

İSTANBUL TEKNİK ÜNİVERSİTESİ ★ FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

**İSTANBUL ZİNCİRLİKUYU-LEVENT GAYRİMENKUL PAZAR ANALİZİ
BÜYÜKDERE CADDESİ ÜZERİNDE KARMA KULLANIMLI PROJE ÖNERİSİNİN
FONKSİYONEL ve FİNANSAL AÇIDAN DEĞERLENDİRİLMESİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
Mimar, Şehir Plancısı, Mustafa BAŞ
(516041024)**

Tezin Enstitüye Verildiği Tarih : 29 Aralık 2008

Tezin Savunulduğu Tarih : 28 Ocak 2009

**Tez Danışmanı : Prof. Dr. Vedia DÖKMECİ (İTÜ)
Diğer Jüri Üyeleri : Prof. Dr. İsmet KILINÇASLAN (İTÜ)
Prof. Dr. Heyecan GİRİTLİ (İTÜ)**

OCAK 2009

ÖNSÖZ

Tezin hazırlanma sürecinde bana en büyük desteği veren, çalışmayı yönlendiren, bu çalışmanın ortaya çıkmasında emeği geçen, hocam Sayın Prof. Dr. Vedia DÖKMECİ'ye, tüm sabrı, yardımları, emeği ve desteği için en içten teşekkürlerimi sunarım.

Ayrıca her türlü zorluğu ve sorunu aşmamda en büyük desteğim olan Şehir Plancısı Hanzade Kuğu TÜFEKÇİOğLU'na, tez çalışmam süresince de hep yanımda olduğu ve bana destek olduğu için teşekkür ederim.

Son olarak tüm hayatım boyunca olduğu gibi bu çalışmanın tamamlanmasında da her türlü maddi, manevi yardım ve desteği benden hiçbir zaman esirgemeyen ANNEME, BABAMA ve ABLAMA sonsuz sabırları için teşekkür ediyorum.

Ocak 2009

Mustafa Baş

Mimar, Şehir Plancısı

İÇİNDEKİLER

Sayfa

| | |
|--|-------------|
| ÖZET | xiii |
| SUMMARY | xv |
| 1. GİRİŞ | 1 |
| 1.1 Çalışmanın Amacı | 2 |
| 1.2 Çalışmanın Kapsamı | 2 |
| 1.3 Çalışmada İzlenen Yöntem..... | 3 |
| 2. KARMA KULLANIMLI GAYRİMENKUL PROJE GELİŞTİRME | 5 |
| 2.1 Karma Kullanımlı Gayrimenkul Proje Kavramı | 5 |
| 2.1.1 Karma kullanımlı gayrimenkul projelerinin fiziksel ve strüktürel biçimleri .. | 7 |
| 2.1.2 Karma kullanımlı gayrimenkul proje geliştirme tercih etme faktörleri | 14 |
| 2.1.3 Karma kullanımlı gayrimenkul proje geliştirmede problemler ve fırsatlar | 17 |
| 2.2 Karma Kullanımlı Proje Örnekleri | 20 |
| 2.2.1 Türkiye | 20 |
| 2.2.2 Amerika | 24 |
| 2.2.3 Avrupa | 25 |
| 2.2.4 Uzakdoğu | 27 |
| 3. BÖLGESEL VE YEREL VERİLERE GENEL BAKIŞ | 29 |
| 3.1 Türkiye | 29 |
| 3.1.1 Konum | 29 |
| 3.1.2 Demografi | 30 |
| 3.1.3 Ekonomi..... | 32 |
| 3.2 İstanbul | 34 |
| 3.2.1 Konum | 34 |
| 3.2.2 Demografi | 34 |
| 3.2.3 Ekonomi..... | 36 |
| 3.3 Merkezi İş Alanı (MİA) Esentepe-Zincirlikuyu-Levent-Büyükdere Caddesi | 37 |
| 3.4 Esentepe-Zincirlikuyu-Levent-Büyükdere Caddesi Tarihsel Süreç..... | 40 |
| 4. KARMA KULLANIMLI PROJE BİLEŞENLERİ VE İSTANBUL GAYRİMENKUL PAZAR ANALİZİ | 45 |
| 4.1 Ofis Kullanımı | 45 |
| 4.1.1 Giriş | 47 |
| 4.1.2 Mevcut ofis stoğunun nitelikleri ve boşluk oranları | 49 |
| 4.1.3 Mevcut ofis geliştirmeleri ve performans değerlendirmeleri | 52 |
| 4.1.4 Potansiyel ofis geliştirmeleri | 55 |
| 4.2 Otel Kullanımı | 57 |
| 4.2.1 Giriş | 59 |
| 4.2.2 Mevcut otel stoğunun nitelikleri ve doluluk oranları | 62 |
| 4.2.3 Mevcut otel geliştirmeleri ve performans değerlendirmeleri | 66 |
| 4.2.4 Potansiyel otel geliştirmeleri | 68 |
| 4.3 Perakende Kullanımı | 72 |
| 4.3.1 Giriş | 74 |
| 4.3.2 Mevcut perakende stoğunun nitelikleri | 75 |
| 4.3.3 Mevcut alışveriş merkezi geliştirmeleri ve performans değerlendirmeleri | 76 |
| 4.3.4 Potansiyel alışveriş merkezi geliştirmeleri | 78 |
| 4.4 Konut Kullanımı | 80 |
| 4.4.1 Giriş | 81 |

| | |
|--|------------|
| 4.4.2 Mevcut rezidans stoğunun nitelikleri..... | 82 |
| 4.4.3 Mevcut rezidans geliştirmelerinin performans değerlendirmeleri | 84 |
| 4.4.4 Potansiyel rezidans geliştirmeleri | 85 |
| 4.5 Kongre ve Toplantı Kullanımı | 87 |
| 4.5.1 Giriş | 88 |
| 4.5.2 Türkiye’de kongre ve toplantı turizmi..... | 90 |
| 4.5.3 İstanbul’da kongre ve toplantı turizmi | 92 |
| 4.5.4 Mevcut kongre ve sergi geliştirmeleri | 94 |
| 4.5.5 Potansiyel kongre ve toplantı geliştirmeleri | 95 |
| 4.6 Sosyo-Kültürel Kullanımı | 97 |
| 4.6.1 Giriş | 98 |
| 4.6.2 Mevcut önemli müze ve temalı eğlence geliştirmeleri | 99 |
| 4.6.3 Potansiyel müze ve temalı eğlence geliştirmeler..... | 103 |
| 5. KARMA KULLANIMLI PROJE GELİşTİRME ÖNERİSİNİN FİNANSAL AÇIDAN DEğERLENDİRİLMESİ | 107 |
| 5.1 Öneri Karma Kullanım Proje Bileşenleri | 107 |
| 5.2 Öneri Karma Kullanım Proje Geliştirme Metodu..... | 107 |
| 5.3 Nakit Akış Analizi | 108 |
| 5.3.1 Konut kullanımı..... | 108 |
| 5.3.2 Ofis kullanımı | 109 |
| 5.3.3 Perakende kullanımı..... | 110 |
| 5.3.4 Turizm kullanımı | 111 |
| 5.3.5 Proje kullanım alanlarının risk faiz oranlarının belirlenmesi | 112 |
| 5.3.6 Tüm projenin nakit akış analizi | 112 |
| 6. SONUÇ VE GENEL DEğERLENDİRME..... | 115 |
| KAYNAKLAR..... | 119 |

KISALTMALAR

| | |
|-------------|---|
| İMP | İstanbul Metropolitan Planlama |
| PWC | Pricewaterhouse Coopers |
| GSYH | Gayri Safi Yurtiçi Hasıla |
| ULI | Urban Land Institute |
| ICSC | International Council of Shopping Centers |

ÇİZELGE LİSTESİ

Sayfa

| | |
|---|-----|
| Çizelge 2.1 : Metrocity proje kimlik bilgileri (Url-1)..... | 20 |
| Çizelge 2.2 : Kanyon proje kimlik bilgileri (Url-2)..... | 22 |
| Çizelge 2.3 : Time Warner Center proje kimlik bilgileri (Url-18)..... | 24 |
| Çizelge 2.4 : Sony Center proje kimlik bilgileri (Url-3)..... | 25 |
| Çizelge 2.5 : Liverpool One projesi kimlik bilgileri (Url-38)..... | 26 |
| Çizelge 2.6 : Tokyo Midtown projesi kimlik bilgileri (Url-37)..... | 27 |
| Çizelge 2.7 : Langham place projesi kimlik bilgileri (Url-51)..... | 28 |
| Çizelge 3.1 : Yıllara göre nüfus parametreleri (Url-34)..... | 30 |
| Çizelge 3.2 : Nüfustaki gelişmeler, 1980-2007 yıllık, % (Url-34)..... | 31 |
| Çizelge 3.3 : Dönemler itibarıyla GSYH (Saygılı ve Cihan, 2008)..... | 32 |
| Çizelge 3.4 : 03-08 Ekonomi ana göstergeleri değişim oranları (DPT, TÜİK, 2008)..... | 33 |
| Çizelge 3.5 : İstanbul yıllara göre nüfus gelişimi (Url-34)..... | 34 |
| Çizelge 3.6 : Nüfustaki gelişmeler, 1980-2007 (Filiztekin, 2008)..... | 35 |
| Çizelge 3.7 : Avrupa yakası ilçeler nüfus dağılımı (Url-34)..... | 35 |
| Çizelge 3.8 : Dünya metropollerinde çalışanların sektörel dağılımı (İMP, 2007)..... | 37 |
| Çizelge 3.9 : İstanbul nüfus ve ekonomik yapı karşılaştırılması (Url-34)..... | 37 |
| Çizelge 4.1 : A ve B tipi ofis yapılarını sınıflandırma kriterleri (Colliers, 2008)..... | 48 |
| Çizelge 4.2 : Esentepe-Zincirlikuyu-Levent mevcut A ve B tipi ofis arzı..... | 51 |
| Çizelge 4.3 : Esentepe-Zincirlikuyu-Levent potansiyel ofis yatırımları..... | 55 |
| Çizelge 4.4 : Esentepe-Zincirlikuyu-Levent - A sınıfı ofislerdeki kira değerleri..... | 56 |
| Çizelge 4.5 : Türkiye ve İstanbul ziyaretçi sayıları, 2007 (Url-29)..... | 60 |
| Çizelge 4.6 : Türkiye ve İstanbul turizm gelirleri, ABD\$ (Url-29)..... | 61 |
| Çizelge 4.7 : İstanbul'da bulunan turizm belgeli tesisler (Url-29)..... | 63 |
| Çizelge 4.8 : İstanbul ortalama kalış süreleri ve doluluk oranları, 2007 (Url-29)..... | 64 |
| Çizelge 4.9 : İstanbul genelinde yer alan 5 yıldızlı oteller,2007..... | 65 |
| Çizelge 4.10 : 4 ve 5 yıldızlı otel göstergeleri, 2007 (Deloitte, 2007)..... | 66 |
| Çizelge 4.11 : En pahalı şehirler sıralaması 2007-2008 (Mercer, 2008)..... | 67 |
| Çizelge 4.12 : İstanbul 5-yıldızlı otellerin 2000-20007 performansı (Deloitte, 2007)..... | 67 |
| Çizelge 4.13 : 4 ve 5 yıldızlı otel geliştirmeleri, 2008..... | 69 |
| Çizelge 4.14 : Esentepe-Zincirlikuyu-Levent Mevcut AVM Projeleri..... | 78 |
| Çizelge 4.15 : Esentepe-Zincirlikuyu-Levent Potansiyel AVM Geliştirmeleri..... | 79 |
| Çizelge 4.16 : İnşaatı tamamlanmış rezidans projeleri satış fiyatları,..... | 84 |
| Çizelge 4.17 : İnşaatı devam eden rezidans projeleri satış fiyatları,..... | 85 |
| Çizelge 4.18 : Potansiyel rezidans geliştirmeleri..... | 86 |
| Çizelge 4.19 : Türkiye'deki Önemli Sergi ve Kongre merkezleri..... | 91 |
| Çizelge 4.20 : İstanbul Avrupa Yakası önemli sergi ve kongre merkezleri..... | 94 |
| Çizelge 4.21 : İstanbul tarihsel değere sahip yerler (Url-17)..... | 98 |
| Çizelge 4.22 : İstanbul müzeleri ziyaretçi ve gelir durumu (Url-17)..... | 98 |
| Çizelge 4.23 : İstanbul kültürel değerler(Url-17)..... | 99 |
| Çizelge 5.1 : Öneri proje fonksiyon oranları..... | 107 |
| Çizelge 5.2 : Konut kullanımı nakit akış analizi..... | 108 |
| Çizelge 5.3 : Ofis kullanımı nakit akış analizi..... | 109 |
| Çizelge 5.4 : Perakende kullanımı nakit akış analizi..... | 110 |
| Çizelge 5.5 : Turizm kullanımı nakit akış analizi..... | 111 |
| Çizelge 5.6 : Öneri projenin nakit akış analizi..... | 113 |

ŞEKİL LİSTESİ

Sayfa

| | |
|--|----|
| Şekil 2.1 : John Hancock Center, Chicago (Url-40)..... | 8 |
| Şekil 2.2 : Park Tower, Chicago (Url-41)..... | 8 |
| Şekil 2.3 : 900 North Michigan Avenue, Chicago (Url-41)..... | 9 |
| Şekil 2.4 : Water Tower Place, Chicago (Url-42)..... | 9 |
| Şekil 2.5 : Jin Mao Kulesi, Shanghai (Url-43)..... | 10 |
| Şekil 2.6 : Houston Galleria, Houston (Url-44)..... | 11 |
| Şekil 2.7 : Fashion Center, Arlington (Url-45)..... | 11 |
| Şekil 2.8 : West End City Center, Budapeşte (Url-46)..... | 12 |
| Şekil 2.9 : AOL Time Warner Center, NewYork (Url-47)..... | 12 |
| Şekil 2.10 : Mizner Park, Florida (Url-48)..... | 13 |
| Şekil 2.11 : Metrocity (Erdem, 2003)..... | 20 |
| Şekil 2.12 : Metrocity vaziyet planı, planlar ve kesit (Karabey, 2003)..... | 21 |
| Şekil 2.13 : Kanyon projesi (Url-2)..... | 22 |
| Şekil 2.14 : Kanyon projesi, planlar ve kesit (Özkan, 2006). | 23 |
| Şekil 2.15 : Time Warner Center, Newyork (Url-39)..... | 24 |
| Şekil 2.16 : Sony Center, Berlin, Almanya (Url-50)..... | 25 |
| Şekil 2.17 : Liverpool One Projesi, Liverpool, İngiltere (Url-38)..... | 26 |
| Şekil 2.18 : Midtown Projesi, Tokyo, Japonya (Url-37)..... | 27 |
| Şekil 2.19 : Langham Place, Hong Kong (Url-36)..... | 28 |
| Şekil 3.1 : Türkiye'nin konumu (Url-33)..... | 29 |
| Şekil 3.2 : Dünya nüfus artış hızları, 2008 (Url-35)..... | 30 |
| Şekil 3.3 : Dünya ülkeler ekonomi büyüme hızları, 2008 (Url-35)..... | 32 |
| Şekil 3.4 : İstanbul'un konumu (Url-33)..... | 34 |
| Şekil 3.5 : Büyükdere Caddesi Zincirlikuyu-Levent (Url-33)..... | 38 |
| Şekil 3.6 : Büyükdere Caddesi boğazdan görünüşü (Url-17)..... | 39 |
| Şekil 3.7 : Büyükdere Caddesi (Url-32)..... | 40 |
| Şekil 3.8 : Hava fotoğrafı Büyükdere Caddesi 1946 (Url-31)..... | 41 |
| Şekil 3.9 : Hava Fotoğrafı Büyükdere Caddesi 1966 (Url-31)..... | 42 |
| Şekil 3.10 : Hava Fotoğrafı Büyükdere Caddesi 1982 (Url-31)..... | 43 |
| Şekil 3.11 : Hava Fotoğrafı Büyükdere Caddesi 2005 (Url-31)..... | 44 |
| Şekil 4.1 : İstanbul ofis bölgeleri sınırları. (Colliers, 2008)..... | 47 |
| Şekil 4.2 : İstanbul genel boşluk oranları A sınıfı ofis binaları (Colliers, 2008)..... | 49 |
| Şekil 4.3 : İstanbul ortalama boşluk oranları A sınıfı ofis binaları (Colliers, 2008)..... | 49 |
| Şekil 4.4 : İstanbul genel boşluk oranları B sınıfı ofis binaları (Colliers, 2008)..... | 50 |
| Şekil 4.5 : İstanbul ortalama boşluk oranları B sınıfı ofis binaları (Colliers, 2008)..... | 50 |
| Şekil 4.6 : İstanbul istenen kira rakamları A sınıfı \$/m ² /Ay (Colliers, 2008)..... | 52 |
| Şekil 4.7 : İstanbul istenen kira rakamları A sınıfı ofis \$/m ² /Ay (Colliers, 2008)..... | 52 |
| Şekil 4.8 : İstanbul istenen kira rakamları B sınıfı \$/m ² /Ay (Colliers, 2008)..... | 53 |
| Şekil 4.9 : İstanbul istenen kira rakamları B sınıfı \$/m ² /Ay (Colliers, 2008)..... | 53 |
| Şekil 4.10 : İstanbul istenen kira rakamları A-B sınıfı ofis \$/m ² /Ay (Colliers, 2008)..... | 54 |
| Şekil 4.11 : En yüksek/ düşük istenen kira rakamları \$/m ² /Ay (Colliers, 2008)..... | 54 |
| Şekil 4.12 : En yüksek /düşük istenen kira rakamları \$/m ² /Ay (Colliers, 2008)..... | 55 |
| Şekil 4.13 : 2001 - 2008 A sınıfı boşluk ve kira rakamları (Colliers, 2008)..... | 56 |
| Şekil 4.14 : Gelen yabancı turist sayısı ilk 10 ülke, 2007 (Url-29)..... | 59 |
| Şekil 4.15 : Turizm geliri ilk 10 ülke, 2007 (Url-29)..... | 60 |
| Şekil 4.16 : 2000 - 2007 Gelen ziyaretçi İstanbul'un payı (Url-29)..... | 60 |

| | |
|--|-----|
| Şekil 4.17 : İstanbul park F1 yarışı Kurtköy ,2005 (Url-30)..... | 61 |
| Şekil 4.18 : 2000 - 2007 Turizm gelirleri İstanbul'un payı (Url-29)..... | 62 |
| Şekil 4.19 : Tesis, oda ve yatak dağılımı (Url-29)..... | 63 |
| Şekil 4.20 : İstanbul genelinde 5 yıldızlı otellerin ilçelere göre dağılımı ,2008 | 66 |
| Şekil 4.21 : 2000-2007 İstanbul 5-yıldızlı otellerin performansı (Deloitte, 2007) | 68 |
| Şekil 4.22 : İstanbul avrupa yakası'ndaki potansiyel 4 ve 5 yıldızlı oteller, 2008 | 70 |
| Şekil 4.23 : Ortaköy camii ve boğaziçi köprüsü (Url-28)..... | 71 |
| Şekil 4.24 : Türk perakende sektörünün büyüklüğü (AMPD, 2008)..... | 74 |
| Şekil 4.25 : 10 yıllık dönemlerde açılan AVM sayıları (AMPD, 2008)..... | 75 |
| Şekil 4.26 : Alışveriş merkezlerinin dağılımları,2008 (AMPD, 2008) | 75 |
| Şekil 4.27 : Ülkelere göre kiralanabilir alan dağılımı (AMPD, 2008)..... | 76 |
| Şekil 4.28 : İllere göre kiralanabilir alan dağılımı (JLL, 2008)..... | 77 |
| Şekil 4.29 : İstinye park alışveriş merkezi (Url-27) | 77 |
| Şekil 4.30 : Zorlu Center alışveriş merkezi (Url-18)..... | 79 |
| Şekil 4.31 : Levent loft projesi, Büyüdere caddesi (Url-26)..... | 82 |
| Şekil 4.32 : Mashattan rezidans projesi (Url-9)..... | 85 |
| Şekil 4.33 : Nato toplantısı 2004, İstanbul (Url-23)..... | 93 |
| Şekil 4.34 : İstanbul Lütfi Kırdar Kongre ve Sergi Sarayı (Url-20) | 95 |
| Şekil 4.35 : İstanbul kültür ve sanat merkezi maketi, maslak (Url-18) | 96 |
| Şekil 4.36 : ORA İstanbul Kentsel Eğlence Merkezi (Url-11)..... | 96 |
| Şekil 4.37 : Şişli Belediyesi Bilim Merkezi | 101 |
| Şekil 4.38 : Nemrut Dağı Kalıntıları, Miniatürk (Url-14) | 102 |
| Şekil 4.39 : Atlantis Eğlence Merkezi (Url-12) | 103 |
| Şekil 4.40 : ORA İstanbul Çocuk Eğlence Parkı (Url-11)..... | 104 |
| Şekil 4.41 : İstanbul Akvaryumu inşaatı, Florya (Url-10) | 105 |
| Şekil 4.42 : İstanbul Akvaryumu Perspektif (Url-10)..... | 105 |

İSTANBUL ZİNCİRLİKUYU-LEVENT GAYRİMENKUL PAZAR ANALİZİ BÜYÜKDERE CADDESİ ÜZERİNDE KARMA KULLANIMLI PROJE ÖNERİSİNİN FONKSİYONEL ve FİNANSAL AÇIDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

ÖZET

Karma kullanımlı proje geliştirme, özellikle büyük şehirlerde, kentleşme sürecinde yeni bir önem kazanmıştır. Kentleşme kavramı karma kullanımlı projeleri destekleyecek yönde gelişmektedir. Metropoliten kentlerde, daha çok şehir merkezlerinde proje geliştirebilmek için boş arazi bulunamamakta ve arazi sıkıntısı çekilmektedir. Özellikle İstanbul gibi imara açık arazi problemi olan kentlerde bu sıkıntı daha büyük bir sorun olarak ortaya çıkmaktadır. Bu soruna en iyi çözüm arazileri optimum şekilde değerlendirmektir, bu değerlendirme şeklinin en iyi yolu da karma kullanımlı proje üretmektir. Karma kullanımlı projeler, farklı kullanımlar neticesinde bir çok talebe karşılık verebilmektedirler. Karma kullanım projelerinin temelinin; perakende, ofis ve konut kullanımları oluşturmakta, yan bileşenlerini de turizm, sosyo-kültürel kullanım ile kongre-toplantı kullanımları oluşturmaktadır. Bu kullanımlarla kullanıcılarına bir arada farklı deneyimler sunan karma kullanımlı projeler; kentlerde daha yaşanabilir mekanlar yaratmak, düzensiz yayılmayı azaltmak ve dengeli bir şekilde gelişme sağlamak için günümüzde en akılcı çözüm olarak öne çıkmaktadır.

Bu çerçevede, 2000'li yıllarda Büyükdere Caddesi üzerinde birbiri ardına geliştirilen karma kullanımlı projelerin, kullanım bileşenlerinin İstanbul gayrimenkul pazarı kapsamında mevcut durumları, performansları ve potansiyel geliştirmeleri incelenmiş, mevcut piyasa verileri doğrultusunda yeni bir karma kullanımlı proje önerilmiş, bu projenin fonksiyonel ve finansal açıdan değerlendirilmesi amaçlanmıştır.

Bu amaç doğrultusunda, derlenen bilgiler ve piyasa verileri ışığında öneri proje için proje karması oluşturulmuş; ofis, konut, turizm ve perakende kullanımları için fizibilite çalışması yapılmıştır. Büyükdere Caddesi'nde karma kullanımlı gayrimenkul projesi için arsa pazar değeri ve geliştirici primini içeren toplam net karı belirleme yöntemi önerilmiştir.

THE FUNCTIONAL AND FINANCIAL ASSESSMENT OF İSTANBUL ZİNCİRLİKUYU-LEVENT REAL ESTATE MARKET ANALYSIS MIXED USE PROJECT DEVELOPMENT

SUMMARY

Mixed use project development has gained importance in urbanization process, particularly in big cities. Urbanization concept has been developing towards support for mixed use projects. However, finding available land has always been a significant problem in project development process especially at the central areas of metropolitan cities. The problem is quite visible in cities which suffers from the problem of legally developed land, such as Istanbul. The best solution to that problem is using the available land in its optimum way, and it can be realized by providing mixed use projects. In fact, mixed use projects meet various demands due to their different functional opportunities. The basic components of mixed use projects are retail, office uses and housing uses, while the secondary components are tourism, sociocultural uses, and business-related uses. Nowadays, mixed use projects provide different experiences to their users by providing such differentiated functional opportunities, while assuring the most rational ways to create more liveable spaces, to minimize the disordered urban sprawl, and to maintain a sustainable development.

With regard to this, mixed use projects that were developed consecutively in 2000s in Büyükdere Caddesi have been analyzed due to the current situation of their usage components within the Istanbul's real estate market, their performance and potential developments. Moreover, a new mixed use project has been suggested regarding the existing market facts, and it was aimed to provide the functional and financial assessment of that suggested project.

Considering that aim, a project combination has been created through the compiled information and market facts for the suggested project, and a feasibility analysis has been done for office, housing, tourism and retail uses. Finally, a net profit determination method which covers market price of the land and premium of the developer has been suggested for the mixed use project in Büyükdere Caddesi.

1. GİRİŞ

Son yıllarda, tüm dünyada iyileştirme ve yeniden geliştirme planlarının artan önemiyle beraber, kent merkezi ve çeperlerde yeniden canlandırmaya ihtiyaç duyulmaktadır. Şehir merkezlerinde yeniden yapılandırma ve farklılaştırma ihtiyacı, karma kullanımlı proje geliştirmenin nedenlerinden birisi olmuştur.

Karma kullanımlı proje geliştirme aslında şehir planlamada farklı bir arazi kullanım çeşididir. Karma kullanımlı proje geliştirme kavramı yeni şehircilik hareketi ve akıllı büyüme olarak da nitelendirilmektedir. Şehir planlama ve kentsel tasarım için önemi büyük olan karma kullanımlı projeler şehirlerde farklı bir algı yaratmakta, yeni merkezler ortaya çıkarmakta veya mevcut olan merkezleri kaydırmada çok etkili bir araç olarak görülmektedir. Ortaya çıkan bu akıllı büyüme hareketi; ekonomi, toplum ve çevre arasındaki dengeyi sağlamaktadır. Kentlerde düzensiz büyümeyi ve karmaşık yayılmayı önlemek, daha yaşanabilir ortamlar yaratmak ve dengeli bir gelişme sağlamak için mimarlar, şehir plancıları, kentsel tasarımcılar, yerel yönetimler, proje geliştiriciler ve toplum tarafından desteklenen bir geliştirme türüdür.

Karma kullanımlı proje geliştirme, özellikle yüksek yoğunluklu konut ve ticaret alanlarının ve daha da önemlisi merkezi ticaret alanlarının geliştirilmesi için bir fırsattır ve daha çok bu bölgelerde yapılması tercih edilmektedir. Karma kullanımlı proje geliştirme, hem estetik hem de fonksiyonel kentsel mekanlar yaratmak olarak da görülmektedir. Bir çok kentsel çevrede özellikle banliyölerde mekan duygusu ve sahiplik hissi yoktur, çünkü bu yerlerde insanları toplayacak bir araya gelmelerini sağlayacak merkezler veya odak noktaları bulunmamaktadır. Karma kullanımlı proje geliştirme; mekan hissi olmayan, insanların benimseyemediği yerleri ve bu tip problemleri çözmek için bir araç olarak görülmektedir. Ayrıca, artan trafik yoğunluğu ve hava kirliliği de karma kullanımlı projelerin yapılması ve insanların bu mekanları tercih etmesi için önemli bir sebeptir.

Günümüzde, karma kullanımlı proje geliştirme sektörü bir çok fırsata sahiptir. Karma kullanımlı proje geliştirme olgusu finansal açıdan yüksek potansiyel kazanamadan ve kentsel çevreye pozitif bir katkı sağlamadan önce, çeşitli problemler algılanmalı, farkedilmeli ve üstesinden gelinmelidir. Bu problemler çözüldükten sonra, karma kullanımlı proje fırsatları değerlendirilmeli ve bu projeler teşvik edilmelidir.

1.1 Çalışmanın Amacı

Kentsel çevre tasarlanırken, hedef insanların yaşam kalitesini yükseltmektir. Ancak, genelde bu hedefe ulaşılmaya çalışılırken kentleşme sürecinde sorunlar ortaya çıkmaktadır. Metropoliten kentlerde, daha çok şehir merkezlerinde proje geliştirebilmek için boş arazi bulunamamakta ve arazi sıkıntısı çekilmektedir. Ayrıca günümüzde büyük şehirlerde de küçük şehirlerde de konutların ve ticaret alanlarının içiçe olması gerektiği düşünülmektedir, böylece mekan hissi ve aidiyet duygusunu veren yaşanabilir çevrelerin sayısını arttırmak planlanmaktadır. Karma kullanımlı yapılar; insanlara barınma, çalışma, ve yeme-içme mekanları arasında kısa yürüyüş olanakları sunmakta, trafik sıkışıklığından insanları kurtarmakta bu sebeple yaşam kalitesini yükseltmektedir.

Karma kullanımlı projeler, farklı proje bileşenleriyle insanların pek çok isteğini ve ihtiyacını karşılamaktadır. Bu bileşenlerin bir arada olması sinerji yaratmakta, birbirlerinden pozitif yönde etkilenmekte, şehir planlamaya farklı bir kullanım türü katmakta, insanların hayatını kolaylaştırmaktadır. Karma kullanım projelerinin temelini; perakende, ofis ve konut kullanımları oluşturmakta, yan bileşenlerini de turizm, sosyo-kültürel kullanım ile kongre-toplantı kullanımları oluşturmaktadır. Bu kullanımlarla kullanıcılarına bir arada farklı deneyimler sunan karma kullanımlı projeler; kentlerde daha yaşanabilir mekanlar yaratmak, düzensiz yayılmayı azaltmak ve dengeli bir şekilde gelişme sağlamak için günümüzde en akılcı çözüm olarak öne çıkmaktadır.

Bu çalışmadaki amaç; 2000'li yıllarda Büyükdere caddesi üzerinde birbiri ardına geliştirilen karma kullanımlı projelerin, kullanım bileşenlerinin İstanbul gayrimenkul pazarı kapsamında mevcut durumları, performansları ve potansiyel geliştirmelerinin incelenmesi, mevcut piyasa verileri doğrultusunda yeni bir karma kullanımlı proje önerilmesi, bu projenin fonksiyonel ve finansal açıdan değerlendirilmesidir.

Bu amaç doğrultusunda, derlenen bilgiler ve piyasa verileri ışığında öneri proje için proje karması oluşturulmakta; ofis, konut, turizm ve perakende kullanımları için fizibilite çalışması yapılmaktadır. Büyükdere Caddesi'nde karma kullanımlı gayrimenkul projesi için arsa pazar değeri ve geliştirici primini içeren toplam net karı belirleme yöntemi önerilmektedir.

1.2 Çalışmanın Kapsamı

Temelde beş ana bölümden oluşan çalışmanın ilk bölümünde; konuya giriş yapılarak, tezin amacı, hedefleri ve çalışmada izlenen yöntem belirtilmiştir.

İkinci bölümde; karma kullanımlı gayrimenkul proje kavramı incelenmiş ve karma kullanımlı gayrimenkul projelerinin fiziksel ve strüktürel biçimleri ele alınmıştır. Bu doğrultuda; karma kullanımlı kuleler, bütünleşik çok kuleli yapılar, karma kullanımlı şehir merkezleri ve bölgeler anlatılmıştır. Bu anlatımın ardından karma kullanımlı gayrimenkul proje geliştirme tercih etme faktörlerine değinilmiştir; ilk olarak ekonomik ve finansal trendler, ikinci olarak politik, sosyal ve hukuksal trendler, en son olarak da varlık ve tasarım trendleri açıklanmıştır. Daha sonra, karma kullanımlı gayrimenkul proje geliştirmede problemler ve fırsatlar irdelenmiştir. Son olarak da dünyadan karma kullanımlı proje örnekleri sunulmuştur.

Üçüncü bölümde; bölgesel ve yerel veriler genel olarak değerlendirilmiştir. Öncelikle Türkiye ele alınmış; bu doğrultuda Türkiye'nin konumu, demografik özellikleri ve ekonomisi hakkında bilgi verilmiştir. Daha sonra İstanbul ele alınmış; İstanbul'un konumu, demografisi ve ekonomisi anlatılmıştır. Bundan sonra, Merkezi İş Alanı Esentepe, Zincirlikuyu, Levent, Büyükdere Caddesi incelenmiş ardından da Esentepe, Zincirlikuyu, Levent, Büyükdere Caddesinin tarihsel süreci değerlendirilmiştir.

Dördüncü bölümde; karma kullanımlı proje bileşenleri tek tek incelenmiş ve İstanbul gayrimenkul pazar analizi yapılmıştır. Karma kullanımlı proje bileşenlerinden sırasıyla ofis, otel, perakende, konut, kongre ve toplantı ile sosyo-kültürel kullanım anlatılmıştır. Bu doğrultuda; her birisi için mevcut kullanım stoğunun nitelikleri ve boşluk oranları, mevcut kullanım geliştirmeleri ve performans değerlendirmeleri ve potansiyel kullanım geliştirmeleri ele alınmıştır. Kongre ve toplantı kullanımında bunlara ek olarak Türkiye ve İstanbul'daki kongre ve toplantı turizmine değinilmiştir.

Beşinci bölümde; karma kullanımlı proje geliştirme önerisinin finansal açıdan değerlendirmesi yapılmıştır. Öncelikli olarak, öneri karma kullanım proje bileşenleri anlatılmış, bunun ardından öneri karma kullanım proje geliştirme metodu sunulmuştur. Bu metod sunulduktan sonra, nakit akış analizi yapılmıştır. Bu analizde; konut, ofis perakende ve turizm kullanımı yer almaktadır. Son olarak da tüm projenin nakit akış analizi yapılmıştır. En son bölümde, tüm çalışmayı kapsayan genel bir değerlendirme sunulmuştur.

1.3 Çalışmada İzlenen Yöntem

Karma kullanımlı proje geliştirme kavramı üzerine kurulu olan ve karma kullanımlı proje geliştirme önerisinin finansal açıdan değerlendirilmesi yapılan bu çalışma 4 ana koldan ele alınmıştır.

İlk olarak, bir literatür taraması ile bu konuda Dünya'da ve Türkiye'de yapılan çalışmalar incelenmiş ve bu konuyla ilgili genel bilgiler derlenmiştir. Elde edilen bilgiler sistematik bir biçimde düzenlenmiştir. Çalışmada ortaya konan ölçütler bunların sonucunda elde edilmiştir. İkinci olarak ise, karma kullanım projelerinin bileşenlerine ait danışmanlık firmalarının güncel raporlarına ulaşıp bu bilgiler derlenmiştir. Üçüncü olarak fiyat araştırması yapılmış ve birebir görüşmelerde bulunmuş gayrimenkul pazarının ürünlerine ait gerçek değerlere ulaşılmaya çalışılmıştır. Dördüncü ve son olarak ise diğer yöntemlerdeki bilgiler ve veriler ışığında öneri proje için proje karması oluşturulmuş; ofis, konut, turizm ve perakende kullanımları için fizibilite çalışması yapılmıştır. Büyükdere Caddesi'nde karma kullanımlı gayrimenkul projesi için arsa pazar değeri ve geliştirici primini içeren toplam net karı belirleme yöntemi önerilmiştir.

Bu yöntem önerisinde öncelikle oluşturulacak proje karması için bazı oranlar belirlenmiştir. Bölgedeki üst gelir grubuna yönelik lüks konut projelere olan talebin doygunluğa ulaşması nedeniyle konut kullanımının öneri proje içindeki oranı %25 alınmıştır. Satış metrekare fiyatı ise 9000 \$/m² olarak kabul edilmiştir. Bölgenin MİA içinde yer alması, çevre yolu ve köprülere kolay ulaşımın sağlanması, toplu taşıma araçları ile erişim kolaylığı, bölgedeki ofis doluluk oranlarının ve talebin artması nedenleriyle öneri proje içindeki A sınıfı ofis kullanımı %35 olarak alınmıştır. Kira metrekare fiyatı ise 40 \$/m²/ay olarak kabul edilmiştir. Bölgede alışveriş merkezlerinin birbiri ardına açılması ve hedef kitlelerinin aynı gruba hitap etmesi nedeniyle arz fazlalığı olduğu bir gerçektir. Doğru konsept, doğru kitlenin ve doğru mağaza karması hedeflenmesi şartıyla öneri proje içindeki perakende kullanımı %20 olarak alınmıştır. Kira metrekare fiyatı ise 70 \$/m²/ay olarak kabul edilmiştir. Son yıllarda İstanbul otellerinin getiri seviyesi birçok Avrupa şehrinden daha fazla olduğu bilinmektedir. Bölgede iş otelleri açısından arz eksikliği mevcuttur, bu sebeple öneri proje içindeki otel kullanımı %20 olarak alınmıştır.

Uluslar arası kabul gören nakit akış projeksiyonu için piyasa verileri ışığında her bir kullanım için iskonto oranları hesaplanmış ve öneri karma kullanım projesi için arsa pazar değeri ve geliştirici primini içeren toplam net karı belirleme yöntemi ortaya konulmuştur.

2. KARMA KULLANIMLI GAYRİMENKUL PROJE GELİŞTİRME

2.1 Karma Kullanımlı Gayrimenkul Proje Kavramı

Karma kullanımlı gayrimenkul proje geliştirme, yeni bir arazi kullanım yoludur. Karma kullanım, özellikle büyük şehirlerde, mega-projeler şeklinde yeni bir önem kazanmıştır. Kentleşme bütün dünyada sürerken, yatırımlardan ve gayrimenkulün inşaatından mümkün olan en fazla faydayı alacak şekilde yapılaşmak için kıt olan alanlarda optimum şekilde yapılaşma gereği vardır. Bu tüm kentsel alanlar için geçerli olsa da başta İstanbul olmak üzere, imara açık arazi eksikliği çeken tüm büyük şehirler için daha büyük bir sorundur (Url-8).

Karma kullanımlı projelerde, farklı bileşenler tek bir mekânın, ofis alanı, eğlence ve yerleşim gibi pek çok talebe karşılık vermesine olanak sağlayarak, bu abartılı isteğe tam olarak cevap vermektedirler. Karma kullanımlı projeler, artık inşaat çevrelerinde bir eğilim olarak değil, şehirlerdeki aşırı büyüme nedeniyle sürdürülebilir inşaat için mantıklı bir yaklaşım olarak görülmektedir. Bu çok kullanımlı merkezler, yaşayabilirliklerini ve önemlerini, birbiri ardına tüm dünya piyasalarında kanıtlamışlardır (Url-8).

Karma kullanımlı proje geliştirme kavramının ilk orijinal tanımı 1976'da yapılmıştır ve o tanım hala geçerliliğini korumaktadır. Bu tanıma göre karma kullanımlı proje geliştirme;

İyi planlanmış, karşılıklı olarak birbirlerini destekleyen, üç veya daha fazla belirgin gelir getiren; perakende / eğlence, ofis, konut, otel, şehir ile ilgili / kültürel / rekreasyon alanlar gibi kullanımların geliştirilmesi,

Kesintisiz ve aralıksız yaya bağlantıları içeren, birbirinden kopmayan ve yoğun araz kullanımı sağlayan, proje bileşenlerinin belirgin bir şekilde fiziksel ve fonksiyonel olarak bütünleştiği kullanımların geliştirilmesi,

Tutarlı bir plan ile çeşit, ölçek, yoğunluk vb. gibi unsurların uyumunun sağlandığı projelerin geliştirilmesi olarak üç şekilde açıklanmaktadır (Schwanke ve diğ., 2005).

Tartışmasız tüm karma kullanımlı gayrimenkul projeleri başlangıçta basit ve net bir açıklamayla tanımlanmaktadır, formatı ve unsurları da nettir. Ancak, bu projelerin bütünüyle kompleks olması tanımların basitliğini reddetmektedir. Ayrıca bu tanımlar

zorlaştıran bir başka durum da projelerin gün gün değişme ve gelişme göstermesidir. 2006 yılında ICSC, BOMA International, NAIOP ve NMHC karma kullanımlı gayrimenkul projelerinin bileşenlerini belirleyebilmek için ortaklaşa olarak üyelerin tümünü incelemişlerdir (ICSC, 2007).

Bunun sonucunda karma kullanımlı proje; perakende, ofis, konut, otel, rekreasyon ve diğer fonksiyonların çeşitli kombinasyonlarının entegrasyonu ile planlanan bir gayrimenkul projesidir. Yayalara yöneliktir ve yaşam / iş / oyun çevresinin öğelerini içermektedir. Karma kullanımlı projeler; alan kullanımını maksimuma çıkarmakta olup, hertürlü konfora ve mimari ifadeye sahiptir ve bunların yanında trafik ile gelişmiş güzel yayılmayı en aza indirmeye yöneliktir (ICSC, 2007).

Bazı proje geliştiriciler, karma kullanım projelerine sürekli bir kullanım çeşidinin eklenmesi riskini taşımakta olduğundan, olası bir kayıptan kendilerini korumak için uyarılmakta ve eklenen her yeni kullanım başarısızlığa yol açan nedenlerden birisi olarak sayılabilmektedir. Bu şekilde olsa bile, karma kullanım projeleri ve bileşenleri sürekli değişmektedir. Karma kullanım projelerinin temelini; perakende, ofis ve konut oluşturmaktadır yalnız bunların önem sıralaması da değişmektedir. Diğer bileşenler ise; otel, kültürel tesisler ve açık alanlardır ve bunlar git gide ön plana geçmektedir. Otoparklar ise yeni ve farklı şekillerde konumlanmaktadır (ICSC, 2007).

Karma kullanımlı projeler bazı durumlarda farklı şekillerde geliştirilebilir; bir bina ya da birkaç binadan oluşabilir. Günümüzde genellikle yaygın olarak yapılan karma kullanım projeleri, tek binadan oluştuğunda şu şekilde olmaktadır; giriş katında perakende, orta katlarda ofisler, üst katlarda konutlar ve yaraltında otoparklar yer almaktadır (Miles ve diğ., 2007).

Yerel yönetimler, karma kullanımlı gayrimenkul projelerinin güçlü olmasının sebebinin esnek olmasından kaynaklandığını ve plancılara spesifik ihtiyaçlara göre bir bölgeyi veya bir şehri şekillendirme olanağı verdiğini ortaya koymaktadırlar (Kirk, 2008).

Ayrıca günümüzde, büyük şehirlerde de küçük şehirlerde de konutların ve ticaret alanlarının içiçe olması gerektiği düşünülmektedir, böylece mekan hissi ve aidiyet duygusunu veren yaşanabilir çevrelerin sayısı gelecekte artacaktır. Karma kullanımlı yapılar; insanlara iş, alışveriş, restoran ve eğlence arasında kısa yürüyüş olanakları sunmakta, trafik sıkışıklığından insanları kurtarmakta bu sebeple yaşam kalitesini artırmaktadır. Karma kullanım konseptinin esnekliği sayesinde farklı ihtiyaçlara yer verilmekte ve önceden belirlenmiş bir veya çok çeşitli amaçlar hedeflenen planın dahilinde gerçekleştirilebilmektedir (Kirk, 2008).

Amerika gibi konut fiyatlarının fırladığı pazarlarda, karma kullanımlı projeler uygun fiyatlı konut üretimini teşvik etmek için bir yoldur. Özellikle, ticaret ve konut bir arada yapılırsa orta gelirli konutlar daha karlı olmaktadır (Kirk, 2008).

Karma kullanımlı projeleri konumlandırmak ve yaşamı beklentilere göre şekillendirmeyi garanti etmek için, şehirlerdeki kurallar değişmektedir. Karma kullanımlı yapıları şehirlere adapte edebilmek için; ticaret alanlarında konut alanlarının da bulunması mantığını kabul etmek, bunun için de özel planlar ve tasarım standartları yaratarak bir geliştirme klavuzu oluşturmak, arazi kullanımlarını saptamak, projelerin çeşidini ve görünümünü belirlemek gerekmektedir. Özel bir plan bir şehrin o bölge için olan vizyonunu belirlemektedir. O bölgeyi ayırmaktadır, örneğin; kültür ve eğlence tesisleri için belirli bir tip, yükseklik vb. gibi başka özellikler ortaya konmaktadır. Tasarım standartları aynı zamanda mimari detayları da belirlemektedir, fakat genellikle proje tasarımı, yüksek binalarda üst katların alt katlara nazaran daha geriden inşa edilmesi, dükkanların caddelerle olan ilişkisi, otoparkların çeşit ve lokasyonu gibi bazı özel detaylar için klavuz olarak görülmektedir (Kirk, 2008).

2.1.1 Karma kullanımlı gayrimenkul projelerinin fiziksel ve strüktürel biçimleri

Karma kullanımlı projeler farklı işlevler, boyutlar ve biçimler içerse de bazı temel fiziksel ve strüktürel modeller bu yapıların tanımlanmasına ve anlaşılmasına yardımcı olmaktadır. Karma kullanımlı projelerin fiziksel yapısı genellikle;

- Karma kullanımlı kuleler,
- Bütünleşik çok kuleli yapılar,
- Karma kullanımlı şehir merkezleri ve bölgeler

olarak üç genel kategoride gruplanabilmektedir. Bu türler, üç konseptinde karma kullanımlı kulelerin en yüksek yoğunluklu ve karma kullanımlı şehir merkezleri, uydu kentler ve bölgelerin de en düşük yoğunluklu olduğu devamlı ve aralıksız bir bütün, sürekli dizi olduğunu göstermektedir (Schwanke ve diğ., 2005).

