



39 İLÇE

# İSTANBUL'DA YATIRIM ORTAMI

TÜKETİM EĞİLİMLERİ VE TALEP POTANSİYELİ ARAŞTIRMASI



İSTANBUL'DA YATIRIM ORTAMI  
TÜKETİM EĞİLİMLERİ VE TALEP POTANSİYELİ  
ARAŞTIRMASI



# İSTANBUL'DA YATIRIM ORTAMI TÜKETİM EĞİLİMLERİ VE TALEP POTANSİYELİ ARAŞTIRMASI

**Proje Koordinatörü**  
Doç. Dr. Murat ŞEKER

**Akademik Danışmanlar**  
Prof. Dr. Ahmet İNCEKARA  
Prof. Dr. Figen ALTUĞ

**Araştırmacılar**  
Yrd. Doç. Dr. Sema ULUTÜRK AKMAN  
Dr. Arif SALDANLI  
Ar. Gör. Hakan BEKTAŞ  
Ar. Gör. Elçin ŞİŞMANOĞLU

[www.istanbulyatirim.net](http://www.istanbulyatirim.net)

Kitabın Adı:  
İstanbul'da Yatırım Ortamı Tüketim Eğilimleri ve Talep Potansiyeli Araştırması

Yıl – Sayı – Ay:  
2014 – 1 – Mayıs

Yayın Sahibinin Adı:  
Murat ŞEKER

Sorumlu Yazı İşl. Md. Adı:  
Murat ŞEKER

Yayın İdare Merkezi İdaresi:  
İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi

Yayın İdare Merkezi Tel:  
0212.440 00 00 – 11446

Yayının Türü:  
Kitap

ISBN No: 978-605-86616-2-2

Basım:  
Şubat Matbaa  
Tel: 0212.777 68 28 pbx Faks: 0212.777 68 30  
www.subatmatbaa.com

Basım Tarihi:  
01.05.2014

Tüm haklar saklıdır. Bu yayının hiçbir bölümü, yazarların, İstanbul Üniversitesi'nin ve İstanbul Kalkınma Ajansı'nın önceden yazılı izni olmaksızın mekanik olarak, fotokopi yoluyla veya herhangi bir şekilde çoğaltılamaz. Eserin bazı bölümleri veya paragrafları, sadece araştırma veya özel çalışmalar amacıyla, yazarlara atıfta bulunarak kullanılabilir.



Bu kitap, İstanbul Kalkınma Ajansı'nın desteklediği "İstanbul Yatırım Karar Destek Merkezi" projesi kapsamında hazırlanmıştır. İstanbul Kalkınma Ajansı Kar Amacı Gütmeyen Kuruluşlara Yönelik Bilgi ve İletişim Teknolojileri Odaklı Ekonomik Kalkınma Mali Destek Programı kapsamında hazırlanan bu yayının içeriği İstanbul Kalkınma Ajansı ve Kalkınma Bakanlığı'nın görüşlerini yansıtmamakta olup, içerik ile ilgili tek sorumluluk İstanbul Üniversitesi ve proje ekibine aittir.

# İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	9
<b>1. İSTANBUL YATIRIM KARAR DESTEK MERKEZİ PROJESİ</b> .....	<b>12</b>
1.1. Projenin Amaçları.....	12
1.2. Hedef Gruplar ve Nihai Yararlanıcılar.....	13
1.3. Proje Çıktıları.....	15
1.4. İstanbul Yatırım Karar Destek Sistemi.....	16
1.4.1. İstanbul Yatırım Veritabanı.....	17
1.4.2. İstanbul Tüketim-Talep Haritası.....	17
1.4.3. İstanbul Marka Haritası.....	18
1.4.4. İstanbul Yatırım Haritası.....	19
<b>2. İSTANBUL'DA YATIRIM KARARLARI ARAŞTIRMASI</b> .....	<b>21</b>
2.1. Araştırma Kapsamı ve Yöntemi.....	21
2.2. Araştırma Bulguları.....	22
2.2.1. Araştırmanın Demografisi.....	22
2.2.2. Ana Bulgular.....	24
2.2.3. Sektörel Bulgular.....	25
<b>3. İSTANBUL TÜKETİM EĞİLİMLERİ VE TALEP POTANSİYELİ ARAŞTIRMASI</b> .....	<b>27</b>
3.1. Araştırma Kapsamı ve Yöntemi.....	27
3.2. Araştırma Bulguları.....	28
3.2.1. Demografik Yapı.....	29
3.2.2. Konut ve Sosyal Yaşam Demografisi.....	31
3.2.3. Ekonomik Yapı ve Talep Potansiyeli.....	42
3.2.4. Tüketim Eğilimleri ve Alışkanlıkları.....	47
3.2.5. Sektör Yoğunluğu ve İhtiyacı.....	64
<b>SONUÇ</b> .....	<b>70</b>
<b>KAYNAKLAR</b> .....	<b>72</b>
<b>EK 1: Örneklem Bölgesi – Mahalle Listesi</b> .....	<b>73</b>
<b>EK 2: Arama Konferansı Katılımcı Listesi</b> .....	<b>77</b>
<b>PROJE EKİBİ</b> .....	<b>78</b>

## GRAFİK LİSTESİ

Grafik 1: Görüşülen Kişi.....	23
Grafik 2: Şube/Mağaza Açma Yöntemi.....	23
Grafik 3: Yatırım Tercihini Etkileyen Faktörler.....	24
Grafik 4: Oturulan Konut Tipi.....	32
Grafik 5: Oturulan Konut Katı.....	33
Grafik 6: Konut Mülkiyet Durumu.....	33
Grafik 7: Konut İçin Ödenen Kira Tutarı.....	34
Grafik 8: Oturulan Konutun Isıtma Sistemi.....	35
Grafik 9: Konut ile İlgili Sorunlar.....	36
Grafik 10: Konutta Mevcut Kolaylıklar.....	37
Grafik 11: Oturulan Konut Haricinde İkinci Konut Sahipliği.....	38
Grafik 12: Hanede Sahip Olunanlar.....	39
Grafik 13: Sahip Olunan Otomobil Model Yılı.....	40
Grafik 14: Hanede Günlük Tüketilen Ortalama Ekmek Adedi.....	40
Grafik 15: Hanede Günlük Gazete Satın Alma Alışkanlığı.....	41
Grafik 16: Hanede Sosyal Aktivitelere Katılan Fert Olma Durumu ve Katılım Sıklığı.....	41
Grafik 17: Hanede Özel Sigorta Primi Ödeyen Kişi Sayısı.....	43
Grafik 18: Hanede İnternet Kanalı İle Alışveriş Yapma Durumu.....	43
Grafik 19: Hanede Hizmetli Çalıştırma Durumu.....	44
Grafik 20: Hanedeki Fertlerin Yurtdışına Çıkmış Olması Durumu.....	44
Grafik 21: İstanbul’da Yaşamının Maliyeti.....	45
Grafik 22: Ekonomik Durum.....	46
Grafik 23: Aile İle Birlikte Dışarıda Yemek Yeme Sıklığı.....	47
Grafik 24: Alışveriş Sıklığı.....	49
Grafik 25: Aksesuar - Takı- Tasarım Sektörü Harcama Sıklığı.....	52
Grafik 26: Ayakkabı – Çanta - Deri Ürünleri Sektörü Harcama Sıklığı.....	52
Grafik 27: Büyük Mağazalar Sektörü Harcama Sıklığı.....	52
Grafik 28: Kafe Pastane Sektörü Harcama Sıklığı.....	52
Grafik 29: Çocuk Giyim-Oyuncak Sektörü Harcama Sıklığı.....	53
Grafik 30: Eğlence-Hobi Sektörü Harcama Sıklığı.....	53
Grafik 31: Elektronik-Beyaz Eşya Sektörü Harcama Sıklığı.....	53
Grafik 32: Erkek Giyim Sektörü Harcama Sıklığı.....	53
Grafik 33: Ev Eşyası - Dekorasyon - Ev Tekstili - Mobilya Sektörü Harcama Sıklığı.....	54
Grafik 34: Fast Food Sektörü Harcama Sıklığı.....	54
Grafik 35: Hipermarketler Sektörü Harcama Sıklığı.....	54
Grafik 36: Kadın Giyim Sektörü Harcama Sıklığı.....	54
Grafik 37: Kırtasiye - Kitap – Müzik Sektörü Harcama Sıklığı.....	55
Grafik 38: Mini Marketler Sektörü Harcama Sıklığı.....	55
Grafik 39: Mücevher - Kuyumculuk Sektörü Harcama Sıklığı.....	55
Grafik 40: Restoran - Lokanta Sektörü Harcama Sıklığı.....	55
Grafik 41: Sağlık - Kozmetik Sektörü Harcama Sıklığı.....	56
Grafik 42: Spor Giyim - Malzeme – Ayakkabı Sektörü Harcama Sıklığı.....	56
Grafik 43: GSM – Telekom-İletişim Sektörü Harcama Sıklığı.....	56
Grafik 44: Genellikle Alışveriş Yapılan Bölge.....	57

Grafik 45: Alışveriş Mekan Tercihii.....	58
Grafik 46: Aksesuar-Takı-Tasarım Sektörü Alışveriş Mekan Tercihii.....	59
Grafik 47: Ayakkabı - Çanta - Deri Ürünleri Sektörü Alışveriş Mekan Tercihii .....	59
Grafik 48: Büyük Mağazalar Sektörü Alışveriş Mekan Tercihii .....	59
Grafik 49: Kafe - Pastane Sektörü Alışveriş Mekan Tercihii.....	59
Grafik 50: Çocuk Giyim- Oyuncak Sektörü Alışveriş Mekan Tercihii.....	60
Grafik 51: Eğlence - Hobi Sektörü Alışveriş Mekan Tercihii.....	60
Grafik 52: Elektronik- Beyaz Eşya Sektörü Alışveriş Mekan Tercihii .....	60
Grafik 53: Erkek Giyim Sektörü Alışveriş Mekan Tercihii.....	60
Grafik 54: Ev Eşyası - Dekorasyon - Ev Tekstili - Mobilya Sektörü Alışveriş Mekan Tercihii.....	61
Grafik 55: Fast Food Sektörü Alışveriş Mekan Tercihii .....	61
Grafik 56: Hipermarketler Sektörü Alışveriş Mekan Tercihii .....	61
Grafik 57: Kadın Giyim Sektörü Alışveriş Mekan Tercihii.....	61
Grafik 58: Kırtasiye -Kitap - Müzik Sektörü Alışveriş Mekan Tercihii .....	62
Grafik 59: Mini Marketler Sektörü Alışveriş Mekan Tercihii.....	62
Grafik 60: Mücevher - Kuyumculuk Sektörü Alışveriş Mekan Tercihii.....	62
Grafik 61: Restoran - Lokanta Sektöründe Alışveriş Mekan Tercihii .....	62
Grafik 62: Sağlık - Kozmetik Sektörü Alışveriş Mekan Tercihii.....	63
Grafik 63: Spor Giyim - Malzeme - Ayakkabı Sektörü Alışveriş Mekan Tercihii .....	63
Grafik 64: GSM - Telekom - İletişim Sektörü Alışveriş Mekan Tercihii .....	63
Grafik 65: Yetersiz Görülen / İhtiyaç Duyulan Sektörler.....	64
Grafik 66: Aksesuar - Takı - Tasarım Sektörü İşletme Yeterliliği .....	65
Grafik 67: Ayakkabı - Çanta - Deri Ürünleri Sektörü İşletme Yeterliliği.....	65
Grafik 68: Büyük Mağazalar Sektörü İşletme Yeterliliği.....	65
Grafik 69: Kafe - Pastane Sektörü İşletme Yeterliliği .....	65
Grafik 70: Çocuk Giyim - Oyuncak Sektörü İşletme Yeterliliği .....	66
Grafik 71: Eğlence - Hobi Sektörü İşletme Yeterliliği .....	66
Grafik 72 :Elektronik - Beyaz Eşya Sektörü İşletme Yeterliliği .....	66
Grafik 73: Erkek Giyim Sektörü İşletme Yeterliliği .....	66
Grafik 74: Ev Eşyası - Dekorasyon - Ev Tekstili - Mobilya Sektörü İşletme Yeterliliği .....	67
Grafik 75: Fast Food Sektörü İşletme Yeterliliği .....	67
Grafik 76: Hipermarketler Sektörü İşletme Yeterliliği .....	67
Grafik 77: Kadın Giyim Sektörü İşletme Yeterliliği.....	67
Grafik 78: Kırtasiye - Kitap - Müzik Sektörü İşletme Yeterliliği .....	68
Grafik 79: Mini Marketler Sektörü İşletme Yeterliliği.....	68
Grafik 80: Mücevher - Kuyumculuk Sektörü İşletme Yeterliliği .....	68
Grafik 81: Restoran - Lokanta Sektörü İşletme Yeterliliği.....	68
Grafik 82: Sağlık - Kozmetik Sektörü İşletme Yeterliliği.....	69
Grafik 83: Spor Giyim -Malzeme - Ayakkabı Sektörü İşletme Yeterliliği .....	69
Grafik 84: GSM - Telekom - İletişim Sektörü İşletme Yeterliliği.....	69

## TABLO LİSTESİ

Tablo 1: Araştırma Kapsamındaki Sektörler .....	21
Tablo 2: Yatırım Tercihini Etkileyen Faktörler - Sektörel Dağılım .....	26
Tablo 3: Örneklem Tablosu .....	27
Tablo 4: Demografik Yapı - Cinsiyet .....	29
Tablo 5: Demografik Yapı - Yaş.....	29
Tablo 6: Demografik Yapı - Eğitim .....	29
Tablo 7: Demografik Yapı - Meslek.....	30
Tablo 8: Demografik Yapı - Gelir .....	30
Tablo 9: Demografik Yapı - Hanehalkı Büyüklüğü.....	30
Tablo 10: Hanehalkı Üyeleri .....	31

## ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1: İstanbul Yatırım Karar Destek Sistemi .....	16
Şekil 2: İstanbul Yatırım Veritabanı .....	17
Şekil 3: Sektörel Bulgular.....	25
Şekil 4: Sektörel Harcama Sıklığı.....	50

## ÖNSÖZ

İstanbul Bölgesinin sosyo-ekonomik gelişme eğilimlerini, gelişme potansiyelini, öncelikli müdahale alanlarını ve sektörel hedeflerini ortaya koyan Bölge Planı'nda, İstanbul'un vizyonu "*Kültürel, tarihi ve doğal mirasını koruyan; yüksek katma değer üreten ekonomik faaliyetleri tercih eden; yaşanabilir ve yaşam kalitesini sürekli yükselten kent: İstanbul*" olarak tanımlanmıştır. Bu vizyona ulaşılabilme için belirlenen beş gelişme ekseninden birisi Küresel Rekabet Edebilirlik olarak belirlenmiştir.

İstanbul Bölge Planı gelişme eksenleri kapsamında yer alan stratejik amaç ve hedeflerin gerçekleştirilmesinde faydalanılan araçlardan biri olan İstanbul Kalkınma Ajansı tarafından yönetilen Mali Destek Programlarıdır. Bu kapsamda; 9. Kalkınma Planı ve İstanbul Bölge Planı vizyonunun ve gelişme eksenlerinden her birinin hayata geçirilmesinde önemli roller üstlenebilecek Bilgi ve İletişim Teknolojileri (BİT), bu potansiyelinin en iyi şekilde kullanabilmesi için desteklenmesi gereken alanlardan birisi olarak ön plana çıkmaktadır. Bilgi ve İletişim Teknolojileri Odaklı Ekonomik Kalkınma Mali Destek Programı, İstanbul'un küresel rekabet gücünün artırılmasında bilgi ve iletişim teknoloji odaklı bir stratejinin benimsenmesi açısından kurgulanmıştır. Aynı zamanda yerel stratejilerle birlikte ulusal politika önceliklerinde de bilgi ve teknoloji odaklı süreçler yaygın düzeyde yer almaktadır. Özellikle 9. Kalkınma Planı'nda yer alan bilgi ve iletişim teknolojilerinin yaygınlaştırılması temel hedefler arasındadır. Bu programda, İstanbul'un kamusal ve sektörel bilgi ve iletişim teknolojisi kabiliyetlerinin, bunların niteliğinin ve toplumsal faydasının artırılarak bilgi toplumuna dönüşüm sürecinin desteklenmesi amaçlanmaktadır.

İstanbul Yatırım Karar Destek Merkezi Projesi, bu bağlamda hem yerel hem de ulusal politika ve stratejilerle uyumlu, bu strateji ve politikaları destekleyici bir yapıda tasarlanmıştır. Küresel rekabetin önceliklerinden birisi bölgedeki yatırım ortamıdır. Yatırım ortamının tespiti, bu alandaki eksiklikler ve önceliklerin sıralanması büyük önem taşımaktadır. İstanbul'da yatırım ile ilgili bir karar alınırken gerek kamusal gerekse özel sektör nezdinde hangi kriterlerin dikkate alındığı, nelerin önemsendiği ve kaynakların ihtiyaçlara ne kadar cevap verdiği yanıtlanması gereken sorulardır. Tüm bu analizlerin yapılabilmesi için en ana ihtiyaç ise bilgidir. Aynı zamanda bu bilgiye erişim imkânları, bilginin teknolojik ortamda kullanılabilir hale getirilmesi de bir diğer önemli husustur. Yerel ve ulusal düzeyde güvenilir, sürdürülebilir ve ulaşılabilir bilgi ihtiyacı, hiç şüphesiz hem kamu ekonomisini yönetenler hem de piyasa ekonomisinin aktörlerince gereksinim duyulan önemli bir alandır. İstanbul Yatırım Karar Destek Merkezi Projesi, İstanbul ile ilgili yatırım alanındaki tüm sorulara bilgi, veri ve analiz düzeyinde yanıt verecek, ham bilgi paylaşımının yanı sıra; yatırımcılara, kamu kaynaklarını yönetenlere ve ilgili tüm uzmanlara analiz süreçlerinde destek olacak algoritmaya sahip bir sistem içerecektir. Böylece hem İstanbul'un rekabet gücünün artmasına yönelik önemli bir veri ve bilgi analizi tabanı oluşturulacak; bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanılmasıyla da bahsi geçen bilgi ve analizlere erişim kolaylaştırılacaktır.

İstanbul Yatırım Karar Destek Merkezi projesinin ana amacı; İstanbul'da mahalle, bölge ve ilçe düzeyinde yatırım ortamının, tüketim eğilimlerinin ve talep potansiyelinin belirlenerek, yatırımcılara ve iş dünyasına yönelik internet tabanlı karar destek sisteminin kurgulanması olarak belirlenmiştir. Bu noktada internet tabanlı bir karar destek sisteminin kurgulanabilmesi

için çeşitli veritabanlarına ihtiyaç duyulmuştur. Veritabanlarının bir kısmı istatistiki bir kısmı ise ankete dayalı verilere dayanmaktadır.

Proje kapsamında İstanbul'da 39 ilçe düzeyinde yatırım kararlarını etkileyebilecek 100 farklı değişkene ait veriler derlenmiştir. Yine İstanbul'da faaliyetlerini sürdüren 600'ü aşkın firmaya ait 15.000'den fazla mağaza/şube ve bayi ağı koordinat düzeyinde taranmış ve dinamik bir haritaya aktarılmıştır. Bu iki veritabanı istatistik temelli objektif veriler olarak sisteme dâhil edilmiştir. Bahsi geçen veritabanlarına projenin internet sitesi olan [www.istanbulyatirim.net](http://www.istanbulyatirim.net) üzerinden ulaşılabilmektedir.

Yatırım karar destek sisteminin ankete dayalı veritabanları ise, firma ve hanehalkı düzeyinde yapılmış anket sonuçlarından oluşmaktadır. Bu raporda bu iki araştırmanın sonuçlarına yer verilmiştir.

Projenin ana çıktısı olan internet tabanlı yatırım karar destek sisteminde, İstanbul Yatırım Haritası, İstanbul Yatırım Veritabanı, İstanbul Marka Haritası, İstanbul Tüketim Talep Haritası oluşturularak, yatırımcılara yatırım karar süreçlerinde destek verecek bir yapı inşa edilmiştir. Böylece projenin hedef grupları ve nihai yararlanıcıları olan piyasadaki ekonomik aktörler, iş dünyası temsilcileri, kamu kesimindeki karar alıcılar, üniversiteler ve sivil toplum kuruluşları açısından, İstanbul'da yatırım ortamı ile geniş tabanlı bir veri tabanından faydalanma imkânı ortaya çıkmıştır.

Her çalışmada olabileceği gibi bu çalışmada da birtakım eksikliklerin olduğunu ve bazı alanlarda istenilen düzeyde verilere ulaşılamadığını okuyuculara hatırlatır; çalışmada emeği geçen başta proje ekibi olmak üzere, projeyi destekleyen İstanbul Kalkınma Ajansı ve projenin yürütülmesine olanak tanıyan İstanbul Üniversitesi'ne teşekkür ederim.

