir. Online rezervasyon platformları, mobil uygulamalar ve dijital hizmetler; seyahat edenlerin deneyimlerini kolaylaştırmak ve geliştirmek için yaygın olarak kullanılmaktadır.

Otelcilik kavramının evrimi ve tarihsel gelişimi, insanların seyahat etme ve konaklama ihtiyaçlarının değişen koşullarına uyum sağlamış ve sürekli olarak yenilenmiştir. Bugün otelcilik endüstrisi küresel ekonomide önemli bir oyuncu olarak konumlanmış ve seyahat edenler için önemli bir ihtiyaç ve deneyim kaynağı hâline gelmiştir.

Modern Otelcilik Ne Demektir, Yakın Tarihimiz Hangi Otel Markaları Sayesinde Gelişti:

Otel endüstrisinin evrimi; küresel seyahat, kültür ve teknoloji alanındaki daha büyük ölçekli değişimlere paralel olarak seyahat ve konaklama ihtiyaçlarının artması, bu seyahat edenlerin de daha kaliteli ve konforlu konaklama ihtiyaçlarını ortaya koymaları ile birlikte gerçekleşmiştir. Başlangıçta konaklama tesisleri, öncelikle temel barınma ve yemek ihtiyacını karşılayan ve seyahat edenlere bu ihtiyaçlar doğrultusunda hizmet veren tesislerden ibaretti. Ancak her geçen gün artan talepler, dünyadaki değişimler ile endeksli olarak yeni bir "misafirperverlik" kavramını da beraberinde getirdi. Modern otel yönetimi uygulamalarının ortaya çıkmasıyla otelcilik anlayışı önemli ölçüde değişime uğramış, her şeyin önüne misafir deneyimi ve memnuniyetini koyan bir hâle evrilmiştir.

Modern otel yönetiminin en önemli özelliklerinden biri, misafirler için keyifli ve unutulmaz deneyimler yaşatmaya odaklı olmasıdır. Bu yaklaşım, günümüzde seyahat edenlerin sadece konaklama yeri aramaması, aynı zamanda seyahatlerini tamamlayan derinlemesine bir deneyimi de kalacakları otellerden talep etmesi sayesinde oturmuştur. Oteller artık sıklıkla yerel kültürü, mutfağı, estetiği tasarım ve hizmetlerine dâhil ederek, her konaklamayı farklı bir deneyim hâline getirmeye çalışmaktadırlar. Bu dönüşüm, butik otellerin ve tema odaklı konaklama tesislerinin yükselişine yol açmış, her biri farklı bir hikâye anlatarak yerel yaşam tarzını misafirlerine yaşatmaya çalışan tesisler olarak ortaya çıkmıştır.

Teknolojik ilerlemeler de modern otel endüstrisini şekillendirmede önemli bir rol oynamıştır. Teknoloji, çevrim içi rezer-

vasyon sistemlerinden mobil check-in'lere, misafirlerin tercihlerine uyum sağlayan akıllı odalara kadar otel hizmetlerini daha erişilebilir, verimli ve kişiselleştirilmiş hâle getirmiştir. Ayrıca, misafir etkileşim ve geri bildirim için yeni olanaklar sunmuş, otellerin hizmetlerini gerçek zamanlı olarak değişen müşteri ihtiyaçlarına uygun hâle getirmelerine olanak tanımıştır.

Sürdürülebilirlik, çağdaş otel yönetiminin başka bir önemli yönü hâline gelmiştir. Küresel ekolojik koruma alanındaki rolünün farkında olan birçok otel enerji tüketimini azaltma, atık miktarını en aza indirme ve yerel biyoçeşitliliği teşvik etme gibi yeşil uygulamaları benimsemiştir. Bu, otel işletmelerinin çevresel etkilerini azaltmanın yanı sıra çevre bilincine sahip gezginlerin artan demografisine de hitap etmektedir.

Modern otelcilik kavramı, 18. ve 19. yüzyıllarda sanayi devrimi ve endüstriyel dönüşüm süreciyle birlikte ortaya çıkmıştır.

Müşteri hizmetleri, modern otelcilik sisteminde, geleneksel ön büro etkileşiminin çok ötesine geçmektedir. Misafir deneyiminin her aşamasını kapsayan bu sistem, otele varıştan önceki iletişimlerden, konaklama hizmetlerine ve otelden ayrılıştan sonraki takiplere kadar her bir detayı ve iletişimi içermektedir. Genel konu, misafirler için sorunsuz, stressiz bir deneyim yaratmaya yöneliktir ki bu genellikle misafirlerin belirli ihtiyaçlarına ve tercihlerine yönelik kişiselleştirilmiş hizmetleri de içermektedir.

Otelcilik sektöründe başarılı bir yatırım yapmayı hedefleyenler için rehber niteliğinde olan bu kitap, sektörün derinliklerine inerek markalaşma, konsept geliştirme, müşteri deneyimi ve sürdürülebilir işletme modelleri gibi konuları detaylandırıyor. Ethem Zagikyan'ın sektörel vizyonu ve global tecrübesiyle ortaya çıkan "Otel Yatırımcıları İçin Yol Haritası", otelcilik dünyasına yatırım yapmayı planlayan herkesin başucu kitabı olacak.

"Doğru stratejiyle otel yatırımınız yalnızca bir hayal olarak kalmayıp sürdürülebilir bir başarı hikâyesine dönüşebilir."

1973-İstanbul doğumlu olan Ethem Zagikyan, otelcilik sektörüne adanmış bir yaşamın içinden gelen biri. Hilton İstanbul'dan emekli duayen bir babanın mirasını devraldı ve kariyerine Hilton'da adım attı. Ardından Hyatt, Emperyal, Iberostar, Hawthorn ve Pacific Hotels gibi uluslararası gruplarda elde ettiği deneyimle Türkiye'den Orta Asya'ya, UAE'den Uzak Doğu'ya kadar birçok bölgede otelcilik yaptı.

Yönettiği Continent Worldwide Hotels, Türkiye'nin franchise konusunda en hızlı gelişen şirketi olma özelliğini taşıyor. Ayrıca Güney Asya, Doğu Asya, Orta Doğu ve Afrika'da çok sayıda otel projesi bulunuyor ve bu otelleri markalıyor.

9 786256 130364

tilki Kitap