- Karma kullanımlı kuleler

Karma kullanımlı bir kule tek yapıdır. Dikkate değer bir kütlesi, hacmi ve yüksekliği vardır. Kullanımları da esasen dikey olarak sıralanmaktadır. Birçok varyasyonu mümkündür. Basit bir karma kullanımlı kule üç veya daha fazla kattan oluşmaktadır. Chicago'daki John Hancock Center karma kullanımlı kulelerin en eski ve en

başarılı örneklerindendir; tabanda perakende, bunun üzerinde ofis, ofis üzerinde ise konut bulunmaktadır (Schwanke ve diğ., 2005).



Şekil 2.1 : John Hancock Center, Chicago (Url-40)

Chicago'daki Park Tower da bu tip karma kullanımlı kulelerin başka bir örneğidir. Bir kulede perakende üzerinde otel ve konut kullanımı yer almaktadır (Schwanke ve diğ., 2005).



Şekil 2.2 : Park Tower, Chicago (Url-41)

Diğer bir karma kullanımlı kule versiyonu da geniş taban yapısından yükselen kulelerdir. Örneğin 900 North Michigan Avenue'de yukarıdan aşağı konutlar (tüm kat sahipleri ayrıdır), otel, ofis ve geniş tabanda da perakende alanı ve otopark alanı bulunmaktadır (Schwanke ve diğ., 2005).



Şekil 2.3 : 900 North Michigan Avenue, Chicago (Url-41)

Buna benzer olarak Chicago'daki Water Tower Place; geniş 10 katlı taban yapısını içermektedir. Bu yapıda; perakende, eğlence, ofis bir arada bulunmaktadır. Bunların üzerinde ise 74 katlı kule yükselmektedir. Bu kulede, otel ve konutlar bulunmaktadır (Schwanke ve diğ., 2005).



Şekil 2.4 : Water Tower Place, Chicago (Url-42)

Karma kullanımlı kulelerin üçüncü versiyonu ise; alçak katlı bir yapıya yüksek katlı bir kulenin iliştirilmesiyle oluşturulan yapıdır. Shanghai'daki Jin Mao Kulesi bunun en güzel örneklerinden biridir. Bu yapı ofisin üzerine yerleştirilmiş bir otel ve bunlara bitişik çok katlı bir perakende alanından oluşmaktadır (Schwanke ve diğ., 2005).



Şekil 2.5 : Jin Mao Kulesi, Shanghai (Url-43)

Bunun gibi diğer bir örnek ise, Miami'de yer alan 35 katlı Espirito Santo Plaza'dır. Bu yapıda da; ofis, otel ve konut tek bir yapıda barınmakta ve tabanında da bankalar yer almaktadır. Bankanın ofis bölümleri alt katlarda bulunmaktadır, geniş çok katlı tabanı kaplamaktadır. Konut ve otel alanları ofis katının üstünde yer almaktadır. Ayrı bir 11 katlı otopark bölümü tüm alanın doğu ucunda bulunmakta ve çatı bahçesi ile havuz ve tenis kortu içeren spor merkezini de bünyesinde bulundurmaktadır (Schwanke ve diğ., 2005).

Karma kullanım yapılarının en belirgin ayırıcı özellikleri arasında; proje kütlelerinin tek bir yapıya birleştirilmesidir. Böylece, bu görünüş göze çarpan bir fiziksel profil ve heyecan verici bir proje kimliği ortaya koymaktadır. Bunun da projeye olan en büyük faydası iyi bir şekilde pazarlanmasıdır. Örneğin Jin Mao Kulesi ve John Hancock Center dünyadaki en yüksek kuleler arasındadır ve diğerlerine göre çok daha fazla dikkat çekmektedir. Bunların en büyük dezavantajları ise açık kamusal alan yaratma zorluğudur.

- Bütünleşik çoklu kule yapıları

Bütünleşik çoklu kule veya çoklu bileşenli yapılar; avlu, hol, alışveriş kompleksi, yer altı otoparkı gibi bütün proje bileşenleriyle alt katlarda ortak bir tabanda birleşen ve mimari yönden birbirine bağlanan tek yapılardan ve kulelerden oluşmaktadır. Bunlar

tipik olarak merkezi iş alanlarında ve yüksek yoğunluklu banliyölerde özellikle banliyö merkezlerinde görülmektedir. Houston'daki Houston Galleria ve Boston'daki Copley Place bu tip kule yapılarına verilecek klasik örneklerdendir (Schwanke ve diğ., 2005).



Şekil 2.6 : Houston Galleria, Houston (Url-44)

Bu bütünleşik çoklu kule yapılarının bir çok varyasyonu mümkündür. Arlington'daki Pentagon şehrinde bulunan Fashion Center çok katlı bir alışveriş merkezi ve iki büyük mağazayı içermekte ve bu yapılar bir ofis binasına, bir otele ve çok katlı bir otopark yapısına, ayrıca bunlardan ayrı bulunan bir apartmana direk bir yapısal bağlantıyla bağlanmaktadır (Schwanke ve diğ., 2005).



Şekil 2.7 : Fashion Center, Arlington (Url-45)

Buna benzer bir şekilde, Budapeşte’de WestEnd City Center’daki ofis ve otel yapıları tabanda yer alan ve bir tarafında otopark yapısı bulunan bir perakende alanı ile birleşmektedir (Schwanke ve diğ., 2005).



Şekil 2.8 : West End City Center, Budapeşte (Url-46)

Bazı durumlarda; binalar ortak bir platformdan yükselmektedir veya otopark, servis alanları ve perakende tesislerini içeren çok katlı yüksek platformlardan yükselmektedir. Örnek olarak, Potsdamer Meydanında bulunan Sony Center sekiz adet bina içermektedir. Bu yapının, tabandaki tüm alana hizmet eden alt kat servis alanı ve otopark alanı üzerinde bu sekiz bina yer almaktadır (Schwanke ve diğ., 2005).

Newyork’daki AOL Time Warner Center bu tarz yapıların başka bir varyasyonudur. Bu yapıda iki karma kullanımlı kule bulunmaktadır. Bu kuleler çok katlı taban yapılarından yükselmektedir. Taban yapıları, iki yer altı katını ve yer altı üzerinde 10 katlı perakende, ofis ve kültürel tesisleri içermektedir. Her iki kulede de; konutlar, ofis ve otel bulunmaktadır (Schwanke ve diğ., 2005).



Şekil 2.9 : AOL Time Warner Center, NewYork (Url-47)

- Karma kullanımlı şehir merkezleri ve bölgeler

Bu tarz yapılar; yolların, caddelerin, parkların, meydanların etrafında organize olmaktadır. Tek bir yapıdan çok şehirselle bölge niteliğindedirler. Genellikle, perakende üzerinde ofis veya konut gibi küme halindeki kullanımları içermektedirler, çoğu zaman alçak veya orta katlı yapılardır ve baskın bir şekilde tek tek binaların yol kenarlarında, meydanların etrafında veya açık alanlarda konumlanmasıyla oluşmaktadır. Bu tip kullanımlar git gide daha fazla yaygınlaşmakta ve insanlar tarafından diğer karma kullanımlı projelere göre daha çok tercih edilmektedir. Florida'da bulunan Boca Raton'daki Mizner Park 1990'da açılmıştır, karma kullanımlı şehir merkezlerinin en eski örneklerinden biridir (Schwanke ve diğ., 2005).



Şekil 2.10 : Mizner Park, Florida (Url-48)

Şehir merkezinde oluşan bu karma kullanımlı yapı ana yol boyunca uzanan iki blok, perakende alanı, caddenin ortasında fıskiye, banklar ve lineer bir parktan oluşmaktadır. Projenin bir tarafında perakende kullanımlarının üzerinde konut, diğer tarafında ise perakende kullanımlarının üzerinde ofis bulunmaktadır. Böyle bir proje ister istemez şehir için bir merkez oluşturmaktadır.

Karma kullanımlı şehir merkezleri şehirler için tam bir yönlendiricidir. Günümüzde karma kullanımlı tüm projelerin arasında en çok tutulan olmuştur. Yeni bir şehir merkezi yaratmada veya şehir merkezlerini kaydırmada; şehir planlama açısından çok önemli bir araçtır. Yalnız bu tip projelerin tamamını baştan sona yapabilmek için oldukça büyük alanlar gerekmektedir. Çünkü bu projelerin tam olarak başarıya ulaşabilmesi için binalar dikey yerine yatay konumlandırılmalı, caddeler birbirlerine iyi bir şekilde sorunsuz bağlanmalı, açık alan bağlantıları kuvvetli olmalı, yaya bağlantıları, park, meydan otopark konumlanması da iyi bir şekilde detaylı düşünülerek yapılmalıdır. Ayrıca, bu yapıda olan projeler zamanlama ve proje fazlarını belirleme açısından esneklik sağlamakta, proje zamanlamasına uymama ve aksaklık riskini azaltmaktadır.

2.1.2 Karma kullanımlı gayrimenkul proje geliştirme tercih etme faktörleri

Yaklaşık son on yıldır ortaya çıkan yeni karma kullanımlı gayrimenkul projeleri çeşitlik trendlerden etkilenmektedir. Bunlar; ekonomik ve finansal; politik, sosyal ve hukuksal; varlık ve tasarım trendleridir. Bütün faktörler bir arada ortaya çıkmamıştır. Yenileri diğerleri gibi gelişmekte hatta daha modern kaygı taşıyanlarla yer değiştirmektedir.

- Ekonomik ve finansal trendler

Başarılı, büyük geliştirme şirketleri büyük, kompleks, finansal talep olan karma kullanım projelerine odaklanmaktadır. Gayrimenkul geliştirme yatırım ortaklıkları daha sofistike bir şekilde gelişmekte ve büyümektedir. Günümüzde gayrimenkul geliştirme firmaları komplike proje geliştirme konusunda isteklilerdir ve buna talep olduğunun da farkındalardır. Gerçekten büyük ve karmaşık bir proje ortaya çıkarabilmek için sermaye yönünden iyi durumda olmak gerekmektedir. Bir çok amerikan firması Hines, Tishman Speyer Properties ve Forest City Enterprises ulusal ve uluslararası faaliyet göstermekte ve karma kullanımlı gayrimenkul projesi geliştirme alanında önemli yol katetmişlerdir. Asya ve Avrupa'daki büyük firmalar da bu tarz projeleri geliştirebilmektedir ve başarılı örnekleri vardır (Schwanke ve diğ., 2005).

Her ne kadar likiditede inişler ve çıkışlar olsa da genellikle likit gayrimenkul sermaye pazarı git gide daha karlı olmakta ve iyi planlanmış gayrimenkul projeleri için sermaye kaynakları sağlanmaktadır. Büyük metropoliten kentlerde, özellikle yoğun gelişmenin olduğu ticaret alanlarında arazi fiyatları yükselmektedir. Arazi fiyatları tırmandıkça geliştirici firmalar yüksek yoğunluğa ve karma kullanım projesine göre daha büyük finansal destek bulma yolları aramaktadırlar. Bunun yanında geliştiriciler emilimi hızlandıran ve gelişmeyen arazilerde stok maliyetini düşüren ve farklılaşan kullanımlara göre projelerini daha çabuk yapma yolları aramaktadırlar. Banliyö arazi fiyatları arttıkça ve bu yerler daha yoğun geliştikçe, karma kullanımlı gayrimenkul projeleri daha fizibil olacak ve daha optimal sonuçlar doğuracaktır.

- Politik, sosyal ve hukuksal trendler

Günümüzde, tek kullanımlı projeler, yer seçimi ve bölgeleme ile ilgili soru sorulan şehir plancıları ve yazarların düşünceleri git gide planlama ve geliştirme politika ve uygulamalarından daha çok etkinlenmektedir. 1961'de basılan "Life and Death of Great American Cities" adlı kitabın yazarı Jane Jacobs bu konuda öncülerden birisidir ve şehircilik, yayayolları, eski ve yeni karması, karma kullanımlı gayrimenkul projeleri konusundaki bilgisi belgelerle kanıtlanmıştır. Heyecan verici, ilginç ve

güvenli şehirselle çevreler yaratmada tüm bu deneyimlerini ve bilgilerini kullanarak başarılı sonuçlar elde etmiştir. Bu kitap şehir planlama ve gelişimini konu alan en önemli ve etkili kitaplardan birisidir. Karma kullanımlı gayrimenkul proje konsepti oluşturmak ve değerlendirmek için faydalıdır. Karma kullanımlı projelerin, kentlerde bu tarzda geliştirmenin politik, sosyal ve hukuksal boyutunu inceleyen diğer önemli yazarlar da; Lewis Mumford (The City in History) ve Victor Gruen (Centers for the Urban Environment)'dir. 1960'larda karma kullanımlı bölgeler ve doğru, düzgün şehirselle çevrelerin farklarını belirtmede önemli, kural koyucu nitelikte eserler ortaya çıkmıştır. Andreas Duany ve Peter Calthorpe yeni şehirleşme ve karma kullanımlı gayrimenkul geliştirme için ikna edici yazılar, kitaplar yazmışlardır (Schwanke ve diğ., 2005).

PUD (Planned Unit Development) yönetmeliği, 1960 ve 1970'lerde ortaya çıkan karma kullanım bölgelemesi ve diğer esnek bölgeleme fikirleri yerel kuruluşlar tarafından tek amaçlı bölgelemeyi rahatlatmak ve karma kullanımlı projelerin önünü açmak adına kabul edilmiştir. Bu yeni yaklaşımlar, hem karma kullanımlı yeniden geliştirme planlarında hem de büyük ölçekli planlarda kendini göstermektedir, büyük ölçekli planlama ve çoklu kullanımlı çevrelerle sonuçlanmaktadır (Schwanke ve diğ., 2005).

Son yıllarda, iyileştirme ve yeniden geliştirme planlarının artan önemiyle beraber, bir çok eski şehirselle merkezler ve banliyölerde yeniden canlandırmaya ihtiyaç duyulmaktadır. Şehir merkezlerinde yeniden yapılandırma ve farklılaştırma ihtiyacı, 1950'lerin sonu ve 1960'ların başında ilk defa karma kullanımlı gayrimenkul projelerinin geliştirilme nedenlerinden birisi olmuştur. Yeniden yapılanma, şehir merkezlerinde, liman bölgelerinde ve eski banliyölerde geniş kapsamlı bir şekilde planlanmış karma kullanım projelerinin yapılmasına önderlik etmiştir.

Ortaya çıkan bu akıllı büyüme hareketi; 1997 yılında tam anlamıyla ortaya çıktıktan sonra; ekonomi, toplum ve çevre arasındaki dengeyi sağlamakta, daha yaşanabilir ortamlar yaratma imkanı sunmakta, düzensiz yayılmayı azaltmakta ve hızlı bir şekilde gelişmektedir. Yüksek yoğunluklu karma kullanımlı alanların ve merkezi ticaret alanlarının geliştirilmesi, akıllı büyümeyi uygulamada tercih edilen stratejilerdir. Karma kullanımlı gayrimenkul projesi geliştirme yanlıları, akıllı büyümeyi daha çekici ve fonksiyonel kentsel mekanlar yaratmak olarak görmektelerdir. Akıllı büyüme; çok çeşitli lokasyonlarda karma kullanımlı proje geliştirme için yeni fırsatlar sunarak, kamu kurumları, tasarımcılar ve geliştiriciler arasında git gide daha popüler olmaktadır (Schwanke ve diğ., 2005).

Yer olmayan banliyölere artan politik ve sosyal talep aynı zamanda karma kullanımlı gayrimenkul proje geliştirmeyi de teşvik etmektedir. Birçok banliyönün çok az ya da hiç mekan duygusu ve sahiplik hissi yoktur, çünkü bu yerlerde insanların bir arada olmasını sağlayacak mekanlar, kentsel odaklar, şehirselle merkezler bulunmamaktadır. Yerel otoriteler karma kullanımlı şehir merkezlerini, konut alanlarını ve bölgeleri bu tarz problemleri çözmek için bir araç olarak görmektedirler. Karma kullanımlı projeler, kontrolsüz yayılan banliyöler için önemli odak noktaları olmaktadır. Artan trafik yoğunluğu ve hava kirliliği; yeni transit ve transit odaklı gelişmenin desteklenmesini şiddetle arttırmaktadır. Transit istasyonların etrafındaki; transit yerleşim yerleri ve diğer gelişmeler, karma kullanımlı projenin karakteristiğini üstlenmektedir. Genelde artan hertürlü yoğunluk ve tıkanıklık, proje geliştirenleri ve plancıları, arazi kullanım modellerini dikkate almaya zorlamıştır. Bu da, yavaş yavaş otomobil kullanma ihtiyacını azaltacak ve yaya hareketlerini arttıracaktır (Schwanke ve diğ., 2005).

- Varlık ve tasarım trendleri

Akıllı büyüme ve yeni şehircilik hareketi, tasarımı ve geliştirme konseptleri; yaya odaklı ve çok çeşitli karma kullanımlı projeler içeren; karma kullanımlı şehir merkezleri, transit ve şehirselle kasabalarla ön plana çıkmaktadır. Ofis kullanımının hızlı artış ve büyümesi, bunun sonucunda oluşan ofis talebi karma kullanım projelerini destekleyen en önemli unsurdur. Ofis alanı karma kullanım projelerinin en önemli yapıtaşıdır. Bir çok büyük ofis projesi genellikle etrafında bir çok kullanıma ve tesise ihtiyaç duymaktadır. Yine de bu ofis talebi tek başına karma kullanımlı proje geliştirmenin sebebi değildir, ancak pazarda bu tarz bir ihtiyaç olduğunu desteklemekte, büyüme ve gelişmenin dengeli olmasını sağlamaktadır. Ofis projesi ne kadar büyük olursa tesis ihtiyacı da ona göre artmaktadır. Örneğin; ofis çalışanları için restoran ve mağazalara ihtiyaç vardır. Ofislere iş için gelen müşterilerin konaklamaları için otele ihtiyaç vardır. Ofiste çalışanların rahatı ve konforu için de ofis yakınında konuta ihtiyaç vardır (Schwanke ve diğ., 2005).

Ana cadde perakendeciliği ve şehirselle eğlence merkezleri; yoğun çevreselle lokasyonlarda, güçlü yaya akslarında ve karma projelerde yoğunlaşmaktadır. Şehirdeki eğlence merkezlerinin, geliştirme olgusunda çok önemli bir yeri vardır. Git gide karma kullanımlı proje geliştirmede etkisi ve önemi artacak, ofis gibi bir yapı taşı haline gelecektir. Tam hizmet veren oteller, günümüzde daha sofistikedir ve karma kullanımlı projeler için iyi bir şekilde konumlandırılmış çok çeşitli toplanma tesisleri, restoranlar, mağazalar, rekreasyonel alanlar içermektedir. Ofis kiracıları bu geniş tesisleri hizmet olarak görmektedirler, bu nedenle ofis kullanıcılarını

çekebilmek için ofislere yakın olmalıdırlar. Buna ek olarak, bu tesisler konut kullanıcıları tarafından da önemli hizmet alanları olarak algılanmaktadır.

2.1.3 Karma kullanımlı gayrimenkul proje geliştirmede problemler ve fırsatlar

Karma kullanımlı gayrimenkul proje geliştirme bir önceki bölümde anlatılan trenlerden yararlanmaktadır ve yararlanacaktır. Günümüzde bu sektör bir çok fırsata sahiptir. Karma kullanımlı proje geliştirme olgusu finansal açıdan yüksek potansiyel kazanamadan ve kentsel çevreye pozitif bir katkı sağlamadan önce, çeşitli problemler ve tuzaklar algılanmalı, farkedilmeli ve üstesinden gelinmelidir. Aşağıda sıralanan maddeler karma kullanımlı proje geliştirmede problem olarak görülen ve dikkat edilmesi gereken değerlerdir (Schwanke ve diğ., 2005):

Ticari meslek bakış açısıyla; karma kullanımlı gayrimenkul projesi geliştirme olağanüstü bir planlama, yönetim, politik sabır, sermaye kaynakları, daha kompleks planlarla boy ölçüşecek yoğun istek, yüksek ön finansman, geliştirici firmanın işini daha sağlam ve dayanıklı yapabilme gücü, geniş, derin bir expertiz gerektirmektedir.

Kentsel çevre bakış açısıyla; karma kullanımlı projelerin tasarımı; tipik boyutlarından, farklılıklarından ve yoğunluklarından ötürü ve bunların yanında tek düze, fonksiyonellikten uzak, kentsel dokuya hoş karşılanmayan eklenti oluşturmasını diye çok daha fazla ustalık isteyen kentsel tasarım yeteneği gerektirmektedir. Geçmişte yapılan bazı karma kullanım projeleri; müşterilerini yönlendiremediği, mevcut kentsel dokuyu bozduğu, adalar ve kaleler yarattığı, şehirmerkezinde banliyö yayılmasını çoğalttığı için eleştirilmiştir. Başarılı karma kullanım tasarımı sadece başarılı mimarlara değil, aynı zamanda başarılı kentsel tasarımcılara da ihtiyaç duymaktadır.

Bir karma kullanım projesinin hiç bir zaman otomatik olarak büyük finansal getirisi olacağı veya daha iyi bir kentsel çevre sunacağı taahhüt edilemez. Her açıdan karma kullanım projelerinin de diğer projelerde olduğu gibi başarısız olma ihtimali bulunmaktadır. Bu problemlerin ve tuzakların üstesinden gelinebilmektedir. Bunun sonucunda da, karma kullanımlı gayrimenkul projeleri büyük finansal getiriler ve çok daha iyi kentsel alanlar oluşturacak; insanları memnun edici ve insanların ihtiyaçları doğrultusunda fırsatlar sunacaktır. Karma kullanım projeleri tek kullanımlı projelere göre; mekan yaratma, sinerji oluşturma, ölçek ekonomileri, operasyonel karlılık ve toplum üzerindeki etkisi açısından bir çok avantaja sahiptir ve bu tarz projeleri geliştirmedeki fırsatlar aşağıdaki gibidir (Schwanke ve diğ., 2005):

Bazı durumlarda, karma kullanımlı gayrimenkul proje geliştirme tek fizibil yaklaşımdır. Başarılı bir geliştirme, yakın arazilerin birbirine olan kötü etkilerinin

üstesinden gelmek için, büyük ölçekli bir alanda yeni bir fiziksel çevre yaratmayı gerektirmektedir. Bir çok proje yakın yıkım etkisinin üstesinden gelmiştir, bazı projeler de yeni veya proje sınırlarındaki projeler için katalizör görevi görmektedir.

Karma kullanımlı gayrimenkul proje geliştirme, yüksek yoğunluklu yerlerde; daha çok tesis, daha kullanılabilir, daha hoş açık alanlar yaratarak başarıyı yakalamaktadır. Karma kullanım geliştirme alansal çalışması, hem kamu hem de özel sektörün kazandığı kesin koşullar belirlenirse genelde yoğunluk bonusları sağlamaktadır.

Karma kullanımlı gayrimenkul proje geliştirme; seçilen alanın potansiyelini en hızlı geliştiren bir yöntem olarak düşünülmektedir. Aynı anda çok çeşitli kullanım türleri ve ürün grubu sunarak, bu projeler daha hızlı bir emilim programı ortaya koyabilmektedir. Böylece yatırımın bugünkü değerini arttırmakta, stok maliyetini düşürmektedir.

Karma kullanımlı gayrimenkul proje geliştirme; tek kullanımlı projeleri toplamak, kaliteli tesisleri ve halka açık alanları tedarik edebilmek için ürünleri farklılaştırma ve başarılı tasarımları teşvik etme gibi bir görev üstlenmektedir. Her ne kadar tek kullanımlı pazarlar soru işareti taşısa da; doğru düzgün ölçeklenen ve bunlarla birleştirilen karma kullanım projeleri diğerleriyle bir hayli rekabet edebilir konumda bulunmaktadır. Çünkü tek kullanımlı olarak yapılan projelere göre bu tarz projeler çok daha fazla olanak sunmaktadır. Çok mükemmel bir tasarım; büyük bir geliştirme bütçesiyle, ilgi çeken kamusal alanların entegrasyon potansiyeliyle ve en önemlisi kullanıcıların bulunmak istediği bir yer yaratma felsefesiyle yola çıkılırsa ancak başarılılabilmektedir.

Karma kullanımlı gayrimenkul proje geliştirme; ortak altyapıyla çözülebilmektedir, böylece geliştirmede ölçek ekonomileri mümkün olmaktadır. Proje geliştiren firmaların kafaları bu konuda karışmaktadır. Proje bileşenleriyle ölçek ekonomileri olsa da kesin bir genelleme yapılabilmesi için geçerli, kabul görmüş bir veri tabanı oluşturulamamaktadır. Yine de, bazı proje bileşenleriyle oluşan ölçek ekonomileri sonucunda meydana gelen bazı kazançlar geliştirmenin herhangi bir yerinde harcanmaktadır. Çok büyük karma kullanımlı gayrimenkul projelerinde, ölçek aslında maliyetlerin oransızlığını yönlendirebilmektedir.

Karma kullanımlı gayrimenkul proje geliştirme; çok üstün bir proje performansı ile sonuçlanabilmektedir; örneğin yüksek kira, yüksek fiyatlar ve yüksek doluluk oranı. İyi bir proje performansı, özel bir mekan tasarlamının ve kaliteli bir yer yaratmanın sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Böylece premium fiyatlar veya kiralalar, hızlı satış

ve kiralamalar kabul görmektedir. Başarılı performans aynı zamanda sinerji ve birbirini destekleyen proje bileşenlerinden türemektedir. Bir çok geliştirici firma, pazar sinerjisini yaşamıştır ve kanıtlarını da sunabilmektedir, bunun sonucunda bir çoğu premium fiyatları ve kiralari yakalayabilmiştir. Sinerji kendiliğinden, doğal olarak ve rastlantı sonucu ortaya çıkmaz; dikkatli ve özenli planlama, tasarım ve yönetim sonucunda ortaya çıkmaktadır.

Karma kullanımlı gayrimenkul proje geliştirme; operasyonda ölçek ekonomilerini başarabilmektedir; bunlara otopark işletmeleri, ortak alan bakımı, merkezi HVAC (ısıtma, havalandırma, soğutma) sistemleri, pazarlama ve promosyon tasarrufları da dahildir.

Karma kullanımlı gayrimenkul proje geliştirme; uzun dönemli arazi ve varlık değerlemesini başarabilmektedir. Yenilikçi kullanımlar ve kreatif kentsel tasarıma yönelik özel alanlar yaratarak proje sahipleri uzun dönemde projenin kendi değeri ve çevresindeki geliştirilmemiş alanın değeriyle beraber yarar sağlayabilmektedir.

Karma kullanımlı gayrimenkul projelerinin sunduğu fırsatlar; kullanıcıların memnuniyeti sağlamak, doğru mağaza karması sunmak, doğru gayrimenkul yapı ölçeği ortaya koymak, iyi ve kaliteli servis sağlamak, tüm fiziksel konfigürasyonu sağlayan hoş, fonksiyonel ve heyecan verici mekan kimliği oluşturmaktır. Bu projelerin ölçeğine ve fonksiyonel farklılıklarına dayanarak, karma kullanımlı gayrimenkul projelerinin toplum gelişmesinde etkisi tek amaçlı projelere göre çok daha fazladır. Karma kullanımlı projeler çalışma saatleri dışında ölü olan kentsel alanların geliştirilmesi ve canlandırılmasında çok önemli bir çözümdür. Ayrıca bu tarz projeler aynı zamanda şehir merkezi olmayan, hoş, eğlenceli yaya alanlarından yoksun olan banliyölerde; çalışanlar, müşteriler, ziyaretçiler ve oturan insanlar için yeni şehirselle mekanlar yaratmaktadır (Schwanke ve diğ., 2005).

Sonuç olarak; karma kullanımlı gayrimenkul proje geliştirilmesinde iki anahtar faktör bulunmaktadır. Bunlardan birincisi; bir karma kullanımlı proje başarılı ya da başarısız olduğunda tek kullanımlı projelere göre daha büyük finansal destek ve çevresel alan/ölçek gerektiği ortaya çıkmaktadır. İkincisi de; tüm projenin tamamı işliyorsa, parçalarının toplamından daha büyük bir varlığa ve değere sahiptir. Bunun yanında, projenin bir unsuru başarısız olduğunda tüm proje negatif olarak etkilenebilmektedir. Kısaca; karma kullanımlı proje konsepti hem başarıyı hem de başarısızlığı geliştirme sürecinde arttırabilmektedir. Bu yaklaşımdan yola çıkılarak; bu tarz bir artış hem riskleri hem potansiyel ve fırsatları arttırmaktadır. Bu kavram, hem özel hem de kamusal sektörler için geçerlidir.

2.2 Karma Kullanımlı Proje Örnekleri

2.2.1 Türkiye

▪ Metrocity

Doğan Tekeli ve Sami Sisa'nın tasarladığı Metrocity-2003 Büyükdere Caddesi'nde günümüzde sıkça tekrarlanmaya başlanan karma kullanım projelerinin miladı olarak kabul edilebilir. Alışveriş merkezi, ofis ve konut kullanımını bir arada barındıran büyük yapı kompleksi, diğerlerine göre bir avantajı, bir de dezavantajı var. Avantaj kentsel sisteme doğrudan, metro hattı aracılığıyla entegre olmasıdır. Dezavantajı ise içinde kültür ve eğlence kullanımını barındıramamasıdır (Karabey, 2003).

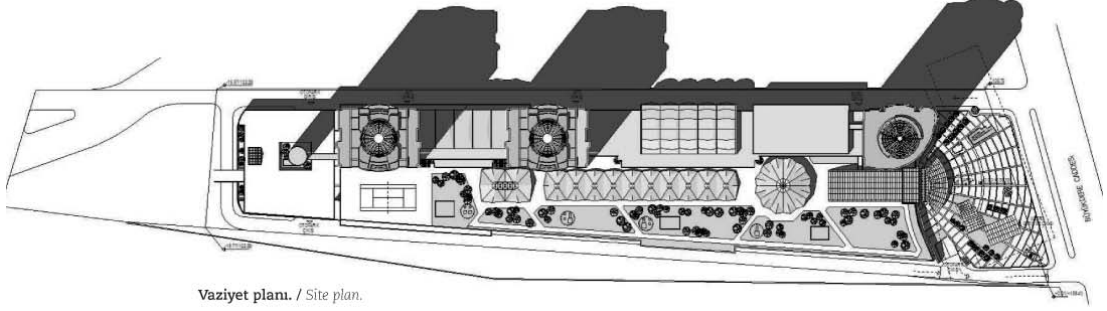


Şekil 2.11 : Metrocity (Erdem, 2003)

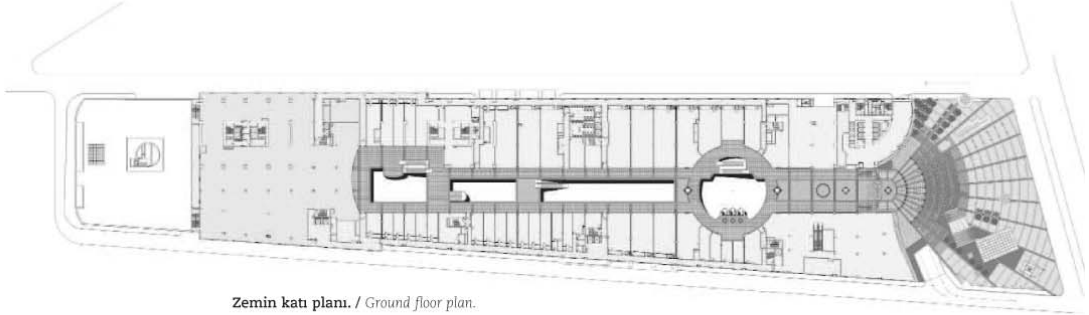
Biri büro, diğer ikisi konut olarak kullanılan üç kulesi; İstanbul'un birçok apartmanından daha çok katlı olmamalarına karşın, konumları nedeniyle mimari olarak benzerlerinden daha belirgin biçimde kent silüetinde etkinler. İşlevlerine uygun olarak kulelerin cepheleri farklılık göstermektedir.

Çizelge 2.1 : Metrocity proje kimlik bilgileri (Url-1)

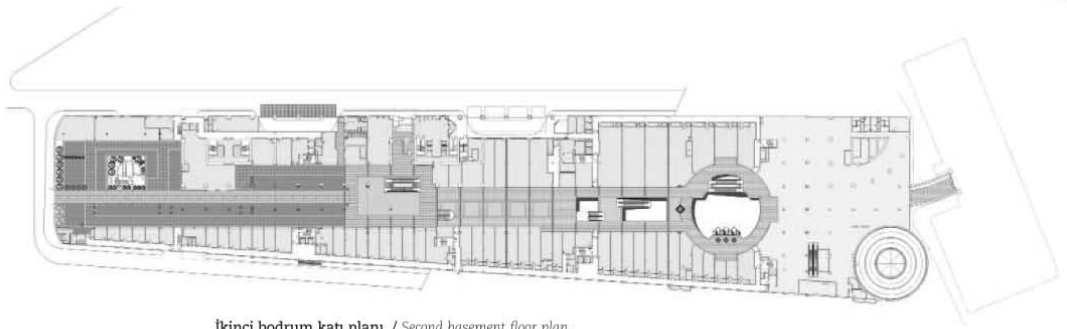
| Yatırımcı | Metrosite İnşaat | Proje Karması | |
|-------------------|------------------------|------------------|-----------------------|
| Mimari Proje | Tekeli - Sisa Mimarlık | Konut | 205 adet |
| Açılış Tarihi | 30 Nisan 2003 | Ofis | 17,545 m ² |
| Maliyet | \$120,000,000 | Alışveriş GLA | 32,000 m ² |
| Arsa Alanı | 24,000 m ² | Sağlık&Spor Club | Essporto |
| Brüt İnşaat Alanı | 200,000 m ² | | |



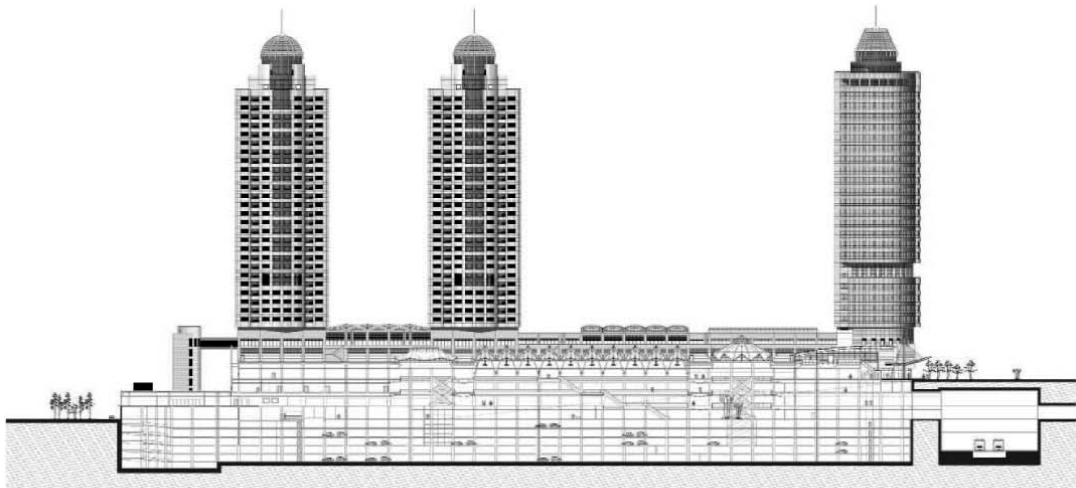
Vaziyet planı. / Site plan.



Zemin katı planı. / Ground floor plan.



İkinci bodrum katı planı. / Second basement floor plan.



1-1 kesiti. / 1-1 section.

Şekil 2.12 : Metrocity vaziyet planı, planlar ve kesit (Karabey, 2003)

▪ Kanyon

Beşiktaş, Şişli ve Levent'in kesiştiği Büyükdere caddesi'nde inşa edilen Kanyon Projesi Tabanlıoğlu, Jerde ve Arup firmalarının işbirliği ile gerçekleştirilmiştir. Eczacıbaşı Topluluğu -İŞ GYO ortaklığıyla, konut, eğlence, alışveriş ve iş merkezi olarak, 200 milyon Dolar'lık yatırımla gerçekleştirilen Levent Kanyon, 30 Mayıs 2006 tarihinde açılmıştır (Özkan, 2006).

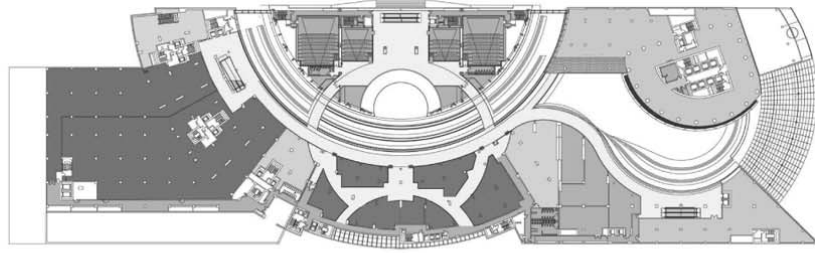


Şekil 2.13 : Kanyon projesi (Url-2)

Kanyon Projesi ile Türkiye'de ilk kez bir alışveriş merkezi açık bir alışveriş alanı olarak tasarlanmıştır. Şehir merkezinde, ortak yeşil alanlarla çevrelenmiş, konut, ofis, alışveriş merkezi, eğlence alanları ve diğer sosyal alanlar gibi farklı mekanların bulunduğu yeni bir karma kullanım modeli hayata geçirilmiştir. Ulaşım olanaklarının çeşitliliği nedeniyle, kolay erişilebilir ve kente açık yeni bir cazibe merkezi kazandırılmıştır (Özkan, 2006).

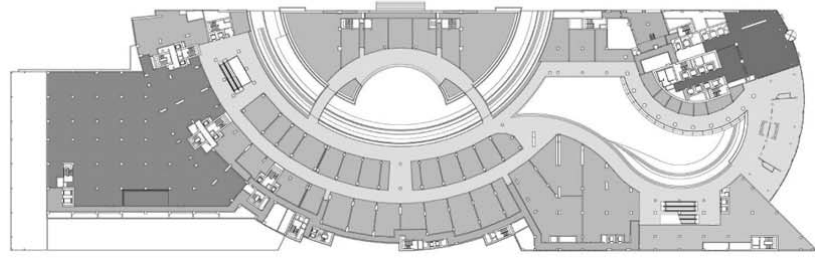
Çizelge 2.2 : Kanyon proje kimlik bilgileri (Url-2)

| Yatırımcı | Eczacıbaşı - İŞ GYO | Proje Karması | |
|-------------------|--|------------------|-----------------------|
| Mimari Proje | Tabanlıoğlu Mimarlık Jerde Partnership Int. | Konut | 179 adet |
| Açılış Tarihi | 30 Mayıs 2006 | Ofis | 30.000 m ² |
| Maliyet | \$200.000.000 | Alışveriş GLA | 37.500 m ² |
| Arsa Alanı | 30.000 m ² | Eğlence | 9 sinema salonu |
| Brüt İnşaat Alanı | 250.000 m ² | Sağlık&Spor Club | MAC |



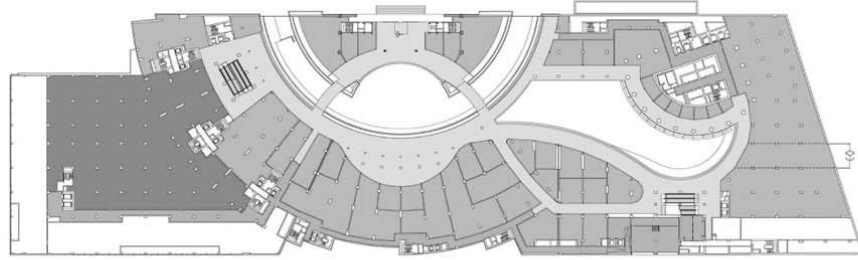
Birinci kat planı. / First floor plan.

| | | | |
|---------------------------|--------------------------------------|---------------------------------|--------------------------|
| alışveriş / retail | yeme-içme / food court | büyük mağaza / big shop | mutfak / kitchen |
| restoranlar / restaurants | eğlence bölümü / entertainment block | servis alanları / service areas | şehir kulübü / city club |



Zemin katı planı. / Ground floor plan.

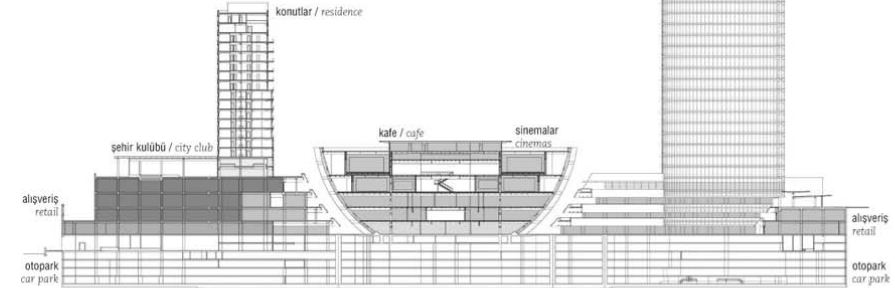
| | | | | |
|--------------------|-------------------------------|---------------------------|-------------------------|---------------------------------|
| alışveriş / retail | büro girişi / office entrance | restoranlar / restaurants | büyük mağaza / big shop | servis alanları / service areas |
|--------------------|-------------------------------|---------------------------|-------------------------|---------------------------------|



Birinci bodrum katı planı. / First basement floor plan.

| | | |
|--------------------|-------------------------|---------------------------------|
| alışveriş / retail | büyük mağaza / big shop | servis alanları / service areas |
|--------------------|-------------------------|---------------------------------|

| | | |
|---|--|---------------|
| alışveriş / retail | restoranlar / restaurants | büro / office |
| yeme-içme / food court | eğlence bölümü / entertainment block | |
| büyük mağaza / big shop | şehir kulübü / city club | |
| süpermarket / supermarket | kapalı yüzme havuzu / indoor swimming pool | |
| süpermarket açık satış alanları / open selling areas of the supermarket | servis alanları / service areas | |



Boyuna kesit. / Longitudinal section.

Şekil 2.14 : Kanyon projesi, planlar ve kesit (Özkan, 2006).

2.2.2 Amerika

- Time Warner Center, New York, ABD

Zemin üstünde 55, altında ise üç katı bulunan Time Warner Center 260.000 m² 'lik brüt inşaat alanına sahiptir. New York'ta Batı 58. ve Batı 60. caddeler arasındaki Columbus Circle'da yer almaktadır (Url-49).



Şekil 2.15 : Time Warner Center, Newyork (Url-39)

Komplekste (CNN)Time Warner'ın 80,000 m² medya üssünün yanı sıra restoran, eğlence ve mağazalar, Jazz Lincoln Center adında bir kültür ve performans merkezi; 250 odalı ve 5 yıldızlı Mandarin Otel, 1400 metrekarelik bir spa, otopark, iki kulede toplam 225 lüks daire ile A sınıfı ofisler bulunmaktadır. 5 katlı ve 14 bin 500 metrekarelik Jazz Lincoln Center'de 1200 kişiye hizmet verebilmektedir (Url-49).

Çizelge 2.3 : Time Warner Center proje kimlik bilgileri (Url-18)

| Yatırımcı | Related Companies & Apollo Real Estate | Proje Karması | |
|-------------------|--|--------------------|-----------------------|
| Mimari Proje | Skidmore, Owings & Merrill LLP (SOM) | Otel (Mandarin O.) | 250 oda |
| | | Konut | 225 adet |
| Açılış Tarihi | 2004 | Alışveriş | |
| Maliyet | \$1.100.000.000 | Stüdyo-Ofis | 80.000 m ² |
| Arsa Alanı | | Kültür Merkezi | 1200 kişilik |
| Brüt İnşaat Alanı | 260.000 m ² | | |

2.2.3 Avrupa

▪ Sony Center, Berlin, Almanya

Berlin'in merkezinde Potsdamer Platz'da yer almaktadır. Sony Center 7 binadan oluşan canlı kentsel bir çevredir. Arazi yaklaşık 26.000 m² ' lik bir alanı kaplamaktadır. 2000 yılının Ocak ayında açılmıştır. O günden beri yaşama, çalışma, perakende ve eğlence kullanımlarının kombinasyonundan oluşan bir alan sağlamaktadır (Url-3).



Şekil 2.16 : Sony Center, Berlin, Almanya (Url-50)

Sony'nin yeni Avrupa Genel Merkezi'nde konutlar yer almaktadır. 3 ofis kulesi diğer şirketlere kiralanmıştır. Diğer binalar 200'ün üzerinde daire, restaurant ve kafe, alışveriş merkezi, IMEX 3-D ve Multiplex Sineması olan bir eğlence merkezi içermektedir (Url-3).