Çalışmanın tüm paydaşlara faydalı olabilmesi ümidiyle...

**Doç. Dr. Murat ŞEKER**

**Proje Koordinatörü**

## TEŐEKKÖRLER

Bu projenin desteklenerek yürütölmesini sağlayan İstanbul Kalkınma Ajansı Yönetim Kurulu Başkanı İstanbul Valisi Sayın Hüseyin Avni Mutlu'ya, İstanbul Kalkınma Ajansı yönetim kurulu üyelerine, Genel Sekreter Doç. Dr. Abdölmecit Karataő'a, İzleme ve Deđerlendirme Başkanı Aşkın Ayık'a ve Uzman Arzu Parmaksız'a; İstanbul Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Yunus Söylet'e, İktisat Faköltesi Dekanı Prof. Dr. Halis Yunus Ersöz'e, İstanbul Üniversitesi Strateji Geliştirme Dairesi ve Bilimsel Araştırma Projeleri Birimi çalıőanlarına; proje kapsamında düzenlenen Arama Konferansına katılan değerli uzmanlara; bu kitabın basım ve tasarımını üstlenen Şubat Matbaacılık'a; proje süresince bilgi ve istatistik paylaşımında bulunan tüm kurum ve kuruluşlara teőekkürlerimizi sunarız.



## 1. İSTANBUL YATIRIM KARAR DESTEK MERKEZİ PROJESİ

Bu bölümde İstanbul Kalkınma Ajansı tarafından desteklenen, İstanbul Yatırım Karar Destek Projesinin amaçları, hedef grupları ve çıktılarından bahsedilecektir. Projenin ana çıktıları olan İstanbul Yatırım Haritası, İstanbul Yatırım Veritabanı, İstanbul Marka Haritası ve İstanbul Tüketim Talep Haritasının içeriği anlatılacak, karar destek sisteminin özellikleri ortaya konulacaktır.

### 1.1. Projenin Amaçları

Bu projenin genel amacı; İstanbul'da mahalle, bölge ve ilçe düzeyinde yatırım ortamının, tüketim eğilimlerinin ve talep potansiyelinin belirlenerek, yatırımcılara ve iş dünyasına yönelik internet tabanlı karar destek sisteminin kurgulanmasıdır.

Projenin özel amaçları ise şu şekilde özetlenebilir:

- Bu projede İstanbul'da mahalle, bölge ve ilçe ölçeğinde birincil ve ikincil kaynaklardan elde edilecek veriler ile kalitatif ve kantitatif analizlerin birlikte yapıldığı bir karar destek sistemi modeli geliştirilecektir.
- Oluşturulacak karar destek sistemi; toplanan verileri çağdaş analiz yöntemleri ile beraber yorumlayarak, yatırımcıların yönetim ve operasyonel süreçleri sırasında doğru karar alabilmesine yardımcı olmayı amaçlamaktadır.
- Geliştirilecek internet tabanlı haritalama sistemi ile İstanbul'da mahalle, bölge ve ilçe ölçeğinde yatırım haritaları ortaya konulacak; bilgi ve analiz süreci grafik, tablo ve diğer görsellerle desteklenen bir internet portalı ile hayata geçirilecektir.
- Böylece İstanbul ile ilgili karar alıcılara, yatırımcılara ve diğer uzmanlara bilgi ve teknoloji odaklı, geniş, karşılaştırılabilir bir veritabanı ve karar destek hizmeti sunulacaktır.
- Proje kapsamında kurgulanacak karar destek sistemi, hem sektörel düzeyde sorgulamaların yapılabileceği, hem de yatırımcının kendi tercihlerine göre yapacağı özgün sorgulamalara da cevap verilebileceği bir yapıda kurgulanacak ve modellenecektir.
- Kurgulanacak karar destek sistemi yabancı dillerde de destek verebilecek yapıda inşa edilecektir.

Bilgi ve İletişim Teknolojileri Odaklı Ekonomik Kalkınma Mali Destek Programı, İstanbul'un küresel rekabet gücünün artırılmasında bilgi ve iletişim teknoloji odaklı bir stratejinin benimsenmesi açısından kurgulanmıştır. Aynı zamanda yerel stratejilerle birlikte ulusal politik önceliklerinde de bilgi ve iletişim odaklı süreçler yaygın düzeyde yer almaktadır. Özellikle 9. Kalkınma Planı'nda yer alan bilgi ve iletişim teknolojilerinin yaygınlaştırılması temel hedefler arasındadır.

Bu programda, İstanbul'un kamusal ve sektörel bilgi ve iletişim teknolojisi kabiliyetlerinin, bunların niteliğinin ve toplumsal faydasının arttırılarak bilgi toplumuna dönüşüm sürecinin desteklenmesi amaçlanmaktadır.

İstanbul Yatırım Karar Destek Merkezi Projesi, bu bağlamda hem yerel hem de ulusal politika ve stratejilerle uyumlu, bu strateji ve politikaları destekleyici bir yapıda tasarlanmıştır. Küresel rekabetin önceliklerinden birisi bölgedeki yatırım ortamıdır. Yatırım ortamının tespiti, bu alandaki eksiklikler ve önceliklerin sıralanması büyük önem taşımaktadır. İstanbul'da yatırım ile ilgili bir karar alınırken gerek kamusal gerekse özel sektör nezdinde hangi kriterlerin dikkate alındığı, nelerin önemsendiği ve kaynakların ihtiyaçlara ne kadar cevap verdiği yanıtlanması gereken sorulardır. Tüm bu analizlerin yapılabilmesi için en ana ihtiyaç ise bilgidir. Aynı zamanda bu bilgiye erişim imkânları, bilginin teknolojik ortamda kullanılabilir hale getirilmesi de bir diğer önemli husustur. Yerel ve ulusal düzeyde güvenilir, sürdürülebilir ve ulaşılabilir bilgi ihtiyacı, hiç şüphesiz hem kamu ekonomisini yönetenler hem de piyasa ekonomisinin aktörlerince gereksinim duyulan önemli bir alandır. İstanbul Yatırım Karar Destek Merkezi Projesi, İstanbul ile ilgili yatırım alanındaki tüm sorulara bilgi, veri ve analiz düzeyinde yanıt verecek, ham bilgi paylaşımının yanı sıra; yatırımcılara, kamu kaynaklarını yönetenlere ve ilgili tüm uzmanlara analiz süreçlerinde destek olacak algoritmaya sahip bir sistem içerecektir. Böylece hem İstanbul'un rekabet gücünün artmasına yönelik önemli bir veri ve bilgi analizi tabanı oluşturulacak; bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanılmasıyla da bahsi geçen bilgi ve analizlere erişim kolaylaştırılacaktır.

Bu proje İstanbul Bölge Planı'nda vurgulanan küresel rekabet edebilirlik vizyonu ile 9. Kalkınma Planı'nın bilgi ve iletişim teknolojilerinin yaygınlaştırılması hedefiyle, bu programın genel hedefi olan İstanbul'da rekabetçiliği ve toplumsal faydanın arttırılması yoluyla bilgi toplumuna geçişin desteklenmesi ve bölgenin küresel rekabet edebilirliğinin arttırılmasıyla yakından ilgilidir.

İstanbul Yatırım Karar Destek Merkezi Projesi, programın önceliklerinden diğer ekonomik sektörlerle yönelik yüksek katma değer üreten BIT odaklı faaliyetlerin geliştirilmesi ile İstanbul'un kentsel ve sosyal sorunlarına (afet yönetimi, ulaşım, katılımcılık, sosyal içerme, çevresel koruma, enerji verimliliği vb.) BIT eksenli yenilikçi çözümler getirilmesi kapsamında tasarlanmıştır. Proje çıktısı olarak ortaya konulacak olan Yatırım Karar Destek Sistemi sadece yatırım ile ilgili değil İstanbul'un kentsel ve sosyal sorunlarına destek olabilecek bilgi ve bilgi analiz süreçlerini içerecektir.

Öte yandan, oluşturulacak veri tabanı ve karar destek sistemi ile bilgi ve teknoloji transferini kolaylaştıracak bir işbirliği ağı ve ortak kullanım alanı geliştirilecek ve işlevsel hale getirilecektir. Böylece bilgi ve teknoloji üretimi ve kullanımına yönelik olarak üniversite-is dünyası ve kamu-özel işbirliğine olanak tanınacaktır.

## 1.2. Hedef Gruplar ve Nihai Yararlanıcılar

İstanbul'da Yatırım Karar Destek Merkezi Projesi'nin genel hedefi İstanbul'da mahalle, bölge ve ilçe düzeyinde yatırım ortamının, tüketim eğilimlerinin ve talep potansiyelinin belirlenerek, yatırımcılara yönelik internet tabanlı karar destek sisteminin kurgulanmasıdır. Böylece

İstanbul'da yatırımı etkileyen faktörlerin tespit edilmesi, bu faktörlere ilişkin eksikliklerin ortaya konulması, bu eksikliklerin giderilmesi yönünde politika önerilerinin belirlenmesi ve uygulanabilirliğinin tartışılmasına destek olacak bir altyapı sağlanmış olacaktır.

İstanbul'da yatırımın ve küresel rekabetin geliştirilmesi için öncelikle mevcut durumun tespiti, yaşanan sorunların algılanması ve doğru veri akışına ihtiyaç vardır. İstanbul'da 39 ilçe düzeyinde, mahalle ve bölge ekseninde veri ve veri analizi sağlayacak olan bu proje ile yaklaşık 500 değişkene ilişkin veri toplanacak, toplanan veriler kolay, anlaşılabilir ve ulaşılabilir bir internet ortamında veritabanı olarak yayınlanacak; aynı zamanda ilgili tüm paydaşlara yatırım basta olmak üzere, kent ekonomisi ve kent yönetimi alanında karar destek hizmeti sağlayabilecek algoritmalara sahip olacaktır. Dolayısıyla sadece bilgi paylaşımı değil bilginin doğru kullanımı sonucunda, bilgi analizi paylaşımı da gerçekleştirilecektir.

Bugün İstanbul ile ilgili çeşitli istatistiki bilgilere ulaşabilmek için, birçok kaynağa başvurulması ve yoğun bir kaynak taramasının yapılması gereklidir. Ancak bu verilere ulaşılsa bile hangi verinin nasıl okunacağı, farklı değişkenlerin bir arada değerlendirilerek nasıl analiz yapılabileceği zorluk yaşanan önemli bir alandır. Özellikle mahalle ve bölge düzeyinde veriye ve veri analizine ulaşmak çok güçtür.

Bu proje ile kamudaki karar alıcılara, piyasadaki ekonomik aktörlere, is dünyasına, üniversitelere ve sivil toplum kuruluşlarına bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanılarak, İstanbul'un yatırım ortamı basta olmak üzere, kent ekonomisi ve kent yönetimi alanındaki değişkenlere ilişkin il, ilçe ve mahalle/bölge bazında verilerin sunulacağı bir ortak veri tabanı hazırlanacaktır. Aynı zamanda bu verilerin analizinin belli algoritmalar çerçevesinde bir karar destek sistemi ile tüm paydaşlara sunulması; bu eksikliklerin giderilmesine katkıda bulunulacaktır. Dolayısıyla projenin başarıyla tamamlanması, bilgiye ve bilginin analizine, bilgi ve iletişim teknolojileri aracılığıyla ulaşılabilmesine olanak tanıyacaktır. Sonuçta, merkezinde İstanbul olan tüm kararlarda bilgi odaklı destek verebilecek bir yapı oluşturulacaktır.

Bu projenin hedef grupları, uluslararası ve ulusal yatırımcılar, piyasadaki ekonomik aktörler, is dünyası iken; kamu kesimindeki karar alıcılar, üniversiteler ve sivil toplum kuruluşları ile birlikte aynı zamanda hedef grupları projenin nihai yararlanıcıları arasındadır. İstanbul ekseninde düşünülebilecek bu hedef grupları; İstanbul'un Türkiye'nin ticari, sosyal ve kültürel bir merkezi olması nedeniyle tüm ülkeyi kapsayabilecek niteliktedir. Sadece İstanbul'daki is dünyası dikkate alındığında, İstanbul Ticaret Odası'nın 240.000'i aşan üyesi projenin hedef grubu içindedir. Buna kamudaki ilgili karar alıcıların, bilim insanlarının ve sivil toplum kuruluşlarının temsilcilerinin de eklenmesiyle, projenin hedef grubunun ve nihai faydalanıcıların sayısının 300.000'i aşan bir kitle olacağı beklenmektedir. Eğer bu projenin sonuçlarını ülke çapında değerlendirecek çeşitli kurum, kuruluş ve şahıslar da nihai yararlanıcılar arasında kabul edilirse, projenin çıktıları çok daha büyük bir kitleye ulaşacaktır.

Öte yandan projenin ana çıktısı olan internet tabanlı yatırım karar destek merkezi, yabancı dillerde de hizmet vereceğinden, projenin hedef ve yararlanıcı gruplarının uluslararası alana da genişleyeceği beklenmektedir.

Hedef grubu olarak seçilen kesimlerin ortak özelliği, yatırım politikalarının belirlenmesinde ve fiilen küresel rekabet piyasasında yer alan kesimler olmasıdır. İlgili kesimlerin karşılaştıkları önemli sorunlardan birisi yeterli ve düzenli bilgi akışında yaşanan eksiklikler ve bilginin

analizinde karşılaşılan sorunlardır. Gerek araştırmacılar gerekse sektör temsilcileri tarafından sıkça dile getirilen bu husus, bu proje kapsamında oluşturulacak veri tabanı ve karar destek sistemi ile giderilmeye çalışılacaktır. Bir bilgisayar yazılımı ile ortak kullanıma açılacak olan bu veri tabanı, İstanbul'da il, ilçe ve mahalle-bölge bazında yatırım ve kent yönetimine ilişkin göstergelerin sürekli ve dinamik olarak, hem veri ekseninde hem de coğrafi bilgi sistemi ile izlenebilmesine olanak tanıyacaktır. Böylece kullanıcılar veri kısıtı sorunu ile karşılaşmayacak, kararlarını alırken ilgili verileri ve haritaları dikkate alacak, belirlenen algoritmalar çerçevesinde oluşturulacak karar destek sisteminden faydalanabileceklerdir.

### 1.3. Proje Çıktıları

Bu proje ile İstanbul'da yatırım ortamına ilişkin bir veritabanı ve karar destek sistemi inşa edilecektir. Böylece projenin hedef grupları ve nihai yararlanıcıları olan uluslararası ve ulusal yatırımcılar, piyasadaki ekonomik aktörler, is dünyası temsilcileri, kamu kesimindeki karar alıcılar, üniversiteler ve sivil toplum kuruluşları açısından İstanbul'una yatırım ortamı ve rekabet gücü ile ilgili bir veri tabanı ve karar destek sisteminden faydalanma imkânı ortaya çıkacaktır. Mevcut durumda, bu yönde hizmet sunan bir karar destek sistemi yoktur. Bu proje ile inşa edilecek olan yatırım karar destek merkezi, bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanarak hizmet sunacak ve böylece bilgi ve bilgi analizi kolay ulaşılabilir, anlaşılabilir ve sürdürülebilir bir yapı oluşturulacaktır.

Bir çok kurumda İstanbul ve ilçelerine bağlı çeşitli veriler var iken, merkezinde yatırımın yer aldığı bir data birikimine rastlanılmamaktadır. Bu proje sayesinde konuyla ilgili tüm kesimler istedikleri anda, İstanbul ili, ilçeleri ve mahallelerine ait yaklaşık 500 değişkene ulaşabilecek ve bu değişkenlerle kurgulanan karar destek sisteminden hizmet alabilecektir. Bu durum İstanbul'un yatırım ortamını etkileyen unsurların tespiti ve bu unsurlara ilişkin sayısal verilere ulaşılabilmesi açısından bir kolaylık sağlayacaktır.

Projenin somut çıktıları şu şekilde özetlenebilir:

- İstanbul'da Yatırım Karar Destek Merkezi Ortak Bilgi Ağı Sistemi (il, ilçe, mahalle/bölge düzeyinde)
- Ortak bilgi ve analiz platformunun geliştirilmesi
- Yatırım Karar Destek Sistemi
- Yatırım Veri Tabanı
- Yatırım Haritaları
- Sektörel Haritalar
- İstanbul'da yatırım kararlarının alınmasında destek olacak yatırım karar destek modelinin geliştirilmesi
- Yatırımcıların ve is çevrelerinin parametre tercihlerine göre sorgulama yapabileceği ve kararlarına destek olabilecek nitelikte bir modelin inşası
- Kurgulanacak karar destek sistemi yabancı dillerde de destek verebilmesi

#### 1.4. İstanbul Yatırım Karar Destek Sistemi

İstanbul Yatırım Karar Destek Merkezi projesi kapsamında 12 Aralık 2013'de bir Arama Konferansı düzenlenmiştir. Arama Konferansı'na İstanbul Valiliği, İstanbul Kalkınma Ajansı, İstanbul Ticaret Odası, İstanbul Sanayi Odası, İstanbul Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliği, Türkiye Seyahat Acentaları Birliği, Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı, İktisadi Araştırmalar Vakfı, Frekans Araştırma ve Veri Araştırma adına temsilciler ile İstanbul Ticaret Üniversitesi ve İstanbul Üniversitesi'nden öğretim üyeleri katıldı.<sup>1</sup>

İstanbul'un bölge ve ilçe düzeyinde yatırım ortamının, tüketim eğilimlerinin ve talep potansiyelinin belirlenerek, yatırımcılara ve iş dünyasına yönelik internet tabanlı yatırım karar destek sisteminin oluşturulmasını amaçlayan projenin Arama Konferansı'nda "Fikir Tepsisi" yöntemi kullanılarak, İstanbul'da çeşitli sektörlerde dikkate alınan yatırım kriterleri tespit edilmiştir. Aynı zamanda İstanbul Yatırım Karar Destek Sisteminin kapsamı ve yöntemi tartışılmıştır.

Şekil 1: İstanbul Yatırım Karar Destek Sistemi



Arama Konferansından hareketle proje kapsamında üretilen çıktılar, projenin internet sitesi olan [www.istanbulyatirim.net](http://www.istanbulyatirim.net) adresinde dinamik haritalar ile sunulmakta ve mikro verilere erişime imkân tanınmaktadır. Bu bağlamda dört farklı harita ile veriler raporlanmaktadır:

- İstanbul Yatırım Veritabanı

<sup>1</sup> Arama Konferansına katılan kurumlar ve temsilcileri raporun sonunda yer alan ek dosyalarda belirtilmiştir.

- İstanbul Tüketim-Talep Haritası
- İstanbul Marka Haritası
- İstanbul Yatırım Haritası

Yayınlanan dinamik haritalar ile proje süresince elde edilmiş tüm verilere ve bu verilerden hareketle yapılan analizlerin sonuçlarına ulaşılmakta, aynı zamanda farklı formatlarda raporlama imkânı da sunulmaktadır.

#### 1.4.1. İstanbul Yatırım Veritabanı

Proje kapsamında İstanbul Yatırım Veritabanı başlığı altında, İstanbul'da ilçe düzeyinde yatırımı etkileyen toplam 100 farklı gösterge derlenmiştir. Bu göstergelerin ortak özelliği tamamen istatistiki verilerden oluşması olup, ankete dolayısıyla algıya dayalı veriler içermemesidir. Veritabanı, belirlenen sınıflandırmaya göre beşeri ve sosyal sermaye alanında 43, ekonomik yapı alanında 43; altyapı ve ulaşım alanında ise 14 göstergelyi kapsamaktadır.

Şekil 2: İstanbul Yatırım Veritabanı



Beşeri ve sosyal sermaye alanında demografik yapı, eğitim, sosyal yaşam, çevre ve sağlık verileri; ekonomik yapı alanında ekonomik kapasite, girişimcilik, ticari yapı, finansal piyasalar ve turizm verileri incelenmiştir. İstanbul'da 39 ilçe düzeyinde elde edilen bu veriler ve verilerden yola çıkılarak hazırlanan endeksler yatırım karar destek merkezinin analiz sürecine dâhil edilmiştir.

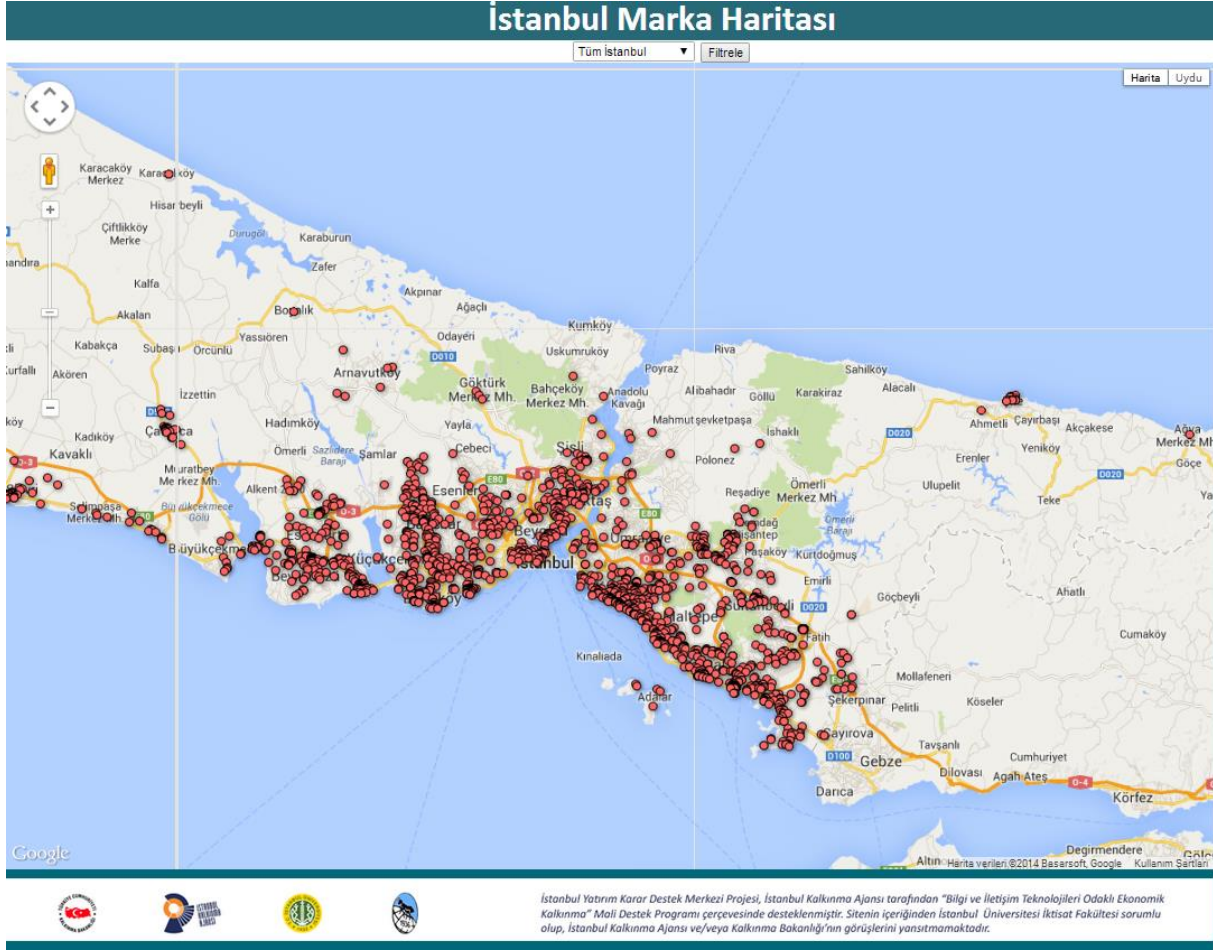
#### 1.4.2. İstanbul Tüketim-Talep Haritası

İstanbul Tüketim-Talep Haritası, bu raporda sonuçları verilen İstanbul Tüketim Eğilimleri ve Talep Potansiyeli Araştırmasının ilçe düzeyindeki mikro sonuçlarını içermektedir. İstanbul'da 39





Harita 2: İstanbul Marka Haritası



#### 1.4.4. İstanbul Yatırım Haritası

Proje kapsamında derlenen tüm veriler, gerekli algoritmik altyapıya sahip, internet tabanlı haritalama içeren bir sistemde işlenerek, İstanbul'da yatırım karar destek merkezi hayata geçirilmiştir. Projenin ana çıktısı olan yatırım karar destek sisteminin, ilgili paydaşlara tanıtılmasına ve kullanımına ilişkin tanıtım toplantıları yapılacaktır.

İstanbul yatırım haritası çıkartılırken, çok kriterli karar verme yöntemleri taranarak bir model inşa edilmiştir. Çok kriterli karar verme problemleri ile günlük yaşamda sıkça karşılaşılmaktadır. Örneğin; bir kişi ev satın alma kararı verirken bütçe, yaşam kalitesi, uygunluk ve diğer birçok kriteri incelemektedir. Kişi, söz konusu kriterleri dikkate alarak hangi seçeneğin en iyi olduğuna karar vermektedir. Aynı şekilde işletmeler de karar verirken amaçları doğrultusunda pazarlama, hizmet kalitesi, satış sonrası hizmet, müşteri memnuniyeti gibi kriterleri dikkate almaktadır (Wu, 2006). Çok kriterli karar vermenin amacı, birbirleriyle çatışan alternatifler ve adaylar arasından birden çok özelliği, kriteri veya amacı dikkate alarak en iyisini seçmektir (Kuo, Yang ve Huang, 2008).

Bu projede yatırım karar destek sistemi modeli oluşturulurken Gri İlişkisel Analiz yöntemi benimsenmiştir.



Gri İlişkisel Analiz (GİA), gri sistem teori başlığı altında yer alan bir derecelendirme, sınıflama ve karar verme yöntemidir. J. L. Deng tarafından 1982 yılında ortaya koyulan Gri sistem teorisi; sosyal, ekonomi, sanayi, tarım, enerji, ulaştırma, tıp, biyoloji, jeoloji, eğitim gibi farklı alanlarda uygulanabilmektedir (Lin, Chen ve Liu, 2004). Söz konusu analizi uygulayabilmek için küçük bir veri setinin yeterli olması ve hesaplama yönteminin basit olması avantaj olarak ifade edilmektedir (Chen ve Ting, 2002). GİA yöntemi ile alternatifler arasında kıyaslama yapabilmek için beş aşamadan meydana gelen bir hesaplama yapılmaktadır. Bu aşamalar aşağıda sırasıyla yer almaktadır (Wu, 2006).

- Veri setinin hazırlanması
- Referans serisinin oluşturulması
- Veri matrisinin normalize edilmesi
- Gri ilişkisel katsayısının hesaplanması
- Gri ilişkisel derecesinin belirlenmesi

Son aşamada elde edilen gri ilişkisel derecesi ile en iyi seçenek belirlenmektedir. Bu aşamada araştırmacı, amacı doğrultusunda alternatifler arasından en iyi seçeneği saptamaktadır (Bektaş ve Tuna, 2013).

## 2. İSTANBUL'DA YATIRIM KARARLARI ARAŞTIRMASI

Proje kapsamında; İstanbul'da yatırım yapan, mağaza/şube açan, bayilik veren firmalar dikkate alınarak bir saha araştırması yürütülmüş; firma yetkililerine yatırım kararlarını alırken hangi kriterleri dikkate aldıkları sorgulanmıştır. Böylece projenin ana amacı olan yatırım karar destek sistemi için önemli bir veri seti oluşturulmuştur.

### 2.1. Araştırma Kapsamı ve Yöntemi

İstanbul'da yatırım kararları araştırmasında; İstanbul'da faaliyetlerini sürdüren ve özellikle mağaza/şube ve bayi ağına sahip firmalar araştırma kapsamına alınmıştır. Toplam 19 farklı sektörde 500 firma ile anket çalışması yürütülmüştür.

Tablo 1: Araştırma Kapsamındaki Sektörler

Sektör Adı	
1	Aksesuar - Takı - Tasarım
2	Ayakkabı - Çanta - Deri Ürünleri
3	Büyük Mağazalar
4	Çocuk Giyim – Oyuncak
5	Eğlence – Hobi
6	Elektronik - Beyaz Eşya
7	Erkek Giyim
8	Ev Eşyası - Dekorasyon - Ev Tekstili – Mobilya
9	Hızlı Gıda Tüketimi (Fast Food)
10	GSM – Telekom-İletişim
11	Hipermarketler
12	Hizmet
13	Kadın Giyim
14	Kafe – Pastane
15	Kargo ve Kurye
16	Mücevher – Kuyumculuk
17	Restoran – Lokanta
18	Sağlık – Kozmetik
19	Spor Giyim - Malzeme – Ayakkabı

Araştırmaya katılan firma temsilcilerine; “İstanbul'da şube/mağaza açarken ya da bayilik (franchise) verirken lokasyon (ilçe/bölge) tercihinizde, aşağıdaki ifadelere ne derece katıldığınızı ve dikkat ettiğinizi, her ifade için 10 üzerinden değerlendirir misiniz?” sorusu yöneltilerek aşağıdaki ifadeler sunulmuştur:

- Bölgenin yerleşik nüfusu bizim için önemlidir.
- Bölgenin gündüz nüfusu bizim için önemlidir.
- Bölgenin gece nüfusu bizim için önemlidir.
- Bölgenin iş dünyasıyla iç içe olması ve iş merkezlerine yakınlığı bizim için önemlidir.

- Bölgedeki çocuk nüfusun yüksekliği bizim için önemlidir.
- Bölgedeki genç nüfusun yüksekliği bizim için önemlidir.
- Bölgedeki işgücü nüfusunun yüksekliği bizim için önemlidir.
- Bölgedeki yaşlı nüfusun yüksekliği bizim için önemlidir.
- Bölgedeki kadın nüfusun yüksekliği bizim için önemlidir.
- Bölgede eğitim seviyesi yüksek kesimin olması bizim için önemlidir.
- Bölgede öğrenci sayısının (ilköğretim-lise) yüksek olması bizim için önemlidir.
- Bölgede üniversite öğrenci sayısının yüksek olması bizim için önemlidir.
- Bölgede yaşayanların/gündüz nüfusun ekonomik gücü bizim için önemlidir.
- Bölgede yaşayanların/gündüz nüfusun tüketim eğilimi bizim için önemlidir.
- Bölgedeki AVM yoğunluğu bizim için önemlidir.
- Bölgedeki hastane yoğunluğu bizim için önemlidir.
- Bölgedeki üniversite yoğunluğu bizim için önemlidir.
- Bölgedeki ortalama satılık/kiralık konut bedeli bizim için önemlidir.
- Bölgenin ticaret hacminin gelişmiş olması bizim için önemlidir.
- Bölgede firma ve sektör yoğunluğu bizim için önemlidir.
- Bölgedeki banka şube sayısı ve şube başına düşen nüfus bizim için önemlidir.
- Bölgenin turizm kapasitesi ve turist yoğunluğu bizim için önemlidir.
- Bölgedeki otel kapasitesi ve müşteri yoğunluğu bizim için önemlidir.
- Bölgede rakip firmaların yoğunluğu yüksekse biz de şube açarız.
- Bölgede rakip firmaların sayısı az ise şube açarız.
- Bölgede sektörümüzle ilgili yan sektörlerin varlığı bizim için önemlidir.
- AVM'de şube/mağaza açmayı ya da bayilik vermeyi daha fazla tercih ederiz.
- AVM dışında şube/mağaza açmayı ya da bayilik vermeyi daha fazla tercih ederiz.
- Bölgedeki mağaza/ofis/iş yeri kira bedelleri bizim için önemlidir.
- Bölgenin alternatif ulaşım imkânlarına sahip olması bizim için önemlidir.
- Bölgenin toplu ulaşım araçlarına (metrobüs, metro vb.) yakınlığı bizim için önemlidir.
- Bölgedeki deprem riski bizim için önemlidir.
- Bölgenin altyapısı (su, elektrik, doğalgaz vb.) bizim için önemlidir.

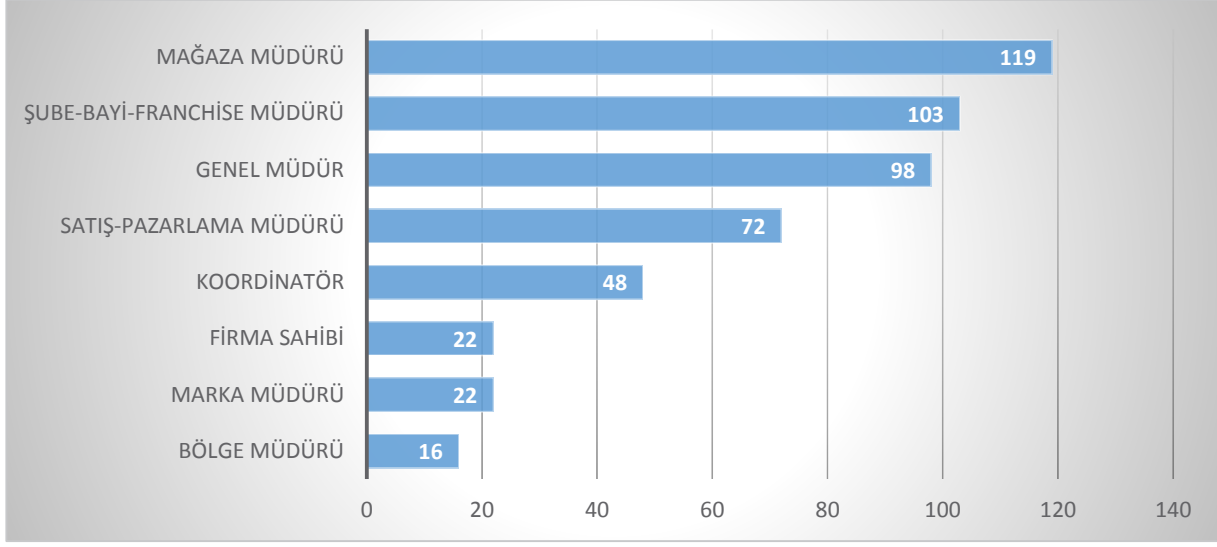
## 2.2. Araştırma Bulguları

Bu bölümde araştırmaya katılan 500 firmaya ilişkin demografik veriler belirtildikten sonra, araştırma bulguları hem genel hem de sektöre düzeyde ortaya konulacaktır.

### 2.2.1. Araştırmanın Demografisi

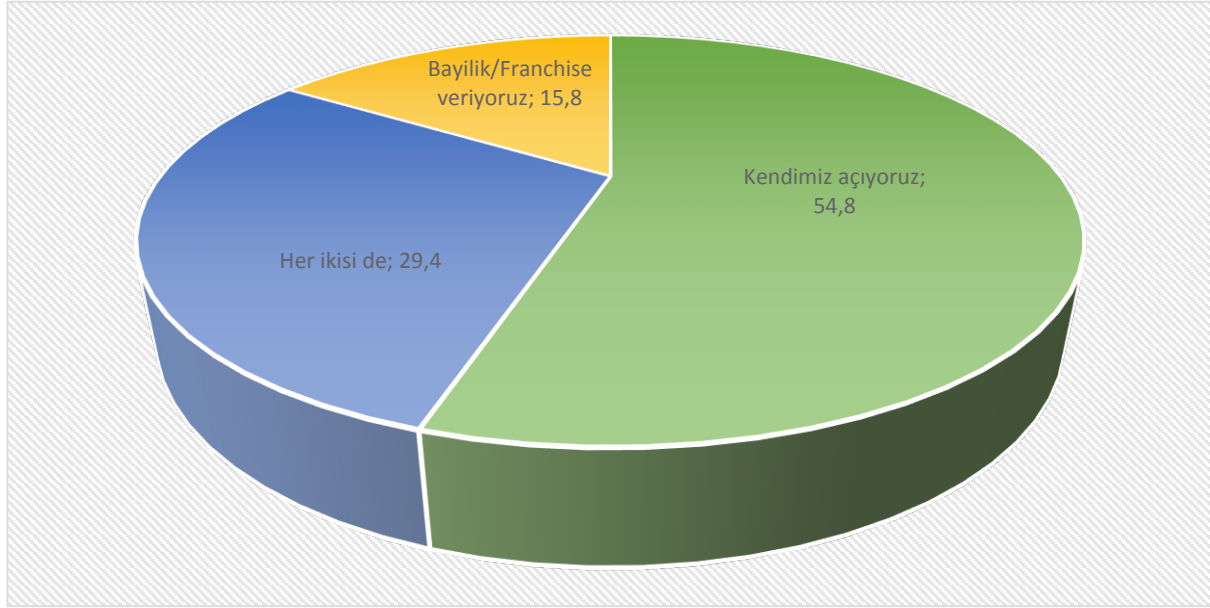
Araştırmaya katılan 500 firma arasından; 119'unda mağaza müdürü, 103'ünde şube/bayi müdürü, 98'inde genel müdür, 72'sinde satış-pazarlama müdürü, 48'inde koordinatör, 22'sinde firma sahibi, 22'sinde marka müdürü ve 16'sında bölge müdürü ile görüşülmüştür.

Grafik 1: Görüşülen Kişi



Araştırmaya katılan firma yetkililerine; şube/mağaza açarken hangi yöntemi benimsedikleri sorulmuştur. Alınan yanıtlara göre, örneklem dâhilindeki 500 firmanın %54,8'i bayilik vermediklerini, sadece kendilerinin mağaza açtıklarını ifade etmiştir. Sadece bayilik verenler ise %29,4 oranında temsil edilmiştir. Hem kendi mağaza açan hem de bayilik veren firmaların oranı %15,8'dir.

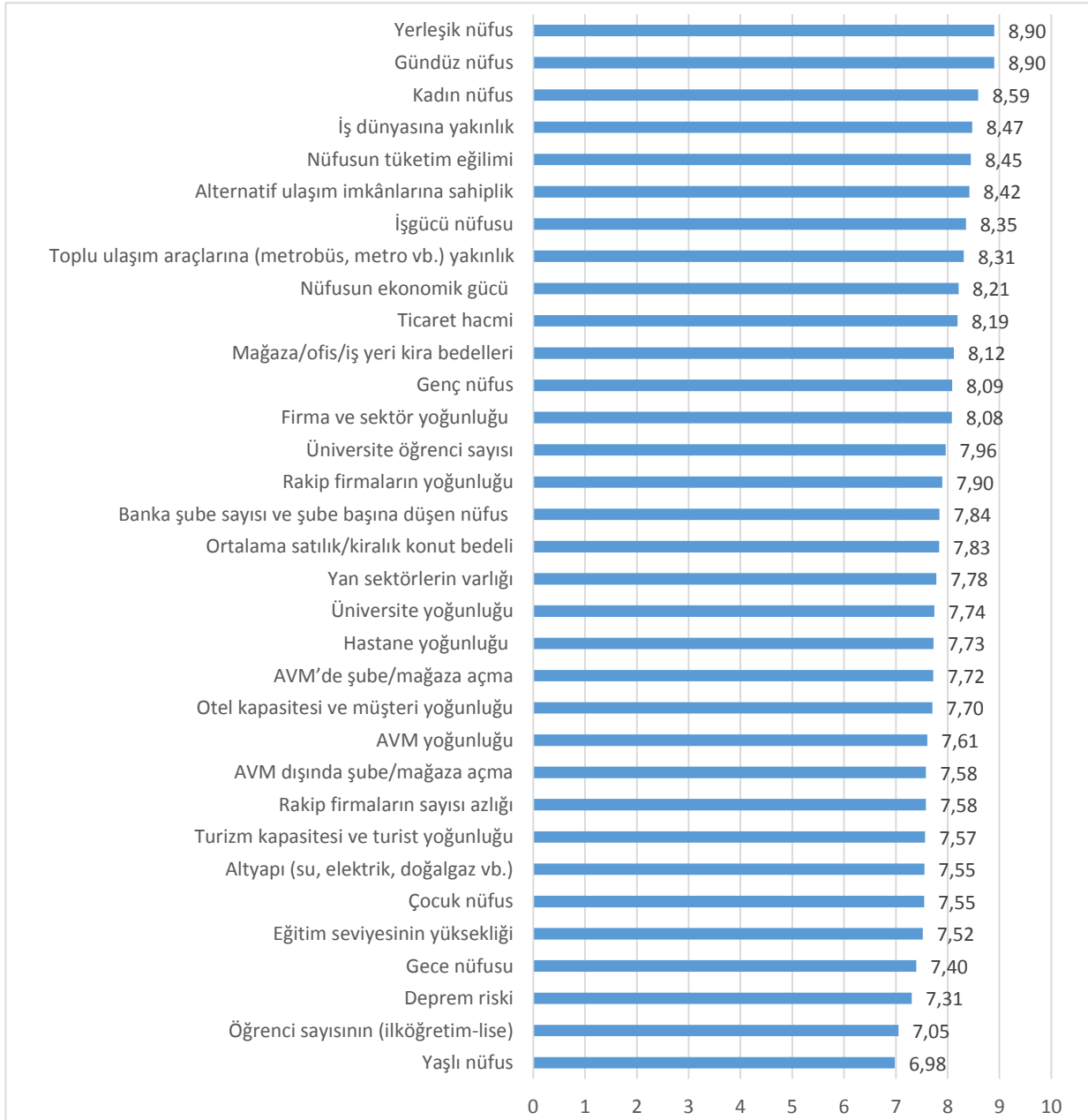
Grafik 2: Şube/Mağaza Açma Yöntemi



## 2.2.2. Ana Bulgular

Araştırmaya katılan 19 farklı sektördeki 500 firma yetkilisine İstanbul'da yatırımlarını yaparken hangi kriterleri göze aldıkları, belirtilen seçenekler doğrultusunda sorulmuştur. Verilen yanıtlar sektör ortalamaları dikkate alınarak incelendiğinde, nüfus faktörünün yatırım kararlarını etkileyen en baskın değişken olduğu gözlenmiştir. Nüfus ve demografik yapı, sektörlerin tümünde en yüksek puanı almıştır. Faktörler arası sıralamada yerleşik ve gündüz nüfus 8,9 puan ile ilk sırada yer alırken, kadın nüfus 8,59 ortalama değeri ile bu değişkenleri izlemiştir. İş dünyasına yakınlık (8,47), nüfusun tüketim eğilimi (8,45) ve alternatif ulaşım imkânlarına sahiplik (8,42) kriterleri yüksek değerler alarak, yatırım kararlarında etkili olduklarını göstermiştir. Yaşlı nüfus, ilköğretim-lise öğrenci sayısı ve deprem riski ise sektör ortalamalarında son sıralarda yer alan yatırım kriterleri olarak belirlenmiştir.