Çizelge 2.4 : Sony Center proje kimlik bilgileri (Url-3)

| Yatırımcı | Sony, Tishman Speyer, Kajima | Proje Karması | |
|-------------------|-------------------------------|---------------------|-----------------------|
| Mimari Proje | Murphy / Jahn Chicago, USA | Ofis | 68.000 m ² |
| | | Servis Apartmanı | 18.200 m ² |
| Açılış Tarihi | Haziran 2000 | Filmhouse | 17.500 m ² |
| Maliyet | € 750.000.000 | Eğlence Merkezi | 17.000 m ² |
| Arsa Alanı | 26.400 m ² | Alışveriş Rest Cafe | 8.100 m ² |
| Brüt İnşaat Alanı | 132.500 m ² | | |

▪ Liverpool One Projesi, Liverpool, İngiltere



Şekil 2.17 : Liverpool One Projesi, Liverpool, İngiltere (Url-38)

Liverpool One 6 farklı bölgeden oluşmaktadır. Proje'de 30 tek tek tasarlanmış bina, 154.000 m² perakende alanı, 14 ekranlı sinema, 21.500 m² restaurant, kafe ve barlar, 600 adetten fazla yeni daire, iki otel, ofisler, yeniden canlandırılmış 5 dönümlük Chavasse Parkı, yeni kamusal ulaşım altyapısı bulunmaktadır.

Çizelge 2.5 : Liverpool One projesi kimlik bilgileri (Url-38)

| Yatırımcı | Grosvenor&Liverpool City Council | Proje Karması | |
|-------------------|----------------------------------|---------------|------------------------|
| Mimari Proje | 30 farklı firma | Alışveriş | 154.000 m ² |
| | | Konut | 600 adet |
| Açılış Tarihi | 2008 | Eğlence | 21.500 m ² |
| Maliyet | € 920.000.000 | Otel 1 | 270 oda |
| Arsa Alanı | 170.000 m ² | Otel 2 | 107 oda |
| Brüt İnşaat Alanı | 234.000 m ² | | |

2.2.4 Uzakdoğu

▪ Midtown, Tokyo, Japonya

Önceki kullanımı Japon Savunma alanı olan lokasyonda yer alan Tokyo Mid-Town Projesi kamu arazisine çevrilmiş ve 20 dönümlük alan 60 yıldır erişilemez olmuştur. Şu anda arazinin master planında 500.000 m² karma kullanımlı proje ve 5 dönüm kamusal park alanı bulunmaktadır. Projenin imzası olan kule, arazinin güneydoğusunda bulunmakta, yanında daha kısa olan, tasarımı geleneksel Japon bahçelerinde görülen Zen Tapınaklarından esinlenilmiş “foothills” diye adlandırılan binalar yer almaktadır (Url-37).



Şekil 2.18 : Midtown Projesi, Tokyo, Japonya (Url-37)

Tokyo Midtown yeni stile sahip karma bir kentsel bölgedir. Aralarında yemyeşil bir alan bulunan 6 binadan oluşmaktadır. Bu kentsel alanda mağazalar, restaurantlar, ofisler, oteller, müzeler gibi çok çeşitli kullanımlar yer almaktadır ve etrafları yeşille çevrelenmiştir.

Çizelge 2.6 : Tokyo Midtown projesi kimlik bilgileri (Url-37)

| Yatırımcı | Tokyo Midtown Management | Proje Karması | |
|-------------------|--------------------------|------------------------|------------------------|
| Mimari Proje | SOM & Nikken Sekkei | Ofis | 330.000 m ² |
| Açılış Tarihi | Mart 2007 | Otel (Ritz Carlton) | 250 oda |
| Maliyet | \$3.000.000.000 | Alışveriş | 73.000 m ² |
| Arsa Alanı | 78.000 m ² | S. Apartmanları (Ritz) | 244 adet |
| Brüt İnşaat Alanı | 569.000 m ² | S. Apartmanları | 166 adet |
| | | Kongre ve Toplantı | |
| | | Müze | |

- Langham Place, Hong Kong,



Şekil 2.19 : Langham Place, Hong Kong (Url-36)

Langham Place'de 15 katlı bir alışveriş merkezi yer almaktadır. Çok fazla sayıda mağaza, restaurant ve eğlence alanları bulunmaktadır. 60 katlı A sınıfı ofis kulesi, 665 lüks odası ve süiti olan 5 yıldızlı otel içermektedir. Üç proje kombine edildiğinde Langham Place çok güçlü bir sinerji yaratmakta, bir çok varlıklı otel misafirinin akınına uğramaktadır ve ofis çalışanları da alışveriş merkezine oldukça fazla harcayan müşteriler çekmektedir (Url-51).

Çizelge 2.7 : Langham place projesi kimlik bilgileri (Url-51)

| Yatırımcı | Great Eagle Group | Proje Karması | |
|-------------------|------------------------|---------------|-----------------------|
| Mimari Proje | The Jerde Partnership | Alışveriş | 60.000 m ² |
| Açılış Tarihi | 2004 | Otel | 665 oda |
| Maliyet | - | Ofis | 72.000 m ² |
| Arsa Alanı | - | | |
| Brüt İnşaat Alanı | 165.000 m ² | | |

3. BÖLGESEL VE YEREL VERİLERE GENEL BAKIŞ

3.1 Türkiye

3.1.1 Konum

Türkiye Kuzey Yarım Küre’de, eski dünya karalarının birbirine en çok yaklaştıkları stratejik bir bölgede yer alır. Buna bağlı olarak matematiksel ve özel konumu ülkenin sosyal, politik ve ekonomik durumu üzerinde etkili olmaktadır. Üç kıtayı birbirine bağlayan ve çok önemli bir jeostratejik konuma sahip olan Türkiye, aynı anda bir Avrupa, Asya, Balkan, Kafkas, Ortadoğu, Akdeniz ve Karadeniz ülkesidir (Url-52).

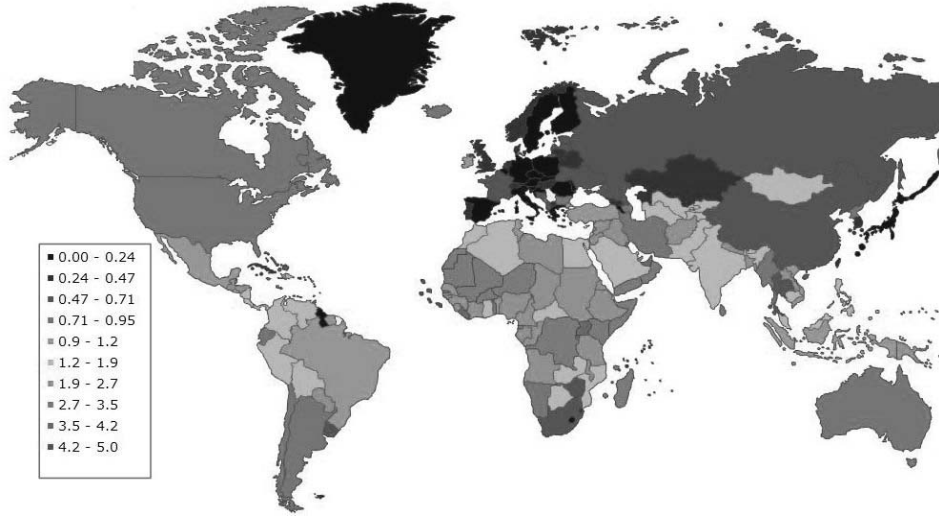


Şekil 3.1 : Türkiye'nin konumu (Url-33)

Ülkemiz, Asya ve Avrupa'yı birbirine bağlayan boğazlar gibi önemli geçiş yollarına sahiptir. Türkiye'nin eski dünya karaları olan Asya ve Avrupa kıtalarında toprakları bulunmaktadır. Bu topraklar sayesinde Asya ve Avrupa'yı birbirine bağlayan boğazlar gibi önemli geçiş yollarına sahiptir.. Ülkemizin, üç tarafı denizlerle çevrili yarımada özelliği taşımaktadır. Ortalama yüksekliği fazla olup (1130 m), yükseklik batıdan doğuya doğru artar. Yakın jeolojik zamanda oluştuğundan kırıklı arazisi fazladır. Bu nedenle tektonik depremler sık görülür. Ortadoğu ve Asya petrollerine yakınlığı, boğazlara sahip olması jeopolitik önemini artırır (İMP, 2007)

3.1.2 Demografi

Ülkemiz 2008 yılı itibariyle nüfus büyüklüğü bakımından dünya sıralamasında 17.sırada, yıllık nüfus artış hızı bakımından 122. sırada yer almaktadır (Url-53).



Şekil 3.2 : Dünya nüfus artış hızları, 2008 (Url-35)

Dünya Bankası verileri baz alınarak hazırlanan raporda, 2004-2020 döneminde yıllık ortalama nüfus artış hızının İrlanda hariç, AB ülkelerinin bazılarında negatif, bazılarında sıfır ya da çok düşük olacağı belirtilmiştir. Buna karşılık aynı dönemde Türkiye'deki nüfus artış hızı yıllık 1.2 oranla, 1.1 olan dünya ortalamasının üzerine çıkacaktır. Bu oranla Türkiye, ve İrlanda nüfus artış hızının en yüksek olduğu iki ülkeden biri haline gelecek olup, AB'nin Orta ve Doğu Avrupalı üyelerinde nüfus azalacak, Slovakya, Almanya ve İtalya'da nüfus artışı "sıfır" olacak, diğer AB ülkelerinde ise çok düşük artışlar görülecektir (Url-54).

Ülkemizde, yıllık nüfus artış hızı 1940-1945 döneminde binde 10.6 ile en düşük seviyede iken; 1955-1960 döneminde binde 28.5 ile en yüksek seviyeye ulaşmıştır. 1945 yılından sonra ilk kez 1990-2000 döneminde binde 20'nin altına düşmüştür. Türkiye nüfusu, bugün için Avrupa Birliğini oluşturan 15 üye ülkenin Almanya dışında kalan 14'ünden sayıca fazladır. Bu fazlalık, genç bağımlı nüfusta daha belirgindir (Url-54).

Çizelge 3.1 : Yıllara göre nüfus parametreleri (Url-34)

| Yıllar | İstanbul Nüfus | Türkiye Nüfus | İst -Yıllık Büyüme | İstanbul'un Payı | Türkiye-Yıllık Büyüme |
|--------|----------------|---------------|--------------------|------------------|-----------------------|
| 1990 | 7,309,190 | 56,473,035 | 4.58% | 12.94% | 2.19% |
| 2000 | 10,018,735 | 67,803,927 | 3.20% | 14.78% | 1.85% |
| 2007 | 12,573,836 | 70,586,256 | 3.30% | 17.81% | 0.58% |

Türkiye’de genç bir nüfus olduğu ve bunun bir ‘fırsat penceresi’ doğurduğu genel kabul gören bir kanıdır (TÜSİAD, 1999). Tablodan da nüfusun bu hareketliliğinin geçmiş dönemde refaha olumlu katkı yaptığı görülmektedir. Bu durum tüm bölgeler için, ama özellikle de görece olarak daha yoksul olan bölgeler için geçerlidir. Bu durumun devam edip etmeyeceği ise nüfus artış oranlarından görülebilir. Türkiye’de nüfus artışı giderek yavaşlamaktadır. Son Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi ile elde edilen veriler kullanılarak hesaplanan nüfus artış hızı (1980-2007) yıllık %1.7’dir (Filiztekin, 2008).

Çizelge 3.2 : Nüfustaki gelişmeler, 1980-2007 yıllık, % (Url-34)

| | 1980-2007 | | 2007 Yılı | | | |
|--------------------|------------------|------------------|----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|
| | Nüfus Artış Hızı | Doğurganlık Hızı | 0-14 Yaş Arası Nüfus | 15-24 Yaş Arası Nüfus | 25-64 Yaş Arası Nüfus | 65+ Yaş Arası Nüfus |
| Türkiye | 1.7 | 30.5 | 26.4 | 17.6 | 42.1 | 6.9 |
| İstanbul | 3.6 | 26.6 | 24.2 | 16.8 | 46.8 | 6.4 |
| B.Marmara | 1.1 | 22.1 | 19.6 | 16.1 | 44.9 | 9.1 |
| Ege | 1.7 | 24.4 | 21.7 | 16.6 | 44.7 | 8.3 |
| D.Marmara | 2.3 | 26.1 | 23.3 | 16.7 | 44.9 | 7.6 |
| B.Anadolu | 1.5 | 26.8 | 24.2 | 17.7 | 44.2 | 7.2 |
| Akdeniz | 2.0 | 31.4 | 27.2 | 17.6 | 42.3 | 6.6 |
| O.Anadolu | 0.8 | 31.7 | 27.1 | 18.1 | 39.9 | 7.2 |
| B.Karadeniz | 0.0 | 26.2 | 23.4 | 16.9 | 40.8 | 8.8 |
| D.Karadeniz | -0.4 | 26.4 | 23.9 | 16.9 | 40.9 | 7.9 |
| KD.Anadolu | 0.1 | 41.6 | 33.3 | 20.1 | 34.9 | 5.5 |
| OD.Anadolu | 1.1 | 44.7 | 35.3 | 20.1 | 34.6 | 4.7 |
| GD.Anadolu | 2.6 | 51.3 | 38.9 | 19.8 | 32.8 | 4.1 |

Doğurganlık Hızı 0-4 Yaş çocuk sayısının 15-49 yaş arası kadın sayısına bölümü olarak hesaplanmıştır.

Yukarıdaki tabloda anlaşılacağı gibi Türkiye nüfusunun daha yaşlı olacağı, ‘fırsat penceresi’nin giderek kapanmaya başladığı aşikârdır. Bölgeler arası farklara baktığımızda, nüfusu en hızlı artan bölgeler İstanbul, Doğu Marmara, Akdeniz ve Güneydoğu Anadolu bölgeleri olarak ortaya çıkmaktadır. İlk üç bölgenin bir cazibe merkezi olarak aldığı göç nedeni ile bu duruma geldiğini söyleyebiliriz. Bunun bir diğer göstergesi de doğurganlık oranlarıdır. Doğu bölgelerinde doğurabilecek yaşta kadın başına düşen çocuk sayısı diğer bölgelerden en az on puan daha yüksektir. Bu durum, yakın gelecekte, doğuda emek piyasası üzerine daha büyük bir baskı olacağı ve büyük bir olasılıkla bunun göç sorununu daha da arttıracığı anlamına gelmektedir. Nüfus içerisinde yaş dağılımına bakıldığında da doğunun diğer bölgelerden belirgin biçimde ayrıştığı görülmektedir. Bu bölgelerde nüfusun yarısından fazlası 25 yaşın altındadır. Genellikle olgun çalışma yaşı olarak görülen 25-64 yaş arasındaki nüfus %33 civarındadır (Filiztekin, 2008).

3.1.3 Ekonomi

Ülkemiz 2008 yılı itibariyle gayri safi milli hasıla büyüklüğü bakımından dünya sıralamasında 19 .sırada, yıllık artış hızı bakımından 107. sırada yer almaktadır (Url-53).



Şekil 3.3 : Dünya ülkeler ekonomi büyüme hızları, 2008 (Url-35)

Bugün Türkiye ekonomisi, yavaşlayan büyüme, zorlaşan enflasyonla mücadele, uluslararası piyasalardaki ağırlaşan koşullar, YTL'nin değer kazanmaya devam etmesi, yüksek cari işlemler açığı, 2007 yılında yeniden bozulma eğilimi gösteren mali disiplin, yeteri kadar istihdam yaratılamaması gibi sorunlarla karşı karşıyadır.

1987-2007 döneminde Türkiye ekonomisi yıllık ortalama yüzde 4,1 dolayında büyümüştür. Türkiye'nin gelişme düzeyi dikkate alındığında, bu oranın düşük olduğu söylenebilir. Türkiye ekonomisinin büyüme oranı, görece düşük olmasının yanında, oldukça istikrarsız bir seyir izlemiştir. Türkiye ekonomisinin uzun dönemli büyüme performansının veya daha teknik bir söylemle potansiyel büyüme oranının, (yıllık) yüzde 4 dolayında olduğu görülmektedir. Halbuki, bugün, hem küresel pazarda hem de ulusal pazarımızda, başlıca rakipler olarak gördüğümüz Çin ve Hindistan gibi ülkelerin ulaştığı uzun dönemli büyüme bu oranın çok üzerindedir (Saygılı ve Cihan, 2008).

Çizelge 3.3 : Dönemler itibarıyla GSYH (Saygılı ve Cihan, 2008).

| Dönemler | Artış Oranı (%) |
|-----------|-----------------|
| 1987-1991 | 3.08% |
| 1992-1996 | 4.43% |
| 1997-2001 | 1.53% |
| 2002-2007 | 6.74% |
| 1987-2007 | 4.11% |

1989-1994 arasında büyüme hızı görece yüksek seyretmiş, 1996-2001 arasında ise milli gelir nedeysel aynı düzeyde kalmıştır. 2002 yılıyla birlikte büyüme hızının önemli ölçüde arttığı görülmektedir. 2002-2007 dönemindeki yıllık ortalama büyüme oranı yüzde 6,7 olarak gerçekleşmiştir (Saygılı ve Cihan, 2008).

Çizelge 3.4 : 03-08 Ekonomi ana göstergeleri değişim oranları (DPT, TÜİK, 2008)

| | Nüfus | Enflasyon Ort. ³ | İşsizlik ² | Büyüme ¹ |
|------|-------|-----------------------------|-----------------------|---------------------|
| 2003 | 70231 | 18.4% | 10.5% | 5.8% |
| 2004 | 71152 | 9.4% | 10.3% | 8.9% |
| 2005 | 72065 | 7.7% | 10.3% | 7.4% |
| 2006 | 72974 | 9.7% | 10.1% | 6.9% |
| 2007 | 73875 | 8.4% | 9.7% | 4.6% |
| 2008 | 74766 | 4.0% | 8.7% | 4.0% |

1. 2008 yılı rakamları DPT programı tahminleridir.

2.2007 yılı verisi Kasım itibariyle

3.2004 öncesi için TÜFE ve TEFE 1994=100

İncelenen dönemde en yüksek büyüme hızına yüzde 8,9 ile 2004 yılında ulaşıırken, ekonomi 1994 yılında yaşanan ekonomik kriz ile birlikte yüzde 5,5 oranında, 1999 yılında yaşanan depremin etkisiyle yüzde 3,4 oranında ve 2001 yılında yaşanan ekonomik kriz sonucu yüzde 5,7 oranında küçülmüştür. 2007 yılıyla birlikte ekonomik büyümenin önemli ölçüde ivme kaybettiği dikkati çekmektedir (TÜSİAD, 2007).

2002-2006 dönemindeki başarılı performansa karşılık 2007 yılında temel göstergelerdeki iyileşme sürecinin sonuna gelmiş ve hatta yer yer kötüleşmeler görülmüştür (TÜSİAD, 2007).

Türkiye ekonomisi son 20 yıllık dönemde yıllık ortalama yüzde 4,1 dolayında sınırlı bir büyüme hızına ulaşabilmiş, bu büyüme ise ağırlıklı fiziki yatırım ve yurtdışından teknoloji aktarımı yoluyla sağanabilmiştir. Ülkelerin en temel kaynağı olan insan gücünden ve refah artışının en kalıcı kaynağı olan verimlilik artışından yeterince yararlanılamamıştır (TÜSİAD, 2007).

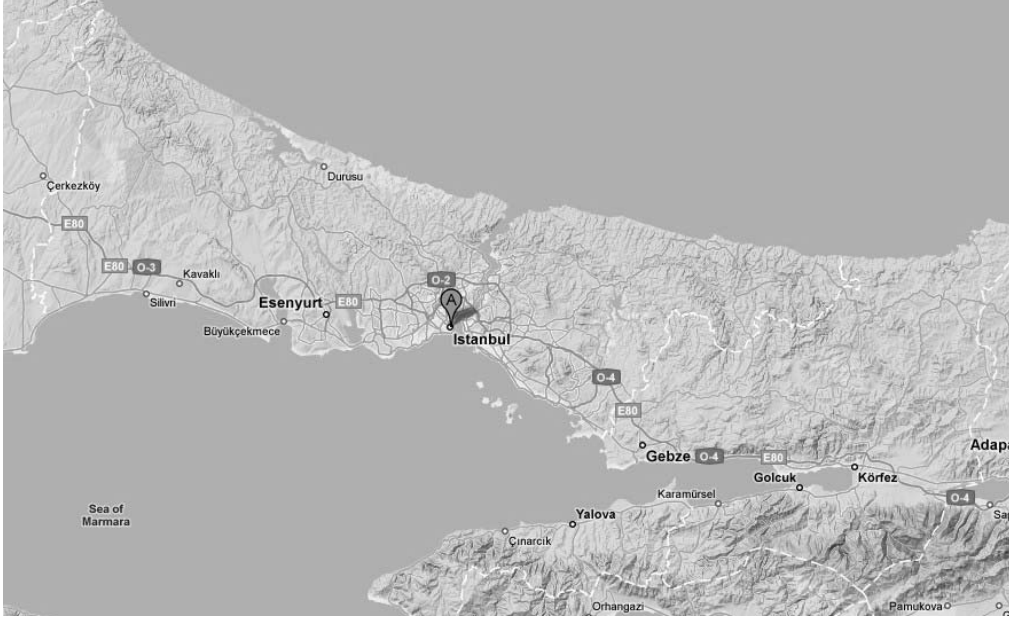
Enflasyon oranı 2002 yılı başlarındaki %73 seviyesinden, 2006 yılı itibariyle %10.1 seviyesine çekilmiştir. Enflasyon seviyesindeki esas hızlı düşüş 2002-2004 yıllarında yaşanmıştır. Bu dönem sonrasında enflasyon oranının daha fazla aşağı çekilmesinde zorluklar yaşanmaya başlandığı görülmektedir (TÜSİAD, 2007)

Uzun dönemde dünya ekonomisinin içinde bulunduğu son hızlı büyüme döneminin de artık sonuna gelmiştir. ABD ekonomisinde son verilerin işaret ettiği resesyon olasılığı bir yana, Avrupa ve Japonya'nın da aralarında olduğu bir çok gelişmiş ülke ekonomisinin 2008 yılında yavaşlaması beklenmektedir (TÜSİAD, 2007).

3.2 İstanbul

3.2.1 Konum

İstanbul İli, Türkiye'nin yedi coğrafi bölgesinden biri olan ve içinde Edirne, Tekirdağ, Kırklareli, Çanakkale, Balıkesir, Bursa, Bilecik, Yalova, Sakarya ve Kocaeli illeri'nin bulunduğu Marmara Bölgesi'nde yer almaktadır.



Şekil 3.4 : İstanbul'un konumu (Url-33)

3.2.2 Demografi

İstanbul'un 2007 yılında 12,5 milyon olan nüfusu Avrupa Birliği'ne üye veya aday statüsünde bulunan 29 ülkenin 20 tanesinin her birinden daha fazla olduğu gibi, bu ülkelerin 7 tanesinin toplamına ulaşabilmektedir. Diğer bir deyişle; İstanbul, Avrupa ölçeğinde bakıldığında bir büyük kent veya bir ülke boyutunun da ötesinde, bir ülkeler grubu boyutunda değerlendirilebilir (İMP, 2007).

Türkiye'nin nüfus ve ekonomi hacmi açısından en büyük kenti olan İstanbul, 2007 yılında yapılan nüfus sayımına göre toplam 12,573,836 kişidir. Bir önceki sayım olan 2000 yılına göre nüfus artışı %25,50 olarak gerçekleşmiştir.

Çizelge 3.5 : İstanbul yıllara göre nüfus gelişimi (Url-34)

| Yıllar | İstanbul Nüfus | Türkiye Nüfus | İstanbul'un Payı | Yıllık Artış % |
|--------|----------------|---------------|------------------|----------------|
| 1990 | 7,309,190 | 56,473,035 | 12.94% | 25.09% |
| 2000 | 10,018,735 | 67,803,927 | 14.78% | 37.07% |
| 2007 | 12,573,836 | 70,586,256 | 17.81% | 25.50% |

İstanbul barındırdığı nüfus bakımından Türkiye'nin en büyük nüfusa sahip ili konumundadır. 2007 nüfus sayım verileri neticesinde İstanbul'un nüfus büyüklüğü Türkiye nüfusunun %17,81'lik kısmını oluşturmaktadır.

Çizelge 3.6 : Nüfustaki gelişmeler, 1980-2007 (Filiztekin, 2008)

| | 1980-2007 | | 2007 Yılı | | | |
|-----------------|------------------|------------------|----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|
| | Nüfus Artış Hızı | Doğurganlık Hızı | 0-14 Yaş Arası Nüfus | 15-24 Yaş Arası Nüfus | 25-64 Yaş Arası Nüfus | 65+ Yaş Arası Nüfus |
| Türkiye | 1,7 | 30,5 | 26,4 | 17,6 | 42,1 | 6,9 |
| İstanbul | 3,6 | 26,6 | 24,2 | 16,8 | 46,8 | 6,4 |

1980-2007 yılları arasında Türkiye ortalamasının yaklaşık iki katı üzerinde nüfus artış hızına sahip İstanbul aldığı göç bakımından en çok göç alan il konumundadır. Kişi başı gelirin yüksek olduğu görülen bölgeler, beklendiği gibi, aynı zamanda net göç alan bölgeler olarak ortaya çıkmaktadır. İstanbul, Batı ve Doğu Marmara bölgelerinde 2000 yılında yaşayan nüfusun %10'unun son beş yıl içinde bu bölgelere gelmiş olması, göçün ne denli önemli bir unsur olduğunu göstermesi açısından oldukça çarpıcıdır. Yine, İstanbul'da yaşayan nüfusun, sadece %40'ının doğum yeri de İstanbul'dur. Bu hızlı dönüşüm bölgelerin gerek ekonomilerini gerekse sosyal ve kültürel hayatlarını ciddi olarak etkilemektedir (Filiztekin, 2008).

Çizelge 3.7 : Avrupa yakası ilçeler nüfus dağılımı (Url-34)

| Avrupa Yakası İlçeler | 1997 | 2000 | 2007 | 1997-2007 Artış Hızı | | | |
|-----------------------|-------------|------------------|-------------|----------------------|-------------|-------------------|--------------|
| Adalar | 16.171 | 17.760 | 10.460 | -4,26% | | | |
| Avcılar | 214.621 | 233.749 | 323.596 | 4,19% | | | |
| Bağcılar | 487.896 | 556.519 | 719.267 | 3,96% | | | |
| Bahçelievler | 442.877 | 478.623 | 571.711 | 2,59% | | | |
| Bakırköy | 222.236 | 208.398 | 214.821 | -0,34% | | | |
| Bayrampaşa | 240.427 | 246.006 | 272.196 | 1,25% | | | |
| Beşiktaş | 202.783 | 190.813 | 191.513 | -0,57% | | | |
| Beyoğlu | 231.826 | 231.900 | 247.256 | 0,65% | | | |
| Eminönü | 65.246 | 55.635 | 32.557 | -6,72% | | | |
| Büyükkçekmece | 287.569 | 384.089 | 688.774 | 9,13% | | | |
| Çatalca | 73.227 | 81.589 | 89.158 | 1,99% | | | |
| Esenler | 344.428 | 380.709 | 517.235 | 4,15% | | | |
| Eyüp | 254.028 | 255.912 | 325.532 | 2,51% | | | |
| Fatih | 432.590 | 403.508 | 422.941 | -0,23% | | | |
| Gaziosmanpaşa | 649.648 | 752.389 | 1.013.048 | 4,54% | | | |
| Güngören | 273.915 | 272.950 | 318.545 | 1,52% | | | |
| Kağıthane | 317.238 | 345.239 | 418.229 | 2,80% | | | |
| Küçükçekmece | 460.388 | 594.524 | 785.392 | 5,49% | | | |
| Sarıyer | 229.600 | 242.543 | 276.407 | 1,87% | | | |
| Şişli | 257.049 | 270.674 | 314.684 | 2,04% | | | |
| Silivri | 98.873 | 108.155 | 125.364 | 2,40% | | | |
| Zeytinburnu | 228.786 | 247.669 | 288.743 | 2,35% | | | |
| Avrupa Toplam | 66% | 6.031.422 | 65% | 6.559.353 | 65% | 8.167.429 | 3,08% |
| Asya Toplam | 34% | 3.166.807 | 35% | 3.459.382 | 35% | 4.406.407 | 3,36% |
| Toplam | 100% | 9.198.229 | 100% | 10.018.735 | 100% | 12.573.836 | 3,18% |

Nüfusu en fazla olan ilçe Gaziosmanpaşa, nüfusu en fazla artan ilçe ise (%9,13)Büyükçekmece ilçesidir. Avcılar, Bağcılar, Esenler, Gaziosmanpaşa ve Küçükçekmece nüfusları hızla artan ilçeler olarak karşımıza çıkmaktadır. Genel olarak bakıldığında, İstanbul nüfusunun %65'lik büyük bir kısmı avrupa yakasında yaşamaktadır.

2000 yılı itibarıyla ve 10.018.735 kişilik nüfusuyla İstanbul Paris metropoliten alan nüfusuna (12 milyon) yaklaşmakta olup; Tokyo (8.130.000), New York (8.008.278), Londra'yı arkasında bırakmakta ve yine Paris merkezinde yaşayanların (2.154.678) neredeyse beş misli büyüklükte nüfusu barındırmaktadır. Yüzölçümü ve nüfus ilişkilendirmesinde İstanbul 1.855 kişi/km² değeri ile Londra (1.846 kişi/km²) düzeyinde olup, kentin Tokyo (1.546 kişi/km²), Paris (791 kişi/km²) ve New York (922 kişi/km²)'un üstünde bir nüfus yoğunluğuna sahip olduğu görülmektedir (İMP, 2007).

3.2.3 Ekonomi

Kamu kaynaklarının kısıtlı olduğu dönemlerde ekonomik kalkınmanın sağlanması ve ulusal sanayinin geliştirilmesi amacıyla, yatırımların genellikle doğa ve insan kaynakların bol ve ulaşım olanaklarının iyi olduğu batı yörelerine yönlendirilmesi sonucu ortaya çıkan bölgeler arası dengesizlik, başta İstanbul'un ve komşu illerinin çekiciliğiyle zaman içerisinde artmıştır (İMP, 2007).

Sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyi düşük illerden kopan kaynaklar, İstanbul ve Doğu Marmara Bölgesi önde gelmek üzere, ülkenin ekonomik yaşamı canlı ve gelişmişlik düzeyi yüksek illerine ve bölgelerine geçmişte yönelmiş olup, ülkenin kademeli yerleşim merkezleri arasındaki ölçülerin giderek kutuplaşmasına neden olmuştur. İstanbul, Türkiye'nin toplam GSYİH'sına % 21 düzeyinde olmak üzere en büyük katkıyı yapan il konumundadır. Ülke düzeyinde bütçe gelirlerinin dağılımına bakıldığında ise, İstanbul İli'nin yine toplanan tüm gelirlerin % 41,6'sını sağladığı ve Hazine'ye aktarılan kaynaklarda en büyük paya sahip olduğu görülmektedir. Ülke ortalaması 2.888 ABD doları olan kişi başına yıllık gelir düzeyi İstanbul'da 4.286 ABD dolarıdır. Tarım dışı istihdamın toplam içindeki payı % 91,9 olan İstanbul İli'nde; sanayi sektörü % 32,2, ticaret sektörü % 18,7, hizmetler sektörü ise % 35 oranında pay almaktadır. Kamu yatırımlarının % 16'sinin gerçekleştiği İstanbul'da ülke toplam banka mevduatlarının % 40,4'ü toplanırken, banka kredilerinin % 40,8'i yine İstanbul'da kullanılmaktadır (İMP, 2007).

İstanbul'da toplam istihdamın % 31,6'sı sanayi ve % 60,3'si hizmet iş kollarında yaratılırken; bu oranlar New York'ta sanayi için % 6,6 ve hizmetler için % 89,0 olup,

Londra'da ise sanayi için %7,7 ve hizmetler için % 87,7 düzeyinde bulunmaktadır (İMP, 2007).

Çizelge 3.8 : Dünya metropollerinde çalışanların sektörel dağılımı (İMP, 2007)

| | Dublin | Milano | New York | Londra | İstanbul |
|-----------|--------|--------|----------|--------|----------|
| Sanayi | 15,8 | 25,3 | 6,6 | 7,7 | 31,6 |
| Hizmetler | 83,4 | 74,4 | 89 | 87,7 | 60,3 |

Türkiye nüfusunun %17,81'lik kısmını barındıran İstanbul, GSYİH'daki payı ise %21,48'dir. Türkiye'deki tüm çalışanlar içinde İstanbul'da çalışanların payı %13,35 iken; sadece sanayi sektörü dikkate alındığında, bu pay %33,08'e çıkmaktadır.

Çizelge 3.9 : İstanbul nüfus ve ekonomik yapı karşılaştırılması (Url-34)

| | İstanbul | Türkiye | İstanbul'un Payı |
|------------------|------------|-------------|------------------|
| * Nüfus | 12,573,836 | 70,586,256 | 17.81% |
| * Kent Nüfusu | 11,174,257 | 49,747,859 | 22.46% |
| Çalışan Nüfus | 3,471,400 | 25,997,141 | 13.35% |
| Hizmet Çalışanı | 1,851,030 | 8,719,693 | 21.23% |
| Sanayi Çalışanı | 1,116,126 | 3,374,325 | 33.08% |
| İşgücü | 3,977,241 | 28,544,359 | 13.93% |
| GSYİH (YTL),2001 | 23,608,000 | 109,885,000 | 21.48% |

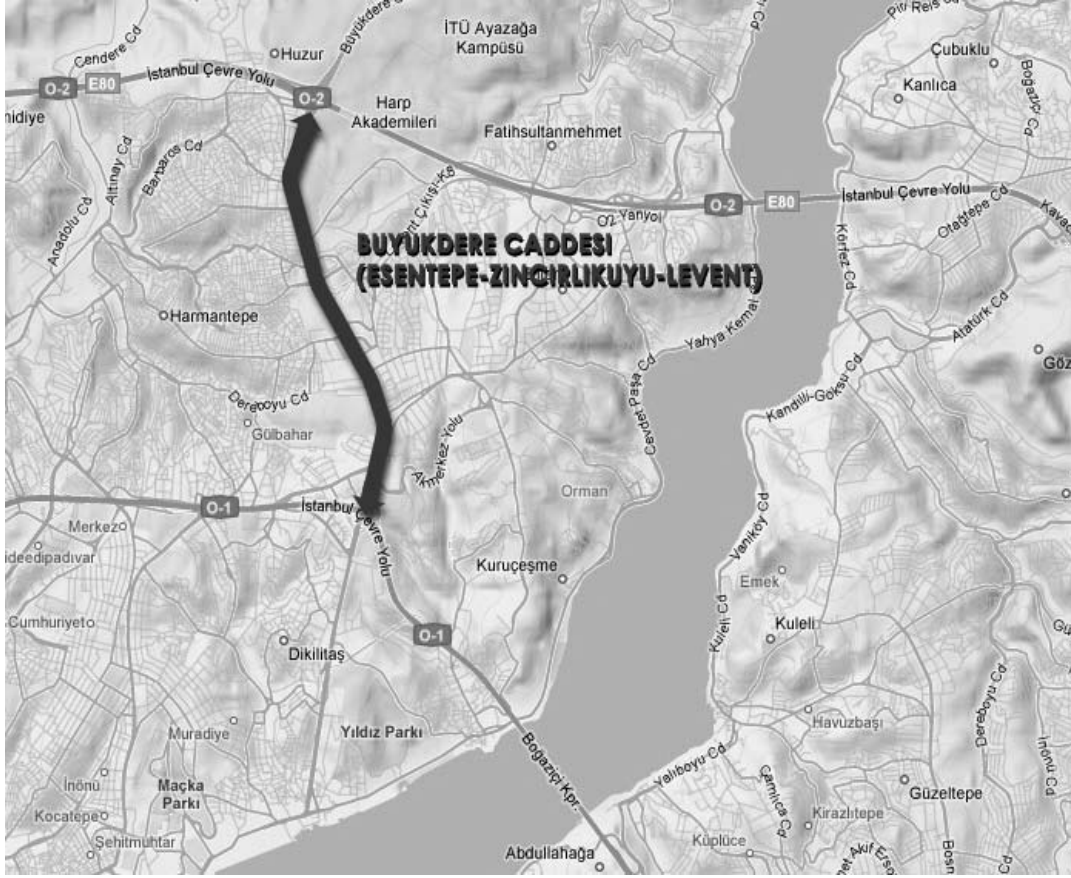
*2007

Yerel yönetim bütçelerine bakıldığında, İstanbul'un 3 milyar ABD doları düzeyindeki bütçesiyle Tokyo (57 milyar ADB doları) ve New York'un (38 milyar ADB doları) çok gerisinde kaldığı görülmekte ve GSMH katkısı söz konusu olduğunda da bu konumu değişmemektedir. Kişi başına düşen GSMH İstanbul'da 4.500 ABD doları olup, bu gelir düzeyi sırasıyla Londra'da 18.800 ABD doları; Tokyo'da 64.000 ABD doları ve New York'ta da 88.000 ABD dolarıdır. Küresel ekonomik güç paylaşımının Dünya Kentleri arasındaki düzeyi ile bu güç dağılımında İstanbul'a düşen payın hangi düzeyde olduğu, yukarıda belirtilen gruplandırma ve göstergelerden okunmaktadır (İMP, 2007).

3.3 Merkezi İş Alanı (MİA) Esentepe-Zincirlikuyu-Levent-Büyükdere Caddesi

İstanbul'un Merkezi İş Alanı (MİA) olarak tanımlanan alan; metropoliten alan, metropoliten bölge ve uluslararası boyutlarda, yönetim, kontrol, koordinasyon fonksiyonları, finans kuruluşları, özelleşmiş, ihtisaslaşmış hizmet ve ticaret fonksiyonlarının konumlandığı alanlar olarak tanımlanmaktadır. İstanbul'da MİA, Eminönü, Karaköy, Beyoğlu ve Büyükdere Caddesi'nden başlayarak: Boğaziçi

Köprüleri inşası sonrasında Beşiktaş üzerinden Boğaz'ın kuzeyine Zincirlikuyu, Maslak ve Ayazağa'ya kadar uzanmaktadır.



Şekil 3.5 : Büyükdere Caddesi Zincirlikuyu-Levent (Url-33)

Büyükdere Caddesi, 1973 ve 1988 yıllarında açılan boğaz köprülerini Asya yakasında birbirlerine bağlayan İstanbul'un ana ulaşım aksı olarak günümüzde hizmet vermektedir. Anadolu Yakası'nda güçlü bir merkezin gelişmemiş ve işyeri-konut dağılımlarının iki yaka arasında dengesiz dağılmış olması, geçmiş dönemlerde alınan yanlış planlama kararları ve 1980'lerde hızlanan kentsel dönüşüm neticesinde kuzeye kayan merkezi iş alanlarının etkisi altında kalan Büyükdere Caddesi bugün, fiziki ve sosyal bir dönüşümün baskısı altındadır (İMP, 2007).

Büyükdere aksı boyunca Maslak'a kadar uzanan ve üst düzey hizmetlerin, yoğunlaşma eğilimi yüksek, tek merkezli çekim noktası olarak gelişen MİA, kentin doğal alanlarını tehdit eden kuzey gelişiminin temelini oluşturduğu gibi, iki kıta arası kentsel trafiğin yoğunluğunu arttırmaktadır.



Şekil 3.6 : Büyükdere Caddesi boğazdan görünüşü (Url-17)

Uluslar arası rekabet düzeyi yüksek hizmetlerin yer seçim tercihi olan nitelikli ofis yerleşkeleri ihtiyacı, mevcut MIA'da yeterince karşılanamamakta olup; karşılanmak istenmesi halinde ise, tafisi güç yeni sorunlar; da beraberinde getirmektedir. Büyükdere'de olduğu gibi; parsel ölçeğinde, düzensiz ve parçalı mülkiyet dokusu üzerinde gelişen yüksek yapıların çoğalması bu duruma örnek olarak gösterilebilir. Yapı ölçeğinde nitelikli olan bu yapıların çevresine mekânsal katkılarının kısıtlı olması, kamusal alanlar üretememesi, erişebilirliğinin düşük olması, mevcut kentsel altyapıları zorlaması, çevresinde yoğunluk artırması ve ulaşım yükleri getirmesi, deneyimlenen olumsuz gelişmelerdir.

Büyükdere Caddesi güzergahında yer alan geliştirmeler İstanbul genelinde prestij yapıları olarak ön plana çıkmışlardır. Söz konusu cadde üzerinde yer alan fabrikaların ve eski yapıların transformasyona uğraması ve yüksek katlı modern teknoloji yapılarının geliştirilmesi ile birlikte bölge İstanbul'un en gözde iş ve ticaret alanı haline gelmiştir.



Şekil 3.7 : Büyükdere Caddesi (Url-32)

Büyükdere Caddesinde son derece nitelikli tekil yapılar bulunmasına rağmen; bunların arasında mekansal bütünlüğü sağlayacak olan servis yollarının, otoparkların ve çalışan çok sayıda insanın yararlanacağı rekreasyon alanlarının yetersizliği, şehircilik norm ve standartlarına uyan ve yaşam kalitesini yükseltecek olan uygulamaları gerektirmektedir. Sonuçta; merkezi iş alanları ve çalışma mekanları ile uyumlu bağlantıları olan konaklama, alış-veriş, dinlenme ve eğlence alanlarının yaratılarak ve ulaşım sorunlarına çözüm getirilerek, bölgenin rehabilite edilmesi amaçlanmalıdır.

3.4 Esentepe-Zincirlikuyu-Levent-Büyükdere Caddesi Tarihsel Süreç

Büyükdere caddesinin gelişmesini sağlayan tarihsel gelişmeler;

1950'li yıllarda Levent mahallelerinin kurulması, 1973 ve 1988 yıllarında boğaz köprülerinin açılması, 1980'li yıllarda kurulan ilaç fabrikaları, 1998 yılında 1/5000 Şişli Merkez ve Çevresi Revizyon İmar Planı onayı ile verilen yapılaşma hakları, 2000 yılında Taksim, Osmanbey, Şişli, Gayrettepe ve Levent istasyonlarının açılması, günümüzde gayrimenkul sektöründe yaşanan gelişme neticesinde büyük parsellere sahip bölgede verilen emsal haklarını kullanarak bölge ihtiyaçları doğrultusunda farklı fonksiyonların birarada bulunduğu karma projelerin yapılması olarak sıralanabilir.



Şekil 3.8 : Hava fotoğrafı Büyükdere Caddesi 1946 (Url-31)

1946 yılında çekilen Büyükdere Caddesi hava fotoğrafına bakıldığında genel olarak caddenin ileride oluşacak formunun belli olduğu fakat çevresi yapılaşma anlamında tamamen boş olduğu görülmektedir. Yapılaşma olarak, caddenin güney kısmındaki başlangıç noktası, bir başka deyişle Barbaros Caddesinin en kuzey noktasındaki günümüzde İstanbul Jandarma Komutanlığı yapısı dikkati çekmektedir.



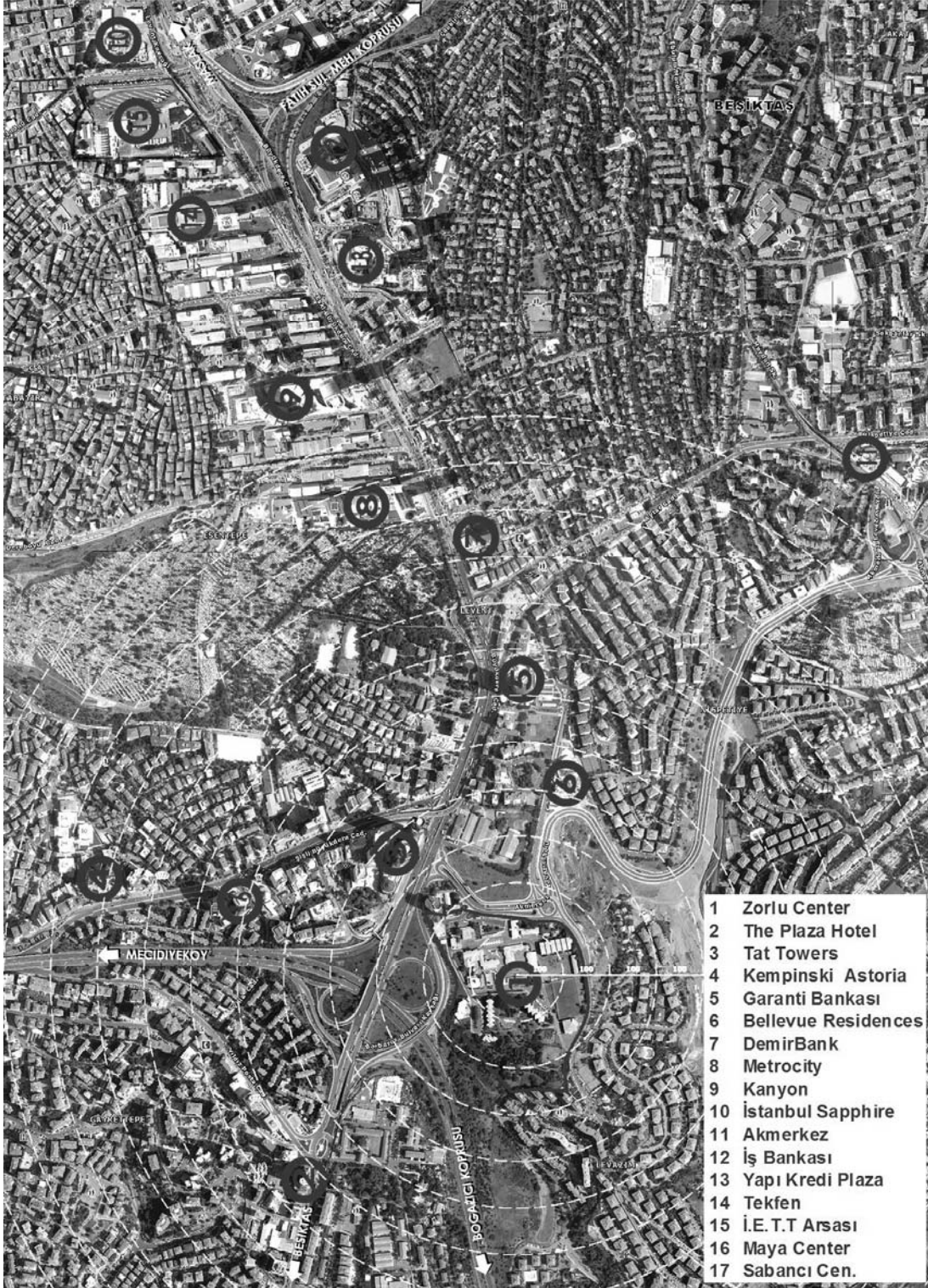
Şekil 3.9 : Hava Fotoğrafı Büyükdere Caddesi 1966 (Url-31)

1966 yılında çekilen hava fotoğrafında Levent Mahallesi dikkati çekmektedir. 1.2.3. ve 4. Levent'ten oluşmaktadır. 1.-Levent 1950, 2.-Levent 1951, 3.-Levent 1952-53 4.-Levent ise 1956-57 yılları arasında kurulmuştur. Yaklaşık 11. 000 kişinin yaşadığı Levent, ilk toplu konut bölgesi örneklerinden birisidir.