Grafik 3: Yatırım Tercihini Etkileyen Faktörler



### 2.2.3. Sektörel Bulgular

Araştırmaya katılan 19 sektör düzeyinde, yatırım kararlarını etkileyen faktörler arasında bir önceliklendirme yapıldığında 7 faktörün öne çıktığı gözlenmektedir. Belirlenen bu 7 faktör, 19 sektör için yatırım kararları verilirken önem derecesi açısından ilk üçe girmiştir. Bu faktörlerden 4'ü nüfus ile ilgili iken, 2'si ulaşım ve ticaret yoğunluğu, 1'i ise ekonomik talep ile ilişkilidir.

Yerleşik nüfus ve gündüz nüfusu faktörleri, 19 sektör arasında 13'ünde yatırım kararı verilirken dikkat edilen en önemli üç faktörden biri olarak gösterilmiştir. Kadın nüfusu 9 sektörde yatırım kararları verilirken dikkat edilen ilk üç önemli faktör arasında yer alırken; ulaşım kolaylığı faktörü 7 sektörde dikkate getirilmiştir. İş dünyasına yakınlık 6, nüfusun ekonomik gücü 4, genç nüfus ise 2 sektörde yatırım kararını etkileyen faktörler arasında yapılan önceliklendirmede ilk üç faktör olarak gösterilmiştir.

Dolayısıyla hem genel ortalama hem de sektörel ortalamalar dikkate alındığında, nüfus faktörünün yatırım kararını etkileyen ana faktör olduğu ve faktörler arası önceliklendirmede ilk sırada geldiği gözlenmektedir. Yerleşik nüfus ile birlikte gündüz nüfusunun da kayda değer bir önem taşıdığı anlaşılmaktadır. Ayrıca nüfusun demografik yapısı, kadın ve genç yoğunluğu ile ekonomik kapasitesi ve talep potansiyeli de yatırım kararlarını etkileyen faktörler arasında öne çıkmaktadır. Tüm bu faktörlerin dışında ulaşım imkânlarına yakınlık, ulaşım kolaylığı, iş dünyasına yakınlık gibi ulaşım temelli faktörlerin de yatırım kararlarında belirleyici rol üstlendiği izlenmektedir.

Araştırma kapsamında yapılan sınıflandırmaya göre 19 farklı sektörde yatırım kararlarında belirleyici olan diğer faktörlerin başında, yatırım yapılacak bölgenin ticaret hacmi ve ticari yapısı gelmektedir. Bununla birlikte hipermarket sektörü gibi bazı alanlarda alışveriş merkezleri dışında yatırım yapmanın bir kriter olarak belirlendiği tespit edilmiştir.

Şekil 3: Sektörel Bulgular



Tablo 2: Yatırım Tercihini Etkileyen Faktörler – Sektörel Dağılım

	1. Önem	2. Önem	3. Önem
Aksesuar - Takı - Tasarım	Gündüz nüfus	Yerleşik nüfus	Nüfusun ekonomik gücü
Ayakkabı - Çanta - Deri Ürünleri	Yerleşik nüfus	Kadın nüfus	Gündüz nüfus
Büyük Mağazalar	Nüfusun ekonomik gücü	Genç nüfus	Ulaşım kolaylığı
Çocuk Giyim – Oyuncak	Ulaşım kolaylığı	İş dünyasına yakınlık	Gündüz nüfus
Eğlence – Hobi	Yerleşik nüfus	Gündüz nüfus	İş dünyasına yakınlık
Elektronik - Beyaz Eşya	Yerleşik nüfus	Nüfusun ekonomik gücü	Gündüz nüfus
Erkek Giyim	Ulaşım kolaylığı	Nüfusun ekonomik gücü	Kadın nüfus
Ev Eşyası - Dekorasyon - Ev Tekstili - Mobilya	Yerleşik nüfus	Kadın nüfus	Gündüz nüfus
Hızlı Gıda Tüketimi (Fast Food)	Gündüz nüfus	Yerleşik nüfus	İş dünyasına yakınlık
GSM – Telekom-İletişim	Yerleşik nüfus	Gündüz nüfus	İş dünyasına yakınlık
Hipermarketler	Yerleşik nüfus	Gündüz nüfus	AVM dışında yatırım yapmak
Hizmet	Yerleşik nüfus	Gündüz nüfus	Kadın nüfus
Kadın Giyim	Gündüz nüfus	Kadın nüfus	Yerleşik nüfus
Kafe – Pastane	Kadın nüfus	Gündüz nüfus	Yerleşik nüfus
Kargo ve Kurye	Yerleşik nüfus	Kira bedelleri	Ulaşım kolaylığı
Mücevher - Kuyumculuk	Kadın nüfus	Ulaşım kolaylığı	İşgücü nüfusu
Restoran - Lokanta	Ticaret hacmi	Ulaşım kolaylığı	İş dünyasına yakınlık
Sağlık - Kozmetik	Gündüz nüfus	Genç nüfus	Kadın nüfus
Spor Giyim - Malzeme – Ayakkabı	Kadın nüfus	Ulaşım kolaylığı	Yerleşik nüfus

### 3. İSTANBUL TÜKETİM EĞİLİMLERİ VE TALEP POTANSİYELİ ARAŞTIRMASI

Bu bölümde İstanbul'da 39 ilçe düzeyinde 4.555 hanede yapılan hanehalkı araştırmasının kapsamı ve yöntemi açıklandıktan sonra bulgulara yer verilecektir. Araştırma sonuçları demografik yapı, konut ve sosyal yaşam demografisi, ekonomik yapı ve talep potansiyeli, tüketim eğilimleri ve alışkanlıkları, sektör yoğunluğu ve ihtiyacı başlıkları altında değerlendirilecektir.

#### 3.1. Araştırma Kapsamı ve Yöntemi

Araştırma, İstanbul ilinin 39 ilçesinde gerçekleştirilmiştir. Şişli, Beyoğlu, Beşiktaş, Fatih, Bahçelievler, Esenyurt, Kağıthane, Küçükçekmece, Kadıköy, Ümraniye ve Ataşehir ilçeleri homojen yapı göstermemeleri sebebiyle kendi içlerinde 2 alt bölgeye ayrılmış ve böylelikle toplamda 50 bölge oluşturulmuştur.\*

Dolayısıyla araştırma kapsamında, 39 ilçe ve 50 bölge olmak üzere, toplam 246 mahallede 4.555 hanehalkı anketi yapılmıştır. Katılımcılar hane halkı reislerinden oluşmaktadır. Saha çalışması 26 Kasım 2013 – 25 Aralık 2013 tarihleri arasında yürütülen araştırmada, 4.555 katılımcının 3.800 tanesi ile yüz yüze yöntemle kalan 755 katılımcı ile CATI yöntemiyle görüşülmüştür. Araştırma %95 güven aralığında  $\pm 1,5$  hata payına sahiptir. Araştırmanın örneklem tablosu aşağıda gösterilmiştir.

Tablo 3: Örneklem Tablosu

İlçe/Bölge	Örneklem Sayısı	Örneklem Oranı (%)
Adalar	29	0,64
Arnavutköy	55	1,21
Ataşehir-1	126	2,77
Ataşehir-2	96	2,11
Avcılar	137	3,01
Bağcılar	147	3,23
Bahçelievler-1	105	2,31
Bahçelievler-2	52	1,14
Bakırköy	82	1,80
Başakşehir	81	1,78
Bayrampaşa	120	2,63
Beşiktaş-1	74	1,62
Beşiktaş-2	50	1,10
Beykoz	111	2,44
Beylikdüzü	69	1,51
Beyoğlu-1	45	0,99

\* İlçelerdeki bölge ayrımları ve mahalle listeleri ek dosyalarda belirtilmiştir.



Beyoğlu-2	73	1,60
Büyükçekmece	87	1,91
Çatalca	58	1,27
Çekmeköy	84	1,84
Esenler	102	2,24
Esenyurt-1	77	1,69
Esenyurt-2	63	1,38
Eyüp	127	2,79
Fatih-1	67	1,47
Fatih-2	47	1,03
Gaziosmanpaşa	159	3,49
Güngören	89	1,95
Kadıköy-1	133	2,92
Kadıköy-2	42	0,92
Kağıthane-1	66	1,45
Kağıthane-2	171	3,75
Kartal	142	3,12
Küçükçekmece-1	42	0,92
Küçükçekmece-2	132	2,90
Maltepe	156	3,42
Pendik	73	1,60
Sancaktepe	101	2,22
Sarıyer	128	2,81
Silivri	44	0,97
Sultanbeyli	126	2,77
Sultangazi	108	2,37
Şile	22	0,48
Şişli-1	77	1,69
Şişli-2	47	1,03
Tuzla	138	3,03
Ümraniye-1	86	1,89
Ümraniye-2	52	1,14
Üsküdar	145	3,18
Zeytinburnu	112	2,46
TOPLAM	4.555	100

### 3.2. Araştırma Bulguları

Bu bölümde araştırma sonuçları öncelikle demografi yapı açısından incelenecek, sonrasında konut ve sosyal yaşam demografisi, ekonomik yapı ve talep potansiyeli, tüketim eğilimleri ve alışkanlıkları, sektör yoğunluğu ve ihtiyacı başlıkları altında analiz edilecektir.

### 3.2.1. Demografik Yapı

Araştırmanın demografik yapısı incelendiğinde, görüşülen hanehalkı reislerinin %82,3'ünün erkek, %17,7'sinin ise kadın olduğu gözlenmektedir. Saha araştırmasının, hanehalkı düzeyinde yürütülmesi nedeniyle, görüşmelerin büyük bir çoğunluğunun erkek olması beklenen bir sonuçtur. Yaş dağılımı açısından, 25-34 ve 35-44 yaş aralığı en fazla yoğunlaşmanın gözlemlendiği gruplardır. Bu bağlamda 25-44 yaş grubu, araştırmaya katılanların toplam %63'ünü oluşturmaktadır. Ortalama hane halkı reisi yaşı 40'tır. Ortalama değerlere göre hane halkı reisinin yaşının en yaşlı olduğu ilçeler Şile, Silivri ve Eyüp, en genç yaşta ilçe Fatih-1 ve Ümraniye-1'dir.

Eğitim grupları açısından incelendiğinde, %40,6 oran ile lise mezunu hane reislerinin en yüksek paya sahip oldukları gözlenmektedir. Lise altı mezuniyet oranı %31,8 iken; üniversite mezunu olanların oranı %27,6'dır.

Tablo 4: Demografik Yapı - Cinsiyet

Cinsiyet	Sayı	%
Erkek	3747	82,3
Kadın	808	17,7

Tablo 5: Demografik Yapı - Yaş

Yaş	Sayı	%
18-24	277	6,1
25-34	1.454	31,9
35-44	1.418	31,1
45-54	831	18,2
55+	575	12,6
Ort. Yaş	40	

Tablo 6: Demografik Yapı - Eğitim

Eğitim	Sayı	%
Okur-yazar değil	46	1
Okur-yazar	77	1,7
İlkokul	870	19,1
Ortaokul/İlköğretim	454	10
Lise	1.850	40,6
Üniversite	1.188	26,1
Yüksek lisans, doktora	70	1,5

Tablo 7: Demografik Yapı - Meslek

Meslek	Sayı	%
Nitelik Gerektiren İşlerde Çalışanlar	998	21,9
Hizmet ve Satış Elemanları	694	15,2
Emekli	577	12,7
Profesyonel Meslek Mensupları	575	12,6
Nitelik Gerektirmeyen İşlerde Çalışanlar	474	10,4
Büro ve Müşteri Hizmetleri	351	7,7
Kanun Yapıcılar, Üst Düzey Yöneticiler	137	3
Sanatkârlar ve İlgili İşlerde Çalışanlar	128	2,8
Yardımcı Profesyonel Meslek	125	2,7
Diğer	96	2,1
İşsiz	84	1,8
Tesis ve Makine Operatörleri ve Montajcıları	77	1,7
Ev hanımı	69	1,5
Öğrenci/çırak/stajyer	62	1,4
Diğer	32	0,7
Diğer/Cevap yok	32	0,7
Nitelikli Tarım, Hayvancılık vd.	25	0,5
Yaşlı, engelli veya çalışamaz halde	19	0,4

Tablo 8: Demografik Yapı - Gelir

Gelir	Sayı	%
1.000 TL veya daha az	403	8,8
1.001-1.500 TL	849	18,6
1.501-2.000 TL	1.185	26
2.001-2.500 TL	568	12,5
2.501-3.000 TL	521	11,4
3.001-3.500 TL	178	3,9
3.501-4.000 TL	276	6,1
4.001-5.000 TL	276	6,1
5.000 TL'den fazla	276	6,1
Cevap yok	23	0,5
Ort. Gelir	2.752 TL	

Tablo 9: Demografik Yapı - Hanehalkı Büyüklüğü

Hanehalkı Büyüklüğü	Sayı	%
1 kişi	290	6,4
2 kişi	1.543	33,9
3 kişi	1.336	29,3
4 kişi	898	19,7
5 kişi ve üzeri	488	10,7
Ortalama Hanehalkı sayısı	3	

Hane halkı reislerinin meslek dağılımına bakıldığında, %21,9 oranında nitelik gerektiren işlerde çalışanlar, %15,2 oranında hizmet ve satış elemanları ve %12,6 oranında profesyonel meslek mensuplarından oluşmaktadır. Katılımcıların %12,7'si ise emeklidir. Hane halkı geliri ortalama 2752 TL'dir. En yüksek hane geliri ortalamasına sahip ilçeler Ataşehir-1, Pendik ve Çatalca, en düşük hane geliri ortalamasına sahip ilçeler ise Eyüp, Bağcılar ve Ümraniye-2'dir. Araştırmaya katılanların ortalama hane büyüklüğü 3 kişidir. Yine ortalama değerlere göre en kalabalık ilçeler Sultanbeyli, Bağcılar ve Tuzla, en düşük ortalamaya sahip ilçe ise Adalar olarak tespit edilmiştir.

Tablo 10: Hanehalkı Üyeleri

<b>Hanehalkı reisi</b>	4.555	33,1
<b>Eşi</b>	3.655	26,6
<b>Oğlu/Kızı</b>	4.251	30,9
<b>Babası/Annesi/Kayınpederi /Kayınvalidesi</b>	641	4,7
<b>Kardeşi</b>	382	2,8
<b>Torunu</b>	55	0,4
<b>Diğer akrabası</b>	127	0,9
<b>Evde kalan hizmetli</b>	12	0,1
<b>Akraba olmayanlar/Arkadaş</b>	70	0,5
<b>TOPLAM</b>	13.750	100,0

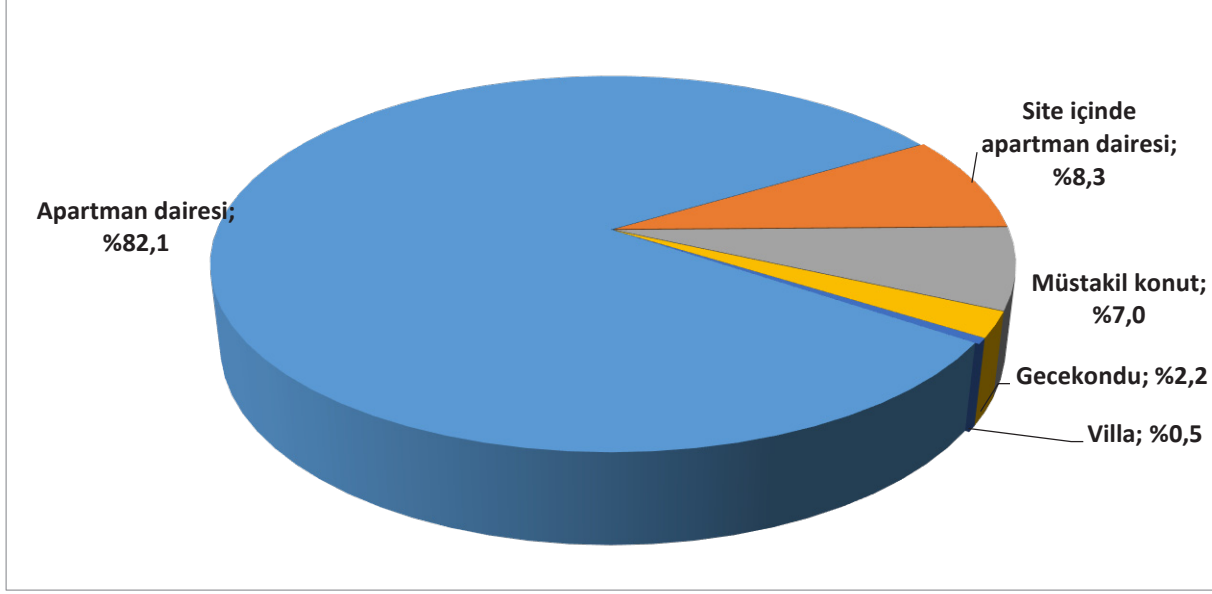
Araştırma hanehalkı anketi olarak yürütüldüğünden hanede yaşayan bireylere ilişkin bilgiler de derlenmiştir. Buna göre; hanede yaşayanlar açısından, erkekler %51,2; kadınlar ise %48,8 oranına sahiptir. Bu oran Türkiye ve İstanbul oranına oldukça yakındır. Öte yandan hanehalkı ortalama yaşı 32 olarak tespit edilmiştir ki; yine ülke ortalamasına yakın bir değer gözlenmiştir. Hanede yaşayanların %33,1'ini hane reisi, %30,9'unu çocuklar ve %26,6'sını ise eş oluşturmaktadır. Dolayısıyla çekirdek aile açısından incelendiğinde, hanelerin %90,6'sının bu tanımlamaya uygun olduğu anlaşılmaktadır.