Şekil 3.10 : Hava Fotoğrafı Büyükdere Caddesi 1982 (Url-31)

1982 yılında çekilen hava fotoğrafında en dikkati çeken nokta Boğaziçi Köprüsü bağlantı yollarıyla birlikte Zincirlikuyu mezarlığının kuzeyindeki büyük parseller üzerine kurulan sanayi tesisleridir. Bu tesislerin doğusundaki plansız yerleşimin büyük bir kısmı fabrika işçilerine aittir.



Şekil 3.11 : Hava Fotoğrafı Büyükdere Caddesi 2005 (Url-31)

1988 yılında açılan Fatih Sultan Mehmet Köprüsü bağlantı yolları, 1998 tasdik tarihli 1/5000 Nazım plan kararları neticesinde verilen emsal hakları ve 2000 yılında hizmete giren İstanbul metrosunun güzergahının Büyükdere Caddesi'nden geçmeside eklenince bölge bir cazibe merkezi konuma gelmiştir.

4. KARMA KULLANIMLI PROJE BİLEŞENLERİ VE İSTANBUL GAYRİMENKUL PAZAR ANALİZİ

4.1 Ofis Kullanımı

Ofis kullanımı tarihsel süreç içinde karma kullanımlı projeler için itici güç olmuştur. Ofis projesi geliştirilmeden önce pazar analizi yapılmakta, bunun ardından proje analizi yapılmaktadır. Bu analiz; nasıl ve ne tarz bir ofis binası olacağı, bu ofis binasının nasıl bir çevresi olacağı, çevresinde ne gibi öğeler olacağı, ne tür şeylere talep olacağını belirlemektedir. Potansiyel bir ofis kiracısının bir takım ekstra öğelere, tesislere ilgisi çok dikkatli bir şekilde pazar analizlerinde tespit edilmelidir. Bunun yapılma gerekliliğinin sebebi, ofis bileşenine eklenecek olan karma kullanımlı proje çevresinin değerini belirlemektir. Bazı kiracılar bu tür ekstralara çok önem verirler ve bunları elde etmek için bir premium bedel ödemeye razıdırlar. Eskiden ise bazı kiracılar daha çok ofis alanına ve fiyata odaklanırlardı. Günümüzde, bu premium fiyatlar ancak yeni düşüncelere, yeni fikirlere açık bir ofis ürününden kazanılabilmektedir (Schwanke ve diğ., 2005).

Genellikle, belli bir arazideki tek başına veya karma kullanımlı projenin bir parçası olan yeni ofis alanının, fizibilitesi ve pazar analizi; metropoliten bir alandaki ofisin arz ve talep tahminiyle başlamakta ve sonra belirli bir düğüm noktası ve arazinin değerlendirilmesiyle devam etmektedir.

Emilen ofis alanının tahmini öncelikle kategori bazında analiz edilir. Bu kategoriler; finans, sigorta, gayrimenkul, hukuk, ticari servisler, ortaklıklardır. İkinci olarak da, büyümedeki trendlere ve her bir sektörün incelenmesiyle analiz edilmektedir. Ayrıca, her bir kiracı çeşidinin alan istekleri, ihtiyaçları, tercihleri ve bu tercihlerdeki trendler çok iyi karakterize edilmelidir. Farklı kullanıcıların tercihleri, sadece farklı lokasyonlar için farklılık göstermemekte aynı zamanda tercihleri kalite, doğa, fiyat bakımından da değişiklik göstermektedir. Özellikle kat taban alanı çok önemlidir ve sektörden sektöre ciddi çeşitlilik göstermektedir.

Karma kullanımlı projelerdeki ofis arzı için tüm analizlerin ürün çeşidine göre rekabet sınıflarının oluşturulması da önem taşımaktadır. Öncelikli olarak banliyölerde bulunan tek başına olan ofislerle karşılaştırma yapılmalıdır. Diğer dikkat edilmesi gereken konu da, son zamanlarda karma kullanımlı çevrelerde geliştirilen ofis

boşluğunun nasıl kiralandığı ve bunun tek başına olan ofis boşluğuyla karşılaştırılmasının yapılmasıdır (Schwanke ve diğ., 2005).

Pazar analizinde en zor karar, geliştirilecek olan alan ve bu alan için önerilen proje ile yüzde kaç noktasal talep elde edilebileceğini belirlemektir. Her ne kadar gayrimenkul geliştirme kavramında en eski klişe “Lokasyon, lokasyon, lokasyon” olsa da bu günümüzde tartışmalıdır. Projenin kendi yapısının ve doğasının pazar payı yakalama oranlarında ve kiralarda çok büyük bir etkisi vardır. Ayrıca, bazı durumlarda karma kullanımlı proje yapısı için kısmen tartışmalı olmaktadır, çünkü karma kullanımlı projeler diğer ofis binalarında olmayan çevreyi ve bir çok tesisi sunmakta ve iyi tasarlanmış konseptiyle daha çabuk ve daha yüksek kira oranlarıyla kiralanmaktadır. Bu yargıya kesin olarak varabilmek için, tek yapı ofis binasıyla, karma kullanımlı bir proje içindeki ofis binasını karşılaştırmak gerekmektedir (Schwanke ve diğ., 2005).

Sonuç olarak, ofis geliştirme potansiyeli analiz edilirken; projede ne tür kiracıların hedeflendiğine ve bunların alan ihtiyaçlarının ne olduğuna odaklanılmalıdır. Kiracı karakteristikleri bu analizlerde en geçerli olanıdır. Bu kiracı operasyon boyutunu ve yer alacak ofis fonksiyonlarını kapsamaktadır. Kiracı operasyon boyutu kat taban alanlarını, genişliklerini, ofis binasının eni, boyu ve yükseliğini belirlemedeki en önemli unsurdur. Ayrıca, proje için olması gereken tesis çeşitlerini ve boyutlarını da etkilemektedir.

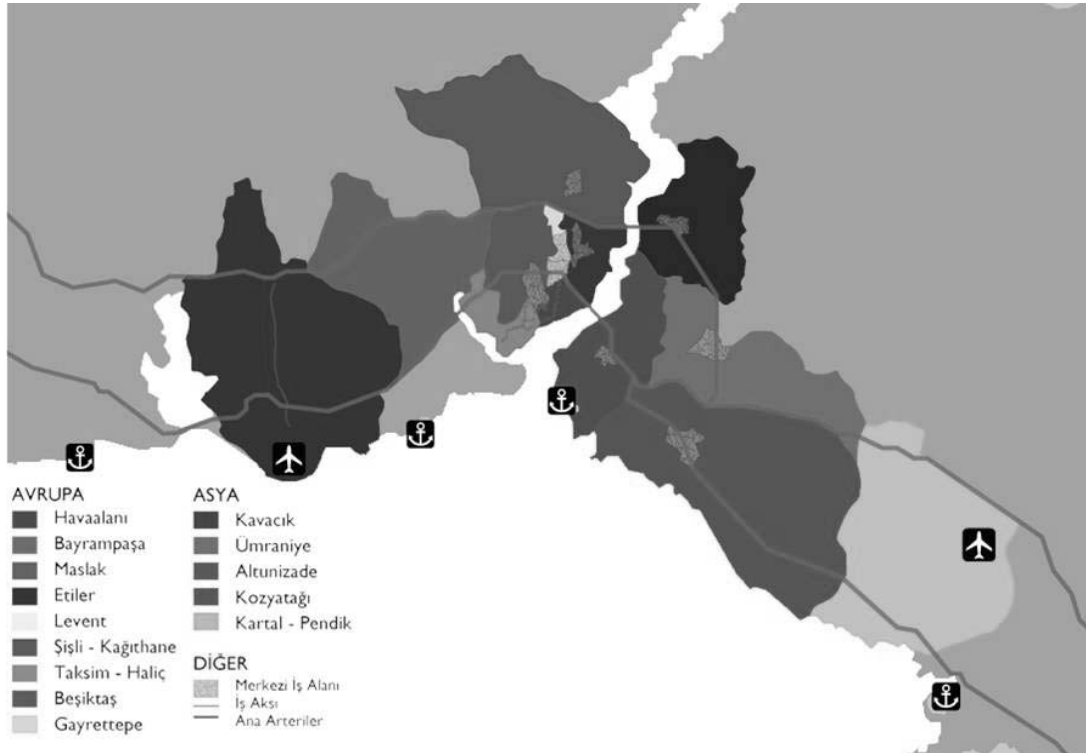
Bir projedeki her hangi bir kullanımın önemi diğer kullanımlarla karşılaştırılarak bulunmaktadır, örneğin ofis bileşeni konut, otel vb. bileşenlerle karşılaştırılmalıdır ki ofis bileşeninin projede birincil, ikincil veya dengeli bir kullanım olup olmadığı bilenebilsin. Tüm projenin başarısındaki ofis alanının önemi ofisin nasıl biçimlendirildiğine, konumlandırıldığına ve yapılandırıldığına bağlıdır. Bu ayrıca, ofis kiracılarını ve kira fiyatlarını da direk etkiler.

Genellikle, karma kullanımlı gayrimenkul projelerinde ofis kullanımının başarılı olabilmesi için dominant öge olarak oluşturulması gerekmektedir. Ofisin ve diğer kullanımların dengeli olduğu durumlarda ofisin baskın olduğu kimlikle pek örtüşmemektedir. Ofis kullanımının ikincil olduğu durumlarda ise bir çok problem ortaya çıkmaktadır. Ayrıca, kaliteli bir karma kullanım projesi olağanüstü ofis kiralari ve performans ortaya koymaktadır. Bir karma kullanımlı gayrimenkul projesinde ofis yapısının başarılı ve kaliteli bir şekilde ortaya çıkarılması, tüm projenin başarısını etkilemekte ve de proje başarısını arttırmaktadır.

4.1.1 Giriş

1950'den sonra Türkiye'nin yaşadığı hızlı şehirleşme şehirlerin sadece yayılmasına ve yoğunlaşmasına neden olmakla kalmamış, aynı zamanda şehirlerin dokusunu da transformasyona uğratmıştır. Göç hareketinden en çok etkilenen İstanbul'da da bu durum kaçınılmaz olmuştur.

İstanbul'un konut alanlarının yanı sıra, şehrin ticaret merkezinde de görülen transformasyon sonucu yeni merkezi iş alanları (MİA) oluşmuş, mevcut MİA alanları ise fonksiyonel değişikliğe uğramıştır. İstanbul'da 1970 yılına kadar Tarihi Yarımada'da yer alan Eminönü, Karaköy ve Beyoğlu ilçelerini kapsayan bölge Merkezi İş Alanı (MİA) olarak tanımlanırken bu tarihten sonra MİA şehrin kuzeyine doğru kaymış, Tarihi Yarımada'da ise ağırlıklı olarak turizm sektörü yer almıştır.



Şekil 4.1 : İstanbul ofis bölgeleri sınırları. (Colliers, 2008)

Tarihi merkezdeki yapı stokunun fiziksel ve fonksiyonel eskimeye maruz kalması bölgeye yönelik ofis talebini düşüren en önemli unsurlardan birisi olmuştur. 1970'lere kadar kırsal kapitalin yönlendirdiği ofis talebi 1970'lerden sonra ise bazı ticari firmaların uluslararası düzeye erişmesi şekil değiştirmiştir. Bu dönemde modern büro binalarına talep artmış ve Tarihi Yarımada'daki standardı düşük, eski yapılar bu talebi karşılayamamıştır. Şehrin büyümesi sonucunda tarihi yol dokusunun artan trafiğe cevap verememesi Tarihi Merkez'e yönelik ofis talebini düşüren diğer önemli unsurdur.

2005 yılından bu yana ülke ekonomisindeki hızlı büyüme, GSMH'daki artış vb. makro ekonomik faktörler gayrimenkul sektörünü olumlu etkilemiştir. Ekonomik büyüme ile birlikte gayrimenkul sektöründe yaşanan hareketlilik, yabancı yatırımcıların da dikkatlerini başta İstanbul olmak üzere Türkiye'ye çevirmiştir.

Yabancı yatırımcılar, yüksek ve daha kısa sürede getiri sağlayan ofis ve alışveriş merkezi yatırımlarına ağırlık vermişlerdir. İstanbul gayrimenkul pazarındaki hareketlilik ofis pazarında büyümeyi de beraberinde getirmiştir. İstanbul Avrupa'da da büyük büyüme vadeden bir ülke konumuna gelmiş, birçok uluslararası şirket Avrupa kentleri arasında İstanbul'u tercih etmeye başlamıştır. Özellikle Levent-Maslak güzergahında yer alan Büyükdere Caddesi, finans ve hizmet sektörünün yoğunlaştığı ve genel olarak yabancı yatırımcıların tercih ettiği bir ofis bölgesi haline gelmiştir.

80'li yılların sonlarına doğru dünyadaki değişimlere de paralel olarak mevcut ve yeni şirketlerin ihtiyaçlarındaki farklılaşmalar modern ofis gelişmelerini tetikleyen talebi oluşturmuştur. Yeni MİA alanlarında geliştirilen bu yapılar çoğunlukla A ve B tipi ofis yapıları olmuşturlardır. A ve B tipi ofis yapılarını sınıflandırırken aşağıdaki tablodaki kriterler gözönüne alınmıştır (Colliers, 2008).

A Sınıf Ofis Binaları: Aşağıdaki kriterlerin en azından 15'ini karşılamalıdır.

B Sınıf Ofis Binaları Aşağıdaki kriterlerin en azından 11'ini karşılamalıdır.

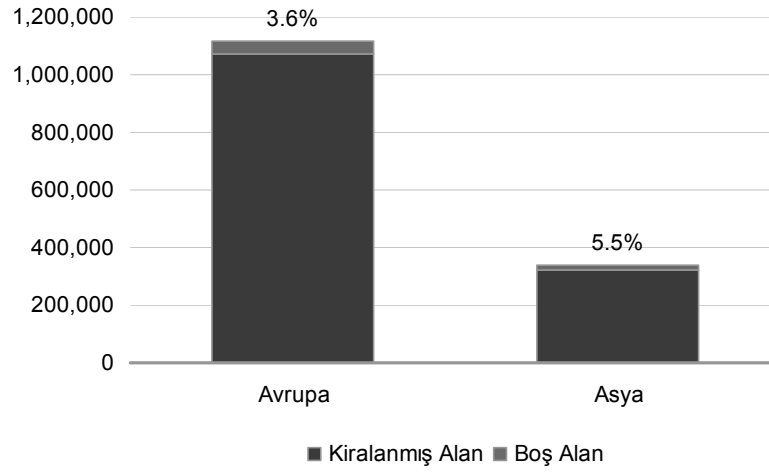
Çizelge 4.1 : A ve B tipi ofis yapılarını sınıflandırma kriterleri (Colliers, 2008)

| Sınıflandırma Kriterleri | |
|---|-------------------------|
| Görünürlük | İyi |
| Erişilebilirlik (iyi konumda) | KOLAY |
| Bina yaşı | =< 10 yıl |
| Taban alanı | => 600 m ² |
| Brüt alan/net alan (kayıp oranı) | =< %20 |
| Taban-tavan yüksekliği | => 2,70 m |
| Otopark kapasitesi (100 m ² /araç) | => 1:100 m ² |
| Asansörler | EVET |
| Çifte enerji kaynağı | EVET |
| Klima/nem kontrol sistemi | EVET |
| Kat başına telefon hattı sayısı | => 20 hat |
| Düzenlenmiş lobi alanı | EVET |
| Profesyonel bina yönetimi | EVET |
| 7/24 Güvenlik | EVET |
| Giriş-çıkış kontrolü | EVET |
| Yeşil bina | EVET |
| Donatılar (kafe, restoran gibi) | EVET |
| Yer altı otopark alanı | EVET |
| A Sınıfı => 15 Kriter | |
| B Sınıfı => 11 Kriter | |

Yeni MIA alanları, ulaşılabilirliğin yüksek olduğu çevre yollarının önemli kavşak noktalarında ve iki ana çevre yolunu bağlayan bağlantı yolları üzerinde yer almışlardır. Yüksek ulaşılabilirliğin yanı sıra, konut desteği ile de ön plana çıkan bu noktalar; Avrupa Yakası'nda Esentepe-Levent-Maslak hattı, Mahmutbey-Güneşli aksı ile Anadolu Yakası'nda Kozyatağı, Ümraniye ve Kavacık'tır.

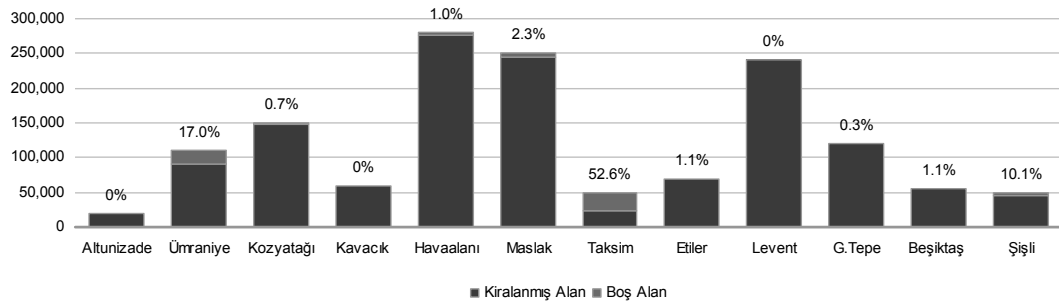
4.1.2 Mevcut ofis stoğunun nitelikleri ve boşluk oranları

Son yıllarda A sınıfı ofis binalarına olan talebin daimi bir şekilde artması dolayısıyla, mevcut ofis stoklarının neredeyse tamamı piyasa tarafından emilmiş, sektörün bu ihtiyacını gidermek adına geliştirilen yeni projeler ise piyasanın yoğun talebi karşısında yetersiz kalmıştır.



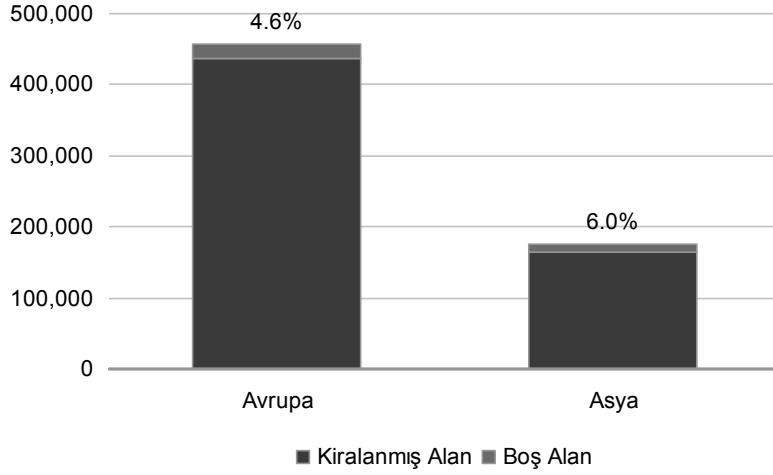
Şekil 4.2 : İstanbul genel boşluk oranları A sınıfı ofis binaları (Colliers, 2008)

İstanbul genelinde ofis stoklarının dağılımı incelendiğinde en çok A sınıfı ofis stoğuna sahip bölgelerin Maslak, Levent ve Havaalanı bölgeleri olduğu görülmektedir. Bu üç bölgedeki toplam ofis stoğu İstanbul genelinin %53'ünü oluşturmaktadır.



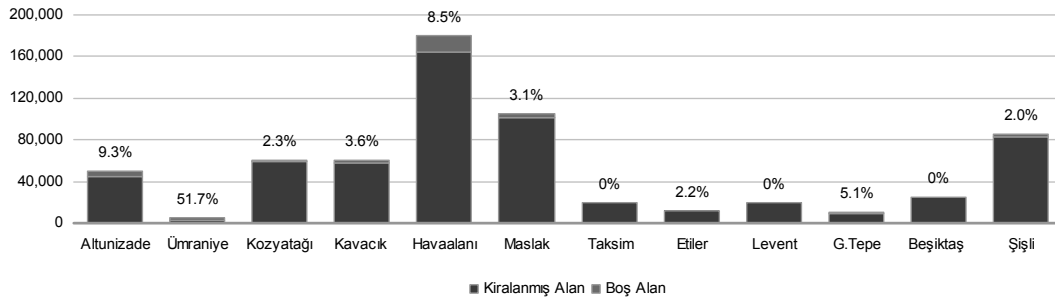
Şekil 4.3 : İstanbul ortalama boşluk oranları A sınıfı ofis binaları (Colliers, 2008)

A Sınıfı ofise ihtiyaç duyan pek çok firma aradıkları niteliklere sahip ofis alanlarını Avrupa Yakası'nda bulamamaları ve/veya bu alanlardaki kiraların çok yüksek olması nedeniyle Asya Yakası'nda yer alan ve kentin yeni finans merkezi olması beklenen Ümraniye'ye doğru arayışlarına yön vermişlerdir.



Şekil 4.4 : İstanbul genel boşluk oranları B sınıfı ofis binaları (Colliers, 2008)

Asya Yakası'na geçmek istemeyen diğer firmalar ise aradıkları niteliklerden ödün vermek durumunda kalarak B sınıfı ofislere yönelmişlerdir. Bu nedenle Merkezi İş Aksındaki B sınıfı binalardaki doluluk oranları ve fiyatlar da artmaya devam etmektedir.



Şekil 4.5 : İstanbul ortalama boşluk oranları B sınıfı ofis binaları (Colliers, 2008)

Altunizade bölgesinde B sınıfı ofislerde boşluk oranının yüksek olmasının önemli nedenlerinden biri mal sahiplerinin kira değerlerini arttırmak istemesi, bunun sonucunda da kiracıların yer değiştirmek durumunda kalmalarıdır. Ofis stoğu zaten az olan bölgede birkaç firmanın çıkması ile yüzdesel olarak önemli değişiklikler oluşmaktadır (Colliers, 2008).

Çizelge 4.2 : Esentepe-Zincirlikuyu-Levent mevcut A ve B tipi ofis arzı

| | Alanı brüt m ² |
|---------------------------------------|------------------------------|
| Semsir İş Merkezi | 15,000 |
| Maya Akar | 52,000 |
| TMSF Genel Müdürlük Binası | 25,000 |
| Denizbank Genel Müdürlük Binası | 15,000 |
| Güneş Sigorta Genel Müdürlük Binası | 15,841 |
| Özsezen İş Merkezi | 28,800 |
| Finansbank | 26,000 |
| Enka İş Merkezi | 15,841 |
| TAT Towers | 65,000 |
| Garanti Bankası Genel Müdürlük Binası | 65,596 |
| Metrocity | 17,545 |
| Eski HSBC Genel Müdürlük Binası | 19,000 |
| 1. Levent Plaza | 64,709 |
| Polat Plaza | 48,000 |
| Büyükdere Plaza | 17,000 |
| Gelir İdaresi Başkanlığı | 12,500 |
| Apa Giz Projesi | 12,000 |
| Kanyon | 29,903 |
| Eczacıbaşı | 24,000 |
| Harmancı Giz | 11,000 |
| TOBB Binası | 10,500 |
| Yapı Kredi Plaza | 55,400 |
| Vakıfbank | 13,230 |
| Tekfen | 130,000 |
| İş Bankası Genel Müdürlük Binası | 224,357 |
| Sabancı Center | 107,000 |
| Toplam | 1,120,222 |

Esentepe-Levent Büyükdere Caddesi üzerindeki toplam A tipi ofis arzı yaklaşık 1,100,000 m²'dir. Arzın büyük çoğunluğu 1995-2000 döneminde pazara girmiş, 2000-2003 yılları arasında ülke ekonomisinde yaşanan krizin etkisi ile yatırımlarda duraksama olmuştur.

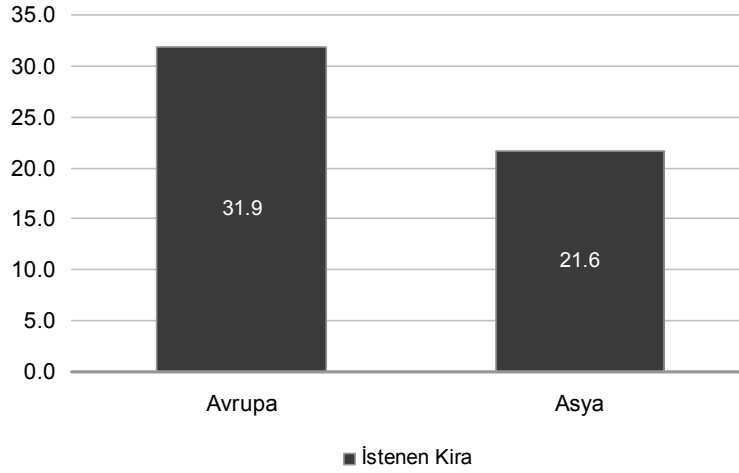
İstanbul'daki A tipi ofis yapılarının 2008 yılı doluluklarına bakıldığında İstanbul'da ofisler yaklaşık %95 doluluk oranı ile 2003 yılından bu yana en yüksek doluluk oranına ulaştığı görülmektedir.

Levent, Zincirlikuyu, Etiler, Maslak ve Gayrettepe gibi önemli merkezlerde kiracı durumunda olan firmalar, bölgedeki ofis boşluk oranlarının çok az olduğunu göz önünde bulundurarak, mevcut binalarından çıkma riskine girmek istememektedir.

Merkezi İş Aksı üzerindeki ofis binalarının nitelikli ofis talebini karşılayamaması, bölgedeki arsa stoğunun sınırlı ve aynı zamanda da çok yüksek maliyetli olması dolayısıyla İstanbul ofis piyasası Asya Yakası'ndaki yeni merkezlere doğru kaymaya devam etmesi beklenmektedir.

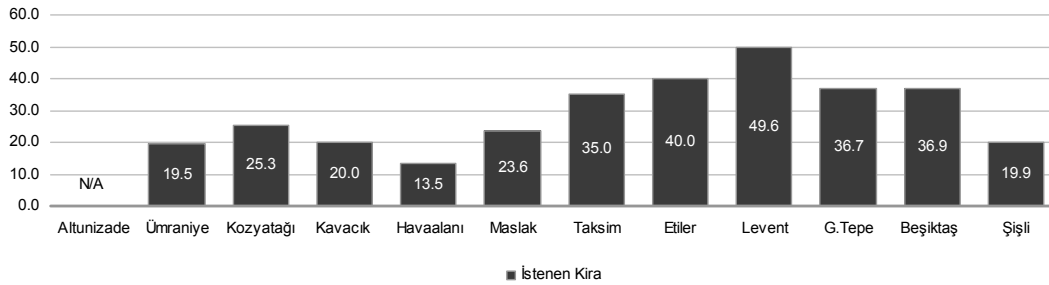
4.1.3 Mevcut ofis geliştirmeleri ve performans değerlendirmeleri

Ofis arzına oranla çok daha buyk hızla gelişen ofis talebi, kira rakamlarına da yansımış ve ortalama kira rakamları 2008'de de artmaya devam etmiştir.



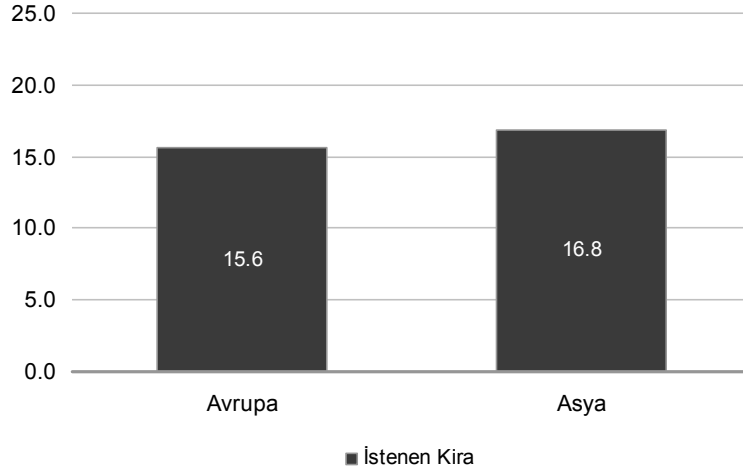
şekil 4.6 : İstanbul istenen kira rakamları A sınıfı \$/m²/Ay (Colliers, 2008)

2008'in 3. eyreğinde de İstanbul genelinde ofis fiyatları artmaya devam etmiştir. Avrupa Yakası'ndaki A sınıfı ofis binalarında ortalama kira rayici \$31/m²/ay seviyesini aşmışken, Asya Yakasında bu rakam \$21/m²/ay dolaylarında seyretmektedir.



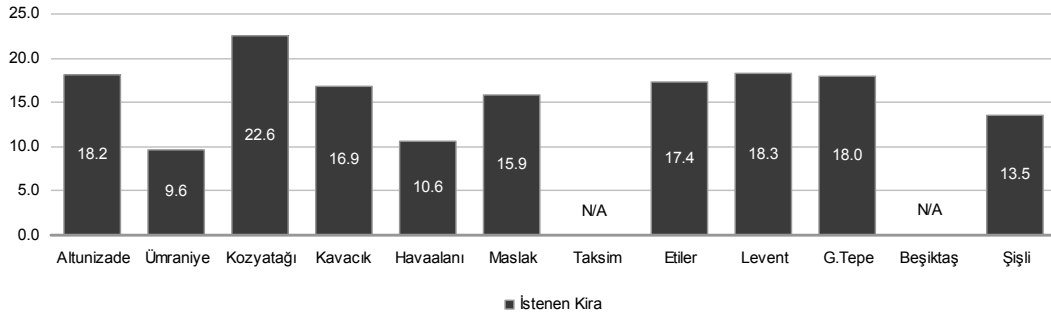
şekil 4.7 : İstanbul istenen kira rakamları A sınıfı ofis \$/m²/Ay (Colliers, 2008)

2007 senesi başına kadar brüt \$25/m²/ay kira değerlerinin konuşulduğu Levent bölgesinden kiralar 2008 başlarından itibaren brüt 40-45 USD/m²/ay seviyesine kadar çıkmıştır. 2008 3. eyrek itibariyle A sınıfı kira değerlerinde ilk sırayı \$49.6/m²/ay istenen kira değeri ile Levent bölgesi son sırayı ise \$13.5/m²/ay istenen kira değeri ile Havaalanı bölgesi almaktadır.



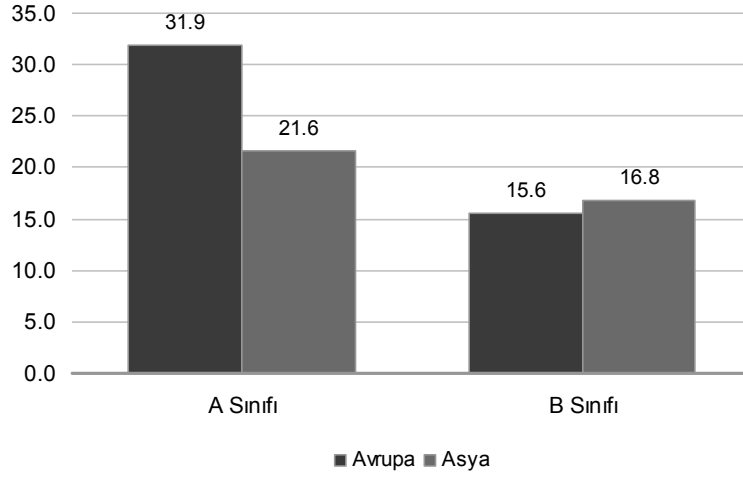
Şekil 4.8 : İstanbul istenen kira rakamları B sınıfı \$/m²/Ay (Colliers, 2008)

2008'in 3. çeyreğinde İstanbul B sınıfı ofis fiyatları da artmaya devam etmiştir. Avrupa Yakası'ndaki B sınıfı ofis binalarında ortalama kira rayici \$15/m²/ay seviyesini aşmışken, Asya Yakasında bu rakam \$16/m²/ay dolaylarında seyretmektedir.



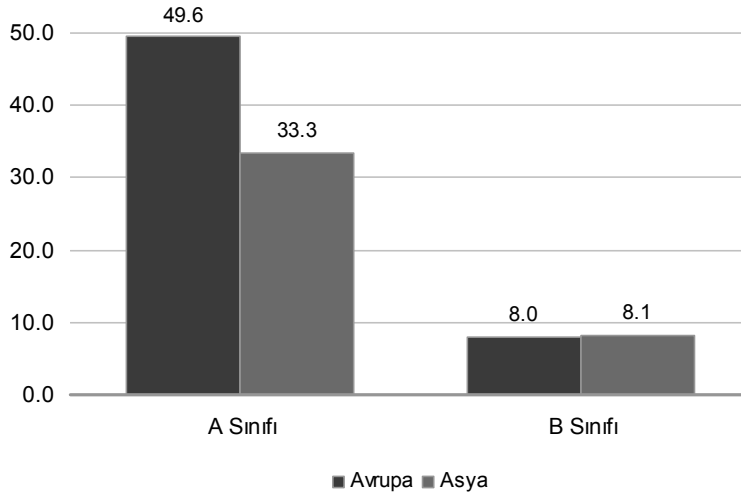
Şekil 4.9 : İstanbul istenen kira rakamları B sınıfı \$/m²/Ay (Colliers, 2008)

B sınıfı kira değerlerinde artış görülmeyen tek bölge Ümraniye bölgesidir. Önceki dönemlerde \$10/m²/ay seviyelerinde olan istenen kira ortalaması bu dönemde \$9.6/m²/ay seviyelerine düşmüştür. Bölgede A sınıfı ofis alanları için istenen kira değerlerinin de uygun olması nedeniyle şirketler A sınıfı yeni ofislere yönelmiş ve B sınıfı ofis alanlarında boşluklar meydana gelmiştir.



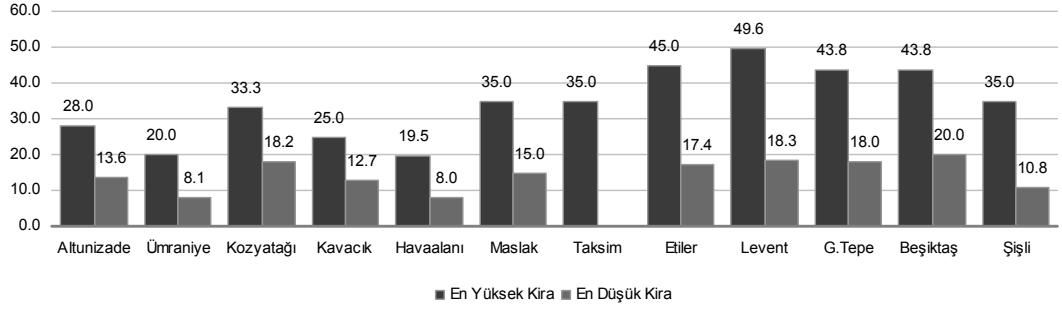
Şekil 4.10 : İstanbul istenen kira rakamları A-B sınıfı ofis \$/m²/Ay (Colliers, 2008)

Asya yakasındaki B sınıfı ofisler için istenen ortalama kira değeri Avrupa yakasındaki B sınıfı ofilerden yüksektir. Aynı durum Asya yakasında bulunan B sınıfı ofis için istenen en düşük kira değerinde de söz konusudur.



Şekil 4.11 : En yüksek/ düşük istenen kira rakamları \$/m²/Ay (Colliers, 2008)

2008 yılı 3. çeyreği için A sınıfı ofis için istenen en yüksek kira değeri \$49,6/m²/ay olarak gerçekleşmiş ve önceki dönemlerde olduğu gibi bu dönem de Levent bölgesinden talep edilmiştir. Bu değer \$33,3/m²/ay olan Asya(Kozyatağı) yakasından en yüksek kira değerini geride bırakarak İstanbul için istenen en yüksek kira değeri olmuştur.



Şekil 4.12 : En yüksek /düşük istenen kira rakamları \$/m²/Ay (Colliers, 2008)

2008 yılı 3. çeyreği için istenen en düşük kira değeri \$8/m²/ay olmuş Havaalanı bölgesinden talep edilmiştir. Bu değer \$8.1/m²/ay olan Asya(Ümraniye) yakasından en düşük kira değerini geride bırakarak İstanbul için istenen en düşük kira değeri olmuştur.

4.1.4 Potansiyel ofis geliştirmeleri

Avrupa Yakası'nın önde gelen merkezi iş alanı ve ofis bölgesi olan Esentepe-Levent-Maslak hattı, pazar alanı ve lokasyon itibarıyla Esentepe –Levent ve de Maslak olarak iki kısımdan oluşmaktadır. Aşağıdaki bölümlerde Pazar analizi kapsamında Esentepe-Zincirlikuyu-Levent Büyükdere Caddesi aksına odaklanılmıştır.

Çizelge 4.3 : Esentepe-Zincirlikuyu-Levent potansiyel ofis yatırımları

| Potansiyel Proje Alanı | Arsa Alanı net m² | Ofis Alanı brüt m² |
|---|----------------------|-----------------------|
| Özdilek Arsası (eski Roche) | 31,200 | 46,800 |
| Zorlu Gayrimenkul Arsası (eski Karayolları) | 84,064 | 23,500 |
| Çiftçiler Arsası | 45,000 | 67,500 |
| Landmark Arsası (eski Renault-Mais) | 10,630 | 16,000 |
| Eski HBB Arsası | 3,300 | 5,000 |
| T.C. Ziraat Bankası Arsası | 6,720 | 10,080 |
| Soyak Plaza | 13,897 | 20,846 |
| Sama Dubai Arsası (eski İETT) | 46,353 | 30,000 |
| T.C. Merkez Bankası Arsası | 17,830 | 26,745 |
| Fako Arsası | 21,250 | 31,875 |
| Eczacıbaşı Arsası | 2,606 | 6,500 |
| Ali Sami Yen Arsası | 34,000 | 20,000 |
| Trump Towers | 23,000 | 40,000 |
| Soyak Arsası-Tat Towers yanı | 3,880 | 9,700 |
| Ağaoğlu Seyrantepe Projesi | 29,460 | 40,000 |
| Toplam | 373,190 | 394,546 |

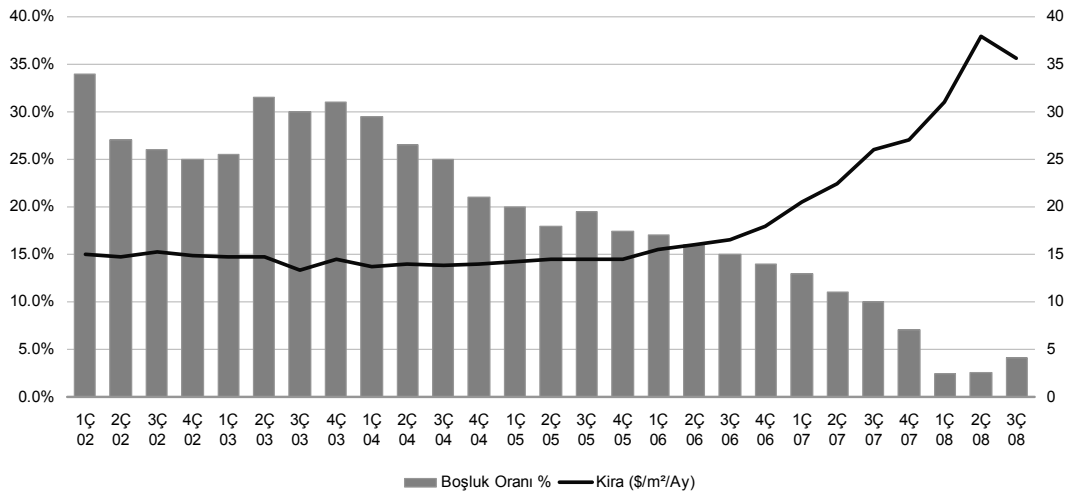
Bölgede bugün geliştirilebilir arsa stoku azalmakla birlikte önümüzdeki 5 yıl içerisinde pazara girmesi beklenen 15 yeni proje bulunmaktadır. Çoğunluğu karma kullanımlı olan bu projelerden yaklaşık 395,000 m²'lik A sınıfı ofis arzı beklenmektedir. Son iki yıla göre daha yüksek bir artışla pazara girmesi beklenen bu

arzin, sürekli artış eğiliminde olan kira bedellerinin artış hızını yavaşlatmakla birlikte durduracak seviyede olmayacağı düşünülmektedir. Bu nedenle, pazar koşullarında herhangi bir değişiklik olmayacağı da varsayılarak, bölgedeki ofis kira bedellerinin artmaya devam edeceği kabul edilebilir.

Çizelge 4.4 : Esentepe-Zincirlikuyu-Levent - A sınıfı ofislerdeki kira değerleri

| | Lokasyon | Teslim şekli | Ofis Alanı | |
|------------------|--------------|--------------|---------------------|-------------------------|
| | | | brüt m ² | (\$/m ² /Ay) |
| Tat Towers | Zincirlikuyu | Şap-Sıva | 1041 | 23-40 |
| Maya Center | Esentepe | Dekorasyonlu | 275 | 44 |
| Maya Center | Esentepe | Dekorasyonlu | 330 | 19 |
| Astoria | Esentepe | Şap-Sıva | 605 | 38 |
| Astoria | Esentepe | Şap-Sıva | 136 | 56 |
| Yapı Kredi Plaza | Levent | Dekorasyonlu | 300 | 35 |
| Apa-Giz | Levent | Şap-Sıva | 570 | 45 |

Bölgede, kriz döneminin ardından pazara giren tek ofis arzı Astoria projesinde yer almaktadır. Son 5 yıllık dönemde gerçekleştirilen yeni yatırımların büyük çoğunlu rezidans geliştirmeleri olmuş, projelerde ofis arzı sunulmamıştır. Bölgeye yönelik yüksek ofis talebine karşılık arzın yavaşlaması kira ve satış değerlerine de yansımış, bu durum yatırımcıları yeniden ofis projelerine yöneltmiştir.



Şekil 4.13 : 2001 - 2008 A sınıfı boşluk ve kira rakamları (Colliers, 2008)

2006 yıl sonundan bugüne kira fiyatlarında ortalama %30-40 düzeyinde bir artış gerçekleşmiş, bugün kiralar ortalama 35-55 ABD\$/m²/ay seviyesine ulaşmıştır. İstenilen kira değerleri ofisin yaşına, büyüklüğüne, fiziksel durumuna göre değişmektedir. Bölgedeki ofislerde doluluk oranı %95'e yakındır.

4.2 Otel Kullanımı

Otel endüstrisi çok çeşitli otel tipini içermektedir; ucuz, ekonomik, orta sınıf, üst kalite, lüks. 1990'lardan önce karma kullanımlı gayrimenkul projelerindeki oteller genelde üst sınıf ve lüks olarak, çok büyük, minimum 300 odalı yapılmaktaydı ve çok geniş toplantı salonları bulunmaktaydı. Günümüzde ise karma kullanımlı şehir merkezlerinde ve diğer projelerde genellikle oteller eskiye nazaran daha küçük boyutlarda ve orta sınıf segmentinde inşa edilmektedir, örneğin butik oteller. Nadiren karma kullanımlı projelerde bulunan oteller ekonomik ve bütçeye uygun oteller olmaktadır (Schwanke ve diğ., 2005).

Oteller karma kullanımlı projelerin en güçlü öğelerinden birisidir;

Güçlü markası olan oteller, projenin imajını yükseltmekte, özel bir adres yaratmakta, projenin isminin tanınmasını sağlamakta ve etkili bir pazarlama programı garanti etmektedir,

Oteller, tüm projeye 24 saat yaşanabilirlik sağlamaktadır, insanları ve grupları bütün bir gün ve gece çekebilmektedir,

Oteller, sadece otel müşterilerinin kullanacağı değil ofis ve konut kiracılarının da kullanabileceği yemek yeme, eğlence, rekreasyon alanları ve tesisleri sağlayabilmektedir (Schwanke ve diğ., 2005).