### 3.2.2. Konut ve Sosyal Yaşam Demografisi

Araştırma kapsamında hanelerin konut ve sosyal yaşam demografisine ilişkin birtakım sorular yöneltilmiştir. Bu sorulardan ilki, oturlan konutun tipine ilişkindir. Katılımcılara aşağıdaki seçenekler sunulurken, konutları için hangisinin uygun olduğu sorulmuştur:

- *Apartman dairesi*
- *Site içinde apartman dairesi*
- *Müstakil konut*
- *Gecekondu*
- *Villa*
- *Diğer*

Grafik 4: Oturulan Konut Tipi



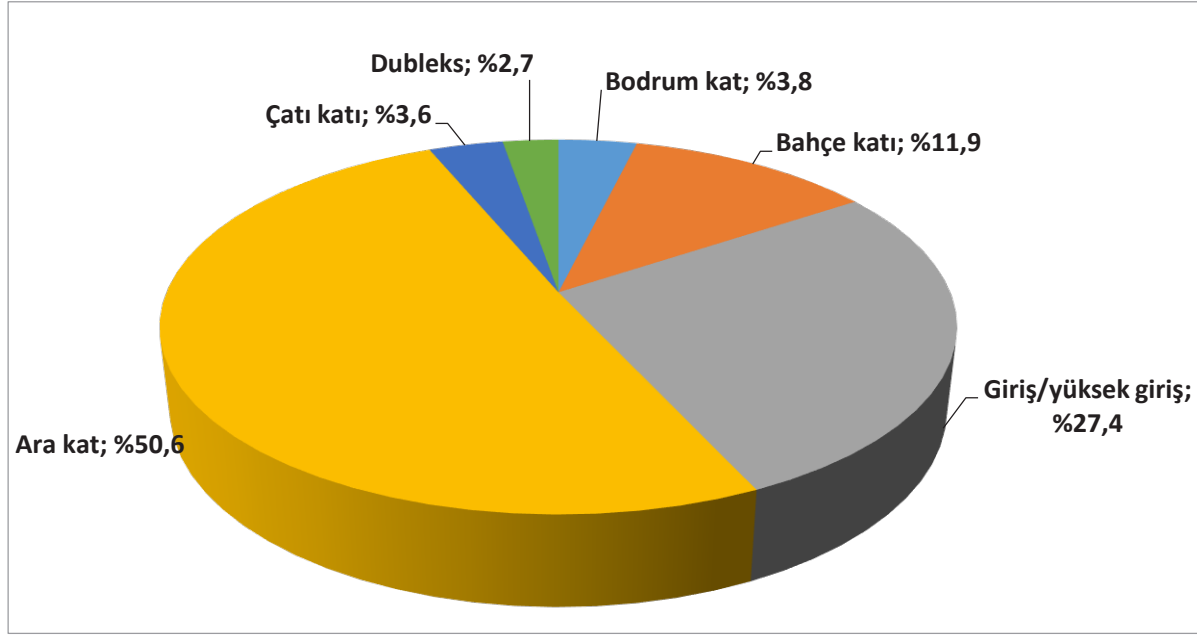
Genel olarak araştırmaya katılanların büyük çoğunluğu apartman dairesinde oturmaktadır. Site içinde apartman dairesinde oturma oranlarının en yüksek olduğu ilçeler, Başakşehir, Küçükçekmece-1 ve Ümraniye-1 ilçeleridir. Adalar ilçesinde oturanların %58,6'sı müstakil konutta oturmaktadır. Gecekondu oturma oranlarının ise yüksek olarak göze çarptığı ilçeler %13,5 ile Beykoz ve %12,7 ile Sultanbeyli'dir.

Büyük çoğunluğu apartmanlarda yaşayan katılımcılara; konutlarının kat durumu aşağıdaki seçeneklerle sorulmuştur:

- Bodrum kat
- Bahçe katı
- Giriş/yüksek giriş
- Ara kat
- Çatı katı
- Dupleks

Genel olarak görüşmeye katılanların yarısı ara katta oturduğunu belirtmiştir. Bodrum katta oturma oranı Ataşehir-2 ilçesinde biraz daha yüksek olarak görülmektedir. Bahçe katında oturma oranları Çekmeköy ve Üsküdar ilçelerinde tespit edilmiştir. Beyoğlu-1, Eyüp ve Beşiktaş-2 ilçelerinde %50 ve üzerinde oranda giriş/yüksek girişte oturulduğu dikkat çekmektedir. Çatı katında oturma oranının en yüksek olduğu ilçe (%14,5) Arnavutköy ve dupleks evde oturma oranının en yüksek olduğu ilçe Şile'dir.

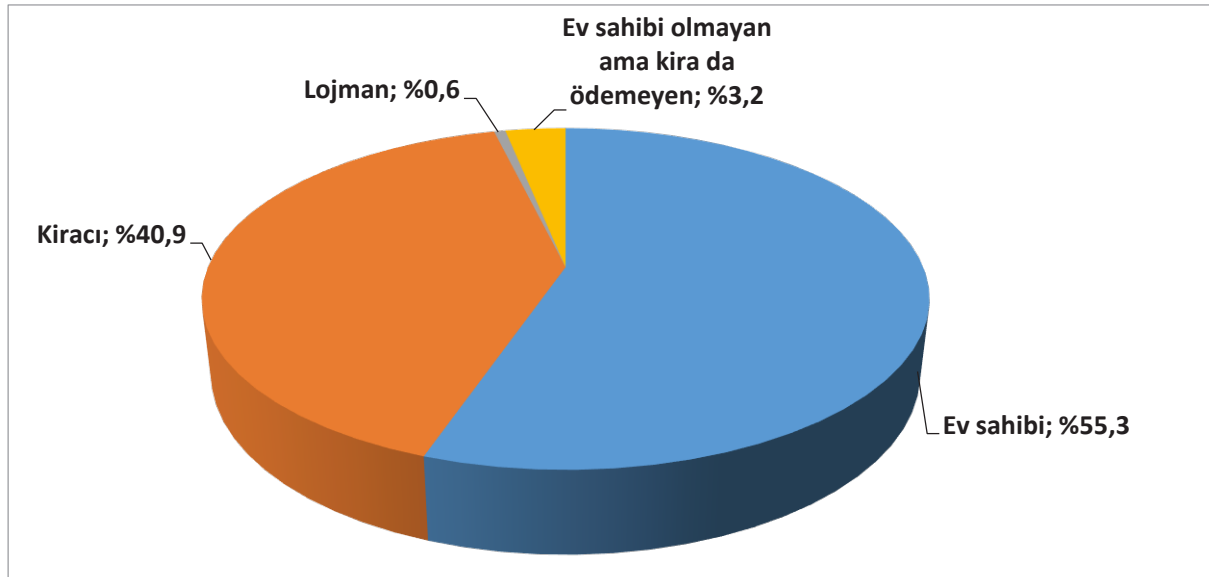
Grafik 5: Oturulan Konut Katı



Ankete katılanlardan, konutlarının mülkiyet durumunu aşağıdaki seçenekler arasında belirtmeleri istenmiştir:

- Ev sahibi
- Kiracı
- Lojman
- Ev sahibi olmayan ama kira da ödemeyen

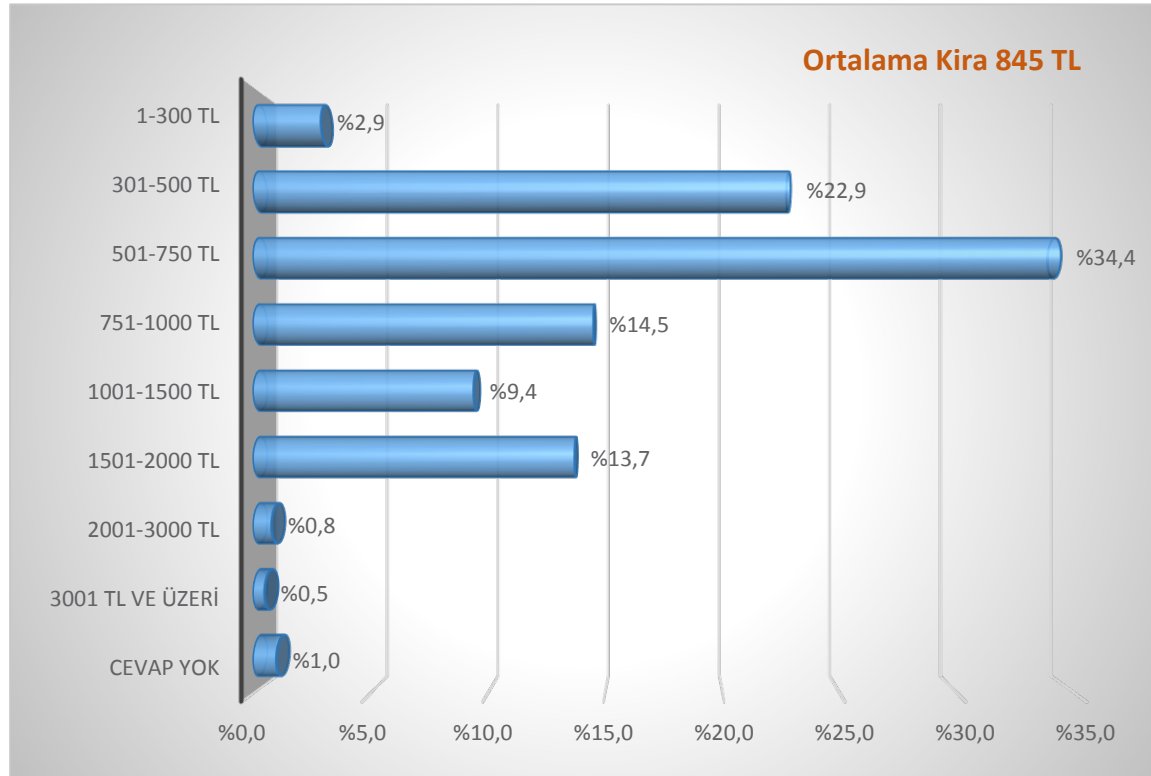
Grafik 6: Konut Mülkiyet Durumu



Ankete katılanların %55,3'ü ev sahibi, %40,9'u ise kiracı olduğunu belirtmiştir. %80-90 aralığında oranlarla en yüksek ev sahibi olma oranları Adalar ve Beyoğlu-1 ilçelerinde görülmektedir. Kiracı olma durumunda ise en yüksek oranlara sahip ilk üç ilçe sırası ile Çekmeköy, Güngören ve Ümraniye-2 ilçeleridir. En çok lojmanda oturma oranları %8-9 dolaylarında Çatalca ve Pendik ilçelerindedir. Ev sahibi olmayıp kira vermeme durumu ise en yüksek oranda %18,2 ile Şile ilçesindedir.

Araştırmaya katılanlar arasında oturduğu konut için kira ödeyenlere, aylık ödedikleri kira tutarı TL cinsinden sorulmuştur. Buna göre kiracı olanların ortalama ödedikleri kira tutarı 845 TL olarak saptanmıştır. Yüzdesele anlamda ağırlık ise 501-750 TL aralığında görülmektedir. Ortalama kira miktarları göz önünde bulundurulduğunda en yüksek kira ödenen ilk üç ilçe sırası ile Çekmeköy, Beylikdüzü ve Beşiktaş-2, en düşük kira ödenen üç ilçe ise yine sırasıyla, Beyoğlu-1, Şile ve Sultanbeyli ilçeleridir.

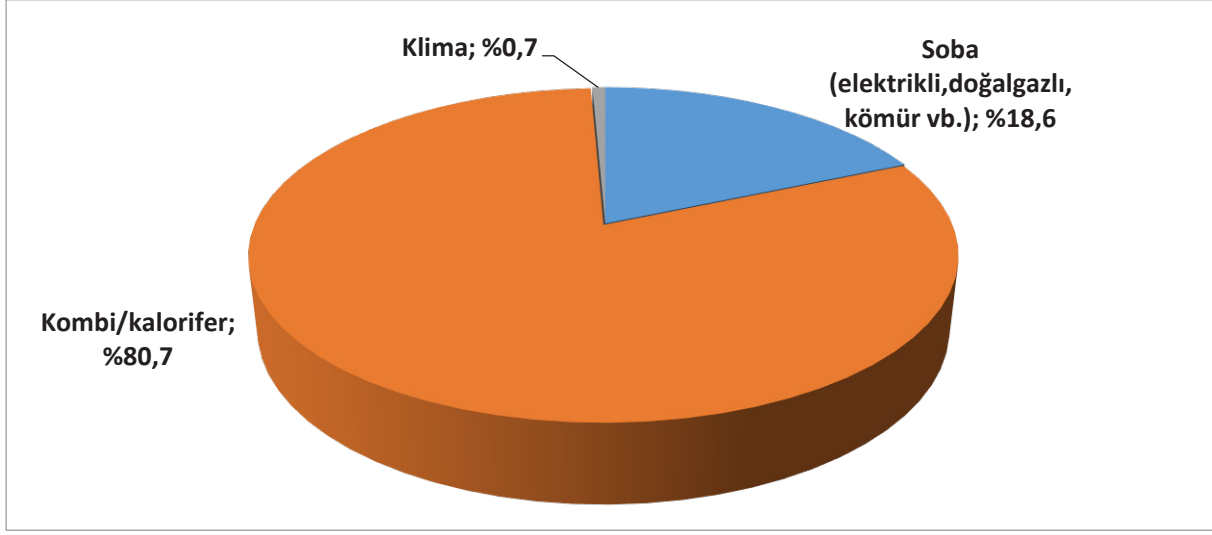
Grafik 7: Konut İçin Ödenen Kira Tutarı



Katılımcılara, konutlarının ısınma türleri aşağıdaki seçeneklerle sorulmuştur:

- Soba (elektrikli, doğalgazlı, kömür vb.)
- Kombi / kalorifer
- Klima
- Diğer

Grafik 8: Oturulan Konutun Isıtma Sistemi



Konutun ısıtma sistemi sorgulandığında çoğunlukla kombi/kalorifer ile ısındığı görülmektedir. Öyle ki, katılımcıların %80,7'si bu soruda kombi ya da kalorifer tercihini seçmişlerdir. Soba kullanımının en yüksek olduğu ilçe Küçükçekmece-1'dir. Kombi/kalorifer ile ısınmanın en yüksek olduğu ilçeler Şile, Şişli-1 ve Esenyurt-2 olarak tespit edilmiştir. Klima ile ısınmada %6,8 ile Pendik ve %4,5 ile Beykoz ilçelerinin en yüksek oranlara sahip oldukları belirlenmiştir.

Katılımcılara, konutlarında salon dâhil kaç oda olduğu sorusu yöneltilmiştir. Genel olarak bakıldığında ortalama oda sayısı 3'tür. Görüşmeye katılanların yaklaşık %55'i 3 odalı bir evde ikamet ettiğini belirtmiştir. Yaklaşık ¼'lük kesim ise 4 oda ve daha fazla odalı bir evde oturmaktadır. Ortalamanın en yüksek olduğu ilçeler 3,6 oda ile Adalar, Kadıköy-2 ve Sancaktepe iken en düşük ortalama sahip ilçe 2,5 oda ile Sultangazi ilçesidir.

Araştırmaya katılanlara "Oturduğunuz konutla ilgili herhangi bir sorun yaşıyor musunuz? Sorun yaşıyorsanız ne tip sorunlar yaşadığınızı madde madde belirtir misiniz?" sorusu yöneltilmiş ve herhangi bir seçenek sunulmadan açık uçlu olarak yanıtlamaları istenmiştir.

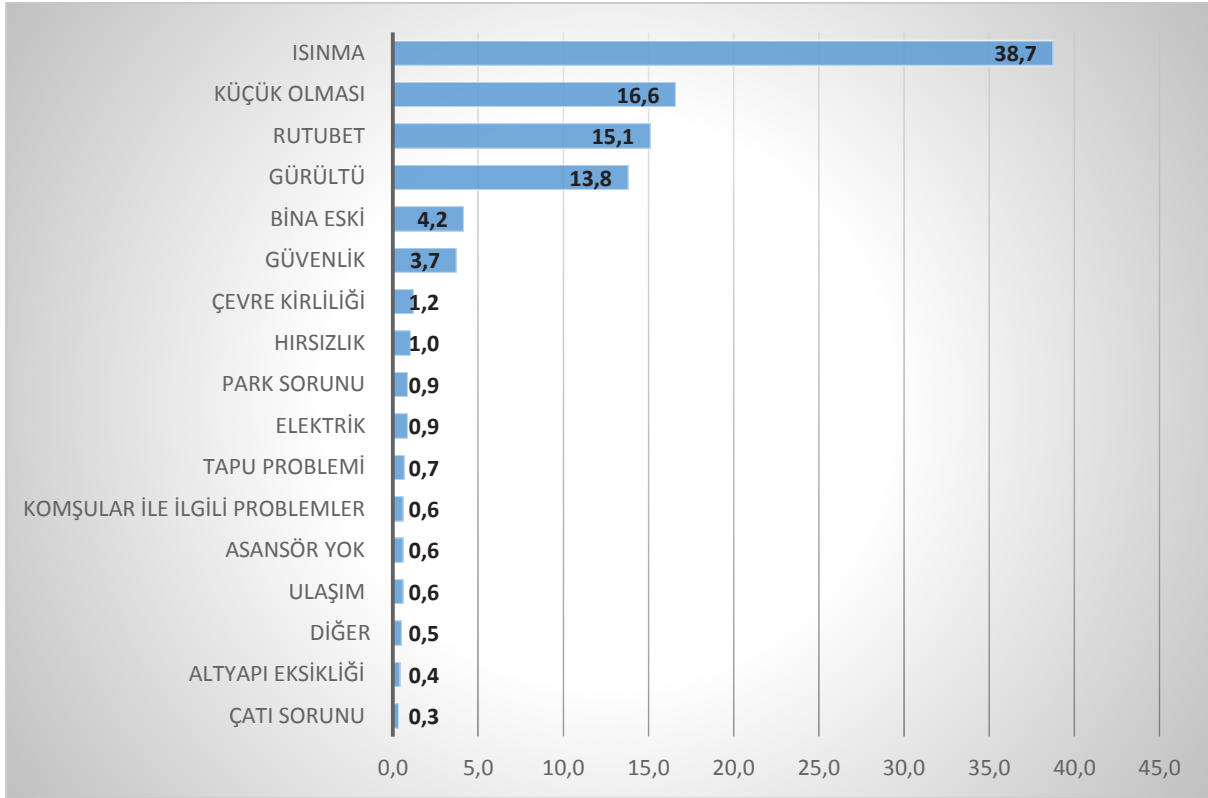
Genel olarak bakıldığında deneklerin büyük çoğunluğunun (%76,6) konutu ile ilgili bir sorun yaşamadığı belirlenmiştir. Konutlarında sorun yaşadığını ifade edenlerin verdiği yanıtlar şu şekilde gruplandırılmıştır:

- Isınma
- Küçük olması
- Rutubet
- Gürültü
- Bina eski
- Güvenlik
- Çevre Kirliliği
- Hırsızlık
- Elektrik



- Park Sorunu
- Tapu problemi
- Ulaşım
- Asansör Yok
- Komşular ile ilgili problemler
- Diğer
- Altyapı eksikliği
- Çatı sorunu

Grafik 9: Konut ile İlgili Sorunlar



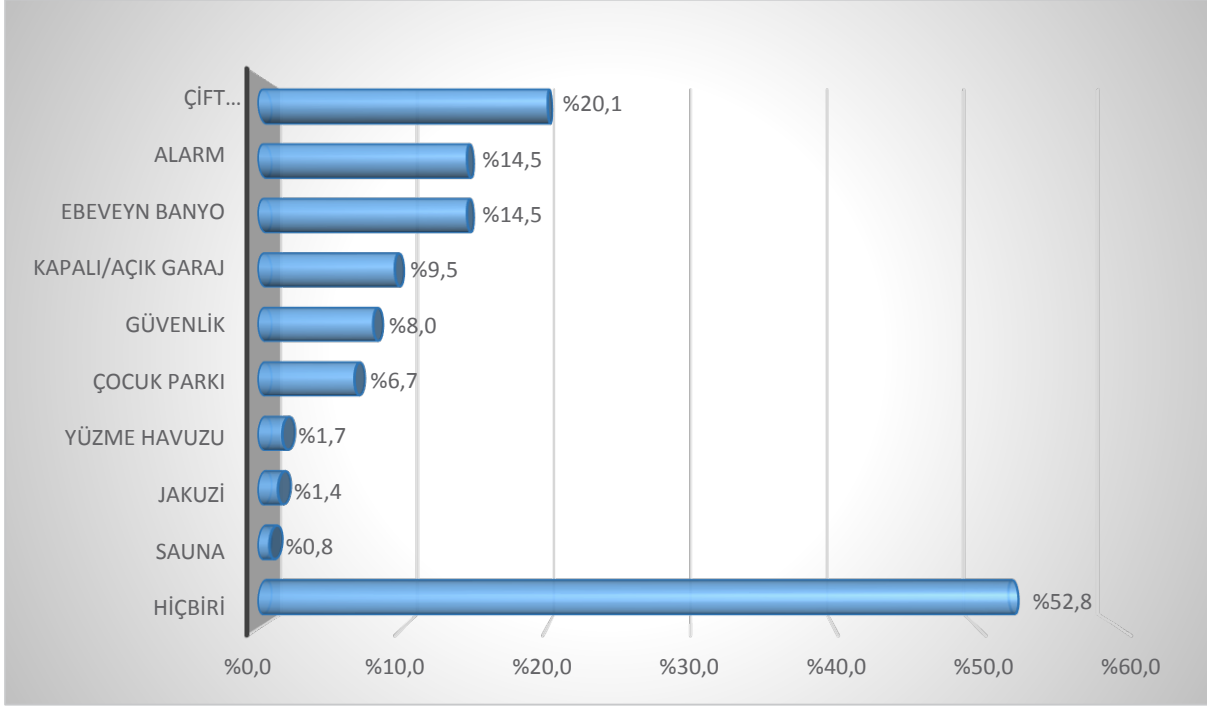
Tespit edilen sorunların başında ısınma, evin küçük olması, rutubet ve gürültü gelmektedir. Isınma sorununun en çok görüldüğü ilçeler Çekmeköy ve Eyüp, hanenin küçük olmasının sorun olarak en çok belirtildiği ilçeler Çekmeköy ve Küçükçekmece-1, rutubet sorununun en çok belirtildiği ilçeler Pendik ve Beykoz, gürültü sorununun en çok belirtildiği ilçeler Pendik ve Zeytinburnu'dur. Konutu ile ilgili herhangi bir sorun yaşamayanların en yüksek oranlarda temsil edildiği ilçeler ise Ümraniye-2 ve Sancaktepe ilçeleridir.

Katılımcılara oturdukları konutta/sitede aşağıdaki kolaylıklardan hangisine/hangilerine sahip oldukları sorulmuştur:

- Sauna
- Jakuzi
- Ebeveyn banyo
- Çift tuvalet/banyo
- Kapalı/açık garaj

- Yüzme havuzu
- Çocuk parkı
- Güvenlik
- Alarm

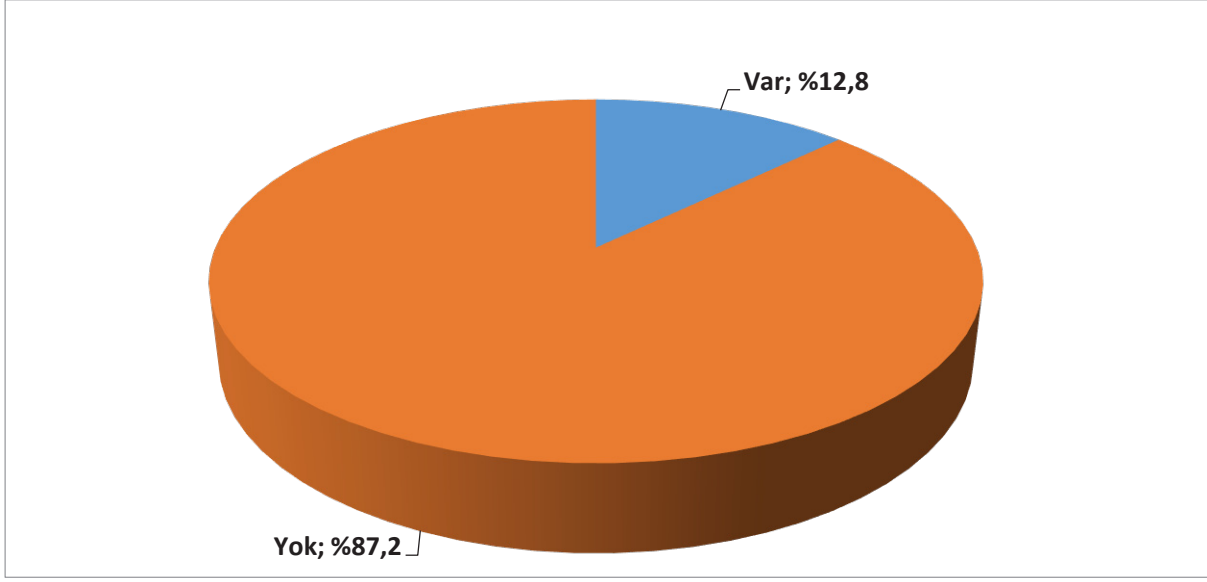
Grafik 10: Konutta Mevcut Kolaylıklar



Araştırmanın dikkat çekici bir sonucu olarak katılımcıların %52,8'inin oturdukları konutta saydığımız kolaylıklardan hiçbirine sahip olmadıkları gözlenmiştir. Mevcut kolaylıklara sahip olunma açısından çift tuvalet/banyo ilk sırada yer alırken, alarm ve ebeveyn banyo en yüksek oranla belirtilmiştir. Çift tuvalet/banyoya en çok sahip olunan konutların Bahçelievler-2, Avcılar ve Çatalca ilçelerinde oldukları görülmektedir. Alarm sahipliği en yüksek ilçe Pendik, ebeveyn banyo sahipliği en yüksek ilçe ise Başakşehir olarak tespit edilmiştir.

Ankete katılanlara; "İkamet ettiğiniz bu konuttan başka oturduğunuz ikinci bir konut (yazlık, kışlık, normal konut vb.) var mı?" sorusu yöneltilmiştir. Alınan yanıtlara göre; oturulan konut haricinde ikinci bir konuta sahip olma oranı %12,8'dir. İkinci bir konut sahipliğinin en yüksek olduğu ilçeler %40'ın üzerinde oranlarla Beyoğlu-1 ve Beşiktaş-2 ilçeleri, en düşük olduğu ilçeler ise Ümraniye-2, Sultangazi ve Çekmeköy'dür.

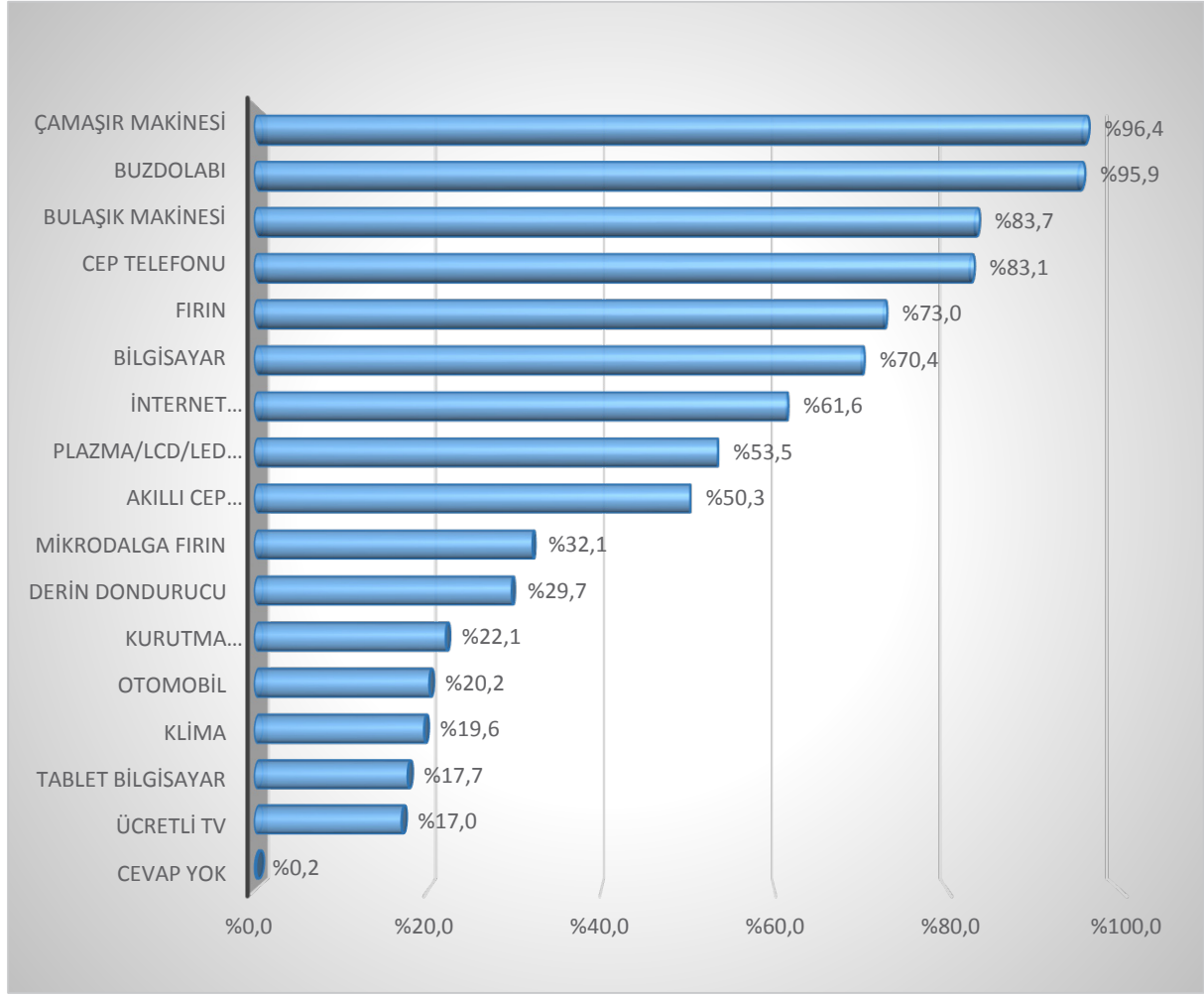
Grafik 11: Oturulan Konut Haricinde İkinci Konut Sahipliği



Araştırmaya katılanlara; haneleri ve hane halkı fertleri düşünüldüğünde aşağıdaki ürünlerden hangilerine sahip oldukları sorulmuştur:

- Cep telefonu
- Akıllı cep telefonu
- Bilgisayar
- İnternet aboneliği
- Plazma/Lcd/Led TV
- Derin dondurucu
- Mikrodalga fırın
- Klima
- Otomobil
- Buzdolabı
- Çamaşır makinesi
- Bulaşık makinesi
- Ücretli TV Yayını
- Fırın
- Tablet bilgisayar
- Kurutma makinesi

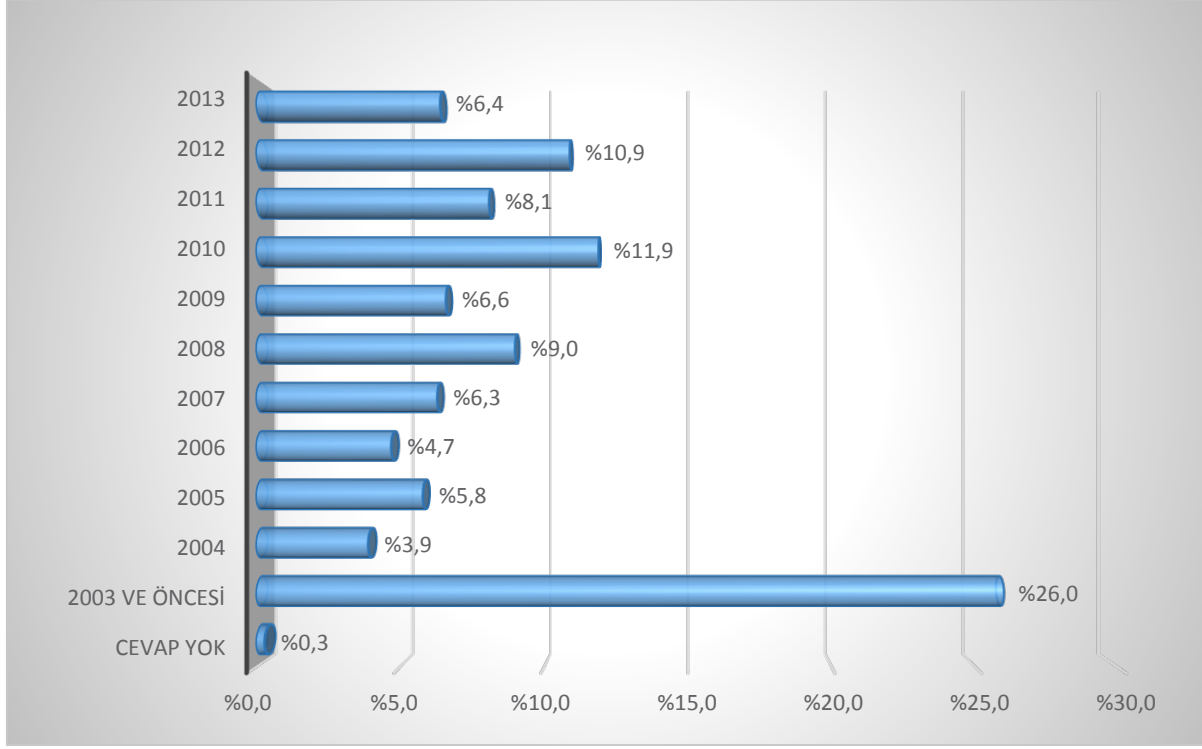
Grafik 12: Hanede Sahip Olunanlar



Eşya sahipliğinde ilk sırada çamaşır makinesi gelmektedir, daha sonra sırası ile buzdolabı, bulaşık makinesi ve cep telefonu gelmektedir. En az sahip olma oranı ise ücretli TV yayını ve tablet bilgisayardır. Çamaşır makinesi ve buzdolabına sahip olma oranının en düşük olduğu ilçe Pendik olarak dikkat çekmektedir. Bulaşık makinesine sahip olma oranının en düşük olduğu ilçeler yakın oranlarla Bağcılar ve Beyoğlu-2 ilçeleri; cep telefonuna sahip olma oranının en düşük olduğu ilçe ise Güngören'dir. Bunların yanı sıra otomobil sahipliği oranı genelde %20,2 olarak tespit edilmiş olup, en yüksek oranlarda otomobil sahipliği olan ilçeler ise (%38-43 aralığında) Esenyurt-2 ve Güngören olarak tespit edilmiştir. Öte yandan katılımcıların %50,3'ünde akıllı cep telefonu bulunması dikkat çekici bir göstergedir.

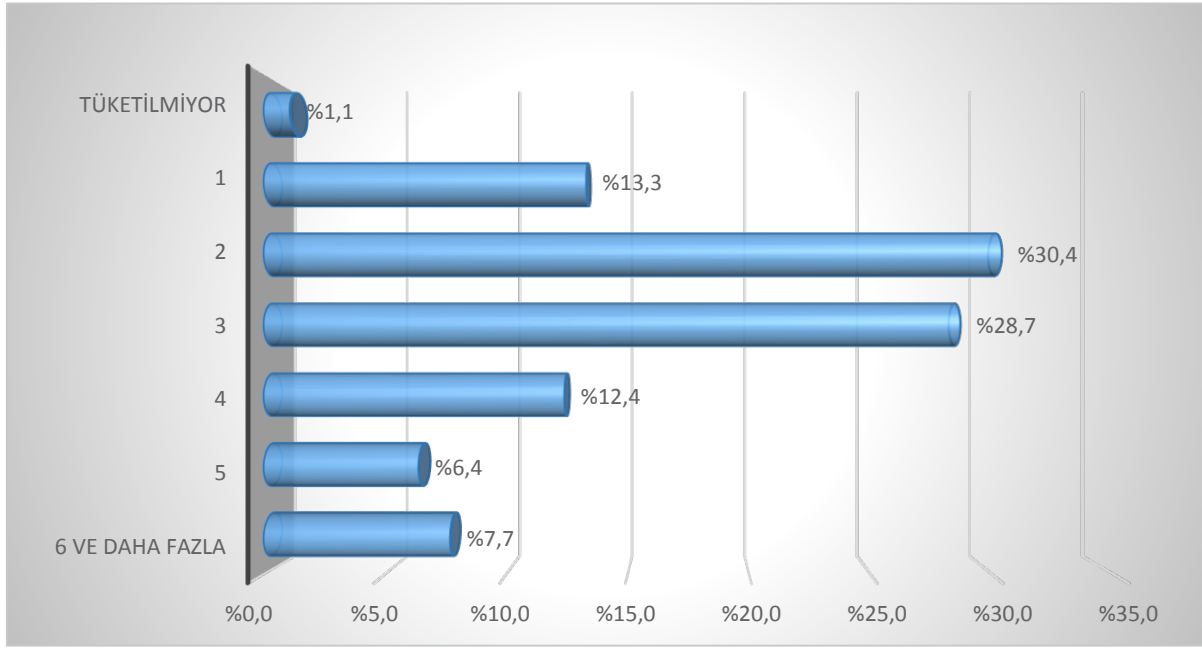
Araştırmaya katılanlar arasında otomobil sahiplerine, otomobillerinin model yılı sorulmuştur. Buna göre, otomobil sahiplerinin ortalama 2006 model otomobile sahip oldukları görülmektedir. %26'lık kesim 2003 ve öncesi model yılına ait otomobile sahip olduğunu belirtirken, 2010 model otomobil sahiplerinin oranı %11,9 ve 2012 model otomobil sahiplerinin oranı %10,9'dur. Yine ortalama değerler göz önüne alındığında, en yüksek model sahipliği Bakırköy ve Ataşehir-1 ilçelerinde, en düşük model sahipliği ise Küçükçekmece-1 ve Ümraniye-2 ilçelerinde tespit edilmiştir.

Grafik 13: Sahip Olunan Otomobil Model Yılı



Araştırmanın yapıldığı hanelerde, günlük ekmek tüketiminin ne kadar olduğu sorulmuştur. Hanede tüketilen ortalama ekmek tüketimi sorusuna verilen cevaplar, hane büyüklüğü ile orantılı olmakla beraber; genel olarak bakıldığında günlük ortalama tüketilen ekmek adedi hane düzeyinde 3 ekmek olarak tespit edilmiştir.

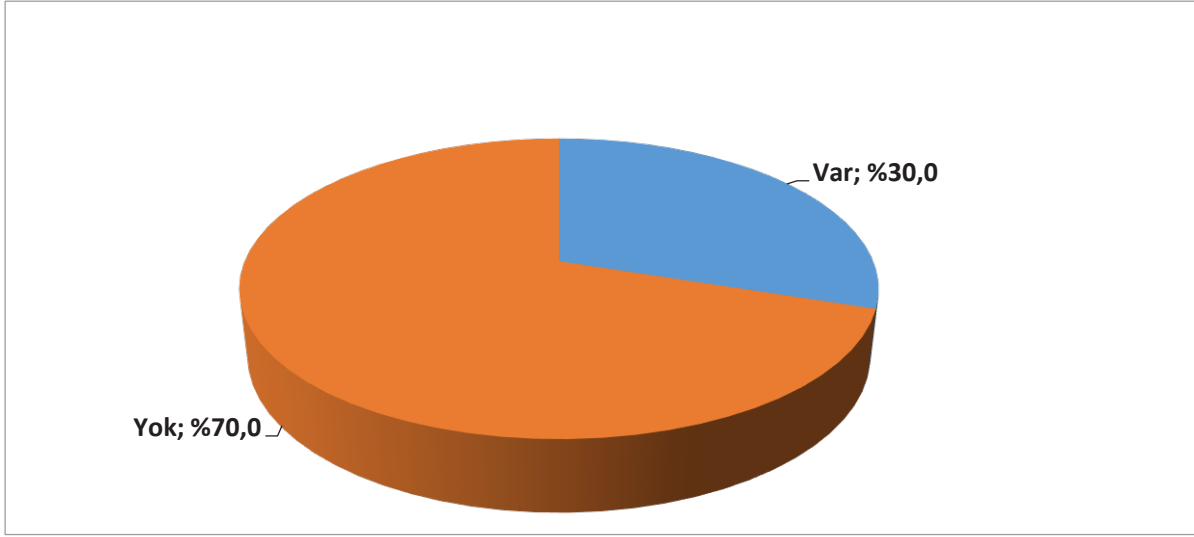
Grafik 14: Hanede Günlük Tüketilen Ortalama Ekmek Adedi



Yine ortalama değerler göz önünde bulundurulduğunda, en çok ekmek tüketilen ilçeler sırası ile Bağcılar, Avcılar ve Sultanbeyli, en az ekmek tüketilen ilçeler ise Beşiktaş-1, Adalar ve Çatalca'dır. Araştırmanın yapıldığı haneler arasında %1,1'lik kesim ise ekmek tüketmediğini ifade etmiştir.

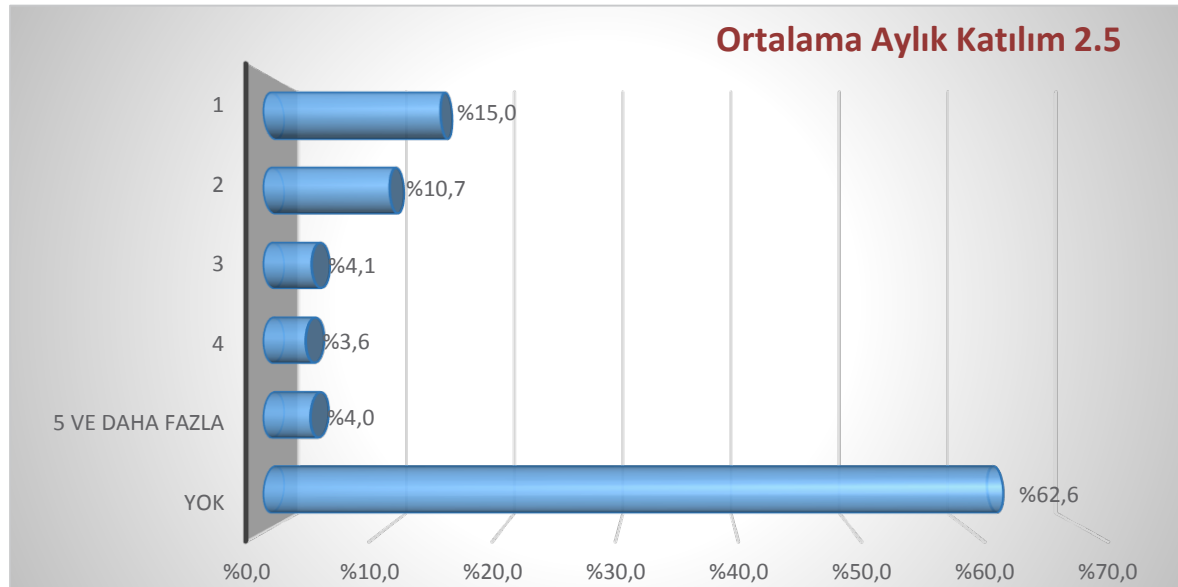
Araştırmaya katılanlara, günlük gazete satın alma alışkanlıklarının olup olmadığı sorulmuştur. Alınan yanıtlara göre, günlük gazete satın alma oranı %30'dur. Günlük gazete satın alma alışkanlığı oranı en yüksek ilçe Beşiktaş-2 (%68) olarak dikkat çekmektedir, daha sonra %48-49 aralığında oranlarla Beyoğlu-1 ve Üsküdar ilçeleri gelmektedir. Günlük gazete alımında en düşük oranlar ise Sultangazi, Beyoğlu-2 ve Büyükçekmece ilçelerinde görülmektedir.