Oteller, özellikle yaya, perakende ve eğlence olanakları otelin imajını güçlendirmekte ve müşterilerin oradaki kalışını mükemmelleştirmektedir. Oteller aynı zamanda ofis ve konut talebinden de direkt pozitif yönde etkilenmektedir. Otel yapım kararını almadan önce, otel pazar analizi için mevcut ve gelecek ekonomik koşullar ve her türlü pazar şartları tam olarak değerlendirilmelidir. Öncelikle, proje geliştirici veya danışman firma bu değerlendirmeye baz oluşturacak bilgiyi toplamalı, konaklama talebini belirlemeli, mevcut ve öngörülen konaklama arzını değerlendirmeli, araziye bu yönde geliştirebilmeye uygunluğunu araştırmalı, pazar ihtiyacını ve talebini analiz etmeli, her türlü tesis için önerilen boyutları irdelemeli, odaların doluluk oranlarını değerlendirmeli ve öngörüler için hazırlık yapmalıdır (Schwanke ve diğ., 2005).

Proje yapılacak olan arazi ve etrafındaki pazarda arz ve talep özenli bir biçimde değerlendirilmelidir. Müşteri segmentleri analiz edilmelidir, üç tip otel müşterisi bulunmaktadır; ticari, toplantı ve eğlence aktiviteleri için gelenler. Örneğin, karma kullanımlı projelerde bulunan ulusal, uluslararası ofis kullanımına şehir dışından,

ülke dışından ziyaretçiler gelmektedir ve bunlar direk otel geliştirmesini etkilemektedir. Ayrıca projeyi geliştiren firma piyasadaki otel ve otel çevresindeki tüm tesislerin rekabetini araştırmalıdır; rakiplerin boyutları, lokasyonu, markası, seviyesi, öneri ek tesisler, oda doluluk oranları, sahiplik durumu ve rakiplerin zayıf ve güçlü yönleri detaylı bir biçimde irdelenmektedir. Karma kullanımlı proje geliştirmek için seçilen lokasyonun otel kullanımına uygunluğu analiz edilmelidir (Schwanke ve diğ., 2005).

Genellikle, iyi tasarlanmış bir karma kullanımlı projede yer alan otel kullanımı bazı premiumlar getirmektedir, özellikle doluluk oranlarıyla alakalı. Haftasonu doluluk oranı daha doğru bir sonuç vermektedir. Pazar potansiyeli bir kez yakalandığında, iki önemli konu gerçekleştirilmelidir, birincisi iyi bir otel işletmecisi seçilmeli ikincisi de karma kullanımlı projedeki otelin rolü kesin olarak belirlenmelidir.

Oteller nadiren karma kullanımlı projenin dominant ögesi olmaktadır. Bu durum, sözkonusu olan proje bir tatil yerinde ya da bir kongre alanı yanında olmadığı sürece doğrudur. Oteller pek fazla ikincil kullanım olarak düşünülmemektedir. Çünkü ölçek ekonomileri bu şekilde gerçekleşmemektedir. Projenin operasyonu pozitif olabilmesi için en az 100 oda içermelidir. Burada karar verilmesi gereken en önemli konu, ortaya çıkacak karma kullanımlı projede otel birincil öge olup diğer tesisler oteli desteklerse ne kadar fizibil olacağı ya da ofis kullanımını desteklemek üzere ikincil olarak planlanırsa ne kadar fizibil olacağıdır (Schwanke ve diğ., 2005).

Günümüzde yapılan modern karma kullanımlı projelerin bir çoğunda otel projenin ana ögesidir. Bir çok geliştirici firma otellerin pazarlama gücünü farketmiş ve bütün geliştirme stratejilerinde oteli ana kullanım olarak konumlandırmışlardır. Otel kullanımının karma kullanımlı projenin geneline olan en önemli etkisi otelin markasıdır, otel markası bu noktada çok büyük bir önem taşımaktadır. Doğru markayı ve doğru otel işletmesini belirlemek önemli bir süreçtir. Yapılan pazar analizi çok çeşitli otel markalarını ve işletmelerini içermelidir. Ünlü olmayan bir marka veya işletmeci seçilirse, otel kullanımını geliştirmede ve finanse etmede çok zorlanılmaktadır. Uluslararası bir marka veya işletmecisi seçildiği takdirde otel kullanımı karma kullanımlı projenin tamamı için mükemmel bir pazarlama aracı olmaktadır.

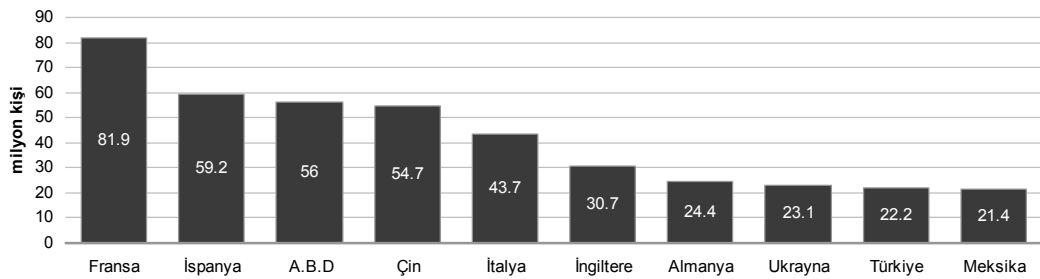
Sonuç olarak, otelin karma kullanımlı projedeki rolü gerçekten önemlidir ve planlama sürecinde asıl ve besleyici faktör olmaktadır.

4.2.1 Giriş

Dünya ülkelerinin, turist sayıları ve turizm gelirlerini artırma çabaları tarihsel olsun olmasın, büyüklü küçüklü bütün şehirlere yansımış ve bu çaba coğrafi görünümü de büyük ölçüde değiştirmeye başlamıştır. İster tarihsel, isterse yeni olsun, insan faaliyetlerinin en son mekansal ürünleri olarak şehirler turizmde büyük önem taşımaktadırlar (Tyler vd., 1998). Dünyada son 10 yılda turizm, ziyaretçilerin, şehirlerin aynı zamanda da şehir sakinlerinin gelişimine pozitif etki yaparak şehrsel gelişim politikalarının temel taşı olarak görülmeye başlanmıştır. Ziyaretçilerin şehrsel varış noktalarına olan artan ilgisi aynı zamanda şehirlerin sunduğu ürünlerle de şekillenmiştir (Law, 1996).

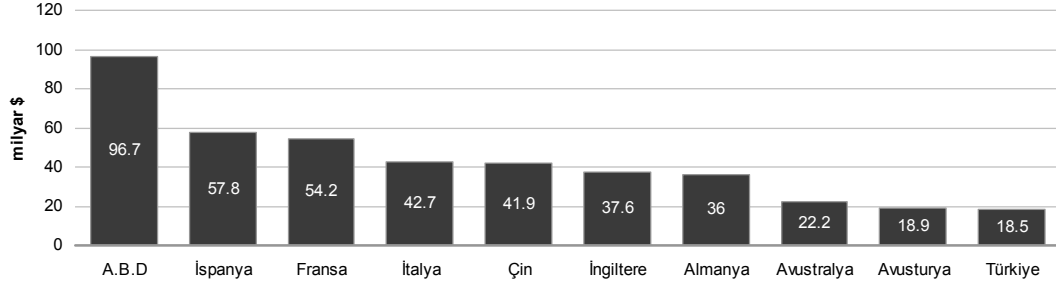
Şehrsel turizm halen gelişmekte olan bir endüstridir; büyümesi ve gelişmesinin de kaçınılmaz olduğu görülmektedir. Şehirler çoğunlukla turizmin gelişimini sağlayıcı önemli kaynaklara sahiptir. Ancak, şehrsel turizmin mevcudiyeti ve gelişimi tüm şehirlerde eşit bir şekilde sağlanmış değildir. Şehirlerde turizmin gelişiminin sağlanabilmesi planlı gelişime bağlı olduğu kadar ulusal ve uluslararası değişen rekabet koşullarına da bağlıdır. Şehirlerin sundukları hizmetlerin kapasite ve kalitesinin ziyaretçilerin ihtiyaçlarını karşılaması gereklidir (Page, 1995).

Turizm Dünya’da hayati öneme sahip anahtar bir sektördür. 2007 yılında dünyada uluslar arası turist gelişleri, 2006 yılına göre %6,6 artarak 903 milyona ulaşmış ve tüm dünyadaki uluslar arası turizm gelirleri 2006 yılına göre %5,6 büyümeye göstermiş ve 856 milyar dolar olmuştur.



Şekil 4.14 : Gelen yabancı turist sayısı ilk 10 ülke, 2007 (Url-29)

Dünyanın en çok gelen turist sayısına sahip ülke sıralamasında, Ukrayna ve Türkiye, Avusturya ve Rusya’yı yerinden ederek, 8. ve 9. sıralara yerleşmişlerdir.. Avrupa’nın önde gelen güneş ve sahil destinasyonlarından olan Türkiye, 2006’daki düşüşten sonra sağlam bir toparlanma yaşayarak, 2007’de %18 bir büyümeye göstermiştir. Türkiye’nin 2007 yılı gelen yabancı turist sayısı 22.2 milyon olarak kaydedilmiştir.



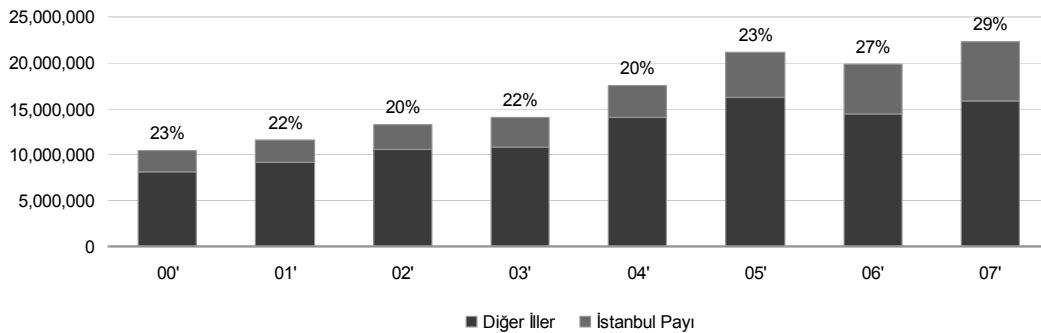
Şekil 4.15 : Turizm geliri ilk 10 ülke, 2007 (Url-29)

2007'de dünyanın en çok turizm gelirine sahip ilk 10 ülkesinin sıralamasında bazı değişiklikler olmuştur. Avusturya 9. sıraya yükselerek Türkiye'nin yerini almıştır. Türkiye ise gelirlerde 10. sıraya gerilemiştir. Türkiye'nin 2007 yılı turizm geliri 2006'ya göre %9.7 artışla 18.5 milyar dolar olarak kaydedilmiştir. Dünyada en çok turist çeken ülke 81.9 milyon/kişi ile Fransa olmasına karşın en çok turizm gelirine sahip ülke \$96.7 milyar ile Amerika Birleşik Devletleri'dir. İspanya gelen turist ve turizm geliri bakımından 2.sırada yer almaktadır.

Çizelge 4.5 : Türkiye ve İstanbul ziyaretçi sayıları, 2007 (Url-29)

| Yıllar 2000' | Türkiye | İstanbul | İstanbul'un Payı | İstanbul Payındaki Değişim |
|--------------|------------|-----------|------------------|----------------------------|
| 00' | 10,428,153 | 2,349,500 | 23% | 7% |
| 01' | 11,618,969 | 2,510,763 | 22% | 8% |
| 02' | 13,256,028 | 2,699,131 | 20% | 17% |
| 03' | 14,029,558 | 3,151,739 | 22% | 10% |
| 04' | 17,517,610 | 3,473,185 | 20% | 40% |
| 05' | 21,122,798 | 4,849,712 | 23% | 10% |
| 06' | 19,802,846 | 5,346,681 | 27% | 21% |
| 07' | 22,322,736 | 6,453,553 | 29% | N/A |

İstanbul'un, Türkiye turizmi içerisindeki payı 2005 yılında %23, 2006 yılında %27, 2007 yılında ise %29 (gelen turistler içindeki payı) olarak gerçekleşmiştir. İstanbul, 2007 yılında, toplam 6,453,553 yerli ve yabancı turist tarafından ziyaret edilmiştir.



Şekil 4.16 : 2000 - 2007 Gelen ziyaretçi İstanbul'un payı (Url-29)

Son yıllarda yaşanan ekonomik gelişmelerin yanı sıra, İstanbul'un üst düzey organizasyonlara başarıyla ev sahipliği yapması sonucunda; İstanbul eğlence ve iş turizminde dünya ölçeğinde de kendini ispat etmiştir. Bu organizasyonlardan bazıları 2004 Eurovision Şarkı Yarışması,

2004 Nato Zirvesi,

2005 Şampiyonlar Ligi Finali

2006 yılından itibaren her yıl gerçekleştirilmekte olan Formula 1 Grand Prix'dir.



Şekil 4.17 : İstanbul park F1 yarışı Kurtköy ,2005 (Url-30)

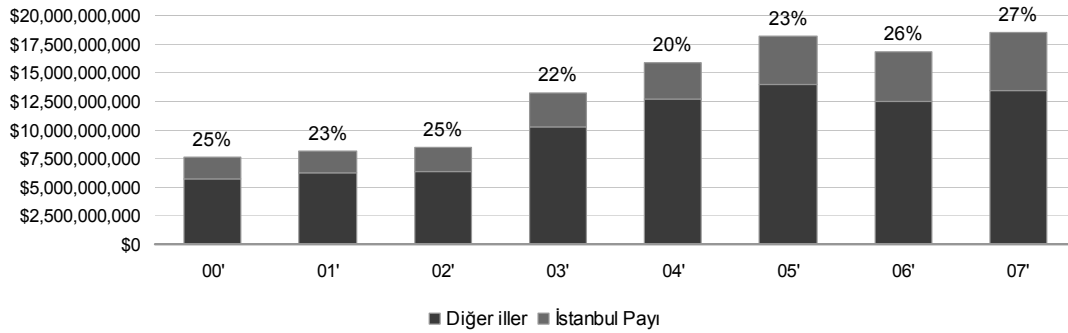
Gelen turist sayısında 2005 yılında belirgin bir artışın görüldüğü Beyoğlu, Şişli ve Büyükçekmece ilçelerinde yeni turizm yatırımlarının bu artışa neden olduğu bilinmektedir. İstanbul'un merkezi iş alanının büyük bir bölümünü kapsayan Beyoğlu ve Şişli bu özellikleri ile Büyükçekmece'nin ise Tüyp Sergi Merkezi nedeni ile yeni yatırımları çektiği düşünülmektedir. Özellikle Büyükdere Caddesi üzerinde yoğunlaşan iş merkezi yatırımları ile kentin en önemli MİA alanlarından olan Şişli'deki ziyaretçi artışının iş amaçlı seyahatlerden kaynaklanması büyük olasılıktır.

Çizelge 4.6 : Türkiye ve İstanbul turizm gelirleri, ABD\$ (Url-29)

| Yıllar 2000' | Türkiye | İstanbul | İstanbul'un Payı | İstanbul Payındaki Değişim |
|--------------|---------------------|-----------------|------------------|----------------------------|
| 00' | \$7,636,000,000.00 | \$1,909,000,000 | 25% | -2% |
| 01' | \$8,100,000,000.00 | \$1,868,250,000 | 23% | 13% |
| 02' | \$8,473,000,000.00 | \$2,118,250,000 | 25% | 37% |
| 03' | \$13,203,000,000.00 | \$2,904,660,000 | 22% | 9% |
| 04' | \$15,887,700,000.00 | \$3,177,540,000 | 20% | 31% |
| 05' | \$18,153,500,000.00 | \$4,167,972,765 | 23% | 5% |
| 06' | \$16,851,000,000.00 | \$4,393,287,168 | 26% | 14% |
| 07' | \$18,487,000,000.00 | \$5,000,000,000 | 27% | N/A |

Uluslararası pazarda ve yerel pazarda bir turizm merkezi olarak önemli bir yere sahip olan İstanbul yakın dönemde, yaşanan ekonomik gelişmeler sonucunda en hızlı gelişen turizm pazarları arasına girmeyi başarmıştır. Türkiye ve İstanbul'da sürekli artış eğiliminde olan turizm gelirlerinde önümüzdeki yıllarda da yıllık %10–15 seviyelerinde artış beklenmektedir.

18,5 milyar dolar olarak gerçekleşen 2007 toplam turizm geliri analiz edildiğinde, açıklanan rakamın $\frac{3}{4}$ 'ü yabancı turistten, $\frac{1}{4}$ 'ü yurtdışında yaşayan ve Türkiye'yi ziyaretlerinde harcama yapan TC vatandaşlarından elde edildiği görülmektedir. 2007'de turist sayısı 2005'e göre % 10 artmasına rağmen, yabancılardan elde edilen toplam gelirden bir artış gözükmemektedir.



Şekil 4.18 : 2000 - 2007 Turizm gelirleri İstanbul'un payı (Url-29)

Ülke turizmi içindeki payı 2007 yılında %27 seviyelerinde gerçekleşen İstanbul'un uluslararası zincirler tarafından gerçekleştirilmesi beklenen yeni yatırımlar ile bu payını artırması olasıdır.

4.2.2 Mevcut otel stoğunun nitelikleri ve doluluk oranları

İstanbul'da 2007 yılı itibariyle Turizm İşletme Belgesi ve Yatırım Belgesi ile faaliyet gösteren otel sayısı toplam 348, oda kapasitesi 35,560 ve yatak kapasitesi 72,782'dir. İstanbul'da Turizm İşletme Belgesi ve Yatırım Belgesi ile faaliyet gösteren 50 adet 5 yıldızlı ve 86 adet 4 yıldızlı otel bulunmaktadır.

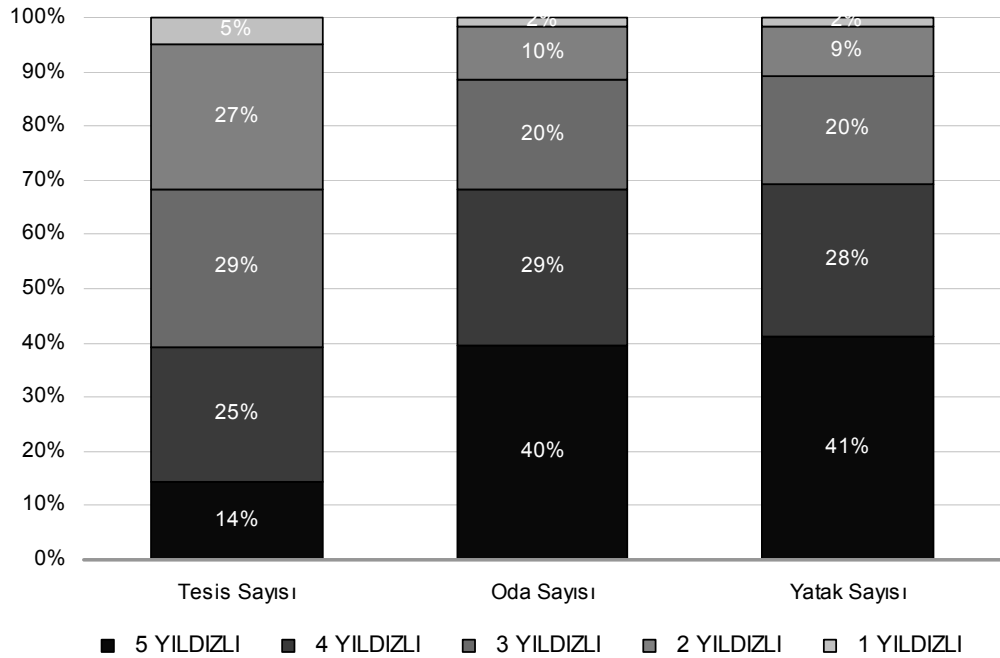
Beş ve dört yıldızlı otellerde toplam tesis sayısı 136 ve oda kapasitesi 24,277, yatak kapasitesi ise 50,543'dir. 5 ve 4 yıldızlı oteller oda sayısı bakımından toplam arzın %69'unu, tesis sayısı bakımından %39'unu ve yatak sayısı bakımından %69'unu oluşturmaktadır.

Çizelge 4.7 : İstanbul'da bulunan turizm belgeli tesisler (Url-29)

| Sınıfı | Turizm Yatırımı Belgeli | | | Turizm İşletmesi Belgeli | | | Toplam Turizm Belgeli | | |
|---------------|-------------------------|--------------|---------------|--------------------------|---------------|---------------|-----------------------|---------------|---------------|
| | Tesis Sayısı | Oda Sayısı | Yatak Sayısı | Tesis Sayısı | Oda Sayısı | Yatak Sayısı | Tesis Sayısı | Oda Sayısı | Yatak Sayısı |
| 5 YILDIZLI | 21 | 5393 | 11829 | 29 | 8681 | 18198 | 50 | 14074 | 30027 |
| 4 YILDIZLI | 17 | 2540 | 5088 | 69 | 7663 | 15428 | 86 | 10203 | 20516 |
| 3 YILDIZLI | 13 | 1102 | 2390 | 89 | 6078 | 11938 | 102 | 7180 | 14328 |
| 2 YILDIZLI | 4 | 104 | 208 | 89 | 3395 | 6536 | 93 | 3499 | 6744 |
| 1 YILDIZLI | | | | 17 | 604 | 1167 | 17 | 604 | 1167 |
| TOPLAM | 55 | 9,139 | 19,515 | 293 | 26,421 | 53,267 | 348 | 35,560 | 72,782 |

İstanbul'da 5 yıldızlı oteller toplam otel arzının sadece %14'lük kısmını oluştururken, toplam oda arzının %40'lık büyük bir kısmını oluşturmaktadırlar. İstanbul'da yer alan uluslararası otel zincirleri, toplam 5 yıldızlı otel yatak arzının yaklaşık %20'sini oluşturmakta olup ağırlıklı olarak Taksim, Beşiktaş benzeri merkezi iş alanları çevrelerinde konumlanmışlardır.

İstanbul'da uluslararası zincirlere ait 5 yıldızlı otellerin kalitelerinin Avrupa'daki birçok otele göre çok daha yüksek olduğu bilinmektedir. Ancak yabancı 5 yıldızlı otellerle bazı yerli 5 yıldızlı oteller arasında bazı kalite farkları bulunmaktadır. Yerli bazı oteller avrupa standartlarında 3 yıldızlı hizmet sunarken İstanbul'da 5 yıldızlı otel adı altında hizmet vermektedirler. Söz konusu otellerin oda fiyatlarını düşürmesinden dolayı ortaya çıkan haksız rekabet nedeniyle, İstanbul gibi güzel ve kaliteli 5 yıldızlı otellerin yer aldığı şehirde fiyatların daha yüksek olması beklenmektedir.



Şekil 4.19 : Tesis, oda ve yatak dağılımı (Url-29)

Çizelge 4.8.'de görüldüğü üzere yıldızlı otellere bakıldığında en yüksek doluluklar 4 yıldızlı ve ardından 3 yıldızlı otellerde sağlanmaktadır. Konaklamalarda özellikle üç yıldızlı otellerde yabancı turistlerin eğiliminin fazla olduğu görülmektedir. Ortalama kalış süreleri dikkate alındığında oteller sınıflamasında butik ve apart tesislerde kalış sürelerinin daha yüksek olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.8 : İstanbul ortalama kalış süreleri ve doluluk oranları, 2007 (Url-29)

| Tesis Tür ve Sınıfı | Ortalama Kalış Süresi | | | Doluluk Oranı % | | |
|---------------------|-----------------------|------------|------------|-----------------|-------------|-------------|
| | Yabancı | Yerli | Toplam | Yabancı | Yerli | Toplam |
| 5 Yıldız | 2.0 | 1.8 | 1.9 | 32.6 | 13.1 | 45.7 |
| 4 Yıldız | 2.3 | 1.8 | 2.2 | 44.4 | 13.0 | 57.4 |
| 3 Yıldız | 2.4 | 1.6 | 2.1 | 35.5 | 12.8 | 48.3 |
| 2 Yıldız | 2.4 | 1.5 | 1.9 | 20.4 | 14.4 | 34.8 |
| 1 yıldız | 3.1 | 1.9 | 2.2 | 14.3 | 20.4 | 34.7 |
| Özel Belgeli | 2.3 | 1.9 | 2.2 | 39.7 | 9.8 | 49.5 |
| Butik | 2.6 | 1.7 | 2.4 | 30.1 | 7.7 | 37.8 |
| Apart | 5.5 | 18.7 | 6.8 | 56.9 | 20.5 | 77.5 |
| Toplam | 2.3 | 1.7 | 2.1 | 34.6 | 13.2 | 47.8 |

Yapılan araştırma neticisinde İstanbul seyahatlerinde 5-yıldızlı otellerde konaklayan ziyaretçilerin %92'si konkladıkları tesislerin kalitesinden memnun kalırken, 4 yıldızlı otellerde konaklayanların %75'i, 3-yıldızlı otellerde konaklayanların %49'u, 2-yıldızlı otellerde konaklayanların %39'u, sınıfsız konaklama tesislerinde konaklayanların %44'ü ve diğer tesislerde konaklayan ziyaretçilerin %51'i konkladıkları tesislerin kalitesinden memnun kalmaktadır (Kerimoğlu ve Çıracı, 2006).

5 yıldızlı otellerde konaklayan ziyaretçilerin %78'i İstanbul'da kendilerine sunulan hizmetlerin kalitesinden memnunken, 4-yıldızlı otellerde konaklayan ziyaretçilerin %68'i, 3-yıldızlı otellerde konaklayan ziyaretçilerin %61'i, 2-yıldızlı otellerde konaklayan ziyaretçilerin %49'u, sınıfsız konaklama tesislerinde konaklayanların %59'u ve diğer tesislerde konaklayan ziyaretçilerin %52'si hizmet kalitesinden memnun kalmaktadır. 5-yıldızlı otellerde konaklayan ziyaretçiler diğerlerine oranla konkladıkları tesislerden ve hizmet kalitesinden çok daha fazla memnun olmaktadır (Kerimoğlu ve Çıracı, 2006).

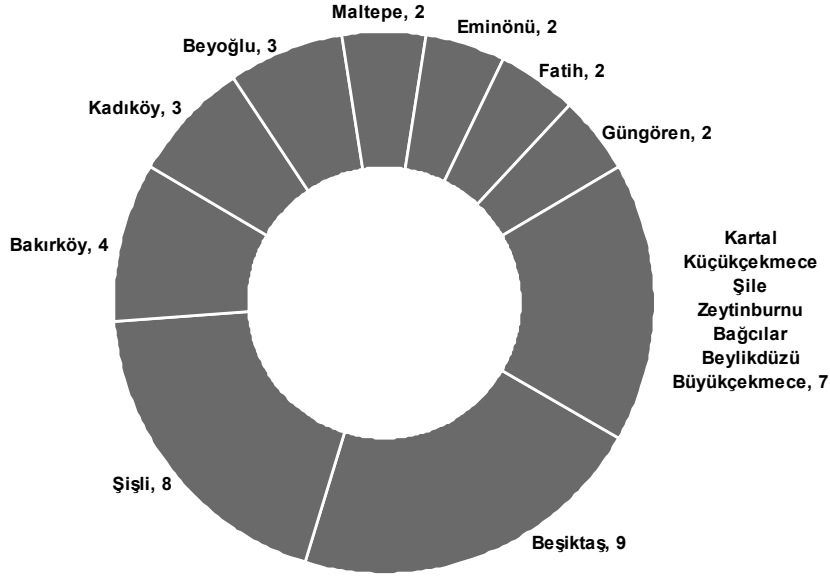
Sınıfsız konaklama tesislerinde konklamayı tercih etmiş olan ziyaretçiler 5 ve 3 yıldızlı otellerde konaklayan ziyaretçilere göre İstanbul'un genel atmosferinden daha fazla memnun kalmaktadır. Bu durum İstanbul'un sunduğu imkanlar bakımından düşük veya orta gelirli ziyaretçilerin daha fazla ilgisini çeken bir şehir olduğu veya diğer ziyaretçilerin İstanbul'a yeterince vakit ayıramadığı ve onlar için İstanbul'un sıradan ve benzerine daha önce rastlamış oldukları bir şehir olduğu yargısına varılabilmektedir (Kerimoğlu ve Çıracı, 2006).

Çizelge 4.9 : İstanbul genelinde yer alan 5 yıldızlı oteller,2007

| No | Adı | Konumu | Oda Sayısı |
|---------------|--------------------------------|-------------|---------------|
| 1 | Akgün Otel | Merter | 275 |
| 2 | Barcelo Eresin | Topkapı | 249 |
| 3 | By O'tell | Kozyatağı | 129 |
| 4 | Ceylan Inter Continental Otel | Taksim | 335 |
| 5 | Conrad Otel | Beşiktaş | 590 |
| 6 | Crowne Plaza Otel | Ataköy | 296 |
| 7 | Çınar Otel | Yeşilköy | 224 |
| 8 | Çırağan Kempinski | Beşiktaş | 315 |
| 9 | Dedeman Otel | Beşiktaş | 335 |
| 10 | Dedeman Otel | Şile | 167 |
| 11 | Elit Dragos Otel | Maltepe | 132 |
| 12 | Elite World Otel | Taksim | 245 |
| 13 | Four Seasons Otel | Eminönü | 65 |
| 14 | Grand Cevahir Otel | Şişli | 323 |
| 15 | Green Park Otel | Merter | 139 |
| 16 | Hilton International Otel | Şişli | 498 |
| 17 | Hilton Parksa Otel | Beşiktaş | 117 |
| 18 | Holiday Inn Airport North Otel | Mahmutbey | 330 |
| 19 | Holiday Inn İstanbul City | Topkapı | 187 |
| 20 | Hyatt Regency Otel | Taksim | 360 |
| 21 | Kaya Ramada Otel | Beylikdüzü | 319 |
| 22 | Marin Princess Otel | Kumburgaz | 398 |
| 23 | Marma Kongre Oteli | Maltepe | 125 |
| 24 | Marriott Hotel Asia | Kozyatağı | 238 |
| 25 | Merit Antique Butik Otel | Aksaray | 275 |
| 26 | Mövenpick Otel | 4.Levent | 249 |
| 27 | Ortaköy Princess Otel | Beşiktaş | 82 |
| 28 | Polat Renaissance Otel | Yeşilköy | 383 |
| 29 | Raddison SAS Otel | Sefaköy | 245 |
| 30 | Raddison SAS Otel | Beşiktaş | 120 |
| 31 | Ramada Plaza Otel | Şişli | 176 |
| 32 | Ritz Carlton | Taksim | 244 |
| 33 | Sheraton Maslak | Maslak | 305 |
| 34 | Sürmeli İstanbul | Mecidiyeköy | 203 |
| 35 | Swissotel-The Bosphorus | Beşiktaş | 600 |
| 36 | The Green Park | Bostancı | 196 |
| 37 | The Marmara | Taksim | 377 |
| 38 | The Plaza Otel | Beşiktaş | 234 |
| 39 | Titanic | Kartal | 192 |
| 40 | W Hotels | Beşiktaş | 134 |
| 41 | World Park Otel | Eminönü | 172 |
| 42 | WOW İstanbul Otel | Yeşilköy | 277 |
| Toplam | | | 10,855 |

İstanbul genelinde yer alan 5 yıldızlı otellerin ilçere göre dağılımına bakıldığında %80'lik kısmı avrupa yakasında yer almaktadır. Avrupa yakasının 5 yıldızlı oteller bakımından Asya yakasından üstün olmasının en önemli nedenlerinden biri de tarihsel gelişim ve şehir morfolojisi açısından diğer yakadan her zaman bir adım önde olmasıdır. Avrupa yakası içerisindeki sayısal dağılımda ise Beşiktaş 9 adet, Şişli 8 adet 5 yıldızlı oteliyle İstanbul da en fazla otelin bulunduğu ilçeler olarak karşımıza

çıkmaktadır. Bu ilçeler MİA'nın içinde bulunmaları tarihi ve turistik özellikleriyle diğer ilçelerden sıyrılarak öne çıkmışlar ve yatırımları kendilerine çekmeyi başarmışlardır.



Şekil 4.20 : İstanbul genelinde 5 yıldızlı otellerin ilçelere göre dağılımı ,2008

4.2.3 Mevcut otel geliştirmeleri ve performans değerlendirmeleri

Deloitte'un, 140 ülkede 420 değişik pazar üzerinde yaptığı ve toplam 7200 otelin performanslarını değerlendirdiği HotelBenchmark Araştırması'nın 2007 yılı ilk altı aylık sonuçları açıklanmıştır.. 10 yılı aşkın bir süreden beri düzenli olarak yılda iki kez yapılan araştırmaya göre, Avrupa'da otel odası başına düşen ortalama gelir bir önceki yılın aynı dönemine göre %6,8 artmıştır (Deloitte, 2007)

Çizelge 4.10 : 4 ve 5 yıldızlı otel göstergeleri, 2007 (Deloitte, 2007)

| | Doluluk Oranı | | Ortalama Oda Fiyatı | | Ortalama Oda Geliri | |
|-------------------|---------------|------------|---------------------|------------|---------------------|------------|
| | 2007 % | Değişim % | 2007 (€) | Değişim % | 2007 (€) | Değişim % |
| Valensiya | 70.5 | 3.6 | 95.0 | 33.4 | 67.0 | 38.2 |
| İstanbul | 75.0 | 7.1 | 138.0 | 16.1 | 104.0 | 26.0 |
| Moskova | 70.7 | 4.7 | 263.0 | 15.9 | 186.0 | 21.3 |
| Reykjavik | 65.2 | 4.0 | 107.0 | 14.0 | 70.0 | 18.5 |
| Varşova | 66.5 | 7.0 | 91.0 | 10.2 | 60.0 | 17.9 |
| Barselona | 71.9 | 2.0 | 149.0 | 12.4 | 107.0 | 14.6 |
| Londra | 80.5 | 0.7 | 185.0 | 14.3 | 149.0 | 15.0 |
| Lizbon | 63.2 | 3.4 | 99.0 | 10.3 | 63.0 | 14.0 |
| Göteborg | 65.9 | 7.1 | 101.0 | 6.1 | 66.0 | 13.7 |
| Zürih | 76.1 | 3.7 | 146.0 | 8.5 | 111.0 | 12.5 |
| Atina | 67.8 | 3.6 | 149.0 | 7.1 | 101.0 | 10.9 |
| Helsinki | 66.1 | 4.1 | 121.0 | 5.6 | 80.0 | 10.0 |
| Tüm Avrupa | 67.1 | 0.9 | 112.0 | 5.8 | 75.0 | 6.8 |

2006 yılının ilk yarısında bu artış %7,2 oranında gerçekleşmiştir. Avrupa kentleri arasında yapılan sıralamada oda başına gelirden %38,2'lik artışla İspanya'nın Valencia kenti birinci olurken, %26 oranında artış sağlayan İstanbul ikinci sırada yer almıştır. Üçüncülüğü %21,3'lük artışla Moskova alırken, Londra'daki artış %15'de, Atina'daki artış ise %10,9'da kalmıştır. Dört ve beş yıldızlı otellerde gerçekleşen yüksek doluluk oranları yeni yatırımları teşvik eden bir unsurdur. Doluluk oranları ve ortalama oda gelirlerinde Moskova, Berlin, Barselona, Atina, Lizbon gibi dünya kentleri ile benzer seviyelere eriştiği görülen İstanbul'daki 5 yıldızlı otellerin doluluk oranı 2007 yılında %75 seviyelerinde gerçekleşmiştir.

Çizelge 4.11 : En pahalı şehirler sıralaması 2007-2008 (Mercer, 2008)

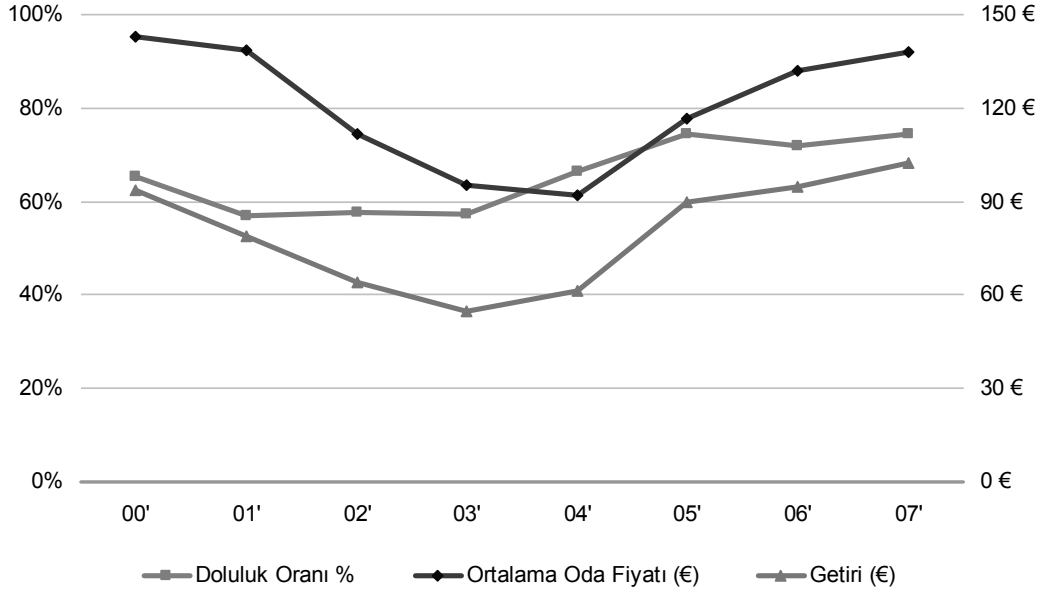
| | Durum | Değişim | Sıralama | |
|-----------|-------|---------|----------|------|
| | | | 2008 | 2007 |
| Valensiya | N/A | N/A | | |
| İstanbul | ▲ | 15 | 23 | 38 |
| Moskova | ■ | 0 | 1 | 1 |
| Reykjavik | N/A | N/A | | |
| Varşova | ▲ | 32 | 35 | 67 |
| Barselona | ■ | 0 | 31 | 31 |
| Londra | ▼ | -1 | 3 | 2 |
| Lizbon | ▲ | 16 | 57 | 73 |
| Göteborg | N/A | N/A | | |
| Zürich | ■ | 0 | 9 | 9 |
| Atina | ▲ | 4 | 25 | 29 |
| Helsinki | ▲ | 1 | 21 | 22 |

En pahalı şehirler sıralamasında İstanbul 2008 itibarıyla 15 basamak atlayarak 23.sıraya yerleşmiştir. Listenin başında 2007'de olduğu gibi Moskova bulunmaktadır.

Çizelge 4.12 : İstanbul 5-yıldızlı otellerin 2000-2007 performansı (Deloitte, 2007)

| Yıllar 2000' | 00' | 01' | 02' | 03' | 04' | 05' | 06' | 07' |
|-------------------------|--------|--------|--------|--------|-------|--------|--------|--------|
| Doluluk Oranı % | 65.5% | 56.9% | 57.7% | 57.4% | 66.4% | 74.4% | 71.8% | 74.3% |
| Ortalama Oda Fiyatı (€) | 142.95 | 138.63 | 111.44 | 94.99 | 92.09 | 116.87 | 132.04 | 138.16 |
| Getiri (€) | 93.70 | 78.87 | 64.24 | 54.48 | 61.14 | 89.99 | 94.80 | 102.60 |
| Getirideki Büyüme | 43.7% | -15.8% | -18.6% | -15.2% | 12.2% | 47.2% | 5.3% | 8.2% |

2000'den itibaren, oda getirileri her sene düşüş göstermiş; üç sene durgun ticaretten sonra, 2004'te tamamen doluluk oranlarındaki büyümeye bağlı olarak otel piyasası tekrar yükselişe geçmiştir. NATO Konferansı'na ev sahipliği yaptıktan sonra, İstanbul'un dünya çapında kazandığı şöhret sonucunda artan ziyaretçi sayısı, bu yükselişin ardında yatan ana etkenlerden biridir. 2004 ve 2005 seneleri arasında, getirilerdeki %47.2'lik artış Avrupa'da yaşanan en büyük seviyedeki artışlardan biridir.



Şekil 4.21 : 2000-2007 İstanbul 5-yıldızlı otellerin performansı (Deloitte, 2007)

İstanbul, sürdürülen tanıtım kampanyaları ve düzenlenen uluslararası kültür sanat etkinlikleri sonucunda gittikçe daha önemli bir çekim merkezi haline gelmektedir. 2010'da İstanbul'un Avrupa Kültür Başkenti olmasıyla bu ilginin doruğa çıkması şehre yapılacak yatırımlarla mümkün olacaktır. Ayrıca politik ve ekonomik istikrar, iç turizmin gelişmesi, ve uluslararası alanda Türkiye'nin bilinirliğinin artması gibi faktörler de Türkiye'nin bu artışı yaşamasına katkı sağlayacaktır.

4.2.4 Potansiyel otel geliştirmeleri

Turizm açısından yoğun geçen sezonlar ve uluslararası organizasyonlar esnasında yaşanan oda kıtlığı, uluslararası otel işletme şirketlerinin İstanbul'da bulunma hevesini ateşlemektedir. Lüks otel markalarının İstanbul otel piyasası ile ilgilendiğini ve fiziksel ve hizmet kalitesi sunmak için uygun yerler aradıkları bilinmektedir. İstanbul'da faaliyet göstermek için boğaz kıyısında yer almak istedikleri, belirtmektedirler. Lokasyon tercihleri için ikinci sırada yer alan konum tercihi ise şehir merkezleridir.

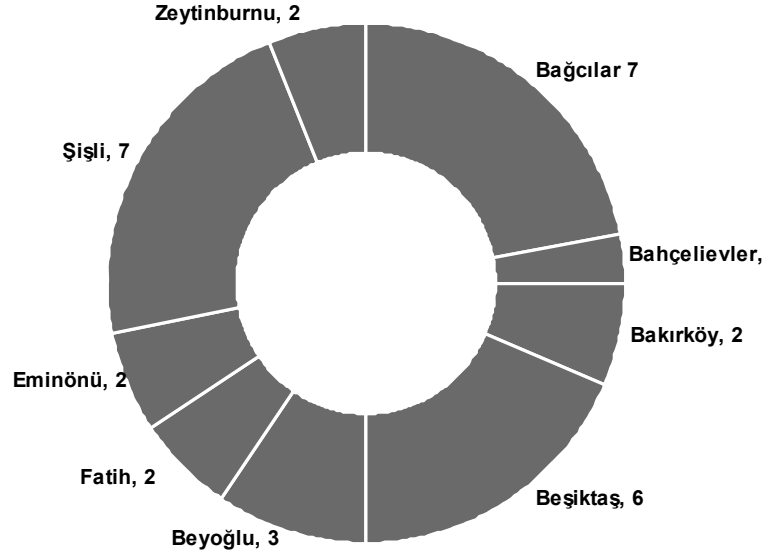
İstanbul'da oteller farklı bölgelere dağılmıştır, bunların büyük bölümü Sisli, Taksim, Besiktas, Eminönü ve Tarihî Yarımada'da bulunmaktadır. İstanbul Kongre ve Sergi Sarayı'na çok yakın ve Boğaz manzarasına sahip olması nedeni ile bes yıldızlı oteller kurulurken mekân olarak Besiktas ve Taksim tercih edilmektedir. Son yıllarda ise, is alanlarının Zincirlikuyu-Maslak aksına kayması ile bu bölgede de 5 yıldızlı oteller yer almaya başlamıştır.

Çizelge 4.13 : 4 ve 5 yıldızlı otel geliştirmeleri, 2008

| No | Adı | Konumu | Oda Sayısı | Planlanan Açılış Tarihi |
|---------------|--------------------------------|--------------------|--------------|-------------------------|
| 1 | Ağaoğlu Seyrantepe Projesi | Seyrantepe | N/A | N/A |
| 2 | Aktay Turizm'in Projesi | Bağcılar Güneşli | N/A | N/A |
| 3 | Bakü Otel - Eski HSBC Binası | Şişli-1. Levent | N/A | 2009 |
| 4 | Broderi Narin'in Projesi | Mahmutbey | N/A | N/A |
| 5 | Corinthis Balbaros Bulvarı | Besiktaş | 310 | 2009 |
| 6 | Diamond of İstanbul | Şişli-Maslak | 230 | 2011 |
| 7 | Eski Tütün Deposu | Beşiktaş | 200 | 2011 |
| 8 | Four Seasons Atik Paşa | Beşiktaş-Boğaz | 170 | 2008 |
| 9 | Four Seasons Eklenti | Eminönü | 70 | 2008 |
| 10 | Grand Prestige Hotel | Sarıyer-Taraybya | 432 | 2010 |
| 11 | Grand Tarabya Hotel | Sarıyer-Taraybya | N/A | 2009 |
| 12 | Gülkeleşoğlu İnşaat | Bakırköy | N/A | 2009 |
| 13 | İstanbul Chamber of Commerce | Eminönü | N/A | 2008 |
| 14 | İstoç Saray | Bağcılar-Mahmutbey | N/A | N/A |
| 15 | Kazlıçeşme Marina Hotel | Zeytinburnu | 300 | N/A |
| 16 | Kuyumcukent Projesi | Bahçelievler | 150 | N/A |
| 17 | Larespark Hotel | Beyoğlu-Taksim | N/A | 2009 |
| 18 | Le Meridien | Şişli | N/A | 2009 |
| 19 | Mövenpick, Extended Stay | Beşiktaş-Etiler | 100 | 2009 |
| 20 | Nakliyeciler Arsasındaki Proje | Zeytinburnu | 250 | N/A |
| 21 | Orjin Pera | Beyoğlu | 130 | 2008 |
| 22 | Pagi Plato Hotel | Bağcılar-Güneşli | 260 | N/A |
| 23 | Park Hotel | Beyoğlu-Taksim | 810 | N/A |
| 24 | Park Hyatt | Şişli-Nisantaşı | 100 | 2009 |
| 25 | Paşalı Hotel | Bağcılar-Mahmutbey | 184 | N/A |
| 26 | Point Hotel | Şişli-Esentepe | N/A | 2009 |
| 27 | Radisson SAS | Beşiktaş-Maçka | 145 | 2009 |
| 28 | Quantum International | Bağcılar-Mahmutbey | 280 | N/A |
| 29 | Polat İnşaat Otel Projesi | Beşiktaş | 170 | 2009 |
| 30 | Sheraton | Bakırköy-Ataköy | 296 | 2009 |
| 31 | Tekstilkent | Mahmutbey | N/A | N/A |
| 32 | Turunlar Holding | Şişli-Esentepe | N/A | 2012 |
| Toplam | | | 4,587 | |

İstanbul Avrupa Yakası'ndaki mevcut 20,000 odalık 5 ve 4 yıldızlı tesislere ek olarak önümüzdeki 4 yıllık dönemde 32 adet tesisin (4,500 oda) daha pazara girmesi beklenmektedir. Yeni yatırımlar ile Avrupa Yakası'ndaki 5 ve 4 yıldızlı otellerin oda arzı yaklaşık %30 artacaktır. Üstte yer alan tablodan da görüldüğü üzere yeni yatırımların büyük çoğunluğu merkezi iş alanı içerisinde yer almaktadır.

Anadolu Yakası'nda da birçok otel projesi bulunmaktadır. Bugüne kadar 5 yıldızlı otel arzı kısıtlı olan bu bölgede inşaat aşamasında ve planlanan 12 adet 5 yıldızlı otel bulunmaktadır. 4 ve 5 yıldızlı yeni otel yatırımları ile Anadolu Yakası otel arzına yaklaşık 8,000 yatak eklenecektir. (JLL, 2008)



Şekil 4.22 : İstanbul Avrupa yakası'ndaki potansiyel 4 ve 5 yıldızlı oteller, 2008

İstanbul, Avrupa yakasındaki 4 ve 5 yıldızlı otel geliştirmelerinin ilçelere göre dağılımına bakıldığında Şişli ve Bağcılar 7'şer adet otel geliştirmesiyle öne çıkmaktadır.

Bağcılar'ın havaalanı ile E-6 arasında bağlantıyı sağlayan ana arter olan basın ekspress yolu üzerinde yer alması otel geliştirmelerini tetiklemiştir. Önceleri üzerlerinde sanayi tesisi bulunan büyük parseller otel yatırımlarına dönüşmüştür. Sanayi alanı iktelli'nin yakınlığı neticesinde havayolu ile sanayii alanına gelen kişinin basın ekspress yolu üzerindeki otelleri tercih etmesini olasıdır.

Önümüzdeki yıllarda İstanbul'da merkezi iş alanlarında otel ihtiyacı, konferans merkezlerinin gelişimiyle artacaktır. 5 yıldızlı otel stoğundaki azlık özellikle mevcutta uluslararası otel zincirlerinden çok yerel yatırımcıların bulunduğu ve yetersiz olduğu merkezi iş alanları bölgelerinde yaşanmaktadır. Otel talebindeki artışa rağmen, kentteki uygun arsa yetersizliği ve imar sorunları nedeniyle arz sınırlı kalacak ve doluluk oranları ile oda fiyatlar artacaktır (Colliers, 2007)

Asya yakasındaki otel yapımı için uygun arsa bulmak Avrupa yakasında olduğu kadar zor değildir. Bu nedenle, yakın gelecekte Asya yakasında 5 yıldızlı otel sayısında bir artış gözleneceği ve otel yatırımlarının havaalanı ile iş ve ticaret merkezlerinin etkisiyle Kozyatağı, Ümraniye ve Kurtköy bölgelerinde yoğunlaşacaktır.

İstanbul 5 yıldızlı otel piyasasında doluluk oranları %75 civarında olup iş otellerinde bu rakamın daha yüksek olduğu bilinmektedir. Birçok tanınmış otel firmasının

İstanbul'da işlettiği otellerin olmasına karşılık, İstanbul otel piyasasının üst düzey, seçkin oteller konusunda henüz doyma seviyesine ulaşmamış olması ve artan ziyaretçi sayısı, kentte yeni yerli ve yabancı yatırımcıları harekete geçirecektir.. İstanbul "2010 Avrupa Kültür Başkenti" olarak seçilmiştir. Kentin tarihi birikimi, kültürel ve sanatsal çeşitliliğinin yurtiçi ve yurtdışındaki algısını güçlendirecek olan bu oluşum, kültür turizminin yanında kente ekonomik anlamda da büyük katkı sağlayacaktır. 2010 Avrupa Kültür Başkenti çalışmaları kapsamında; yeni kültürel mekânlar yaratılması, tarihi yerlerin restorasyonu, müzelerde kültür sergileri, görsel sanatlarla ilgili aktiviteler düzenlenmesi, sahne ve gösteri sanatlarına yönelik sempozyumlar düzenlenmesi gibi hedef projeler belirlenmiştir.

Turizm sektöründe, küreselleşmenin ortaya koyduğu dinamikleri barındıran, ülkeye gelen turist sayısını ve hizmet kalitesini artırmaya çalışan, pazarlama kanallarını çeşitlendirerek üst gelir gruplarını hedef alan, doğal sermayeyi koruyan ve sürdürülebilir kılan, ülkemiz turizminin karşılaştırmalı rekabet üstünlüğüne uygun turizm çeşitlerini ön plana çıkaran bir yapının oluşturulması amaçlanmalıdır (DPT, 2008).



Şekil 4.23 : Ortaköy camii ve boğaziçi köprüsü (Url-28)

Turizm yatırımları çeşitlendirilecek, gelişmiş ve yoğun kullanıma konu olan yörelerden diğer alanlara kaydırılarak, turizm faaliyetlerinin tüm yıla yayılması sağlanmalıdır. Sektörle ilgili tüm yatırımlar, doğal, tarihsel, sosyal ve kültürel çevreyi koruyucu ve geliştirici bir yaklaşım içinde ele alınmalıdır. Türk turizminin uluslar arası turizm pazarından azami pay alabilmesi amacıyla tanıtıma ağırlık verilmelidir. İstanbul kentinin kültürel, sosyal ve doğal zenginlikleri sürdürülebilir turizm anlayışı çerçevesinde değerlendirilmelidir.

4.3 Perakende Kullanımı

Perakende kullanımı, özellikle bir kentsel eğlence merkezinin ana ögesi, ana cadde üzeri perakende kullanımı veya perakende ağırlıklı alışveriş merkeziyse karma kullanımlı projenin başarısında önemli bir yeri vardır. Genellikle perakende, karma kullanımlı gayrimenkul projelerinde tanımlayıcı elemandır ve geliştirmeye damgasını vurmaktadır. Projedeki birincil kamusal alanı kapsamakta ve bu alanın karakterini belirlemektedir. Tüm bunların yanında perakende başarılı bir şekilde geliştirilebilmesi en zor olan kullanımdır (Schwanke ve diğ., 2005).

Hemen hemen her karma kullanımlı proje küçük de olsa büyük de olsa perakende alanı içermektedir. Perakende alanı boyut, tip ve zamanlama kararı bir pazar araştırmasına özellikle de perakende pazar araştırmasına dayalı olarak verilmelidir. Geliştiriciler, genellikle perakende kullanımlarının karma kullanımlı projelerde fazlasıyla büyük olduğunun farkındalardır. Bu nedenle, perakende alanının sonradan fazla büyük kalacağı için başlangıçta perakende alan boyutunu olduğundan daha küçük göstermek gerekmektedir. Diğer bir yandan, perakende alanının boyutu düşürülünce sonradan yapması zorlaşmakta ve başarısızlıkla da sonuçlanabilmektedir (Schwanke ve diğ., 2005).

Karma kullanımlı bir projenin bileşeni olan perakende kullanım desteği 4 ayrı pazardan gelmektedir;

Yerinde / Tesis İçi Pazar (On – site Market) : Projenin ofis çalışanları, otel misafirleri, konutlarda oturanlar, projenin diğer bileşenleri tarafından çekilen ziyaretçiler

Yakın / Yerel Pazar (Nearby / Local Market) : Yakın çevrede oturanlar ve çalışanlar (genellikle ulaşım süresi 5 – 7 dakika), bunların dışında genel alana gelen ziyaretçiler

Bölgesel Pazar (Regional Market) : Yaklaşık olarak 30 dakika ulaşım mesafesinde oturanlar, çalışanlar ve ziyaretçiler

Geçici / Düzensiz Gelenlerin Oluşturduğu Pazar (Transient Drive-by Market) : Arabasıyla projenin önünden geçerken uğrayan yolcular (Schwanke ve diğ., 2005).

Perakende pazar analizi, tasarlanan perakende bileşeninin doğasına bağlıdır. Örneğin bir bölgesel alışveriş merkezi, kentsel eğlence merkezi veya ana cadde üzeri perakende projesi bir banliyö karma kullanım projesi için tasarlanmaktaysa, başlangıçta bölgesel pazar analizi yapılmalıdır. Bu pazar analizini yerel ve proje içindeki pazar analizleri takip etmeli, böylece bütün projenin geniş kapsamlı potansiyeli ve özellikleri saptanmalıdır. Diğer bir yandan eğer perakende kullanımı

servis ve temel ihtiyaç mağzalarına yönelik ise, pazar analizi bu sefer direk yerel ve proje içi analizleri kapsamalıdır. Bir genelleme yapılırsa, yerel ve proje içi pazarlar karma kullanımlı projelerdeki ticari alan müşterilerinin temel jeneratörleridir, dikkate değer perakende bileşeni olan çoğu karma kullanımlı proje yaşayabilmesi için çok büyük bir alandan müşteri çekmeli ve yüksek pazar payı almalıdır (Schwanke ve diğ., 2005).

Pazar karakterini ve boyutunu değerlendirmenin yanında, pazar rekabetini analiz etmek ve pazardaki boşlukları tanımlamak çok önemlidir. Günümüzde karma kullanımlı projelerdeki perakende konseptleri çok çeşitlidir. Gittikçe, klasik alışveriş merkezlerinin yerini ana cadde üzeri karma kullanımlı projeler almaktadır. Bunların avantajı açık havada dolaşır gibi bir his yaratmasıdır.

Karma kullanımlı projelerde bulunan perakende alanı genellikle projenin en dominant ögesi durumundadır. Ofis, otel ve konutu destekler pozisyonunda olsa da eğer kaliteliyse ve yüksek oranda müşteri çekebiliyorlarsa yarattığı pozitif etki çok büyüktür.

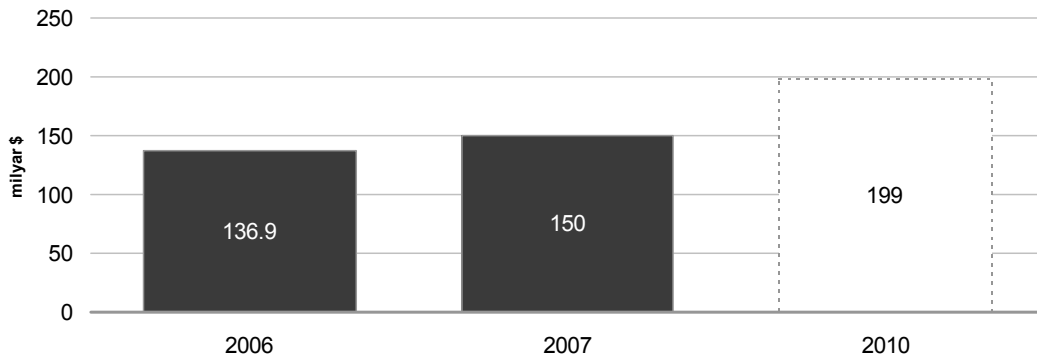
Ayrıca, karma kullanımlı projedeki perakende kullanımının konfigürasyonu, giriş çıkışı, ulaşımı, proje içindeki konumlanması da çok önemli dikkat edilmesi gereken konulardandır. Öngörülen pazar desteği projenin lokasyonu, tasarımı ve boyutuyla uyumlu olmalıdır. Özellikle perakende alanının projedeki görünürlüğü ve ulaşımı çok rahat olmalıdır ki çok müşteri çekebilsin. Karma kullanımlı projedeki perakende bileşeni aslında farklı bir şey sunmaktadır ve ayrı bir merkez olarak rol üstlenmektedir. Bu yüzden genellikle geliştiriciler, bu tarz projelerdeki perakende alanlarını farklı, dikkat çekici ve orijinal olarak tasarlamaya özen göstermektedirler. Eğer karma kullanımlı bir projede konut kullanımı dikkate değer ölçüdeyse, perakende kullanımındaki mağaza karması buna göre yapılmalıdır, örneğin market, eczane, kuaför, kuru temizleme hizmetleri mutlaka olmalıdır (Schwanke ve diğ., 2005).

Sonuç olarak, karma kullanımlı perakende projeleri eğer doğru ve yaratıcı bir şekilde tasarlanırsa, bu başarılı projeler çok çekici geyrimenkul değerleri oluşturmada ve çok karlı bir yatırım ortaya çıkmaktadır. Görüldüğü üzere, perakende pazar analizi, konumlandırılması, tasarlanması ve programlanması projenin bütünü için ve de baştan sona başarısı için çok önemlidir, çünkü perakende bileşeni genellikle karma kullanımlı projenin en baskın öğelerinden birisidir.

4.3.1 Giriş

1990'a kadar, Türkiye'de perakende sektörü geleneksel mağazalardan oluşmaktaydı, gıda ve meşrubatla ilgili olarak bu sektör, bakkallar ve açık kasaba pazarlarını, giysi söz konusu olduğunda butikleri kapsamakta ve hepsi de kent merkezleri içinde yoğunlaşmıştı (PWC, 2007).

1990'dan sonra süpermarketlerin açılmaya başlaması bir ölçüde modern perakende sektörünün başlangıcının habercisi oldu. Bunun ardından, birçok organize perakendeci İstanbul'da ticarete başladı. Bunların ilki Metro oldu ve bunu Migros izledi. Türkiye'de perakende sektörü, tarım sektörünün perakendeciliğe olan etkilerinin göz ardı edilmesi durumunda bile ekonomiye yaklaşık \$6,7 milyar tutarında bir katma değer yaratmakta ve yine yaklaşık olarak 2,5 milyon kişiyi istihdam etmektedir ki buna göre perakende sektörünün tüm ekonomi üzerindeki etkisi, toplam Türkiye üretiminin %3,5'i ve istihdamın ise %12'si olacaktır. Bu rakamlar perakende sektörünün Türk ekonomisi üzerindeki ağırlığını açıkça gözler önüne sermektedir. Euromonitor verilerine göre, perakende sektörünün (gıda ve gıda dışı) toplam cirosu 2005'te \$107,5 milyar civarında olmuştur (PWC, 2007).



Şekil 4.24 : Türk perakende sektörünün büyüklüğü (AMPD, 2008)

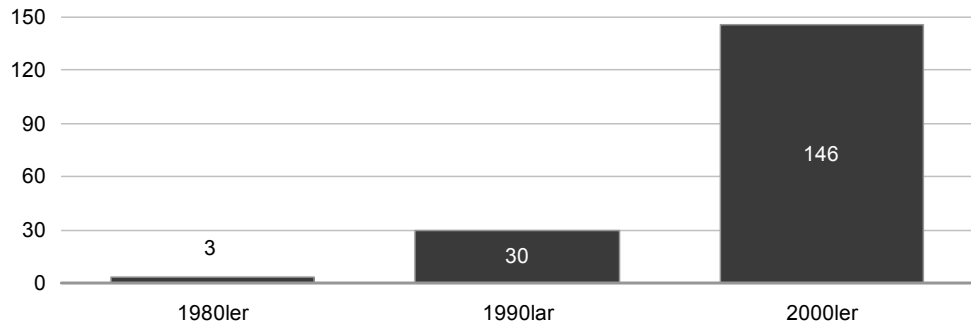
Perakende sektörü enerji, eğitim ve sağıktan sonra 4.büyük sektördür. "Planet Retail" tarafından sağlanan bağımsız verilere göre, Türk perakende sektörünün (gıda ve gıda dışı) toplam cirosu 2006 yılında \$136,9 milyar olarak gerçekleşmiş ve 2010'a kadar sektörün 199 milyar ABD Doları'na ulaşması beklenmektedir (PWC, 2007).

Türk perakende sektörünün yaklaşık %65'inin geleneksel perakende ve %35'nin ise modern perakende sektörüne ait olduğu bilinmektedir. Buna göre, modern perakende sektörünün büyüklüğü yaklaşık olarak \$47,9 milyar olarak hesaplanabilir.

Genel olarak Türk perakende sektöründe en büyük pay ise toplam satışların yaklaşık %52,8'ini (\$72,3 milyar civarı) oluşturan gıda perakendeciliğine aittir. Organize perakende sektörünün gıda perakende sektörü içindeki payı ise henüz \$16 milyar seviyelerindedir. Bu rakamın içine tüm hipermarketler, süpermarketler ve yerel zincirler de dahildir (PWC, 2007).

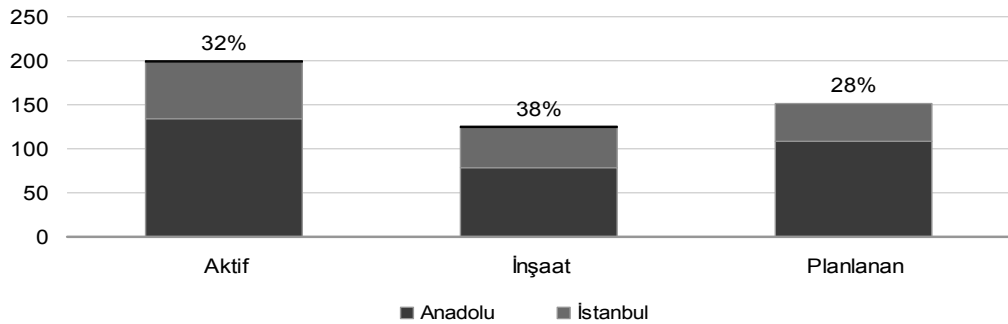
4.3.2 Mevcut perakende stoğunun nitelikleri

1987 yılında açılan Galeria Türkiye'nin ilk alışveriş merkezidir. 1994 yılından sonra ise farklı yerlerde alışveriş merkezleri açılmaya başlamıştır. 2008 itibariyle şehir merkezlerinde toplam aktif 199 adet alışveriş merkezi bulunmaktadır (Url-7).



Şekil 4.25 : 10 yıllık dönemlerde açılan AVM sayıları (AMPD, 2008)

Türkiye'deki perakende yatırımları İstanbul, Ankara, İzmir gibi metropollerde başlamış ve zaman içerisinde kıyı şehirlerimiz başta olmak üzere Anadolu'ya doğru yönelmiştir. 2008 yılı itibariyle aktif olan alışveriş merkezlerinin %32'si İstanbul'da bulunmaktadır (Url-7).

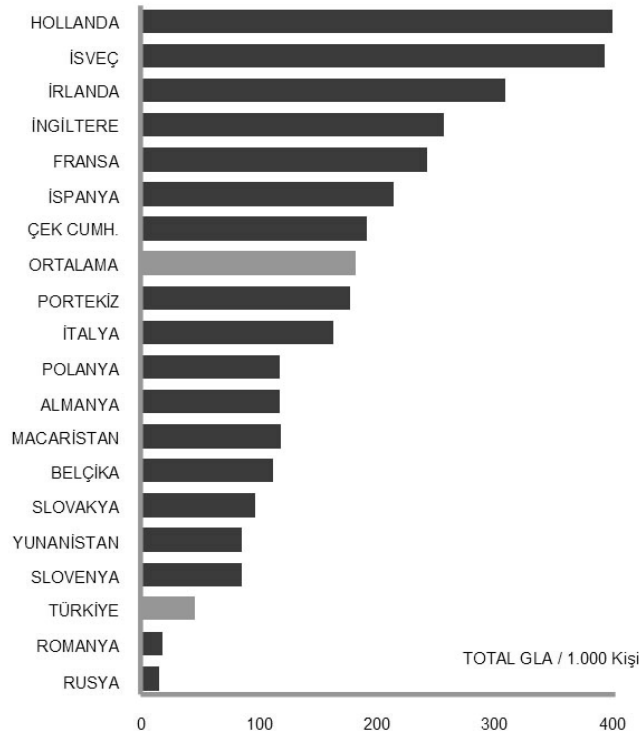


Şekil 4.26 : Alışveriş merkezlerinin dağılımları,2008 (AMPD, 2008)

Türkiye’de aktif olarak hizmet veren toplam 199 alışveriş merkezinden (%68)135 adedi anadoluda, (%32)64 adedi ise İstanbul’da bulunmaktadır. İnşaat halindeki toplam 125 adet alışveriş merkezlerinden (%62)78 adedi anadoluda, (%38)47 adedi ise İstanbul’da yapımına devam edilmektedir. Yapılması planlanan alışveriş merkezi sayısı ise 2008 itibariyle toplam 151 adettir. Planlanan alışveriş merkezlerinin (%72)109 adedi anadoluda, (%28)42 adedi ise İstanbul’da planlanmaktadır. Gelişme gösteren sektörün 3 yıl sonra toplam 350 alışveriş merkezine ulaşılacağı öngörülmektedir (AMPD, 2008).

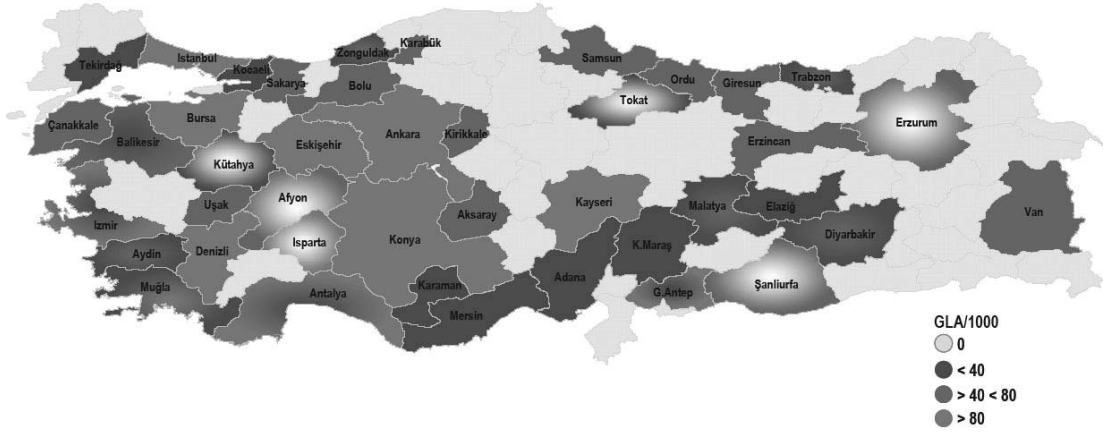
4.3.3 Mevcut alışveriş merkezi geliştirmeleri ve performans değerlendirmeleri

Son 5 yıllık dönemde Türkiye ve özellikle de İstanbul perakende pazarına yönelik yatırımcı ilgisi büyük oranda artmıştır. Bu ilginin de etkisi ile Türkiye genelindeki 300,000m² olan toplam kiralanabilir arzı 5 yılda 4,018,000m²’ye yükselmiştir (AMPD, 2008).



Şekil 4.27 : Ülkelere göre kiralanabilir alan dağılımı (AMPD, 2008).

Türkiye’de her 1,000 kişi başına düşen brüt kiralanabilir alan 57,4m² iken İstanbul’da bu oran 120,4m²’dir. Norvec 732m², İngiltere 230m², Çek Cumhuriyeti 143m² ve İtalya 120m² 1000 kişiye düşen kiralanabilir alanla Türkiye’nin üzerinde perakende potansiyeli olan ülkelerdir. Halen Avrupa ortalamasının altında olan İstanbul alışveriş merkezi arzının 2010 yılına kadar 1,000 kişi başına düşen brüt kiralanabilir alanın 245m²’ye ulaşması beklenmektedir (AMPD, 2008).



Şekil 4.28 : İllere göre kiralanabilir alan dağılımı (JLL, 2008)

Mevcut durumda yaklaşık 1,600,000m² kiralanabilir alana İstanbul'daki sahip alışveriş merkezi arzının büyük çoğunluğu Avrupa Yakası'nda yer almaktadır. Bu yatırımların büyük çoğunluğu bölgesel ölçekli alışveriş merkezleridir. İnşaat aşamasındaki en önemli yatırımlar ise, süper bölgesel ölçekli ilk yatırımlar olan Bayrampaşa'daki Forum İstanbul, Bakırköy Osmaniye'deki Forum Merter ve Göztepe'deki Acteum'un Alışveriş Merkezi projeleridir (AMPD, 2008).

İstanbul'da alışveriş merkezi yatırımları çoğunlukla satın alma gücü ve gelir grupları ile üst-orta ve üst gelir grubuna yönelik olsa da, orta ve alt-orta gelir grubuna yönelik projeler de geliştirilmektedir. Üstorta ve üst gelir grubunu hedefleyen alışveriş merkezlerinin yer seçimlerini incelediğimizde bunların çoğunlukla lüks konut projelerinin de yer aldığı, merkezi iş alanlarının çevresinde karma kullanımlı projeler olarak karşımıza çıkmaktadır.



Şekil 4.29 : İstinye park alışveriş merkezi (Url-27)

Çizelge 4.14 : Esentepe-Zincirlikuyu-Levent Mevcut AVM Projeleri

| No | Adı | Konumu | Proje Durumu | Toplam Kiralanabilir Alan, m ² |
|----|--------------------|-------------|---------------|---|
| 1 | Akmerkez | Etiler | Faaliyette | 32000 |
| 2 | Cevahir | Şişli | Faaliyette | 107000 |
| 3 | G-Mall | Dolmabahçe | Faaliyette | 4250 |
| 4 | Kule Çarşı | 4.Levent | Faaliyette | 6675 |
| 5 | Mayadrom | Akatlar | Faaliyette | 3000 |
| 6 | Metrocity | 1.Levent | Faaliyette | 32000 |
| 7 | Profilo | Mecidiyeköy | Faaliyette | 40600 |
| 8 | Uptown | Etiler | Faaliyette | 10000 |
| 9 | Kanyon | 1.Levent | Faaliyette | 37500 |
| 10 | Doğuş Power Center | Maslak | Faaliyette | 42000 |
| 11 | İstinye Park | İstinye | Faaliyette | 82000 |
| 12 | Astoria | Esentepe | Faaliyette | 30000 |
| | | | Toplam | 427,025 |

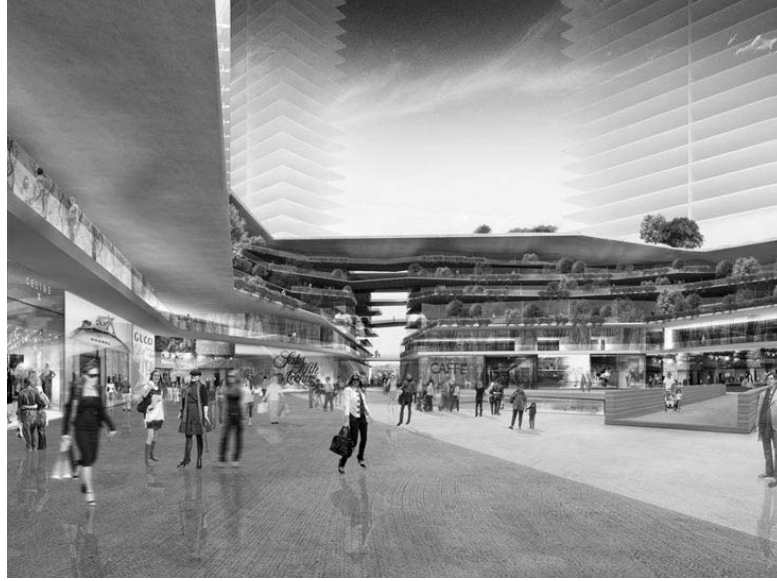
Esentepe-Zincirlikuyu-Levent Büyükdere Caddesi'nde mevcut alışveriş merkezi stoğu 420.000m² kiralanabilir alana ulaşmıştır. İstanbul'daki bölgesel alışveriş merkezlerinde aylık birim kiralar 15–150 ABD\$/m² arasında değişmektedir. Kira süresi, küçük mağazalar için 5 yıl, ana kiracılar(market) için 10 yıldır. Tüm alışveriş merkezi çeşitlerinde, sabit kira artışı yaygındır ve yıllık %3 oranında artış söz konusudur. Bunun yanı sıra KDV ve faaliyet masrafları kiralarda hariç tutulmaktadır. Mevcut alışveriş merkezlerinde doluluk oranları %90'nın üzerindedir.

Bölgede birinci derece pazar alanı içindeki en önemli rakiplerinden olan Kanyon, Astoria ve İstinye Park alışveriş merkezlerindeki mağaza kiraları 70 – 140 ABD\$ aralığındadır.

4.3.4 Potansiyel alışveriş merkezi geliştirmeleri

Yerli ve yabancı yatırımcıların bir süredir devam eden yoğun ilgisine rağmen, Türkiye yeni alışveriş merkezi yatırımları için hala potansiyel konumundadır. Türkiye sahip olduğu perakende harcamaları ve pazar büyüklüğü ile önemli bir potansiyele sahip olması dolayısıyla alışveriş merkezi yatırımlarında artış yaşamaya devam etmesi beklenmektedir.

Alışveriş merkezleri içerisinde konumu iyi, mimari ve teknik özellikleri açısından gelişmiş ve iyi bir mağaza karmasına sahip olanlar, müşterileri kendilerine çekmeye devam edecektir. Diğer yandan özellikle İstanbul'da belirli bölgelerde yoğunlaşmış bir şekilde bulunan alışveriş merkezlerinin pazardaki arz fazlalığı, kötü mağaza karması ve dizaynı, teknik olanaklarının yetersizliği ve rakipleri ile rekabet edememeleri nedeniyle zaman içerisinde değişik fonksiyonlar kazanarak dönüşüme uğramaları kaçınılmaz olacaktır (Url-8).



Şekil 4.30 : Zorlu Center alışveriş merkezi (Url-18)

Avrupa Yakası'ndaki mevcut arzın %42'si merkezi iş alanında (Esentepe Zincirlikuyu-Levent Büyükdere Caddesi 1. derecede Pazar alanında) yer almaktadır. Bölgenin birinci derecedeki pazar alanındaki mevcut alışveriş merkezi arzı 400.000m² önümüzdeki 1-8 yıllık dönemde pazara girmesi beklenen potansiyel arz ise 480.000m²'dir.

Çizelge 4.15 : Esentepe-Zincirlikuyu-Levent Potansiyel AVM Geliştirmeleri

| No | Adı | Konumu | Proje Durumu | Toplam Kiralanabilir Alan, m ² |
|----|-----------------------|--------------|---------------|---|
| 1 | Torunlar Arsası | Esentepe | Proje | 25000 |
| 2 | Zorlu Center | Zincirlikuyu | Proje | 25000 |
| 3 | Çiftçiler Arsası | Zincirlikuyu | Proje | 65000 |
| 4 | Landmarkk Arsası | 1.Levent | Proje | 20000 |
| 5 | İETT Arsası | 4.Levent | Proje | 60000 |
| 6 | Fako Arsası | 4.Levent | Proje | 20000 |
| 7 | Eski Likör Fab. | Mecidiyeköy | Proje | 30000 |
| 8 | İstanbul Çorap Arsası | Maslak | Proje | 35000 |
| 9 | Tat Towers | Zincirlikuyu | İnşaat | 11000 |
| 10 | Trump Towers | Mecidiyeköy | İnşaat | 40000 |
| 11 | Sapphire | 4.Levent | İnşaat | 35000 |
| 12 | Etiler 2000 | Etiler | İnşaat | 13500 |
| 13 | Özdilek Arsası | 1.Levent | İnşaat | 70000 |
| 14 | Unthill Arsası | Bomonti | İnşaat | 30000 |
| | | | Toplam | 479,500 |

İstanbul'da ise mevcut, inşa aşamasında ve planlama aşamasında olan alışveriş merkezi projelerinin oluşturacağı arz göz önünde bulundurulduğunda yeni yatırımların uygun lokasyonlarda, piyasa beklentilerini göz önünde bulunduracak şekilde yapılması projenin başarısında önemli rol oynayacaktır.

4.4 Konut Kullanımı

Karma kullanımlı gayrimenkul projelerinde konut bileşeni, 1970 ve 1980'lerde henüz bulunmamaktaydı, fakat son yıllarda bu tip projelerin öne çıkan ögesi konumuna gelmiştir. Genellikle banliyölerde konut kullanımının baskın olduğu karma kullanımlı projelerin sayısı artmıştır, daha sonra şehir merkezleri gelmektedir. Karma kullanımlı projelerdeki konut kullanımları kentsel çevrelerde daha çok çocuksuz aileler tarafından tercih edilmektedir. Son on yıldır konut pazarında en güçlü sektör haline gelmiştir. Bu tip konutları tercih edenler genellikle kentsel yaşam tarzını benimseyen bekarlar, tek başına yaşayan insanlar, ya da yeni evli çiftlerdir. Ayrıca, genellikle loft dairelerde yaşamayı seçenler geleneksel binalarda yaşamayı isteyenlerden daha gençtir (Schwanke ve diğ., 2005).

Konut pazar analizi genelde üç çeşit analiz içermektedir;

Bölgesel pazar piyasasını nitelendirme,

Bu piyasanın ekonomik trendlerini analiz etme,

Talep faktörlerini belirleme; istihdam ve nüfus büyüme trendleri, politik trendler, harcanabilir gelir, hanehalkı karakteristikleri, mevcut ve öngörülen emilim oranı gibi.

Bunların dışında, mevcut konut inşaatlarının durumu, ürün tipine göre konut stoğu, mevcut pazar şartları, boşluk oranları, satılmayan stoklar, fiyatlar, kiralara, inşaat masrafları, satış ve pazarlama, kira değerleri, mortgage değerleri, ipotekli malın haczi gibi çok çeşitli proje faktörleri de detaylı bir biçimde analiz edilmelidir. Analizler, pazardaki boşluklara ve yetersiz hizmet alan segmentlerine odaklanmalıdır. Özellikle, hangi alanlarda hangi tarz kullanımlar daha çok tercih edilmektedir, örneğin kentsel alanlarda, şehir merkezlerinde, uydu kentlerde ve banliyölerde ki konut trendleri analiz edilmelidir. Banliyölerde orta ve yüksek apartmanlara sıkça rastlanmaktadır ve bir çok banliyö bu konuda yetersiz hizmet almaktadır ve dikkatlice araştırılmalıdır (Schwanke ve diğ., 2005).

Konut pazar analizleri, yüksek yoğunluklu şehirlerdeki konutlar, şehir içi konutları, kasaba tarzı konut yerleşmeleri, villalardan oluşan konut grupları, tek villalar, toplu konutlar, yaşama/çalışma üniteleri, loft daireler, kat mülkiyeti olan apartmanlar, asansörsüz binalar, yüksek-alçak katlı binalar, gökdelenler ve özellikle perakende üzeri konut kullanımları gibi her tür konutun incelenmesiyle ortaya konulmalıdır. Bunların yanında, bu tarz konutlarda çeşitli segmentlerde ne tür tesislerin olması gerektiği de detaylı bir şekilde irdelenmelidir. Günümüzde özellikle şehir merkezlerindeki konut kullanımları, karma kullanım projelerinde önplana çıkmaya

başlamıştır. Otel, perakende, ofis bileşenlerini içeren karma kullanımlı projelerdeki konut kullanımları genellikle dengeli bir programın parçası olmaktadır.

1970 ve 1980'lerden önce genellikle perakende üzeri konutların kolay pazarlanamayıp satılamayacağı düşünülmekteydi, ancak günümüzde bu düşünce değişmiştir. Hatta karma kullanımlı projede yer alan konutların satış ve kira değerleri tek yapı olan cadde üzerinde sıralanmış apartmanda bulunan konutlara göre daha yüksektir. Günümüzde karma kullanımlı projelerde konut kullanımının önemi oldukça artmıştır, konutların kalitesine göre çevre tesislerin de kalitesi artmakta böylece tüm projenin değeri etkilenmektedir (Schwanke ve diğ., 2005).

Karma kullanımlı projedeki konut miktarını, boyutunu, cinsini, kalitesini belirleyebilmek için çevre donatılar ve tesisler de irdelenmelidir. Ekstra servis ve operasyon masrafları hesaplanmalı ve titizce düzenlenmelidir. Konutun betonarme, ahşap, çelik mi olacağına tüm etkenler göz önünde bulundurularak, projeye uyumuna ve pazar gerçeklerine göre karar verilmelidir. Özellikle perakende üstü konut projelerinde irdelenmesi gereken ana konular ; güvenlik, gürültü kontrolü, mahremiyet, pazarlama ve yönetim, satış biçimleri ve finansdır (Schwanke ve diğ., 2005).

4.4.1 Giriş

İstanbul Büyükşehir Belediyesi tarafından hazırlanan ve kenti yönlendirecek olan 1/100 000 ölçekli İstanbul Master Planı 2008 Mart ayı itibariyle iptal edilmiştir. Planda bazı değişiklikler yapıldıktan sonra tekrar onanma sürecine sokulması beklenmektedir. İstanbul'da günümüzde yaşanan en büyük sorun farklı fonksiyonlar için arazi yetersizliğidir. Hazırlanan planlarda bu problemleri efektif şekilde çözmeye yönelik farklı bölgeler için farklı projeler üretilmiştir.

Bu Kentsel dönüşüm Projeleri; değeri gittikçe artan kent merkezinde kamusal kullanımı artıracak sosyal alanlar oluşturulması, sanayi fonksiyonunun merkezden desantralizasyonu, yasa dışı yapılaşmanın önüne geçilmesi gibi amaçlara yönelik olarak hazırlanmıştır. İstanbul'da günümüzde merkezi yerlerde arsa arzı eksikliği ve artan nüfusun kent merkezinde yarattığı yoğunluk sebebiyle kent dışı alanlara doğru bir yönelim olmuştur.

Merkezden uzaklaşma trendi günümüze kadar birçok konut yatırımını kent dışı alanlarda tetiklemiştir. Ancak günümüzde, kent dışı alanlarda sosyal olanak eksikliği, iş ve ticaret merkezlerine uzaklık ve ulaşım sorunları nedeniyle, kent merkezinde yeni arsa arzının yaratılmasıyla birlikte kent merkezine dönüş yönünde eğilimler yaşanmaktadır.

4.4.2 Mevcut rezidans stoğunun nitelikleri

İstanbul'da, ilk kez 1999'da rezidans yaşamı başlamış olup, ilk örnek Etiler'deki Akmerkez, BJK Plaza, Polat Plaza, Beşiktaş'taki Selenium Rezidans, Metrocity, Şişli'de Elit Rezidans olmuştur. Bu projelerin başarısı bazı gayrimenkul yatırımcılarını karma projeler içinde rezidans geliştirmeye itmiştir.

İstanbul konut pazarına bakıldığında kontların Merkezi İş Alanı (MİA) sınırları içerisinde konumlandıkları görülmektedir. MİA; Eminönü, Karaköy ve Beyoğlu'ndan başlayarak; Boğaziçi Köprüleri inşası sonrasında Beşiktaş üzerinden Boğaz'ın kuzeyinde Zincirlikuyu, Maslak ve Ayazağa'ya uzanmaktadır.

MİA içerisinde Eminönü, Karaköy ve Zincirlikuyu ticari geliştirmeler ve ofisler ile dikkati çekerken, Beşiktaş, Maslak ve Şişli ise daha çok konut yatırımları ile kendini göstermektedir. Şişli-Maslak hattı boyunca uzanan Büyükdere Caddesi ve çevresinde ve İstanbul Boğazi'nda yer alan konut alanlarında konut ve arsa fiyatları, arsa arzındaki kıtlık ve yapılanma koşullarına ilişkin kısıtlamalar nedeniyle hızlı artış gözlemlenmektedir.



Şekil 4.31 : Levent loft projesi, Büyükdere caddesi (Url-26)

Bu bölgelerde önceki dönemlerde apartman şeklinde geliştirilen yapılar daha sonra yaşam şeklindeki değişiklikler sonucunda konut komplekslerine dönüştürülmüştür. Bu değişim sonucunda özellikle Levent Bölgesi'nin popülerliği artmıştır.

Rezidansların yoğun olarak bulunduğu bölge; Fulya, Esentepe, 1. Levent–4. Levent askı ve Maslak olarak görülmektedir.

Bu bölgelerdeki geliştirilebilir arsa kıtlığı, yüksek arsa değerleri ve imar plan kararların da etkisi ile gerçekleşen yeni yapılaşmalar yüksek katlı ve çoklu kullanımlara yönelmiştir.

- Penthouse ve Sky Villa tipi daire seçenekleri ise pazar için yeni bir kavram olup, yüksek katlı rezidans bloklarının son katlarında manzara avantajından yararlanmak amacıyla tasarlanmışlardır. Penthouse tipi daire seçeneklerinde katta tek ya da iki konuta yer ayrılmıştır.
- Bir çok projede yan yana yer alan dairelerin birleştirilmesi imkanı söz konusudur.
- Projelerde çoğunlukla dairelere ait müstakil tapu verilmekte olup, net alanı 150 m²'yi geçtiği için %18 KDV'ye sahip olan büyük metrajlı dairelerde KDV'yi azaltmak amacıyla iki tapu verilmesi yoluna gidilmektedir. Bu uygulamada, net alanı 150 m²'den büyük daireler için iki adet müstakil daire tapusu verilmektedir.
- Eveye ve bataryalarda tek tercih siemens marka ürünlerden yana olmuştur. Mutfakta yer alan beyaz eşyaların tamamı ankastre olarak tasarlanmış olup en çok tercih edilen marka Siemens, arkasından ise Gaggenau olmuştur. Mutfakların tamamına yakını modern çizgide tasarlanmıştır.
- Banyo ve tuvaletlerde zemin döşemesinde ve duvarlarda çoğunlukla 1. sınıf yerli seramik (Vitra) tercih edilmiştir. Banyolarda kullanılan bataryalar Artema ve Grohe, vitrifiye malzemeleri ise Duravit ve Vitra ürünlerinden seçilmiştir. Banyo dolapları ise çoğunlukla yerli markalar tarafından üretilen ürünlerden oluşmaktadır. Banyolarda çoğunlukla duş teknesi-küvet / duşakabin kullanılmıştır. Az sayıda projede ise kompakt hidromasajlı kabinlere yer verilmiştir. Panel radyatörler banyolarda kullanılan diğer ekipmanlar arasındadır.
- Ayrıca rezidanslarda yer alan diğer özelliklerden bazıları ise; merkezi güvenlik sistemi, CCTV kamera sistemi, sprinkler yangın söndürme sistemi, daire içinde detektör sistemleri, acil anons sistemi, yangına karşı basınçlandırılmış asansör holü ve merdivenler, kablo TV, uydu bağlantısı, teras ve balkonlarda ısı ve su yalıtımı ve zehirli gaz çıkarmayan halojen-free silikon kablolardır.
- Projelerin büyük çoğunluğunda ısıtma/soğutma merkezi sistem doğalgaz ile sağlanmaktadır.

4.4.3 Mevcut rezidans geliştirmelerinin performans değerlendirmeleri

Rezidans projelerinde birim satış fiyatları proje bazında önemli farklılıklar göstermektedir; birim satış fiyatları; lokasyon, güncel moda trendleri, ürün kalitesi ve proje imajı çerçevesinde hassasiyet göstermektedir.

Çizelge 4.16 : İnşaatı tamamlanmış rezidans projeleri satış fiyatları,

| Proje | Lokasyon | Konut Sayısı | Min (\$/m ² /) | Max (\$/m ² /) | Ort (\$/m ² /) |
|---------------------|----------|--------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|
| Akmerkez Residence | Etiler | 73 | 7800 | 8100 | 7950 |
| BJK Residence | Beşiktaş | 104 | - | - | - |
| Elit Residence | şişli | 61 | 4200 | 5100 | 4650 |
| Maya Residence | Etiler | 284 | 5000 | 8200 | 6600 |
| Polat Tower | Beşiktaş | 406 | 4400 | 8000 | 6200 |
| Ritz Residence | Beşiktaş | 50 | 8300 | 12900 | 10600 |
| Metrocity Residence | şişli | 205 | 4000 | 7400 | 5700 |
| Taksim Residence | Beyoğlu | 59 | 6200 | - | 6200 |
| Selenium Residence | Beşiktaş | 71 | - | - | - |
| Kanyon | şişli | 179 | 5500 | 8500 | 7000 |
| Kempinski Astoria | şişli | 157 | 5100 | 15600 | 10350 |
| Kempinski Bellevue | Beşiktaş | 64 | 6500 | 8900 | 7700 |
| şişli Plaza | şişli | 150 | 3800 | 9500 | 6650 |
| Levent Loft | Levent | 144 | 4500 | 8300 | 6400 |
| Akaretler Residence | Beşiktaş | 80 | 5900 | 9700 | 7800 |

Pazarda yer alan projelerde 5.000– 6.500 ABD\$/brüt m2 ve 6,000-10,000 ABD\$/brüt m2 olmak üzere iki fiyat aralığından bahsetmek mümkündür. Projenin konumu fiyatı belirleyen en önemli unsurdur.