Grafik 15: Hanede Günlük Gazete Satın Alma Alışkanlığı



Katılımcılara "Hanenizde sizde dâhil olmak üzere sinema, tiyatro, spor müsabakası vb. yerlere gitme alışkanlığı olan fert var mı? Varsa ayda toplam kaç defa?" sorusu yöneltilmiştir.

Grafik 16: Hanede Sosyal Aktivitelere Katılan Fert Olma Durumu ve Katılım Sıklığı



Alınan yanıtlara göre katılımcıların %62,6'sı hanelerinde sosyal aktiviteye katılımın olmadığını belirtmiştir. Sosyal aktiviteye katılımın olduğu hanelerde ise sosyal aktivite sıklığı ortalama olarak aylık 2,5 olarak saptanmıştır.

Sosyal aktivitelere katılım sıklığı en yüksek ilçeler Beşiktaş-2 ve Sarıyer, en düşük ilçeler Çekmeköy ve Adalar'dır. Sosyal aktivitelere en az katılımın olduğu ilçeler ise Sultangazi ve Bağcılar'dır.

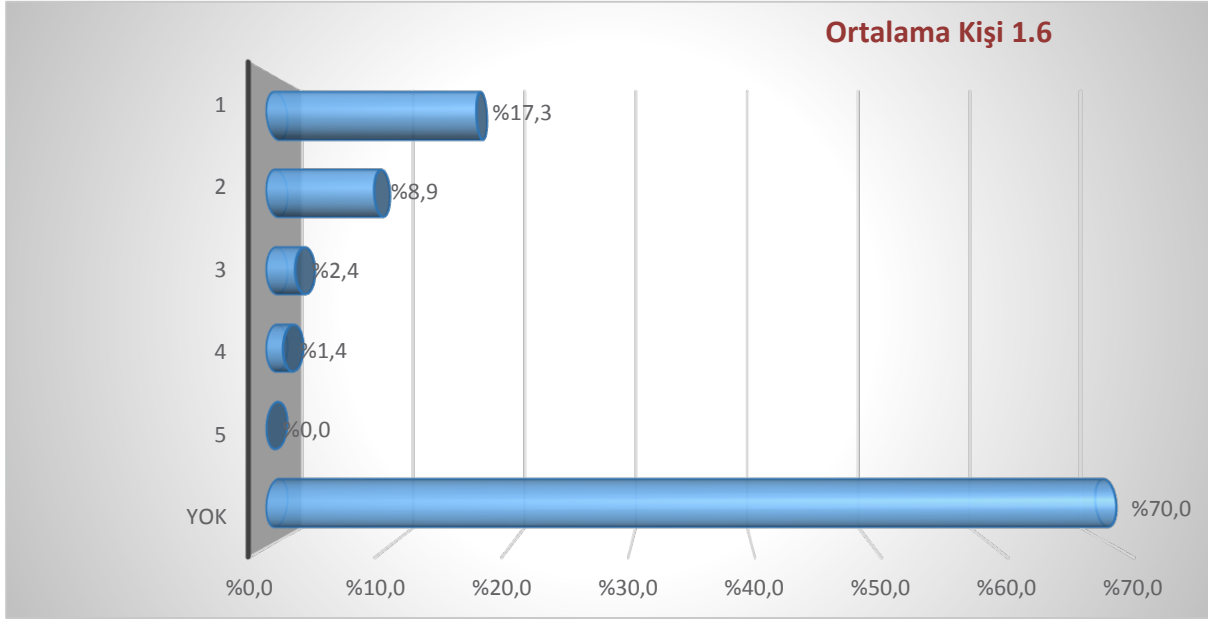
### 3.2.3. Ekonomik Yapı ve Talep Potansiyeli

Hanelerin ekonomik yapılarını ve talep potansiyellerini tespit edebilmek için aşağıdaki sorular yöneltilmiş, alınan yanıtlar doğrultusunda analizler gerçekleştirilmiştir:

- *Hane halkında sizde dâhil hayat sigortası veya bireysel emeklilik primi ödeyen fert var mı? Varsa kaç kişi?*
- *Hanenizde internet kanalıyla alış-veriş yapma alışkanlığı var mı?*
- *Ev ve hane halkı ile ilgili hanenizde, bakım ve hizmet işlerinde ücretli veya yevmiyeli kişi çalıştırıyor musunuz?*
- *Hanenizdeki fertlerden siz dâhil herhangi biri tatil amaçlı olarak yurtdışına hiç gitti mi?*
- *Hanenizin yaşamını aşağıdaki düzeylerde devam ettirebilmek için aylık geliriniz kaç TL olmalıdır?*
- *İstenildiği veya ihtiyaç duyulduğu zaman tüm hane halkı fertleri evden uzakta bir haftalık tatile gidebilir misiniz? (ücret ödeyerek tatil köyü, otel, pansiyon vb.)*
- *İstenildiği veya ihtiyaç duyulduğu zaman haftada en az 3 gün et, tavuk ya da balık içeren yemek yiyebilir misiniz?*
- *İstenildiği veya ihtiyaç duyulduğu zaman mobilya, beyaz eşyalarınızı yenileyebilir misiniz?*
- *Ailenizle birlikte dışarıda bir yerde yemek yeme sıklığınız nedir?*

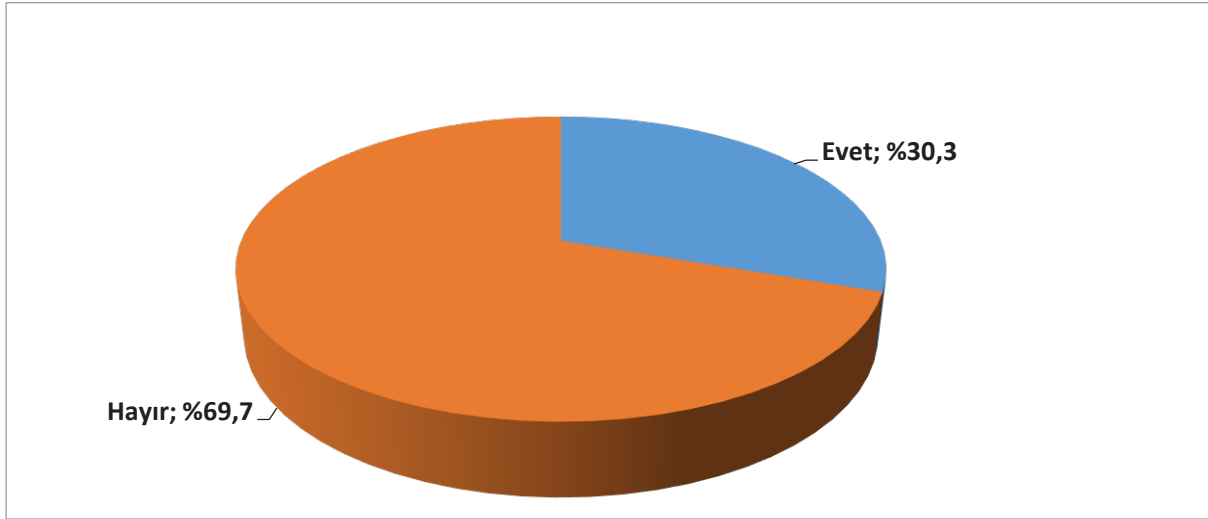
Araştırmaya katılanlara, “*Hane halkında sizde dâhil hayat sigortası veya bireysel emeklilik primi ödeyen fert var mı? Varsa kaç kişi?*” sorusu yöneltilmiştir. Buna göre görüşme yapılan hanelerin %70'inde özel sigorta primi ödeyen fert bulunmamaktadır. Hanede özel sigorta primi ödeyen fert ortalaması 1,6'dır. Ortalama rakamların en yüksek olduğu ilçeler Bağcılar, Zeytinburnu ve Bayrampaşa, en düşük olduğu ilçeler Çekmeköy, Bahçelievler-2 ve Arnavutköy'dür. Özel sigorta primi ödeme oranının en az olduğu ilçeler ise Eyüp ve Avcılar'dır.

Grafik 17: Handede Özel Sigorta Primi Ödeyen Kişi Sayısı



Araştırmaya katılanlara, hanelerinde internet kanalı ile alışveriş yapma alışkanlığının olup olmadığı sorulmuştur. Alınan yanıtlara göre, internet kanalı ile alışveriş yapma oranı %30,3'tür. İnternet kanalı ile alışveriş yapma oranı en yüksek ilçeler Küçükçekmece-1, Ümraniye-1 ve Çekmeköy, oranın en düşük olduğu ilçeler Bağcılar, Eyüp ve Kağıthane-1'dir.

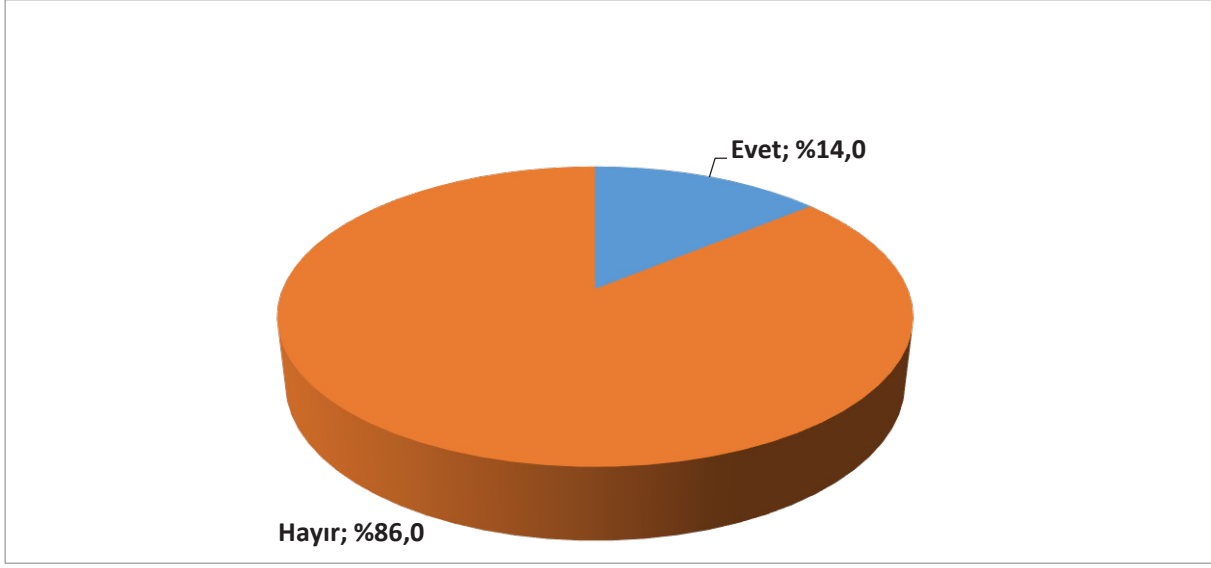
Grafik 18: Handede İnternet Kanalı İle Alışveriş Yapma Durumu



Katılımcılara "Ev ve hane halkı ile ilgili hanenizde, bakım ve hizmet işlerinde ücretli veya yevmiyeli kişi çalıştırıyor musunuz?" sorusu yöneltilmiştir. Buna göre, hanesinde hizmetli çalışanların oranı %14'tür. Handede hizmetli çalıştırma oranının en yüksek olduğu ilçeler Çekmeköy ve Ümraniye-1'dir. En düşük hizmetli çalıştırma oranları ise Beyoğlu-2, Bahçelievler-2 ve Bağcılar ilçelerindedir.



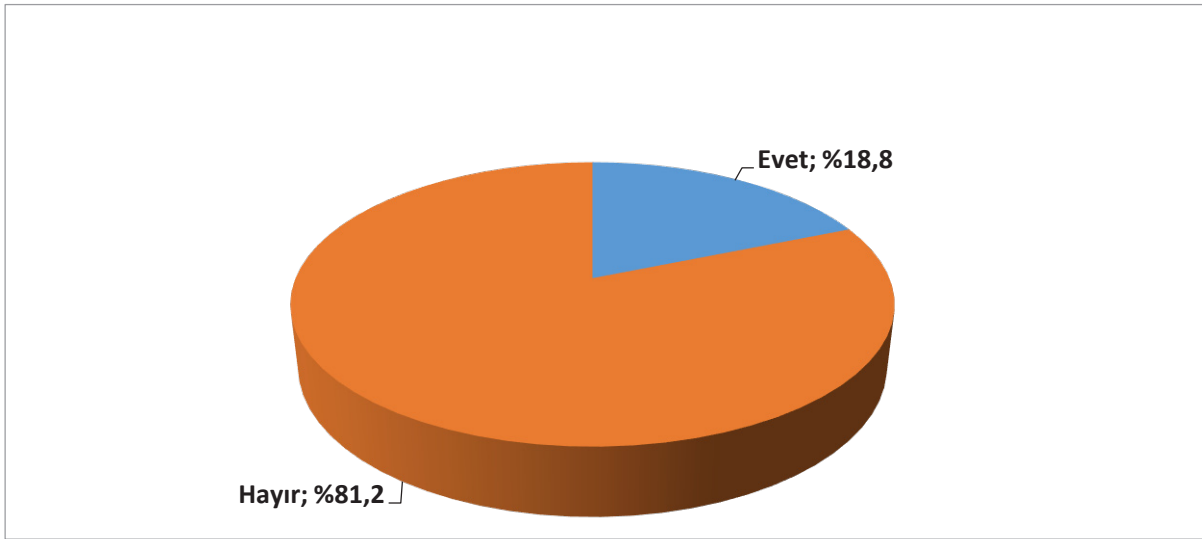
Grafik 19: Hanede Hizmetli Çalıştırma Durumu



Katılımcılara; “Hanenizdeki fertlerden siz dâhil herhangi biri tatil amaçlı olarak yurtdışına hiç gitti mi?” sorusu yöneltilmiştir.

Hane fertlerinin yurt dışına çıkmış olma durumlarına bakıldığında, araştırmaya katılan hanelerin %18,8’inde evet cevabı alınmıştır. Yurt dışına çıkma durumunun en yüksek olduğu ilçeler Çekmeköy, Beşiktaş-2 ve Küçükçekmece-1, oranın en düşük olduğu ilçeler Bağcılar, Esenler ve Sultangazi’dir.

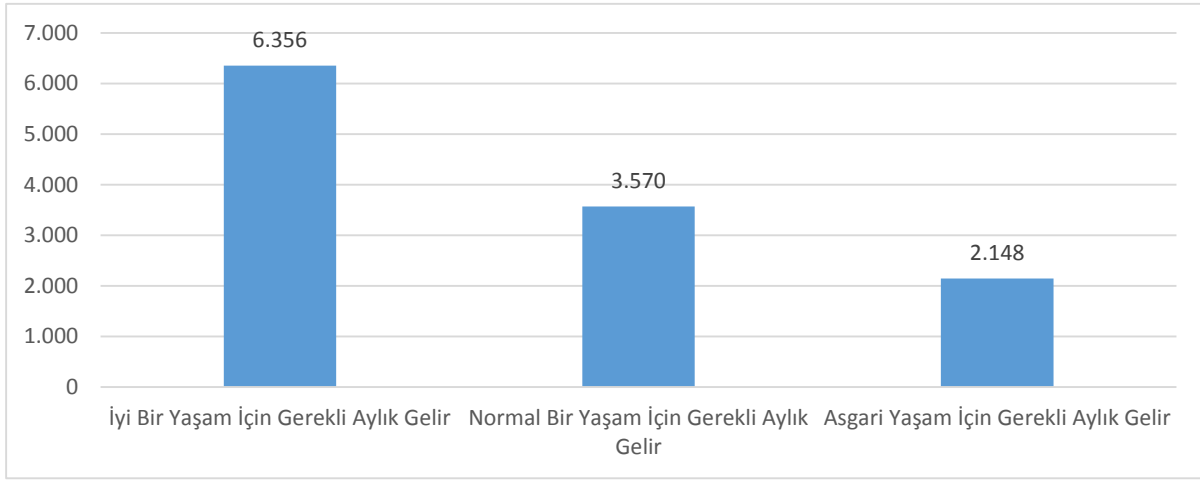
Grafik 20: Hanedeki Fertlerin Yurtdışına Çıkmış Olması Durumu



Katılımcılara, İstanbul'da yaşamının maliyeti üç aşamalı olarak sorulmuştur:

- Hanenizin yaşamını **asgari düzeyde** devam ettirebilmek için aylık geliriniz kaç TL olmalıdır?
- Hanenizin yaşamını **normal düzeyde** devam ettirebilmek için aylık geliriniz kaç TL olmalıdır?
- Hanenizin yaşamını **iyi düzeyde** devam ettirebilmek için aylık geliriniz kaç TL olmalıdır?

Grafik 21: İstanbul'da Yaşamın Maliyeti



Araştırmaya katılanların belirttikleri asgari düzeyde yaşam için gereken aylık gelir ortalama 2148 TL'dir. En yüksek ortalama değerler Küçükçekmece-1, Küçükçekmece-2 ve Ataşehir-2 ilçelerinde, En düşük ortalama değerler ise Fatih-1, Başakşehir ve Beşiktaş-2 ilçelerindedir.

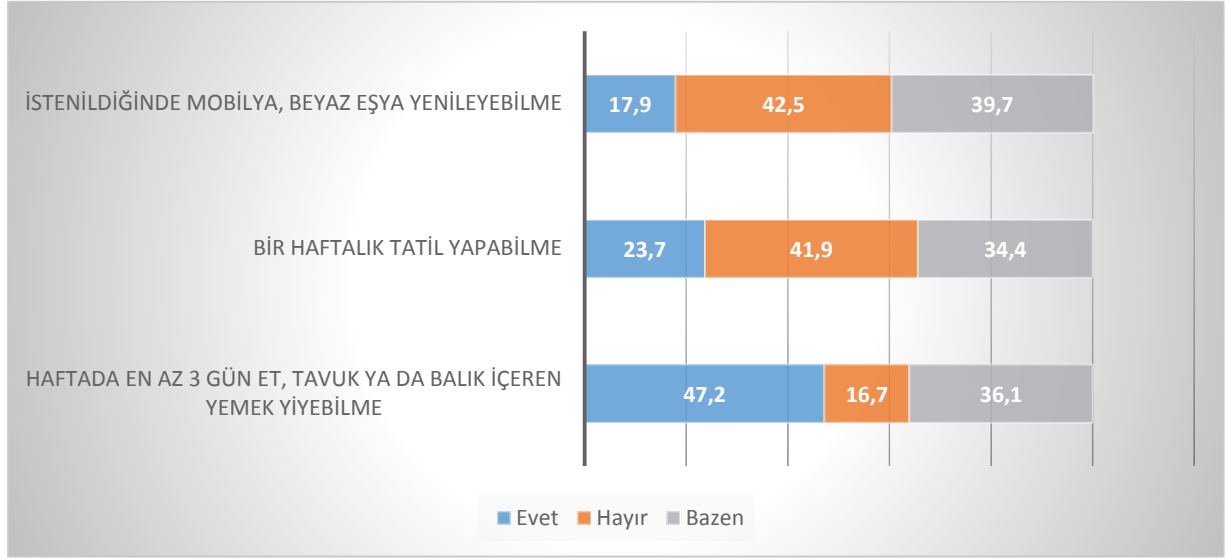
Araştırmaya katılanların belirttikleri normal düzeyde yaşam için gereken aylık gelir ortalama 3750 TL'dir. En yüksek ortalama değerler Küçükçekmece-1, Küçükçekmece-2 ve Ataşehir-1 ilçelerinde, En düşük ortalama değerler ise Çekmeköy, Beyoğlu-1 ve Sultangazi ilçelerindedir.

Araştırmaya katılanların belirttikleri iyi bir yaşam için gereken aylık gelir ortalama 6356 TL'dir. En yüksek ortalama değerler Şile, Küçükçekmece-1 ve Çatalca ilçelerinde, En düşük ortalama değerler ise Çekmeköy, Sultangazi ve Üsküdar ilçelerindedir.