- Büyükdere Caddesi hinterlandında, Levent, Etiler, Esentepe’de yer alan projelerdeki istenen fiyatlar 6,000-10,000 ABD\$/brüt m2 aralığında iken Fulya, şişli, Maslak ve yeni gelişmekte olan Bomonti’deki konutlar bir alt fiyat seviyesi olan 4,500-6,000 ABD\$/brüt m2 aralığındadır.
- Satış fiyatlarında daire büyüklüğü, kat yüksekliği ve sahip olunan manzara büyük önem taşımaktadır. Yüksek katlı bloklarda kat yükseldikçe birim satış fiyatı da artmaktadır. Kesintisiz Boğaz manzarasına sahip olmak fiyatları büyük ölçüde artırmaktadır.
- Rezidans fiyatlarındaki gelişime bakıldığında, bu ürün tipinin ilk olarak pazarda yer aldığı 1999 yılında fiyatlar 1,500-2,000 ABD\$/brüt m2 seviyesinde iken bugün fiyatlar çoğunlukla 5,000-7,000 aralığına oturmaktadır. 8,000-10,000 ABD\$/brüt m2 seviyesindeki fiyatlar son yıllarda erişilen ve manzaralı daireler için istenen fiyatlardır.

4.4.4 Potansiyel rezidans geliştirmeleri

Mevcut 15 projenin yanı sıra inşaat aşamasında olan 11 ve planlama aşamasında olan 21 adet rezidans projesi bulunmaktadır. Mevcut projelerdeki toplam konut sayısı 2,083 adet, inşaat aşamasındaki 11 adet projede yer alan konut sayısı ise yaklaşık 5,200 adettir.

Çizelge 4.17 : İnşaatı devam eden rezidans projeleri satış fiyatları,

| Proje | Lokasyon | Konut Sayısı | Min (\$/m ² /) | Max (\$/m ² /) | Ort (\$/m ² /) |
|---------------------|-------------|--------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|
| Levent Loft | Levent | 82 | - | - | - |
| Terrace Fulya | Beşiktaş | 257 | 5500 | 6700 | 6100 |
| Selenium Twins | Beşiktaş | 240 | 7200 | 7400 | 7300 |
| Selenim Panaroma | Beşiktaş | 82 | 5100 | 10700 | 7900 |
| Mashattan | Maslak | 3184 | 3400 | 5800 | 4600 |
| İstanbul Sapphire | 4.Levent | 174 | 8200 | 11200 | 9700 |
| Anthill Residence | Bomonti | 600 | 2700 | 6200 | 4450 |
| Trump Towers | Mecidiyeköy | 398 | 6000 | 9000 | 7500 |
| Diamond Of İstanbul | Maslak | N/A | - | - | - |
| Etiler 2000 | Beşiktaş | 72 | - | - | - |
| Selenium City | Etiler | 72 | 6400 | 6900 | 6650 |

Bölgedeki rezidans projeleri sadece konut veya karma kullanım projesinin bir bileşeni olarak geliştirilmektedir. Metrocity, Kanyon, Sapphire ve Astoria konu gayrimenkulün de üzerinde yer aldığı Büyükdere Caddesi aksındaki rezidans bileşenleri de bulunan karma kullanım projeleridir.



Şekil 4.32 : Mashattan rezidans projesi (Url-9)

- Bu aksa önümüzdeki dönemde katılacak en büyük oyuncu ise Sama Dubai tarafından eski İ.E.T.T arsası üzerinde geliştirilecek projedir. Bu projenin inşa edilmeye başlanması ile bölgedeki fiyatların daha da artacağı beklenmektedir.
- Etiler'de Akmerkez'in karşısında yer alan Türk Kızılay Derneği Arsası'nda da rezidans projesi geliştirilmesi beklenmektedir.

Çizelge 4.18 : Potansiyel rezidans geliştirmeleri

| Proje | Yatırımcı | Lokasyon |
|-----------------------------|-------------------|--------------|
| Büyük Tarabya Otel | Bayraktar Holding | Tarabya |
| Grand Prestige Otel | Uran Holding | Tarabya |
| Yapı Endüstrisi | Yapı Endüstrisi | Maslak |
| Main Towers Residence | Selimoğlu | Maslak |
| İstanbul Çorap | Bay İnşaat | Maslak |
| Taşyapı Odun Pazar | Taşyapı | Seyrantepe |
| Ağaoğlu Arsası | Ağaoğlu | Seyrantepe |
| İETT Otobüs Garajı | Toki | Kağıthane |
| Evyap Fabrikası | Evyap&Albayrak | Kağıthane |
| Yapı Kredi Koray&Tekfen | Yapı Kredi&Tekfen | Kağıthane |
| Eski İETT Garajı | Sama Dubai | 4.Levent |
| Fako Arsası | - | 4.Levent |
| Özdilek Arsası | Özdilek | 1.Levent |
| Soyak Arsası | Soyak | 1.Levent |
| Preamerika Arsası | Preamerica | 1.Levent |
| Deva Arsası | Zorlu Gayimenuk | 1.Levent |
| Türk Kızılay Derneği Arsası | - | Etiler |
| Çiftçiler Arsası | Çiftçiler | Zincirlikuyu |
| Torunlar Arsası | Torunlar | Esentepe |
| Likör Fabrikası | Aşçıoğlu | Mecidiyeköy |
| Taşyapı Bomonti Arsası | Taşyapı | Bomonti |

Büyükdere Caddesi aksında yer alan geliştirilmemiş boş arsalar üzerinde karma kullanımlı projeler geliştirilmeye başlanmıştır. Bu kullanımlara en güzel örnek ise; Metrocity, Akmerkez, Kanyon ve Sapphire olarak gösterilebilir.

Son dönemde Büyükdere Caddesi üzerinde ihale yöntemi ile satışı gerçekleştirilen birçok arsa üzerinde de yine karma kullanım projeleri geliştirileceği ilan edilmiştir. Aynı şekilde Torunlar Grubu tarafından satın alınan Esentepe'deki Uzan arsası üzerinde karma kullanım projesi geliştirilmesi beklenmektedir. Firma Büyükşehir Belediyesi'ne emsal artışı için başvurmuş, aldığı olumsuz cevap karşısında projeyi bir süreliğine askıya almıştır. Sama Dubai ile birlikte Büyükdere Caddesi üzerindeki toplam 8 adet karma kullanım projesinde yer alacak yeni rezidans arzı beklenmektedir. Bu aksa önümüzdeki dönemde katılacak en büyük oyuncu ise Sama Dubai tarafından eski İ.E.T.T arsası üzerinde geliştirilecek projedir.

4.5 Kongre ve Toplantı Kullanımı

Karma kullanımlı projelerde yer alan kongre ve toplantı kullanımları genellikle iki şekilde karşımıza çıkmaktadır; birincisi büyük, birincil kongre ve toplantı salonu (genellikle kamu sektörü tarafından geliştirilmektedir) ikincisi de bir toplantı otelinde yer alan daha mütevazı tesis. Her iki durumda da, kongre ve toplantı tesisleri karma kullanımlı projenin çekici elemanı olmaktadırlar, çünkü otellerle uyumu, projenin perakende kullanımına ve restoranlara olan desteği, saat beş sonrası aktiviteleri ve kongre izleyicileri karma kullanımlı projeye dolaylı yoldan da olsa destek olmaktadır (Schwanke ve diğ., 2005).

Bazı karma kullanımlı projelerde kongre ve toplantı kullanımı birincil rol oynamaktadır ve projenin tamamı için bir itici güç olmaktadır. Böyle baskın bir kongre ve toplantı alanının olduğu projelerde genellikle kamu sektörü insiyatif kullanmaktadır ve kamu sektörü kongre ve toplantı kullanımının potansiyelini ölçmekte ve fizibilite analizini yapmaktadır. Bu analizler şehrin pazarlanabilirliğini bir kongre ve toplantı kullanımı amacı güder gibi değerlendirmektedir. Ayrıca yeni tesislerin pazardan ne kadar pay alacağını tespit edebilmek için, mevcut tesisler ve kullanılmayan potansiyel de analiz edilmektedir.

Günümüzde bir çok şehir azımsanmayacak değerde kongre ve toplantı tesisi içermektedir. Bunların yapılmasının altında yatan neden ise, ziyaretçileri şehre bu şekilde çekmek ve yeni iş alanları yaratıp yeni gelir kaynakları elde etmektir. Şehirlerin çeperlerinde yapılan yeni kongre ve toplantı kullanımları çok büyüktür ve genelde tekbaşına bulunmaktadır.

Karma kullanımlı projelerde yer alan kongre ve toplantı kullanımlarının projeye müşteri çekmesi ve pazar payını artırması tartışmalara yol açmaktadır. Aslında, kongre ve toplantı yapısı olmayan bir karma kullanımlı projenin otel kullanımı işlememektedir. Yani, kongre ve toplantı salonu oteli ve perakende kullanımını direk etkilemekte ve bunun da projenin tümüne etkisi olmaktadır.

Kısaca, özel proje geliştirici firmalar, karma kullanımlı proje kamu sektörüyle geliştirilse bile; karma kullanımlı projede yer alan kongre ve toplantı kullanımı birincil bileşen ise bu kullanımın çekim gücünün potansiyelini iyi bir şekilde değerlendirmelidir. Bu değerlendirme, proje bileşenleri olan otel ve perakende kullanımı için pazar desteğini belirlemede çok önemli bir rol oynamaktadır ve bu üç kullanımdan da tüm projenin potansiyeli ortaya çıkmaktadır. Otel işletmecileri de otel fizibilite analizlerinde kongre ve toplantı kullanımının rolünü hesaba katmaktadırlar (Schwanke ve diğ., 2005).

Sonuç olarak, büyük veya küçük hertürlü kongre ve toplantı kullanımı, karma kullanımlı proje için önemli bir yer tutmaktadır. Karma kullanımlı projede bulunan kongre ve toplantı kullanımı diğer kullanımları da desteklemekte, projeye bir kimlik kazandırmakta ve 24 saat yaşanabilirlik katmaktadır. Bu nedenle, geliştiriciler kongre ve toplantı kullanımının tek başına karlı olmadığını düşünse bile, karma kullanımlı bir proje içinde sinerji yaratarak hem kendi değerinin artacağına inanmalı hem de tüm projeye pozitif yönde etki yapacağına inanmalıdır (Schwanke ve diğ., 2005).

4.5.1 Giriş

Kongre turizmi; uzmanlık gerektiren bilimsel konularda veya meslek dallarında bilgi alışverişi sağlamak amacıyla yapılan seyahat, konaklama ve ilişkilerin bütünü olarak tanımlanmaktadır. Kongre turizminin içeriğini sadece kongreler oluşturmamaktadır. Seminer, sempozyum, konferans v.s gibi toplantı çeşitleri de bu kavramın içinde yer almaktadır. Günümüzde kongre turizmi, ulusal ve uluslararası ölçekte önemli bir turizm türü olarak gelişme göstermektedir. Kongre turizminin belli bir sezona bağlı olmama özelliği, sezon dışı gelir getiren bir turizm çeşidi niteliği kazandırmaktadır.

Kongre turizmi yüksek teknolojinin kullanıldığı çok kaliteli alt ve üst yapı olanaklarının bulunduğu bölgelerde gelişebilmektedir. Böylelikle bu sektör içinde hizmet sunacak otel ve tesislerin iyi altyapı, ulaşım imkanları, teknik ekip ve güvenlik sistemine sahip olması gerekmektedir. Aynı şekilde toplantı ve seminer düzenlenecek şehirlerin de katılımcıların beklentilerine cevap verecek yeterlilikte olmaları gerekmektedir. Örneğin; restoranların ve konaklama tesislerinin kalitesi, kolay ve güvenli ulaşım olanakları ve alışveriş merkezlerinin çokluğudur.

Kongre turizminin popüler olduğu günümüzde iki tür kongre öne çıkmaktadır. Bunlardan ilki bilimsel amaçlı kongreler diğeri ise uluslararası şirketlerin dünyadaki tüm uzantılarının bir araya getirildiği şirket kongreleri ve toplantılarıdır. Bilimsel amaçlı kongrelerde özellikle tıp, enerji ve telekomünikasyon sektörleri önemli paya sahiptir (Url-25).

Türkiye’de “Kongre” kavramının turizm sektörü açısından ele alınmasında kongrenin sahipliğine göre yabancı kongrelerin Türkiye’de düzenlenmesi ve kongre sahibinin Türkiye’de olması şeklinde bir ayırım ve kongreye katılım açısından Ulusal ve Uluslararası Kongre şeklinde bir diğeri ayırım yapılabilir (Url-25).

Uluslararası Kongre: Türkiye’de organizasyon sahibi veya sahibini temsilen bir kurumun var olduğu, kongre katılımcılarının Türkiye’den ve Türkiye dışından katılanlardan oluştuğu kongrelerdir ki, kongre turizminin en önemli kısmını bu

kongreler oluşturur. Genellikle büyük kongre merkezlerinde düzenlenir ve ön hazırlığı çok aşamalı ve yorucu, ticari riski de fazla olan kongrelerdir (Url-25).

Ulusal Kongre: Kongre sahibinin Türkiye'den bir kurum ve katılımcılarının tamamının Türkiye'den olduğu kongreler bu kapsamda olup, sayısının çokluğu, katılımcı sayısının belli bir büyüklüğü aşmaması nedeniyle kongre pazarındaki pastanın toplantı salonu olanağı bulunan çeşitli otellerce de paylaşılmasını sağlayan önemli organizasyonlardır (Url-25).

Yabancı Kongre: Kongre sahibinin ve katılımcıların Türkiye dışından olduğu, toplanılacak yer olarak Türkiye'nin seçildiği, genellikle meslek örgütlerinin seçimli veya seçimsiz Genel Kurul toplantılarıdır. Katılım ve getirisi uluslararası kongreler kadar olmasa da itibari değeri oldukça fazla olmaktadır (Url-25).

Kongre turizminin başlıca avantajları şöyle sıralanabilir:

- Kongrelerde yapılan günlük harcamalar, uluslararası turizmdeki harcama ortalamasının üzerindedir.
- Ülkeler açısından kongreler yüksek miktarda döviz getirisi sağlamaktadırlar.
- Kongreler dolayısı ile birçok şehir oteline ölü sezonlarda dahi fiyat indirimine gerek kalmamaktadır. Kongreler genel olarak turizm sezonunu uzatıcı niteliğe sahiptirler.
- Kongre turizmi yerli ve yabancı turistler için boş zaman yaratılmasına sebep olmaktadır.
- Yapılan başarılı organizasyonlar ülke tanıtımına katkıda bulunmaktadır.

Uluslararası Toplantı ve Kongreler Birliği (ICCA) kriterlerine göre; en az 300 kişilik katılımcı grubu, katılımcıların %40'nın yabancı olması, toplantıların rutin olarak düzenlenmesi ve rotasının en az 5 farklı ülkeyi kapsamaması uluslararası kongre düzenlemek için yeterli şartlardır. Ayrıca ICCA'ya göre uluslararası toplantıların; (Url-24).

- %49'u yönetim kurulu, %30'u genel kurul toplantılarından oluşmaktadır.
- %70'i özel davet gerektirmektedir.
- %80'i belirli tarihlerde, %41'i yılda bir ve %24'ü iki yılda bir düzenlenmektedir.
- %59'u 1-2 yıl önceden, %31'i 3-4 yıl önceden ve %10'u 5 + yıl önceden kararlaştırılmaktadır.

- %39'u kongre merkezlerinde, % 31'i otellerde, % 18'i üniversitelerde ve %12'si diğer yerlerde yapılmaktadır.
- %13.2'sinin fuarı mevcut olup, %80'nin sergi alanı 4,000 m²'den fazladır.
- %25'inde ise refakatçi katılımı olmalıdır.

Uluslararası Toplantı ve Kongreler Birliği tarafından açıklanan bilgilere göre; (Url-24).

- Uluslararası kongrelere katılan katılımcılar 2004 yılında kişi başı 1,742 ABD \$ harcama yapmışlardır.
- Kongrelerin %8.3'ü seyahat acenteleri, %48.8'i oteller %31.2'si ise profesyonel kongre organizatörleri tarafından düzenlenmiştir.
- Kongrelerde en çok tercih edilen mekanlar %49.3 ile kongre merkezleri, %37.6 ile toplantı salonlarına sahip oteller ve % 8.9 ile üniversiteler olmuştur.
- En çok organizasyon düzenlenen ay Eylül iken, daha sonra sırası ile Haziran, Mayıs ve Ekim gelmektedir.
- Katılımcıların ortalama kalış süreleri 4.19 gündür. 1995 yılından bu yana bu sürelerde yaşanan düşüş dikkat çekicidir.
- Kongrelerde; tıp kongreleri %29.1 ile birinci sırada %12.4 ile bilim kongreleri ikinci sırada ve %9.5 ile teknoloji ağırlıklı kongreler üçüncü sırada yer almaktadır.

Dünya Kongre Turizmi ile ilgili 2007 yılı verilerine göre ise;

- 560 milyar ABD\$ bulan dünya turizm gelirinden kongre turizminin payı 170 milyar ABD\$'ını bulmaktadır.
- Kongre sayısı bakımından ABD 288 kongre ile ilk sırayı alırken Almanya 272 kongre ile ikinci sırada yer almaktadır. Türkiye ise sıralamada 21. sırada yer almaktadır.

Sonuç olarak dünyada kongre turizmi hacmi toplam turizmden elde edilen gelirin yaklaşık 1/3'ü kadardır. Turizm gelirlerinden gelişmiş ülkelerin aldığı pay %79 iken Türkiye'nin payı ise yaklaşık %3.5 civarındadır. Türkiye kongre turizminden toplam 300 milyon ABD \$ gelire, toplam gelirlerden %0.02 pay almaktadır (Url-24).

4.5.2 Türkiye'de kongre ve toplantı turizmi

Türkiye'nin Kongre Turizmi kavramı ile ciddi biçimde tanışması 1995 yılında HABİTAT II nin İstanbul'da gerçekleştirilmesine dayanmaktadır. Çünkü, Kongre Turizmi kavramı her şeyden önce bir Kongre Merkezi veya merkezleri

yapılanmasına ihtiyaç duymaktadır. İstanbul ve böylece Türkiye ilk ciddi kongre merkezine Habitat nedeniyle tamamlanan veya daha doğru bir deyimle spor salonundan devşirilen Lütfü Kırdar Kongre ve Sergi Sarayı ile kavuşmuştur.

Habitat öncesi dönemde de İstanbul'da kongreler düzenlenmişse de İstanbul ve akabinde Türkiye için kongre turizminin dönüm noktasının Habitat olduğu tartışmasızdır. Dolayısı ile bu kadar genç bir sektör için 10 yılda kongre turizmine özgü davranışların, sektörel örf ve adetin oluşması ve yerleşmesi beklenmemelidir. Bu durum da tıpkı yargısal içtihatlar gibi, turizm hukukunun en önemli kaynaklarından olan örf ve adet uygulamalarından yoksunluğu beraberinde getirmektedir. Türkiye'de yılda 650 ulusal ve 55 uluslar arası olmak üzere toplam 700 civarında kongre düzenlenmektedir. 2005 yılında düzenlenen uluslararası kongre sayısı 55'tir (Url-25).

Kongre turizminden pay alabilmek amacıyla İstanbul ve Antalya dışındaki şehirlerde de projeler geliştirilmeye başlanmıştır. İzmir ve çevresi ile başkent Ankara kongre/ toplantı vb. etkinlikler için bilimsel ortamların yanı sıra pek çok seçenek sunan merkez konumundadır. Bunların yanı sıra Kuşadası'nda 2006 yılı içinde yapımına başlanan Komer Kongre Merkezi'nde 5,000 kişilik balo salonu, 3,000 ve 700 kişilik iki oditoryum ve çeşitli büyüklüklerde 6 adet toplantı salonu yer alacaktır.

Çizelge 4.19 : Türkiye'deki Önemli Sergi ve Kongre merkezleri

| Merkez | Şehir | Kiralanabilir Alan(m ²) |
|--------------------------|----------|-------------------------------------|
| Dünya Ticaret Merkezi I | İstanbul | 76000 |
| Dünya Ticaret Merkezi II | İstanbul | 14000 |
| TÜYAP Beylikdüzü | İstanbul | 60000 |
| Lütfü Kırdar | İstanbul | 12000 |
| Kulturpark | İzmir | 28000 |
| Kocaeli Sergi Salonu | Kocaeli | 25000 |
| TÜYAP Konya | Konya | 22000 |
| Konfaş | Konya | 7000 |
| Antalya Expo | Antalya | 20000 |
| Cam Piramit | Antalya | 4500 |
| Antınpark | Ankara | 7500 |
| TÜYAP Bursa | Bursa | 20000 |
| TÜYAP Adana | Adana | 13000 |
| Diğer | - | 60000 |
| Toplam | | 369,000 |

Genel hatları ile Türkiye'de;

- Türkiye'de 3, 4 ve 5 yıldızlı oteller, 1. ve 2. sınıf tatil köyleri ve özel belgeleri tesisler olmak üzere toplam 335,000 kişi kapasiteli kongre ve toplantı salonu bulunmaktadır.

- Antalya 118,512 kişi kapasitesi ile %35.65'lik paya sahipken, İstanbul 68,652 kişi ile %20.65 paya sahiptir.
- Toplam kişi kapasitesinin %54'ünü 5 yıldızlı oteller ve %18'ini 4 yıldızlı oteller oluşturmaktadır.
- Türkiye Dünya sıralamasında “en fazla katılımcı alan kongreler” açısından ilk 25 içinde yer alırken İstanbul'un bu sıralamadaki yeri 23'tür.
- Türkiye'de gerçekleşen tüm uluslar arası kongrelere yılda yaklaşık 40,000-45,000 kişi katılmaktadır. Toplantılarla birlikte bu sayı 657,342 kişiye ulaşmaktadır.

4.5.3 İstanbul'da kongre ve toplantı turizmi

İstanbul, Türkiye'de kongre turizminin en yoğun olduğu, bu turizm tipine en uygun ildir. Bunun nedenleri arasında, şehrin konumu, tarihî ve tabii güzellikleri, ulaşım imkânlarının fazlalığı, turizm endüstrisindeki yeri sayılabilir. Kongre turizminde rahat, hızlı ve kolay ulaşım imkânı olması çok önemlidir. Bu nedenle havayolu ulaşımı daha çok kullanılmaktadır. İstanbul'un gerek yurtiçi ve gerekse yurtdışı ile bağlantısı oldukça güçlüdür.

Türkiye'de düzenlenen kongre ve toplantıların yaklaşık %90'ı İstanbul'da gerçekleşmiştir. İstanbul jeopolitik konumu, tarihi, kültürel değerleri ve ulaşım kolaylıkları dolayısı ile Türkiye'deki diğer illerden daha ön plana çıkmaktadır. Uluslararası kongre ve toplantıların çoğunlukla yapıldığı İstanbul'da 42 adet, 4 ve 5 yıldızlı otel ile 5 adet kongre ve sergi salonu bulunmaktadır.

ICCA tarafından açıklanan bilgilere göre; İstanbul toplantı sayısına göre 2004 yılında 37 kongre ile dünyada 24., Avrupa Kıtası'nda ise 19. sırada yer almaktadır. 2005–2016 tarihleri arasında hedeflenen 70 kongre ile Atina, Roma ve Londra gibi şehirleri geride bırakarak 15. sıraya yükselmesi beklenmektedir. Barselona 105 toplantı sayısı ile ilk sırada yer alırken, onu 103 toplantı ile Singapur ve 101 toplantı ile Viyana takip etmektedir (Url-24).

Kongre turizmi alanında büyük bir potansiyele sahip olan İstanbul'da var olan kongre merkezlerinin takvimlerine göre merkezlerin 2010 yılına kadar dolu olduğu görülmektedir. Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı tarafından hazırlanan istatistiklere göre kongre ve konferansların tarihlerinin belirlenmesindeki zamanlamalar aşağıdaki gibidir:

- 1-2 yıl önceden yapılan rezervasyonlar %59
- 3-4 yıl önceden yapılan rezervasyonlar %31

- 5 yıl ve üzeri yapılan rezervasyonlar %10 olarak tespit edilmiştir.

Kongre turizmi 12 ay süreyle gerçekleştirilebilen bir turizm çeşidi olması ve harcama düzeyinin yüksek olması nedeniyle ekonomi açısından da önemli fayda yaratmaktadır. Yapılan araştırmalara göre uluslararası kongre ve konferanslarda delege başına düşen harcama ortalama 2,000 ABD\$'dır. Bunun yanı sıra alım gücü yüksek ziyaretçi gruplarında kişi başı ortalama harcama 3,000 – 4,000 ABD\$'ına kadar çıkmaktadır.

Kongre ve konferans turizmi; İstanbul'da ve Türkiye'de yeni gelişmekte olan bir sektördür. Aynı zamanda harcama düzeyinin yüksek olması nedeniyle yeni yatırımlar için de önemli bir Pazar oluşturmaktadır. Bu sektörün gelişmesinde 2004 yılı, uluslararası pazarda İstanbul için bir dönüm noktası olmuştur; NATO, İslam Konferansı Örgütü (OECD), Dünya Gazeteciler Birliği ve son dönemde gerçekleştirilen Dünya Mimarlar Kongresi İstanbul'a olan güveni artırmış ve önümüzdeki dönem kongre talepleri için de lokomotif olmuştur. Halihazırda İstanbul'da yılda yaklaşık 30 uluslararası kongre ve konferans düzenlenmekte ve yapılan yeni yatırımlarla birlikte bu sayının 100'e çıkartılması hedeflenmektedir. İstanbul, dünya kongre pastasından henüz çok yüksek bir pay almasa da son yıllarda gerçekleştirilen başarılı kongrelerle dikkati üzerine toplamayı başarmıştır. 2009 ve 2010 yılında İstanbul'un kongre takviminin yoğun olması beklenmektedir.



Şekil 4.33 : Nato toplantısı 2004, İstanbul (Url-23)

İstanbul'da kongre ve konferans turizminin başlıca aktörleri, kongre&konferans salonları, organizasyon şirketleri ve eğitim kurumlarıdır. İstanbul Büyükşehir Belediyesi tarafından 1/100,000 çevre düzeni planı çerçevesinde hizmet sektörünün ve aynı zamanda turizm faaliyetlerinin ön plana çıkartılması hedeflenmektedir. Bu

nedenle birçok konferans ve kongre merkezi projesi gündeme getirilmiştir. Bununla birlikte turizm organizasyon şirketleri yeni bir boyut kazanmıştır; kongre organizasyon alanında da geniş kapsamlı uluslararası ve ulusal ölçekte hizmet vermektedir (İMP, 2007).

4.5.4 Mevcut kongre ve sergi geliştirmeleri

İstanbul'da yer alan başlıca kongre ve fuar salonları arasında, Lütfi Kırdar Kongre Salonu, Hilton Otel Kongre Salonu, Swisshotel, Conrad Otel, Grand Cevahir Otel, Mövenpick Otel, TÜYAP, CNR ve Ramada Plaza yer almaktadır.

Çizelge 4.20 : İstanbul Avrupa Yakası önemli sergi ve kongre merkezleri

| Adı | Lokasyon | Kapasite (kişi) | Toplam Alan (m ²) |
|--------------|---------------|-----------------|-------------------------------|
| Lütfü Kırdar | Harbiye | 7350 | 11600 |
| CNR | Yeşilköy | 1250 | 150000 |
| TÜYAP | Beylikdüzü | 2000 | 60000 |
| Feshane | Eyüp | 3300 | 56000 |
| | Toplam | 13900 | 277600 |

İstanbul Lütfi Kırdar Uluslararası Kongre ve Sergi Sarayı:

Uluslararası Kongre Merkezleri Birliği (AIPC) üyesi olan Lütfi Kırdar Kongre Salonu'nda 10 ile 2000 kişi arasında değişen kapasitelere sahip toplam 26 toplantı salonu bulunmaktadır. Ayrıca 7,000 m² ve 2,100 m² büyüklüğünde 2 adet sergi salonu bulunmaktadır (Url-22).

CNR Uluslararası Sergi Salonu

150,000 m² kapalı ve 120,000 m² açık fuar alanına sahip olan CNR Uluslararası Sergi alanında 8 adet Hall, VIP salonu, ofis üniteleri bulunmaktadır. Toplantı salonlarının büyüklükleri 150-782 m² arasında değişmekte iken kapasiteleri 100-500 kişi arasında değişmektedir. Merkezdeki konferanslar ve toplantılar fuarlara bağlı olarak gerçekleştirilmektedir. Satış ofisi ile yapılan görüşmede yılda ortalama 10-12 toplantı gerçekleştirildiği belirtilmiştir. Bunların çoğunluğunu ulusal konferanslar oluşturmaktadır. Ortalama 500 kişilik bir toplantı için merkeze ödenecek tutar yaklaşık 2,500 € 'dur (Url-21).



Şekil 4.34 : İstanbul Lütfi Kırdar Kongre ve Sergi Sarayı (Url-20)

Tüyap

Tüyap Beylikdüzü Fuar ve Kongre Merkezi 60,000 m² kapalı alan olmak üzere toplam 120,000 m² alan üzerinde geliştirilmiştir..Merkezde yer alan ve büyüklükleri 22-579 m² arasında değişen 11 toplantı salonunun toplam kapasitesi yaklaşık 2,000 kişidir (Url-20).

Feshane Uluslararası Fuar Kongre ve Kültür Merkezi

56,000 m² alan üzerinde geliştirilen Feshane Uluslararası Fuar Kongre ve Kültür Merkezi eski tekstil fabrikasından dönüştürülmüştür. Merkezde bulunan 4 adet kongre ve toplantı salonunun büyüklükleri 3,300 – 4,000 m² arasında değişmektedir. İstanbul Büyükşehir Belediyesi'ne ait olan merkez Beltur tarafından işletilmektedir (Url-19).

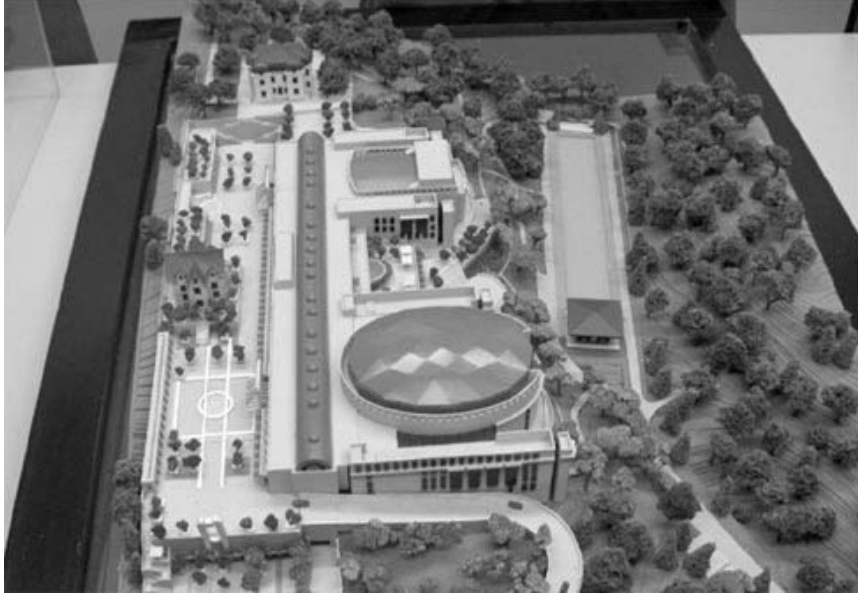
4.5.5 Potansiyel kongre ve toplantı geliştirmeleri

Harbiye Açık Hava Tiyatrosu:

Açık hava Tiyatrosu'nun atıl olan kapasitesinin kullanılmasına yönelik; üstünün açılır kapanır bir hale getirilerek, kültür ve kongre turizminin hizmetine sunulması planlanmaktadır.

Beyoğlu/Tarlabası TRT Binası:

Suna Kıraç Vakfı, Beyoğlu Tarlabası'ndaki eski TRT Binasını Kongre ve Konferans merkezi olarak yeniden geliştirmek istemektedir.



Şekil 4.35 : İstanbul kültür ve sanat merkezi maketi, maslak (Url-18)

İstanbul Kültür ve Sanat Merkezi,

Ayazağa'da inşaat halindedir ve 66,000 m² alan üzerinde geliştirilmektedir. "Yap – İşlet – Devret" modeli ile 49 yıllığına, İKVS'ye kiraya verilmiştir. İnşaat devam eden projenin 2010 yılında tamamlanması planlanmaktadır (Url-18).



Şekil 4.36 : ORA İstanbul Kentsel Eğlence Merkezi (Url-11)

ORA İstanbul Kentsel Eğlence Merkezi

Bayrampaşa'da otogarın yanında ORA Eğlence Merkezinde 6000 kişi oturma kapasiteli gösteri merkezinin inşaatı devam etmektedir. Projenin içerisinde 2 adet otel inşaatı da vardır. Bu otellerin toplamda 3500 m²'lik toplantı odalarında inşaa edilecektir (Url-11).

4.6 Sosyo-Kültürel Kullanımı

Müzeler, sanat merkezleri, eğlence alanları, çocuk eğlence alanları, sergi alanları gibi sosyo-kültürel kullanımlar karma kullanımlı projelerde geliştirilmektedir. Günümüzde sosyo-kültürel kullanımlı projelerin rağbet görebilmesi için bu projeler yaratıcı yaklaşımlarla yenilikçi fikirlerle tasarlanmalıdır. Sosyo-kültürel kullanım karma kullanımlı projeye güçlü bir kimlik kazandırmakta ve prestijli bir imaj sağlamaktadır. Kültürel kullanımlar, operasyon masraflarını karşılayacak yeterli kazanç sağlayamamaktadır, bu nedenle genellikle kamusal, kurumsal ve yardımsever sektörlerden destek alması gerekmektedir ki proje finansal açıdan fizibil olabilsin. (Schwanke ve diğ., 2005).

Sosyo-kültürel kullanım geliştirmeyi yönetmek ve finanse edebilmek için özel geliştirici firmalar, kamu ajansları ve sanat organizasyonları arasında çeşitli ortaklıklar kurulmaktadır. Bir sanat bileşenini karma kullanımlı projeye dahil edebilmek için bakılması gerek tek unsur işleyip işlemeyeceğidir. Genellikle, sosyo-kültürel kullanımların karma kullanımlı projenin bütününe ciddi tesisler, hizmetler, kimlik ve çekici güç sağladığı bilinmektedir. Bir sosyo-kültürel yapıyı karma kullanımlı bir projeye dahil etmek güçlü yöneticilik kabiliyeti gerektirmektedir ayrıca diğer kullanımlarla karşılaştırılacak olunursa geliştiriciyle, işletmeciyile ve kamu ajansı ile anlaşma süreci çok daha uzun sürmektedir. Genelde kamu sektörü karma kullanımlı bir projede sosyo-kültürel bir yapı bulunmasını istemekte ve öncülük etmektedir. Bunun nedeni de; iyi konumlanmış bir projeyi kontrol edebilecek ve tüm planda belli kültürel kullanımları talep edebilecektir. Eğer karma kullanımlı projede çok büyük projeler bulunmaktaysa, geliştirici firma projede yer almadan önce çok detaylı araştırma yapmalı her bir bileşenin getirisini ve birbirine olan etkisini incelemelidir (Schwanke ve diğ., 2005).

Sosyo-kültürel kullanımlar aynı zamanda eğlence alanlarını da içermektedir. Eğlence alanları bu kullanımların ve karma kullanımlı projenin en önemli faktörlerindedir. Tüm projeye çok farklı bir etki ve çekim kazandırmaktadır. Genellikle eğlence alanlarının potansiyelini analiz etme süreci perakende kullanım sürecine benzemektedir, ek olarak çeşitli konular da analiz edilmelidir. Eğlence sektörüne harcanan masraflar daha çok isteğe bağlıdır ve müşteriler çok değişkendir. İnşaat yapım giderleri potansiyel kiralara karşılaştırıldığında yüksektir, operasyon karakteristikleri de komplekstir. Karma kullanımlı projeye en büyük faydası ortak otopark konusunda büyük fırsat sunmaktadır.

4.6.1 Giriş

İstanbul, kente özgün kimliğini veren doğal ve kültürel değerlere sahiptir. Üç dünya İmparatorluğu'nun, Roma, Bizans ve Osmanlı kültürlerinin başkenti olan İstanbul, kentsel, tarihî, arkeolojik ve doğal sit alanları, sayısız anıt ve sivil mimarlık örnekleri ile bu kültürlerin eşsiz değerlerini yansıtmaktadır. İstanbul'un korunması gerekli tarihi yerlerinden Topkapı Sarayı, Yıldız Sarayı, Süleymaniye Camii ve Çevresi, Zeyrek Camii ve çevresi Kara Surları, Bozdoğan Kemeru ve Haliç, 1985 yılında UNESCO Dünya Miras Listesine alınmıştır (İBB, 2006).

Çizelge 4.21 : İstanbul tarihsel değere sahip yerler (Url-17)

| Türü | Sayısı |
|---------------------------------|--------|
| Saray | 17 |
| Medrese | 66 |
| Müze | 63 |
| Camii (Tarihsel Değere Sahip) | 64 |
| Kilise (Tarihsel Değere Sahip) | 49 |
| Sinagog (Tarihsel Değere Sahip) | 16 |
| Türbe | 119 |

İstanbul'da çeşitli girişimlerle gerçekleştirilmiş çok sayıda müze bulunmaktadır. TBMM Milli Saraylar Dairesi'ne bağlı olarak ziyarete açık olan saray kasırlar, Dolmabahçe Sarayı, Beylerbeyi Sarayı, Yıldız Sale Köskü, Maslak Kasrı, İhlamur Kasrı, Aynalıkavak Kasrı, Küçüksu Kasrı, Florya Atatürk Köskü, Yalova Atatürk Köskü'dür (İBB, 2006).

Çizelge 4.22 : İstanbul müzeleri ziyaretçi ve gelir durumu (Url-17)

| Müzenin Adı | Ziyaretçi Sayısı | Gelir Durumu |
|-------------------------------|------------------|-------------------|
| Topkapı Sarayı Müzesi | 1.757.317 | 13.551.040 |
| Arkeoloji Müzesi | 176.636 | 554.405 |
| Türk ve İslam Eserleri Müzesi | 2.226.159 | 10.961.100 |
| Büyük Saray Mozaik Müzesi | 36.603 | 150.105 |
| Kariye Müzesi | 230.736 | 1.319.190 |
| Türk ve İslam Eserleri Müzesi | 95.510 | 373.645 |
| Adam Mickiewicz Müzesi | 1.074 | 2.356 |
| Galata Mevlevihanesi | 8.036 | 11.538 |
| Rumeli Hisarı Müzesi | 37.229 | 40.823 |
| Yedikule Hisarı Müzesi | | |
| Yıldız Sarayı Müzesi | 21.525 | 182.480 |
| Toplam | 4.590.825 | 27.146.682 |

Topkapı Sarayı depolarında korunan, ve kimsenin göremediği eserleri, sergilenmek üzere çeşitli tarihi mekanlara dağıtılacak. Kültür ve Turizm Bakanlığı, tarihi yarımadadaki Deri ve Zührevi Hastalıklar Hastanesi, Eski Teşvikiye Gülhane Hastaneleri, Has Ahırlar, Matbaa-i Amire yapıları, Darphane-i Amire yapıları, İncili

Köşk, Şevketiye Köşk, İshakiye Köşk, Alay Köşk gibi yapıları Topkapı Sarayı'nın sergi mekanları haline getirmeyi planlamaktadır.

Çizelge 4.23 : İstanbul kültürel değerler(Url-17)

| Kültürel Kurum | Sayısı |
|------------------------|--------|
| Kütüphane | 145 |
| Kültür Merkezi | 73 |
| Fuar ve Kongre Merkezi | 48 |
| Konser Salonu | 36 |
| Sinema | 98 |
| Tiyatro | 47 |
| Sanat Galerisi | 277 |
| Matbaa | 3.425 |
| Yerel Gazete | 12 |
| Ulusal Gazete | 35 |
| Televizyon Kanalı | 25 |
| Radyo Kanalı | 38 |
| Yazılı Yayın | 7.811 |

İstanbul geçmişi, doğal güzellikleri, kentsel özellikleri, kültürel ve sosyal dokusu ile uluslararası çağdaş sanat ortamı için son yıllarda büyük önem kazanmıştır. Gerçekleştirilen çeşitli müzik, sinema, tiyatro festivalleri artık gelenekselleşmiş ve giderek daha nitelikli bir katılımıla dünyada adını duyurmaya başlamıştır.

4.6.2 Mevcut önemli müze ve temalı eğlence geliştirmeleri

▪ Topkapı Sarayı Müzesi

Topkapı Sarayı padişahların ikameti için yapılmış köşklele Harem dairesi dışında, sarayı muhafaza eden askerler için koğuşlar, saray sakinleri çok büyük bir mutfak, saray çalışanlarının barınacağı yatakhaneler, Divan toplantılarının yapıldığı Kubbealtı, Hz. Peygamber ve Halifelere ait eşyaların saklandığı Hırka-i Saadet Dairesi, Gülhane Hastanesi, Sultan III. Ahmed Kütüphanesi, Enderun Mektebi, Hazine Dairesi, padişahın atları için bir ahır, bir dönem silah deposu olarak da kullanılan Aya İrini Kilisesi gibi bir çok yapı yer alır. Topkapı Sarayı 19. yy'ın ortalarına doğru terkedilmiş ve devletin merkezi olma işlevini yitirmiştir. Bundan sonra bakımsızlıktan ötürü tahrip olmaya başlamış ve hatta 1870 yılında dış bahçesinden demiryolu bile geçirilmiştir. Saray 1924 yılında müzeye dönüştürülmüştür (Url-16).

Ziyaret Gün ve Saatleri:Salı günleri hariç her gün 09.00-19.00 saatleri arasında ziyarete açıktır. Giriş Ücreti: Tam: 10 YTL. Topkapı Sarayı Harem: Tam: 10 YTL.

▪ Ayasofya Müzesi

Ayasofya 916 yıl kilise, 481 yıl cami olmuş, 1935`ten bu yana müze olarak tarihi işlevini sürdürmektedir. Anadolu`nun antik şehir kalıntılarında sütunlar, başlıklar, mermerler ve renkli taşlar Ayasofya`da kullanılmak üzere İstanbul`a getirilmiştir (Url-16).

Ziyaret Gün ve Saatleri: Pazartesi günleri dışında her gün 09.00-19.00 saatleri arasında açıktır. Ayasofya Müzesi ve Galeri Katı Giriş Ücreti: 10 YTL.

▪ Kariye Müzesi

Kariye İstanbul`da Edirnekapi semtindedir. Şapelin yerine ilk Khora Kilisesi Iustinianos`ça yeniden yaptırılmıştır. Çeşitli ek ve onarımlarla Komnenoslar Dönemi`ne kadar ulaşan yapı, surlara yakın Blakhernai imparatorluk sarayının genişlemesiyle önem kazanmıştır. Kariye mozaik ve freskoları Bizans resim sanatının son dönemine ait (14. yy.) en güzel örnekleridir (Url-16).

Ziyaret Gün ve Saatleri: Çarşamba günleri dışında her gün 09.00-17.00 saatlerinde ziyarete açıktır. Giriş Ücret: Tam: 10 YTL.

▪ Yıldız Sarayı

Yıldız Sarayı, Beşiktaş Yıldız Tepesi`nde Türk Osmanlı Saray mimarisinin en son örneğini oluşturan yapı gruplarından. Uzun süre Harp Akademileri binası olarak kullanılan saray, 1978 yılında, Kültür Bakanlığı`na devredilmiş ve daha sonra Yıldız Sarayı Müdürlüğü`ne tahsis edilmiştir. Saray`da ilk müzeleştirme çalışmaları 1994 yılında gerçekleştirilebilmiştir. 6 Ocak 1994 tarihinde Saray Tiyatrosu ve yeniden düzenlenen Sahne Sanatları Müzesi, 8 Nisan 1994`de ise Yıldız Sarayı Müzesi ziyarete açılmıştır (Url-16).

Ziyaret Gün ve Saatleri: Pazartesi dışında her gün 10.00-16.00 saatlerinde ziyarete açıktır. Giriş Ücreti: Tam: 2 YTL.

▪ Türk ve İslâm Eserleri Müzesi

Türk ve İslâm Eserleri Müzesi, Türk ve İslâm sanatı eserlerini topluca kapsayan ilk Türk müzesidir. 19. yüzyılın sonunda başlayan kuruluş çalışmaları, 1913 yılında tamamlanmış ve müze, Mimar Sinan`ın en önemli yapılarından biri olan Süleymaniye Camii külliyesi içinde yer alan imaret binasında 1914`de "Evkaf-ı İslâmiye Müzesi" (İslâm Vakıfları Müzesi) adı ile ziyarete açılmıştır. Cumhuriyet`in ilanından sonra ise "Türk ve İslâm Eserleri Müzesi" adını almıştır (Url-16).

Ziyaret Gün ve Saatleri: Pazartesi hariç 09.00 - 17.00 saatleri arasındadır. Giriş Ücreti: 5 YTL.

- İstanbul Arkeoloji Müzeleri

T.C Kültür Bakanlığı, Anıtlar ve Müzeler Genel Müdürlüğü'ne bağlı olan İstanbul Arkeoloji Müzeleri Müdürlüğü Sultanahmet semtindeki Gülhane Parkı girişinin sağından Topkapı Sarayı Müzesi'ne çıkan Osman Hamdi Bey Yokuşu üzerindedir. İstanbul Arkeoloji Müzeleri; Arkeoloji Müzesi, Eski Şark Eserleri Müzesi ve Çinili Köşk Müzesi olmak üzere üç müzeden oluşmaktadır (Url-16).

Ziyaret Gün ve Saatleri: Pazartesi hariç her gün 09.00-18.00 saatleri arasında.

Ücret: Tam: 6 YTL.



Şekil 4.37 : Şişli Belediyesi Bilim Merkezi

- Şişli Belediyesi Bilim Merkezi

Şişli Belediyesi Bilim Merkezi ; Beşiktaş, Taksim, Şişli, Mecidiyeköy, Esentepe, Maçka, Nişantaşı, Teşvikiye çemberinin tam ortasında, 7 arterle direkt bağlı, kentin tam merkezi sayılabilecek bu semtlerin her birine 3 dakika, E-5 ve TEM çevre yollarına 5 dakika uzaklıkta, Polat Towers binasının hemen yanında bulunmaktadır (Url-15).

Bugün Türkiye'de 2 adet bilim merkezi bulunmaktadır. Fulya'da bulunan Şişli Belediyesi Bilim Merkezi, daha önce İTÜ Taşkışla kampusu içinde yer almış ve Deneme Bilim Merkezi olarak hizmet vermiştir. Türkiye Bilim Merkezleri Vakfı'nın tek işletmesidir. Diğeri ise, Ankara'da, hizmet veren Feza Gürsey Bilim Merkezi'dir (Url-15)

Ziyaret Gün ve Saatleri: Her gün 09.00-18.00 arası açıktır.

Ücret: Tam: 5 YTL.10 kişilik gruplarda kişi 3.5 YTL

- Miniatürk

Türkiye'nin ilk minyatür parkı olan Miniaturk, 02 Mayıs 2003 tarihinde ziyarete açılmıştır. Türkiye ve Osmanlı coğrafyasından seçilmiş eserlerin 1/25 ölçekli maketlerinin yer aldığı Miniaturk'te, 45 eser İstanbul'dan, 45 eser Anadolu'dan 15 eser ise bugün Türkiye sınırları dışında kalan Osmanlı coğrafyasından olmak üzere, ilk etapta 105 sabit eser sergilenmektedir (Url-14).

Toplam 60.000 metrekare alan üzerine kurulan Miniaturk'te, 15.000 metrekare maket alanı, 40.000 metrekare yeşil ve açık alan, 3.500 metrekare kapalı alan, 2.000 metrekare havuz ve su yolu, 500 araçlık otopark yer almaktadır (Url-14).

Ziyaret Gün ve Saatleri: Her gün 09.00-18.00 arası açıktır.

Tam bilet ücreti:5 YTL Yabancı Ziyaretçi: 10 YTL

Miniaturk Otoparkının sahil kesiminde yer alan Go Kart Pisti çocuklar ve büyükler için ayrı ayrı 2 pist halinde her yaş kesimine hitap etmektedir.

Fiyat: 5 dk.10 ytl. - 10 dk. 15 ytl.



Şekil 4.38 : Nemrut Dağı Kalıntıları, Miniaturk (Url-14)

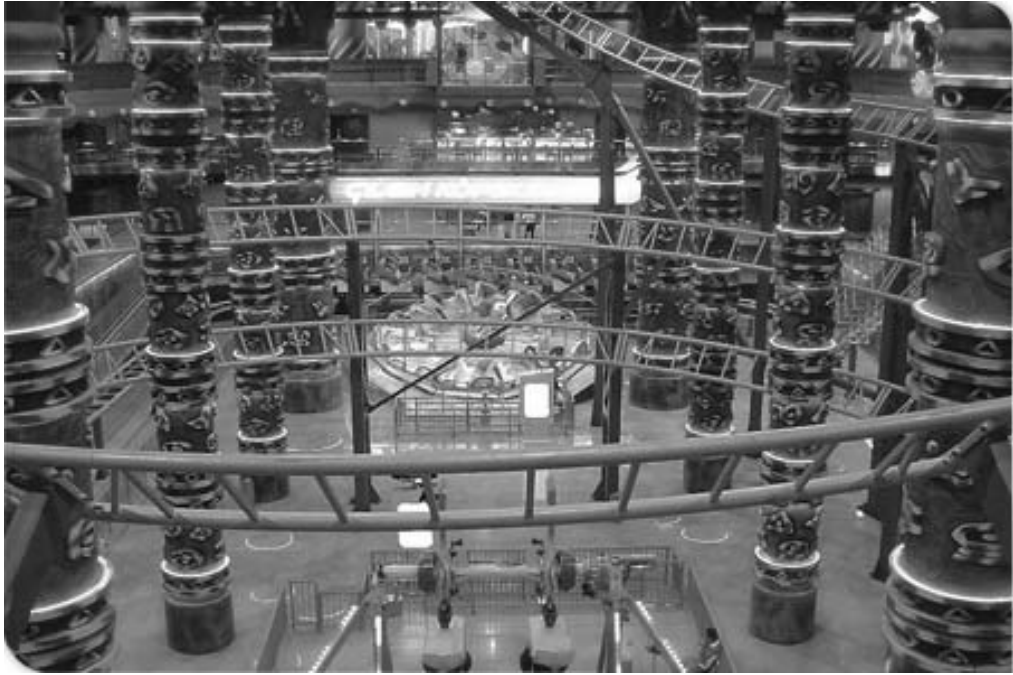
▪ Lunaparklar

Türkiye'de ve İstanbul'da büyük ölçekte eğlence merkezleri bulunmadığından, açık havada hizmet veren lunaparklar bulunmaktadır. Türkiye genelinde 9 adet benzer

nitelikte lunapark olduğu bilinmektedir. İstanbul'da biri avrupa yakasında (Bostancı) diğeri anadolu yakasında(Beşiktaş) bulunmak üzere 2 adet lunapark bulunmaktadır. Bazı belediyeler ramazan ayı boyunca lunapark kurulması için girişimlerde bulunduğu bilinmektedir. Lunapark oyunlarından başlıcaları; Atlıkarınca (Atlıkaraca) ,Gondol, Kamikaze, Zincirli Sandalye (Salıncak), Dönmedolap, Çarpışan araba, Balerin, Ahtapot, Şişme Oyun Parkları (Url-13).

▪ Atlantis Eğlence Merkezi

Türkiye'nin en büyük kapalı alana sahip temalı eğlence parkı Atlantis Eğlence Merkezi, yine Türkiye'nin en büyük kapalı alana sahip alışveriş merkezi olan Cevahir Alışveriş Merkezinde bulunmaktadır



Şekil 4.39 : Atlantis Eğlence Merkezi (Url-12)

58 bin m² kapalı alana kurulu, İstanbul'un tek kapalı eğlence merkezi Atlantis, Türkiye'de bir alışveriş merkezinin içinde yer alan ilk eğlence merkezi olma özelliğine sahiptir (Url-12).

4.6.3 Potansiyel müze ve temalı eğlence geliştirmeler

ORA İstanbul Çocuk Eğlence Parkı

Ora İstanbul Çocuk Eğlence Parkı birçoğu Türkiye'ye ilk defa getirilecek 35'in üzerinde eğlence ünitesi barındırması planlanmaktadır. Okul gruplarına hitap edecek olan 'eğlenceli eğitim' bölümünde çocuklar kendi dergilerini hazırlayıp basabilecek, televizyon stüdyosunda çekim yapabilecek ve bilimsel konuları

eğlenerek öğrenebilecek. Aileler ve çocuklarla ilgili kuruluşlara uygun fiyatlara aktivite olanağının sağlanacağı merkezde, okullarda etkinlik planlayabilecektir (Url-11).

- 3 - 14 yaşa hitap eden, 5000 m² açık, 13.000 m² kapalı alana sahip bir Çocuk Eğlence Parkı
- 8000 kişi kapasiteli Gösteri Merkezi
- Büyük meydana yerleştirilmiş, 500 kişilik bir açık hava tiyatrosu
- Toplam 2100 kişi kapasiteli, 10 salonluk bir sinema kompleksi
- Tam donanımlı bir Fitness ve Spa merkezi
- Restoranlar ve kafeler



Şekil 4.40 : ORA İstanbul Çocuk Eğlence Parkı (Url-11)

Çocuk Eğlence Parkı'nın tasarımını İtalya'dan Valerio Mazzoli Studio, işletmesini ise International Theme Park Services gerçekleştirdi. Paris'teki Disneyland, Jakarta'daki Leonardo Project ve Rio de Janeiro'daki Chocolate Factory, Valerio Mazzoli'nin projeleri arasında yer almaktadır (Url-11).

İstanbul Akvaryumu

İstanbul Akvaryum Projesi yurdumuzda bir ilki temsil etmektedir. Proje mega kent İstanbul'un turistik ve kültürel dokusuna önemli bir katkı sağlayacaktır.



Şekil 4.41 : İstanbul Akvaryumu inşaatı, Florya (Url-10)

Arazi 11 milyon kişinin yaşadığı İstanbul'un güneybatı sahili Florya'da ve Atatürk Uluslararası Havalimanı'ndan 5 km. uzaklıkta, kara toplu taşıma ve raylı sistemin yanında konuşlanmış olup, projeye bir IDO, hızlı deniz otobüsü iskelesi öngörülmüştür.



Şekil 4.42 : İstanbul Akvaryumu Perspektif (Url-10)

Tasarımın en önemli kriterlerinden biri olarak; yapının havalimanı iniş kalkış koridoru altında yer alması nedeniyle, yapı plastiğinin, 5. cephe görünüşü gibi değerlendirilmiş olmasıdır. Genel yerleşim şeması olarak tema 'bir balık iskeleti' veya 'gemi omurgası' imajı üzerine kurgulanmıştır (Url-10).

Planlanan Halkalı Tema Parkı

TOKİ'nin İstanbul-Halkalı Atakent'te yapılacak "uluslararası doğa ve eğlence parkı"nın da içinde yer aldığı proje için düzenlediği ihaleyi Makro İnşaat kazanmıştır. Proje ile toplam 1.400.000 m² arazinin 1.241.000 m² bölümüne doğa ve eğlence parkı yapılması öngörülmektedir. Arazinin doğa ve eğlence parkı alanı olarak ayrılan bölümü dışındaki alanlarına ise 20.000 civarında lüks konut ve iş merkezi inşa edilmesi planlanmaktadır.. Proje kapsamındaki parklar, havuzlar, sinemalar, kafeler, büfeler, eğlence ve kültür alanları ise ihaleyi kazanan firma tarafından bedelsiz olarak yapılacaktır (Url-9).

5. KARMA KULLANIMLI PROJE GELİŞTİRME ÖNERİSİNİN FİNANSAL AÇIDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

5.1 Öneri Karma Kullanım Proje Bileşenleri

Bu bölümde, daha önceki bölümlerdeki piyasa verileri göz önüne alınarak karma kullanımlı bir proje önerisi yapılacak ve finansal açıdan değerlendirilecektir.

İstanbul'un ve bölgenin piyasa ihtiyaç ve dinamikleri dikkate alınarak zemin üstü 200.000 m² inşaat alanına sahip öneri projenin fonksiyon oranları aşağıdaki gibi kabul edilmiştir;

Çizelge 5.1 : Öneri proje fonksiyon oranları

| Fonksiyon Adı | Yüzde | Alan |
|---------------|-------------|----------------|
| Ofis | 35% | 70.000 |
| Konut | 25% | 50.000 |
| Turizm | 20% | 40.000 |
| Perakende | 20% | 40.000 |
| Toplam | 100% | 200.000 |

5.2 Öneri Karma Kullanım Proje Geliştirme Metodu

Geliştirme Metodu, geliştirmeye hazır, boş arsanın değerinin öngörülmesi metodudur.

Bu metod, öngörülen yatırım periyodu sonunda elde edilecek brüt satış gelirlerinin tahmini değerine ulaşabilmek için; inşa edilen ünitelerin satılabileceği fiyatı ve satışın yapılacağı oranı ilgilendiren öngörülerin yapılmasını gerektirmektedir.

İnşaat maliyetleri, satış ve reklam giderleri, projelerin hazırlanması, işletme giderleri ve aynı zamanda yüklenici kârı ve sabit maliyetler gibi doğrudan ve dolaylı tüm geliştirme ve tasarruf giderleri daha sonra brüt satış gelirlerinden düşülerek geliştirme süreci sonunda elde edilecek net kâra ulaşılır. Bu gelirler daha sonra Mülk'ün bugünkü değer tahmini için günümüz fiyatlarına indirgenir.

Bu metod daha çok birden fazla kullanımın mümkün olabileceği geniş geliştirme alanlarında ve doğrudan karşılaştırmalı satışların bulunmadığı piyasa koşullarında kullanılmaktadır.

5.3 Nakit Akış Analizi

Nakit akış analizinin ana prensibi, değerini konu arsa üzerinde geliştirilmesi öngörülen kullanım alanlarına ilişkin faaliyetlerin net geri dönüşü ile ifade edilmesi; yani gelecekteki kazançların bugünkü değerinin tespit edilmesidir. Gelecekteki bu kazançlar iskonto edilerek pazar değerine dönüştürülmektedir.

Net Bugünkü Değer Kavramı: Yatırımın performansını ölçmek ve karar verme kriterlerini geliştirmek için geniş çapta kullanılan iskonto edilmiş nakit akış modelidir. Net bugünkü değer (para ödülü) tüm pozitif nakit akışlarının bugünkü değeri ile tüm negatif nakit akışların veya sermaye harcamalarının net bugünkü değeri arasındaki farktır. Pozitif nakit akışların net bugünkü değeri, negatif nakit akışların net bugünkü değerinden daha büyük olduğu zaman bir yatırımın varlığını sürdürebileceği varsayılmaktadır.

5.3.1 Konut kullanımı

Bölgedeki üst gelir grubuna yönelik lüks konut projelere olan talebin doygunluğa ulaşması nedeniyle konut kullanımının öneri proje içindeki oranı %25 alınmıştır. Satış metrekare fiyatı ise 9000 \$/m² olarak kabul edilmiştir.

Çizelge 5.2 : Konut kullanımı nakit akış analizi

| | | | |
|---------------------------------|------------------------|-------------------------------|-------------------------|
| Toplam Emsal | 200.000 m ² | Birim İnşaat Maliyeti | 1.400 \$/m ² |
| Kullanım | 25% | Birim Otopark Maliyeti | 550 \$/m ² |
| Kullanım Alan | 50.000 m ² | Toplam İnşaat Maliyet | -\$91.440.000 |
| Brüt Alan | 54.000 m ² | Konut Satış | 9.000 \$/m ² |
| Ort. Ünite Büyüklük | 150 m ² | İskonto Oranı | 12% |
| Toplam Ünite Adedi | 360 | Kapitalizasyon Oranı | 0% |
| Otopark Adedi | 720 | Geliştirme Giderleri | 6% |
| Birim Otopark Alanı | 40 m ² | Pazarlama Giderleri | 2% |
| Otopark&Servis Alanı | 28.800 m ² | Toplam Satış Geliri | \$486.000.000 |

| | İnşaat % | İnşaat Maliyeti | Geliştirme Giderleri | Satış % | Gelirler | Pazarlama Giderleri |
|--------|-----------------|------------------------|-----------------------------|----------------|-----------------|----------------------------|
| 2009 | 30% | -\$27.432.000 | -\$1.645.920 | | | |
| 2010 | 50% | -\$45.720.000 | -\$2.743.200 | 25% | \$121.500.000 | -\$2.430.000 |
| 2011 | 20% | -\$18.288.000 | -\$1.097.280 | 35% | \$170.100.000 | -\$3.402.000 |
| 2012 | | | | 40% | \$194.400.000 | -\$3.888.000 |
| Toplam | 100% | -\$91.440.000 | -\$5.486.400 | 100% | \$486.000.000 | -\$9.720.000 |

| | Net Akış | NBD |
|--------|-----------------|----------------------|
| 2009 | -\$29.077.920 | |
| 2010 | \$70.606.800 | |
| 2011 | \$147.312.720 | |
| 2012 | \$190.512.000 | |
| Toplam | \$379.353.600 | \$287.003.343 |

5.3.2 Ofis kullanımı

Bölgenin MİA içinde yer alması, çevre yolu ve köprülere kolay ulaşımın sağlanması, toplu taşıma araçları ile erişim kolaylığı, bölgedeki ofis doluluk oranlarının ve talebin artması nedenleriyle öneri proje içindeki A sınıfı ofis kullanımı %35 olarak alınmıştır. Kira metrekare fiyatı ise 40 \$/m²/ay olarak kabul edilmiştir.

Çizelge 5.3 : Ofis kullanımı nakit akış analizi

| | | | |
|--|------------------------|---|-------------------------|
| Toplam Emsal | 200.000 m ² | Birim İnşaat Maliyeti | 1.250 \$/m ² |
| Kullanım | 35% | Birim Otopark Maliyeti | 550 \$/m ² |
| Kullanım Alan | 70.000 m ² | Toplam İnşaat Maliyet | -\$111.132.000 |
| Brüt Alan | 75.600 m ² | Ofis KiraYıllık | 480 \$/m ² |
| 1 araç için birim m² | 100 m ² | İskonto Oranı | 12% |
| Toplam Otopark Adedi | 756 | Kapitalizasyon Oranı | 8% |
| Yıllık Kira Artışı | 3% | Geliştirme Giderleri | 6% |
| Birim Otopark Alanı | 40 m ² | Pazarlama Giderleri | 1% |
| Otopark&Servis Alanı | 30.240 m ² | Birim m² Yenileme 7.yıl | \$200 |

| | İnşaat % | İnşaat Maliyeti | Geliştirme Giderleri | Dolu % | Gelirler | Pazarlama Giderleri |
|---------------|-----------------|------------------------|-----------------------------|---------------|----------------------|----------------------------|
| 2009 | 30% | -\$33.339.600 | -\$2.000.376 | | | |
| 2010 | 50% | -\$55.566.000 | -\$3.333.960 | | | |
| 2011 | 20% | -\$22.226.400 | -\$1.333.584 | | | |
| 2012 | | | | 50% | \$19.826.439 | -\$198.264 |
| 2013 | | | | 70% | \$28.589.725 | -\$285.897 |
| 2014 | | | | 80% | \$33.654.190 | -\$336.542 |
| 2015 | | | | 90% | \$38.996.793 | -\$389.968 |
| 2016 | | | | 95% | \$42.398.180 | -\$423.982 |
| 2017 | | | | 95% | \$43.670.125 | -\$436.701 |
| 2018 | | | -\$15.120.000 | 95% | \$44.980.229 | -\$449.802 |
| 2019 | | | | 95% | \$46.329.636 | -\$463.296 |
| 2020 | | | | | | |
| Toplam | 100% | -\$111.132.000 | -\$21.787.920 | | \$298.445.315 | -\$2.984.453 |

| | Net Akış | | |
|---------------|----------------------|------------|----------------------|
| 2009 | -\$35.339.976 | | |
| 2010 | -\$58.899.960 | | |
| 2011 | -\$23.559.984 | | |
| 2012 | \$19.628.174 | | |
| 2013 | \$28.303.827 | | |
| 2014 | \$33.317.648 | | |
| 2015 | \$38.606.825 | | |
| 2016 | \$41.974.198 | | |
| 2017 | \$43.233.424 | | |
| 2018 | \$29.410.427 | | |
| 2019 | \$45.866.339 | | |
| 2020 | \$573.329.242 | | |
| Toplam | \$735.870.184 | NBD | \$190.352.322 |
| | | IRR | 28% |

5.3.3 Perakende kullanımı

Bölgede alışveriş merkezlerinin birbiri ardına açılması ve hedef kitlelerinin aynı gruba hitap etmesi nedeniyle arz fazlalığı olduğu bir gerçektir. Doğru konsept, doğru kitlenin ve doğru mağaza karması hedeflenmesi şartıyla öneri proje içindeki perakende kullanımı %20 olarak alınmıştır. Kira metrekare fiyatı ise 70 \$/m²/ay olarak kabul edilmiştir.

Çizelge 5.4 : Perakende kullanımı nakit akış analizi

| | | | |
|--|------------------------|---|-----------------------|
| Toplam Emsal | 200.000 m ² | Birim İnşaat Maliyeti | 900 \$/m ² |
| Kullanım | 20% | Birim Otopark Maliyeti | 550 \$/m ² |
| Kullanım Alanı | 40.000 m ² | Toplam İnşaat Maliyet | -\$62.400.000 |
| Brüt Alan | 30.000 m ² | AVM KiraYıllık | 840 \$/m ² |
| 1 araç için birim m² | 25 m ² | İskonto Oranı | 12% |
| Toplam Otopark Adedi | 1200 | Kapitalizasyon Oranı | 8% |
| Yıllık Kira Artışı | 3% | Geliştirme Giderleri | 6% |
| Birim Otopark Alanı | 40 m ² | Pazarlama Giderleri | 8% |
| Otopark&Servis Alanı | 48.000 m ² | Birim m² Yenileme 7.yıl | \$200 |

| | İnşaat % | İnşaat Maliyeti | Geliştirme Giderleri | Dolu % | Gelirler | Pazarlama Giderleri |
|---------------|-----------------|------------------------|-----------------------------|---------------|----------------------|----------------------------|
| 2009 | 30% | -\$18.720.000 | -\$1.123.200 | | | |
| 2010 | 50% | -\$31.200.000 | -\$1.872.000 | | | |
| 2011 | 20% | -\$12.480.000 | -\$748.800 | | | |
| 2012 | | | | 90% | \$24.783.048 | -\$1.982.644 |
| 2013 | | | | 90% | \$25.526.540 | -\$2.042.123 |
| 2014 | | | | 90% | \$26.292.336 | -\$2.103.387 |
| 2015 | | | | 95% | \$28.585.612 | -\$2.286.849 |
| 2016 | | | | 95% | \$29.443.180 | -\$2.355.454 |
| 2017 | | | | 95% | \$30.326.476 | -\$2.426.118 |
| 2018 | | | -\$8.000.000 | 95% | \$31.236.270 | -\$2.498.902 |
| 2019 | | | | 95% | \$32.173.358 | -\$2.573.869 |
| 2020 | | | | | | |
| Toplam | 100% | -\$62.400.000 | -\$11.744.000 | | \$228.366.820 | -\$18.269.346 |

| Net Akış | |
|-----------------|----------------------------|
| 2009 | -\$19.843.200 |
| 2010 | -\$33.072.000 |
| 2011 | -\$13.228.800 |
| 2012 | \$22.800.404 |
| 2013 | \$23.484.417 |
| 2014 | \$24.188.949 |
| 2015 | \$26.298.763 |
| 2016 | \$27.087.726 |
| 2017 | \$27.900.358 |
| 2018 | \$20.737.368 |
| 2019 | \$29.599.489 |
| 2020 | \$369.993.618 Satış Geliri |
| Toplam | \$505.947.093 |
| | NBD \$145.179.459 |
| | IRR 34% |

5.3.4 Turizm kullanımı

Son yıllarda İstanbul otellerinin getiri seviyesi birçok Avrupa şehirden daha fazla olduğu bilinmektedir. Bölgede iş otelleri açısından arz eksikliği mevcuttur. Avrupa standartlarında 5 yıldızlı tam donanımlı bir iş oteline bölgenin ihtiyacı vardır.

Çizelge 5.5 : Turizm kullanımı nakit akış analizi

| | | | |
|--|------------------------|---|-------------------------|
| Toplam Emsal | 200.000 m ² | Birim İnşaat Maliyeti | 1.500 \$/m ² |
| Kullanım | 20% | Birim Otopark Maliyeti | 550 \$/m ² |
| Kullanım Alan | 40.000 m ² | Toplam İnşaat Maliyet | -\$77.760.000 |
| Brüt Alan | 43.200 m ² | Oda Fiyat | 350,00 \$/oda |
| 1 araç için birim m² | 25 m ² | İskonto Oranı | 12% |
| Toplam Otopark Adedi | 589 | Kapitalizasyon Oranı | 8% |
| Yıllık Oda Fiyat Artışı | 3% | Geliştirme Giderleri | 6% |
| Birim Otopark Alanı | 40 m ² | Pazarlama Giderleri | 2% |
| Otopark&Servis Alanı | 23.564 m ² | Birim m² Yenileme 7.yıl | \$200 |
| Brüt Oda Alanı | 110 m ² | Cirodan Pay | 3% |
| Oda Adedi | 393 oda | GOP Pay | 10% |
| Başlangıç Doluluk | 65% | Diğer Gelirler | 50% |
| Doluluk Artış | 4% | Maliyetler / Gelirler | 50% |

| | İnşaat % | İnşaat Maliyeti | Geliştirme Giderleri | Dolu % | Gelirler | Pazarlama Giderleri |
|---------------|-----------------|------------------------|-----------------------------|---------------|----------------------|----------------------------|
| 2009 | 30% | -\$23.328.000 | -\$1.399.680 | | | |
| 2010 | 50% | -\$38.880.000 | -\$2.332.800 | | | |
| 2011 | 20% | -\$15.552.000 | -\$933.120 | | | |
| 2012 | | | | 65% | \$53.452.529 | -\$1.069.051 |
| 2013 | | | | 68% | \$57.258.349 | -\$1.145.167 |
| 2014 | | | | 70% | \$61.335.144 | -\$1.226.703 |
| 2015 | | | | 73% | \$65.702.206 | -\$1.314.044 |
| 2016 | | | | 76% | \$70.380.203 | -\$1.407.604 |
| 2017 | | | | 79% | \$75.391.274 | -\$1.507.825 |
| 2018 | | | -\$8.640.000 | 82% | \$80.759.132 | -\$1.615.183 |
| 2019 | | | | 86% | \$86.509.183 | -\$1.730.184 |
| 2020 | | | | | | |
| Toplam | 100% | -\$77.760.000 | -\$13.305.600 | | \$550.788.020 | -\$11.015.760 |

| | İşletme Maliyetleri | Ciro+GOP Payı | Net Akış | NBD |
|---------------|----------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| 2009 | | | -\$24.727.680 | |
| 2010 | | | -\$41.212.800 | |
| 2011 | | | -\$16.485.120 | |
| 2012 | -\$26.726.265 | \$4.169.297 | \$21.487.917 | |
| 2013 | -\$28.629.175 | \$4.466.151 | \$23.017.856 | |
| 2014 | -\$30.667.572 | \$4.784.141 | \$24.656.728 | |
| 2015 | -\$32.851.103 | \$5.124.772 | \$26.412.287 | |
| 2016 | -\$35.190.102 | \$5.489.656 | \$28.292.842 | |
| 2017 | -\$37.695.637 | \$5.880.519 | \$30.307.292 | |
| 2018 | -\$40.379.566 | \$6.299.212 | \$23.825.171 | |
| 2019 | -\$43.254.591 | \$6.747.716 | \$34.776.691 | |
| 2020 | | | \$434.708.642 | |
| Toplam | | | \$565.059.827 | \$152.424.413 |
| | | | IRR | 30% |

5.3.5 Proje kullanım alanlarının risk faiz oranlarının belirlenmesi

Konut – Konut projelerinde piyasa risk oranı genellikle %6 - %10 arasındadır. Bunun sebebi, konut geliştirme projelerinin ekonomik değişimlere hassas bir şekilde ve kısa süre içerisinde tepki vermesidir. Öneri projenin bulunduğu alan, üst gelir grubuna yönelik konutların üretildiği ve pazarın yoğun rekabet içerisinde olduğu bir bölgede yer almaktadır. Bu sebeplerden dolayı, piyasa risk oranı yüksek tutularak %4,5 alınmıştır. İskonto oranı: %6,5risksiz faiz+%1 spesifik risk faizi+%4,5 = %12

Ofis – İstanbul'daki A sınıfı ofis arzının yetersiz olması ve giderek artan kaliteli ofis talebinin karşılanamaması, çalışma alanının MİA'da bulunması gibi sebepler, ofis için kullanılacak piyasa risk oranının düşük olmasını sağlamaktadır. Bu yüzden ofis için bu oran %4,5 alınmıştır.

Perakende – İstanbul'da gerçekleştirilen çok sayıdaki alışveriş merkezi projelerinin içinden sıyrılarak kendi potansiyelini yaratabilecek bir karma proje içinde yer alan alışveriş merkezi Büyükdere Caddesi'nde başarılı olacaktır. Alışveriş merkezinin mimari tasarımı, marka seçimi ve yerleşimi, yönetimi gibi konularda ön plana çıkabilen projeler piyasada tercih edilen konuma ulaşabilecektir. Bu sebeple, çalışma alanında yer alacak alışveriş merkezinin piyasa riski %4,5 alınmıştır.

Turizm – İstanbul'daki otellerin doluluk oranları gün geçtikçe artmaktadır. Nitelikli donanımlara sahip iş otellerinin yetersizliği ve oda fiyatlarının oldukça artmış olması, otel yatırımının risk oranı %4 - %6 gibi düşük bir aralıkta seyretmektedir. Büyükdere Caddesi'nin konumundan ve diğer özelliklerinin de otel için elverişli olmasından dolayı piyasa risk oranı düşük tutularak %4,5 alınmıştır.

5.3.6 Tüm projenin nakit akış analizi

Kullanım alanlarının nakit akış analizi sonucunda, projenin satış ve kiralama gelirlerinden elde edilen değer %12 iskonto edilerek projenin bugünkü değeri hesaplanmıştır. Başka bir deyişle araziye verilecek 775 milyon doların yıllık getirisi ortalama %12 olan herhangi bir yatırım enstrümanı ile eşit olacaktır.

Öneri karma kullanımlı projenin hesaplanan net bugünkü değeri 775 milyon dolardır. Bu değer, bir girişimcinin, bir varlık veya varlıklar birikimini bilinen bir fiyata edinme ve daha sonra aynı varlık veya varlıklar birikimini belli olmayan bir fiyata satma veya satabilme faaliyetine girişme sonucunda ekonomik kar beklentisinin bugünkü değeridir. Bu değer, arsa pazar değeri ve geliştirici primini içeren toplam net kar olarak ifade edilebilir.

Çizelge 5.6 : Öneri projenin nakit akış analizi

| | Net Akış | NBD 12% |
|--------|-----------------|----------------------|
| 2009 | -\$108.988.776 | |
| 2010 | -\$62.577.960 | |
| 2011 | \$94.038.816 | |
| 2012 | \$254.428.496 | |
| 2013 | \$74.806.100 | |
| 2014 | \$82.163.325 | |
| 2015 | \$91.317.875 | |
| 2016 | \$97.354.765 | |
| 2017 | \$101.441.074 | |
| 2018 | \$73.972.966 | |
| 2019 | \$110.242.520 | |
| 2020 | \$1.378.031.502 | |
| Toplam | \$2.186.230.704 | \$774.959.537 |
| | IRR | 57% |

6. SONUÇ VE GENEL DEĞERLENDİRME

Bu tez çalışmasının başlangıcında karma kullanımlı proje kavramı nedir ne şekilde kullanımlar seçilerek tasarlanmalıdır, hangi kullanım kriterlerine göre yapılmalıdır sorularından yola çıkılmıştır. Daha sonra karma kullanımlı projeler, farklı proje bileşenleriyle insanların pek çok isteğini ve ihtiyacını karşıladığı, bu bileşenlerin bir arada olması gerektiği, birbirlerinden pozitif yönde etkilendiği, şehir planlamaya farklı bir kullanım türü kattığı noktasına varılmıştır.

Karma kullanım projelerinin temelini; perakende, ofis ve konut kullanımları oluşturmakta, yan bileşenlerini de turizm, sosyo-kültürel kullanım ile kongre-toplantı kullanımları oluşturmaktadır. Hayata geçirilmesi planlanan karma kullanımlı bir projenin, öncelikle seçilecek kullanımlara ait mevcut durumunun, performanslarının ve potansiyel geliştirmelerinin değerlendirilmesi gerekmektedir.

2000'li yıllarda Büyükdere caddesi üzerinde birbiri ardına geliştirilen karma kullanımlı projelerin, kullanım bileşenlerinin İstanbul gayrimenkul pazarı kapsamında mevcut durumları, performansları ve potansiyel geliştirmeleri incelenmiş, mevcut piyasa verileri doğrultusunda yeni bir karma kullanımlı proje önerilmiştir. Bu projenin fonksiyonel ve finansal açıdan değerlendirilmesi amaçlanmıştır.

Bu amaç doğrultusunda, derlenen bilgiler ve piyasa verileri ışığında öneri proje için proje karması oluşturulmuş; ofis, konut, turizm ve perakende kullanımları için fizibilite çalışması yapılmıştır. Büyükdere Caddesi'nde karma kullanımlı gayrimenkul projesi için arsa pazar değeri ve geliştirici primini içeren toplam net karı belirleme yöntemi önerilmiştir. Bu yöntem kullanılarak, daha önceki bölümlerdeki piyasa verileri göz önüne alınarak karma kullanımlı bir proje önerisi yapılmış ve finansal açıdan değerlendirilmiştir.

Bu yöntem önerisinde öncelikle oluşturulacak proje karması için bazı oranlar belirlenmiştir. Bölgedeki üst gelir grubuna yönelik lüks konut projelere olan talebin doygunluğa ulaşması nedeniyle konut kullanımının öneri proje içindeki oranı %25 alınmıştır. Satış metrekare fiyatı ise 9000 \$/m² olarak kabul edilmiştir. Bölgenin MİA içinde yer alması, çevre yolu ve köprülere kolay ulaşımın sağlanması, toplu taşıma araçları ile erişim kolaylığı, bölgedeki ofis doluluk oranlarının ve talebin artması nedenleriyle öneri proje içindeki A sınıfı ofis kullanımı %35 olarak alınmıştır. Kira metrekare fiyatı ise 40 \$/m²/ay olarak kabul edilmiştir. Bölgede alışveriş

merkezlerinin birbiri ardına açılması ve hedef kitlelerinin aynı gruba hitap etmesi nedeniyle arz fazlalığı olduğu bir gerçektir. Doğru konsept, doğru kitlenin ve doğru mağaza karması hedeflenmesi şartıyla öneri proje içindeki perakende kullanımı %20 olarak alınmıştır. Kira metrekare fiyatı ise 70 \$/m²/ay olarak kabul edilmiştir. Son yıllarda İstanbul otellerinin getiri seviyesi birçok Avrupa şehrinden daha fazla olduğu bilinmektedir. Bölgede iş otelleri açısından arz eksikliği mevcuttur, bu sebeple öneri proje içindeki otel kullanımı %20 olarak alınmıştır.

Konut – Konut projelerinde piyasa risk oranı genellikle %6 - %10 arasındadır. Bunun sebebi, konut geliştirme projelerinin ekonomik değişimlere hassas bir şekilde ve kısa süre içerisinde tepki vermesidir. Öneri projenin bulunduğu alan, üst gelir grubuna yönelik konutların üretildiği ve pazarın yoğun rekabet içerisinde olduğu bir bölgede yer almaktadır. Bu sebeplerden dolayı, piyasa risk oranı yüksek tutularak %4,5 alınmıştır. İskonto oranı: %6,5risksiz faiz+%1 spesifik risk faizi+%4,5 = %12

Ofis – İstanbul'daki A sınıf ofis arzının yetersiz olması ve giderek artan kaliteli ofis talebinin karşılanamaması, çalışma alanının MİA'da bulunması gibi sebepler, ofis için kullanılacak piyasa risk oranının düşük olmasını sağlamaktadır. Bu yüzden ofis için bu tutularak %4,5 alınmıştır.

Perakende – İstanbul'da gerçekleştirilen çok sayıdaki alışveriş merkezi projelerinin içinden sıyrılarak kendi potansiyelini yaratabilecek bir karma proje içinde yer alan alışveriş merkezi Büyükdere Caddesi'nde başarılı olacaktır. Alışveriş merkezinin mimari tasarımı, marka seçimi ve yerleşimi, yönetimi gibi konularda ön plana çıkabilen projeler piyasada tercih edilen konuma ulaşabilecektir. Bu sebeple, çalışma alanında yer alacak alışveriş merkezinin piyasa riski %4,5 alınmıştır.

Turizm – İstanbul'daki otellerin doluluk oranları gün geçtikçe artmaktadır. Nitelikli donanımlara sahip iş otellerinin yetersizliği ve oda fiyatlarının oldukça artmış olması, otel yatırımının risk oranı %4 - %6 gibi düşük bir aralıkta seyretmektedir. Büyükdere Caddesi'nin konumundan ve diğer özelliklerinin de otel için elverişli olmasından dolayı piyasa risk oranı düşük tutularak %4,5 alınmıştır.

Bu doğrultuda, uluslar arası kabul gören nakit akış projeksiyonu için piyasa verileri ışığında her bir kullanım için iskonto oranları hesaplanmış ve öneri karma kullanım projesi için arsa pazar değeri ve geliştirici primini içeren toplam net karı belirleme yöntemi ortaya konulmuştur

İstanbul'un ve bölgenin piyasa ihtiyaç ve dinamikleri dikkate alınarak zemin üstü 200.000 m² inşaat alanına sahip karma kullanımlı gayrimenkul projesinin, arsa pazar

değeri ve geliştirici primini içeren toplam net karının net bugünkü değeri, 775 milyon dolar olarak bulunmuştur.

Bu alışma sonucunda, Büyükdere Caddesi üzerinde benzer yapılaşma haklarına sahip olan farklı bir parsel için değer belirlemek amacıyla bu yöntem kullanılabilir. Toplam net karı belirleme yöntemi için ortaya konan bu çalışma sistematiki, gelecek araştırmalara büyük ölçüde katkı sağlayacaktır. Bu çalışmanın sonuçları; şehir plancıları, mimarlar, inşaat mühendisleri, kentsel tasarımcılar, gayrimenkul geliştiricileri ve yatırımcılara faydalı olacak, çalışmalarına baz oluşturacak ve bu yönde çalışma yapan araştırmacılar sayısal modeller geliştirerek bu çalışmayı ilerletebileceklerdir.

KAYNAKLAR

- Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Derneği**, 2008. Türkiye Organize Perakende Sektörü, İstanbul.
- Colliers International**, 2007. Turkey Commercial Real Estate Market Mixed Use Project, İstanbul.
- Colliers International**, 2008. Turkey Real Estate Market Review, İstanbul.
- Deloitte**, 2007. Deloitte Hotel Benchmark™ Survey, İngiltere.
- Devlet Planlama Teşkilatı**, 2008. Turkey Main Macroeconomic and Fiscal Targets 2009, Ankara.
- Erdem, C.**, 2003. Metrocity Konut ve Alışveriş Merkezi Levent-İstanbul, *Yapı Dergisi*, **263**, 72-73.
- Filiztekin, A.**, 2008. Türkiye’de Bölgesel Farklar ve Politikalar, TÜSİAD, İstanbul.
- International Council Of Shopping Center**, 2007. Mixed-Use Development, ICSC, New York.
- İstanbul Büyükşehir Belediyesi**, 2006. 2007-2011 Stratejik Planı, İstanbul.
- İstanbul Metropolitan Planlama**, 2007. İstanbul 1/25.000 Ölçekli Nazım İmar Plan Raporu, İstanbul.
- Jones Lang Lasalle Hotel**, 2008. İstanbul City Profile, İngiltere.
- Jones Lang Lasalle**, 2008. Turkey Report, İngiltere.
- Karabey, H.**, 2003. Metrocity Konut ve Alışveriş Merkezi Levent-İstanbul, *Yapı Dergisi*, **263**, 72-80.
- Kerimoğlu, E., Çıracı, H.**, 2006. İstanbul’da uluslararası ziyaretçilerin memnuniyet düzeyleri, *İ.T.Ü. Dergisi*, **1**, 35-46.
- Kirk, L.P.**, 2008. Decisive Planning, *Urbanland Dergisi*, **67**, 66-74.
- Law, C. M.**, 1996. *Tourism in major cities*, Thompson International Business Press, London.
- Miles, E.M., Berens, L.G., Eppli, J.M., Weiss, A.M.**, 2007. Real Estate Development Principles And Process, ULI, Washington
- Özkan, S.**, 2006. Kanyon Levent, *Yapı Dergisi*, **296**, 64-71.
- Page, S.**, 1995. Urban Tourism, Routledge, London and New York.
- Pricewaterhouse Coopers Türkiye**, 2007. Türk Perakende Sektörünün Değişimi ve Ekonomi Üzerindeki Etkileri, İstanbul.
- Saygılı, Ş., Cihan. C.**, 2008. 1987-2007 Döneminde Büyümenin Kaynakları, Temel Sorunlar ve Potansiyel Büyüme Oranı, TÜSİAD, İstanbul.
- Schwanke, D., Phillips, P., Spink, F.**, 2005. Mixed-Use Development Handbook, ULI, Washington
- Türk Sanayicileri Ve İşadamları Derneği**, 2007. 2008 Yılına Girerken Türkiye Ekonomisi, İstanbul.

Tyler, D., Guerrier, Y., Robertson, M., 1998. *Managing tourism in cities, policy, process and practice*, Wiley, New York.

Url-1 <<http://www.metrocity.com.tr> >, 01.12.2008.

Url-2 <<http://www.kanyon.com.tr> >, 16.10.2008.

Url-3 <<http://www.intec-consult.com> >, 25.11.2008.

Url-4 <<http://www.deloitte.com> >, 05.11.2008.

Url-5<<http://www.dpt.gov.tr> >, 03.12.2008.

Url-6 <<http://www.mercer.com> >, 16.09.2008.

Url-7 <<http://www.ampd.org> >, 21.09.2008.

Url-8<<http://www.gmtr.com.tr> >, 12.10.2008.

Url-9 <<http://www.wowturkey.com> >, 01.11.2008.

Url-10 <<http://www.istanbulakvaryum.com> >, 20.09.2008.

Url-11<<http://www.oraistanbul.com> >, 30.11.2008.

Url-12<<http://www.istanbulcevahir> >, 06.08.2008.

Url-13 <<http://www.trwikipedia.org> >, 10.11.2008.

Url-14<<http://www.miniaturk.com.tr> >, 10.11.2008.

Url-15 <<http://www.bilimmerkezi.org.tr> >, 02.12.2008.

Url-16 <<http://www.istanbul.net.tr> >, 20.09.2008.

Url-17<<http://www.istanbul.gov.tr> >, 20.09.2008.

Url-18<<http://www.arkitera.com> >, 13.12.2008.

Url-19 <<http://www.feshane.com.tr>>, 10.11.2008.

Url-20<<http://www.tuyap.com.tr> >, 13.12.2008.

Url-21 <<http://www.cnrexpo.com> >, 02.11.2008.

Url-22 <<http://www.icec.org> >, 22.09.2008.

Url-23<<http://www.whitehouse.gov>>, 22.09.2008.

Url-24 <<http://www.iccaworld.com> >, 02.12.2008.

Url-25 <<http://www.iso.org.tr> >, 08.12.2008.

Url-26 <<http://www.chi-athenaeum.org> >, 20.09.2008.

Url-27<<http://www.flickr.com> >, 30.11.2008.

Url-28<<http://www.istanbul2010.org> >, 06.08.2008.

Url-29 <<http://www.kultur.gov.tr> >, 10.11.2008.

Url-30<<http://www.istanbulparkcircuit.com> >, 10.11.2008.

Url-31 <<http://www.sehirrehberi.ibb.gov.tr> >, 02.12.2008.

Url-32 <<http://www.yem.net> >, 20.09.2008.

Url-33<<http://www.maps.google.com> >, 20.09.2008.

Url-34<<http://www.tuik.gov.tr> >, 13.12.2008.

Url-35 <<http://www.indexmundi.com>>, 10.11.2008.

Url-36<<http://www.skyscrapers.cn> >, 13.12.2008.

Uri-37 <[http:// www.tokyo-midtown.com](http://www.tokyo-midtown.com) >, 02.11.2008.
Uri-38 <[http:// www.liverpool-one.com](http://www.liverpool-one.com) >, 22.09.2008.
Uri-39<[http:// www.central-park-apartments.com](http://www.central-park-apartments.com)>, 22.09.2008.
Uri-40 <[http:// www.angelo.edu](http://www.angelo.edu) >, 02.12.2008.
Uri-41 <[http:// www.skyscraperpicture.com](http://www.skyscraperpicture.com) >, 09.11.2008.
Uri-42 <[http:// www.watg.com](http://www.watg.com) >, 21.10.2008.
Uri-43 <[http:// www.culture.sh.cn](http://www.culture.sh.cn) >, 18.10.2008.
Uri-44 <[http:// www.thelobby.com](http://www.thelobby.com) >, 05.12.2008.
Uri-45 <[http:// farm4.static.flickr.com](http://farm4.static.flickr.com) >, 15.12.2008.
Uri-46 <[http:// www.kuoni-dmc.info](http://www.kuoni-dmc.info) >, 06.10.2008.
Uri-47 <[http:// http://vesolutionsgroup.com](http://http://vesolutionsgroup.com) >, 12.11.2008.
Uri-48 <[http:// blogs.lynn.edu](http://blogs.lynn.edu) >, 22.10.2008.
Uri-49 <[http:// forum.arkitera.com](http://forum.arkitera.com) >, 25.11.2008.
Uri-50 <[http:// www.apcoa-europe.com](http://www.apcoa-europe.com) >, 26.11.2008.
Uri-51 <[http:// www.langhamplace.com.hk](http://www.langhamplace.com.hk) >, 08.10.2008.
Uri-52 <[http:// www.ansiklopedi.turkcebilgi.com](http://www.ansiklopedi.turkcebilgi.com) >, 18.10.2008.
Uri-53 <[http:// www.cia.gov](http://www.cia.gov) >, 04.11.2008.
Uri-54 <[http:// www.turkhukuksitesi.com](http://www.turkhukuksitesi.com) >, 18.11.2008.

ÖZGEÇMİŞ



Ad Soyad: Mustafa BAŞ
Doğum Yeri ve Tarihi: Çanakkale 23.04.1980
Adres: Hasanpaşa Mah. Nazif Bey Sok. No:2 D:1 Kadıköy
Lisans Üniversitesi: İstanbul Teknik Üniversitesi