Katılımcılara, aşağıdaki sorular yöneltilerek ekonomik durumlarına ilişkin bilgi edinilmiştir:

- İstenildiği veya ihtiyaç duyulduğu zaman tüm hane halkı fertleri evden uzakta bir haftalık tatile gidebilir misiniz? (ücret ödeyerek tatil köyü, otel, pansiyon vb.)
- İstenildiği veya ihtiyaç duyulduğu zaman haftada en az 3 gün et, tavuk ya da balık içeren yemek yiyebilir misiniz?
- İstenildiği veya ihtiyaç duyulduğu zaman mobilya, beyaz eşyalarınızı yenileyebilir misiniz?

Grafik 22: Ekonomik Durum



İstenildiğinde bir haftalık tatile çıkabilenlerin oranı %23,7'dir. Tatile çıkamayacağını belirtenlerin oranı %41,9 ve bazen şeklinde yanıt verenlerin oranı %34,4'tür. İstedğim zaman tatile çıkarım diyenlerin en yüksek oranda tespit edildiği ilçeler Ümraniye-1, Şişli-2 ve Beşiktaş-2; en düşük oranda görünen ilçeler ise Bağcılar, Çekmeköy ve Başakşehir'dir.

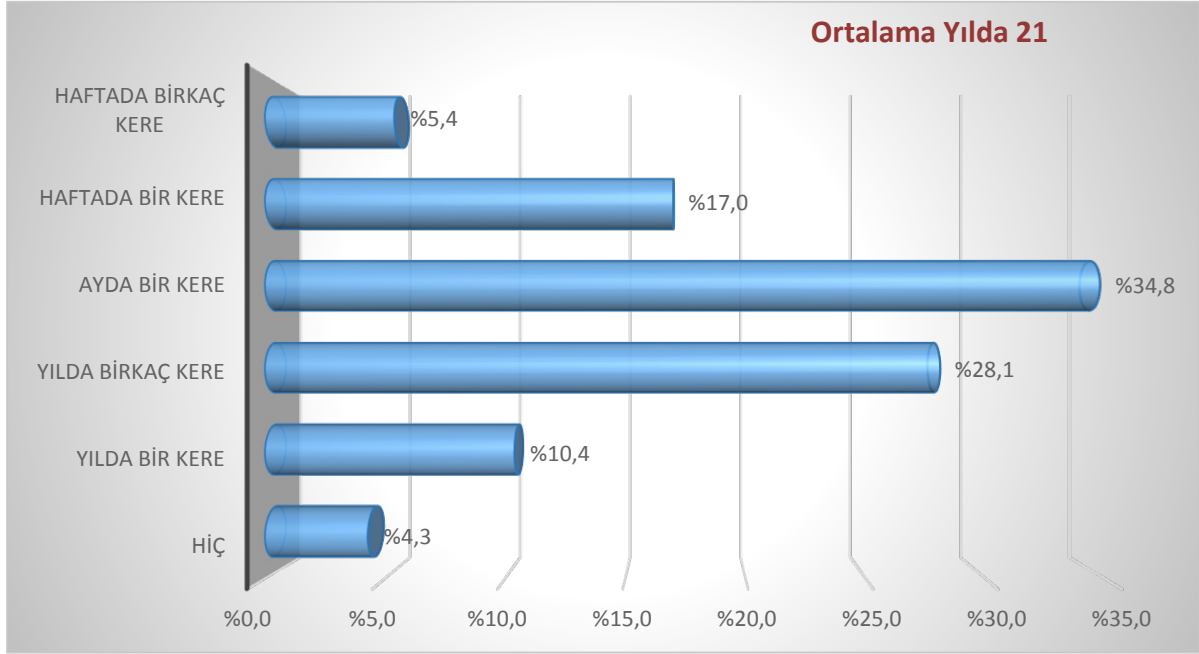
İstenildiğinde haftada en az 3 gün et, tavuk ya da balık yiyebilenlerin oranı %47,2'dir. Yiyemeyeceğini belirtenlerin oranı %16,7, bazen şeklinde yanıt verenlerin oranı %36,1'dir. İstedğim zaman haftada en az 3 gün et, tavuk ya da balık yiyebilirim diyenlerin en yüksek oranda tespit edildiği ilçeler Şişli-2, Kadıköy-2 ve Beyoğlu-1; en düşük oranda görünen ilçeler ise Çekmeköy, Bağcılar ve Üsküdar'dır.

İstenildiğinde mobilya, beyaz eşyalarını yenileyebilenlerin oranı %17,9'dur. Yenileyemediğini belirtenlerin oranı %42,5, bazen şeklinde yanıt verenlerin oranı %39,7'dir. İstedğim zaman mobilya, beyaz eşyalarımı yenileyebilirim diyenlerin en yüksek oranda tespit edildiği ilçeler Beşiktaş-2, Beyoğlu-1 ve Ümraniye-1; en düşük oranda görünen ilçeler ise Esenler, Bağcılar ve Güngören'dir.

Katılımcılara, aileleriyle birlikte dışarıda bir yerde yemek yeme sıklığı sorulmuş; aşağıdaki seçeneklere göre yanıtlamaları istenmiştir:

- Haftada birkaç kere
- Haftada bir kere
- Ayda bir kere
- Yılda birkaç kere
- Yılda bir kere
- Hiç

Grafik 23: Aile ile Birlikte Dışarıda Yemek Yeme Sıklığı



Ankete katılanlar ortalama olarak bir yılda 21 kez aileleri ile birlikte dışarıda yemek yiyebilmektedirler. En fazla ayda bir kere dışarıda yemek yeme sıklığı gözlenirken; dışarıda hiç yemek yiyemeyenlerin oranı %4,3'tür. Aile ile birlikte dışarıda yemek yeme oranı ortalamalara bakılarak en çok Beşiktaş-2, Şişli-2, Bayrampaşa ve Beyoğlu'nda; en az ise Silivri ve Bağcılar ilçelerinde gözlenmektedir.

### 3.2.4. Tüketim Eğilimleri ve Alışkanlıkları

Araştırmaya katılanların tüketim eğilimleri ve alışkanlıklarını tespit etmek üzere bir takım sorular yöneltilmiştir. Sorular yöneltilirken, yatırımcı anketinde olduğu gibi belirlenen sektörler üzerinden yanıtlar alınmıştır. Bu bağlamda katılımcılara aşağıdaki sorular; yine aşağıda belirtilen sektörler düzeyinde sorulmuştur:

- Aile fertleri olarak aşağıdaki sektörlerdeki harcama sıklığınızı belirtir misiniz?
- Alışverişlerinizi genellikle yaşadığınız bölgede mi, yoksa başka ilçe/bölgelerde mi yaparsınız?
- Aşağıdaki sektörlerdeki alışverişlerinizi genel olarak nerede yaparsınız?

Sektörler:

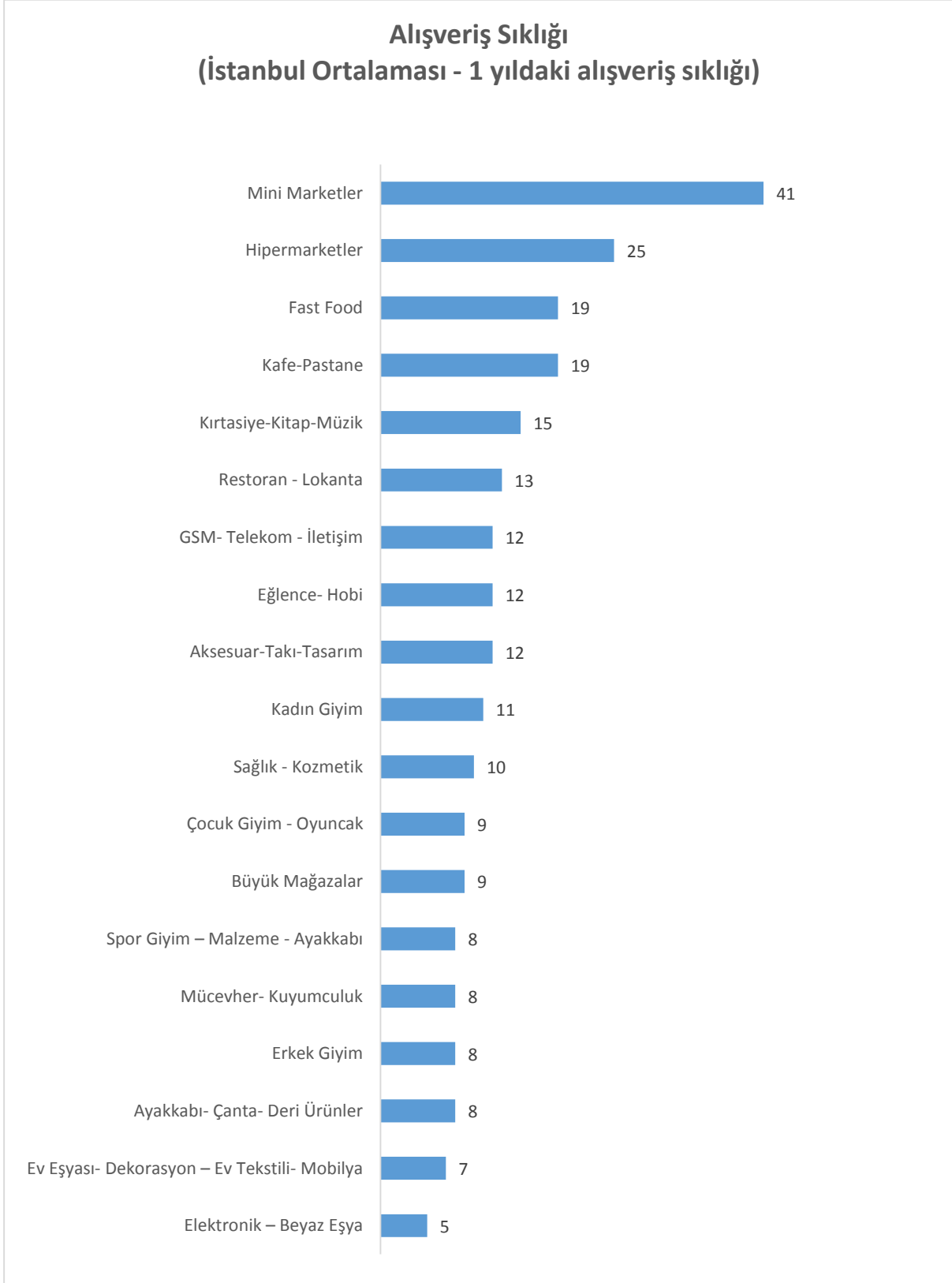
- Aksesuar - Takı - Tasarım
- Ayakkabı - Çanta - Deri Ürünleri
- Büyük Mağazalar
- Kafe - Pastane
- Çocuk Giyim - Oyuncak
- Eğlence - Hobi

- Elektronik - Beyaz Eşya
- Erkek Giyim
- Ev Eşyası - Dekorasyon - Ev Tekstili - Mobilya
- Fast Food
- Hipermarketler
- Kadın Giyim
- Kırtasiye - Kitap - Müzik
- Mini Marketler
- Mücevher - Kuyumculuk
- Restoran - Lokanta
- Sağlık - Kozmetik
- Spor Giyim - Malzeme - Ayakkabı
- GSM – Telekom-İletişim

Katılımcılara belirtilen 19 sektör düzeyinde, ne sıklıkta harcama yaptıkları aşağıdaki seçenekler sunularak sorulmuştur:

- Haftada birkaç kere
- Haftada bir kere
- Ayda bir kere
- Yılda birkaç kere
- Yılda bir kere
- Hiç

Grafik 24: Alışveriş Sıklığı



Şekil 4: Sektörel Harcama Sıklığı

Sektör	Yıl İçindeki Harcama Sıklığı	En fazla harcama yapılan ilçe
Mini Marketler	41	Kadıköy-2, Güngören ve Zeytinburnu
Hipermarketler	25	Çatalca, Kadıköy-2 ve Beylikdüzü
Fast Food	19	Çatalca, Fatih-2 ve Fatih-1
Kafe-Pastane	19	Kağıthane-1, Şişli-2 ve Esenler
Kırtasiye-Kitap-Müzik	15	Beşiktaş-2, Fatih-1 ve Beyoğlu-1
Restoran - Lokanta	13	Pendik, Esenyurt-2 ve Beşiktaş-2
GSM- Telekom - İletişim	12	Beyoğlu-1, Çatalca ve Pendik
Eğlence- Hobi	12	Esenyurt-2, Fatih-2 ve Şişli-2
Aksesuar-Takı-Tasarım	12	Pendik, Esenler ve Fatih-2
Kadın Giyim	11	Beyoğlu-1, Pendik ve Beşiktaş-2

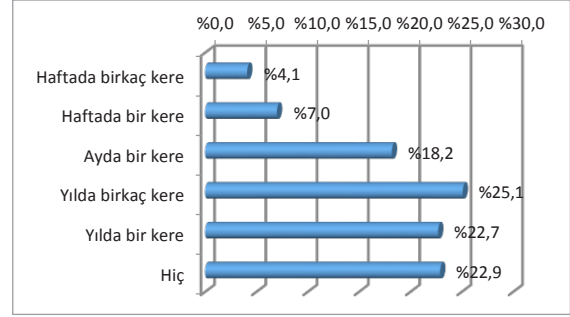
Sektör	Yıl İçindeki Harcama Sıklığı	En fazla harcama yapılan ilçe
Sağlık - Kozmetik	10	Beyoğlu-1, Arnavutköy ve Çatalca
Çocuk Giyim - Oyuncak	9	Beyoğlu-1, Arnavutköy ve Pendik
Büyük Mağazalar	9	Pendik, Çatalca ve Beyoğlu-1
Spor Giyim – Malzeme - Ayakkabı	8	Beyoğlu-1, Pendik ve Çatalca
Mücevher- Kuyumculuk	8	Fatih-2, Beyoğlu-1, Beşiktaş-2 ve Pendik
Erkek Giyim	8	Beyoğlu-1, Beykoz ve Fatih-2
Ayakkabı- Çanta- Deri Ürünler	8	Pendik, Fatih-2 ve Beyoğlu-1
Ev Eşyası- Dekorasyon – Ev Tekstili- Mobilya	7	Beyoğlu-1, Çatalca ve Beşiktaş-2
Elektronik – Beyaz Eşya	5	Fatih-2, Beyoğlu-1 ve Çatalca

Alınan yanıtlara göre; İstanbulluların en sık harcama yaptığı sektörlerin başında, mini marketler, hipermarketler ve fast food sektörü geldiği gözlenmektedir. Dolayısıyla harcama sıklığının en yoğun olduğu ilk üç sektör genel olarak gıda üzerinedir. Öyle ki, katılımcılar yılda ortalama 41 defa mini market, 25 defa hipermarket, 19 defa fast food sektöründe harcama yapmaktadır. Ay bazında düşünüldüğünde, ayda 3-4 defa mini market, 2 defa hipermarket, 1-2 defa fast food sektöründe harcama yapıldığı söylenebilir. Harcama sıklığının düşük olduğu sektörler ise kullanım süresiyle de doğrudan orantılı olarak elektronik-beyaz eşya sektörü ile ev eşyası-dekorasyon-ev tekstili-mobilya sektörüdür. Sektör düzeyindeki detay sonuçlar ise aşağıda belirtilmiştir.



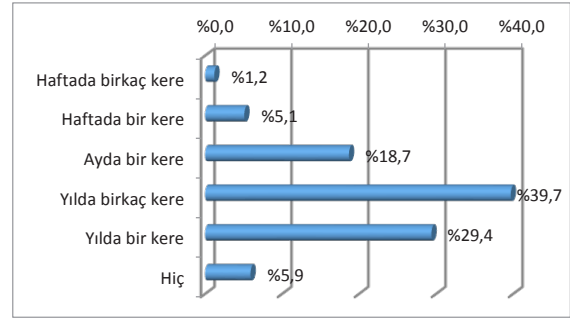
Aile fertlerinin aksesuar-takı-tasarım sektöründe harcama yapma sıklığı yılda 12'dir. Bu sektörde hiç harcama yapmayanların oranı %22,9'dur. Ortalamalara göre bir yılda en çok harcama yapılan ilçeler Pendik, Esenler ve Fatih-2, en az harcama yapılan ilçeler Çekmeköy, Şile ve Eyüp'tür.

Grafik 25: Aksesuar - Takı - Tasarım Sektörü Harcama Sıklığı



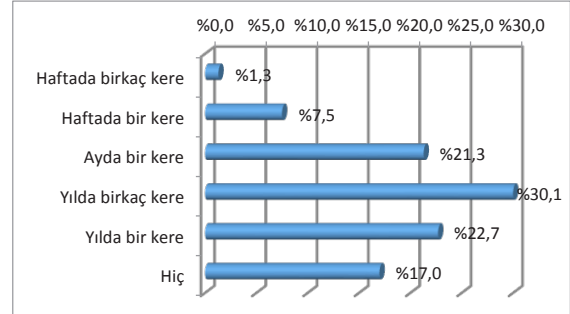
Aile fertlerinin ayakkabı-çanta-deri ürünleri sektöründe harcama yapma sıklığı yılda 8'dir. Bu sektörde hiç harcama yapmayanların oranı %5,9'dur. Ortalamalara göre bir yılda en çok harcama yapılan ilçeler Pendik, Fatih-2 ve Beyoğlu-1, en az harcama yapılan ilçeler Çekmeköy, Şile ve Gaziosmanpaşa'dır.

Grafik 26: Ayakkabı - Çanta - Deri Ürünleri Sektörü Harcama Sıklığı



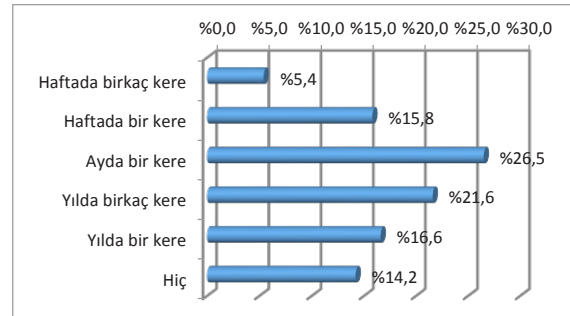
Aile fertlerinin büyük mağazalar sektöründe harcama yapma sıklığı yılda 9'dur. Bu sektörde hiç harcama yapmayanların oranı %17'dir. Ortalamalara göre bir yılda en çok harcama yapılan ilçeler Pendik, Çatalca ve Beyoğlu-1, en az harcama yapılan ilçeler Çekmeköy, Gaziosmanpaşa ve Bağcılar'dır.

Grafik 27: Büyük Mağazalar Sektörü Harcama Sıklığı



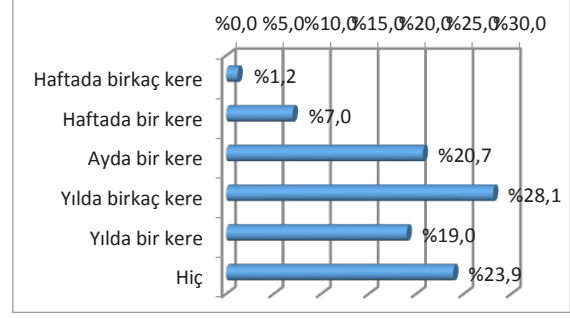
Aile fertlerinin Kafe-pastane sektöründe harcama yapma sıklığı yılda 19'dur. Bu sektörde hiç harcama yapmayanların oranı %14,2'dir. Ortalamalara göre bir yılda en çok harcama yapılan ilçeler Kağıthane-1, Şişli-2 ve Esenler, en az harcama yapılan ilçeler Çekmeköy, Şile ve Başakşehir'dir.

Grafik 28: Kafe Pastane Sektörü Harcama Sıklığı



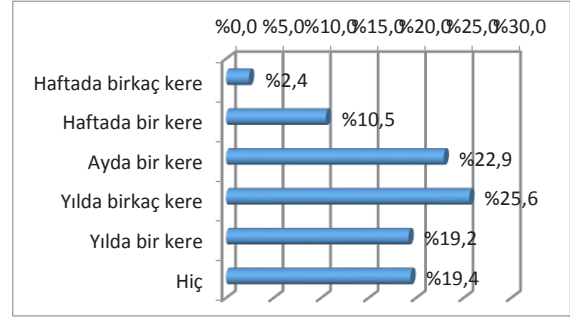
Aile fertlerinin çocuk giyim-oyuncak sektöründe harcama yapma sıklığı yılda 9'dur. Bu sektörde hiç harcama yapmayanların oranı %23,9'dur. Ortalamalara göre bir yılda en çok harcama yapılan ilçeler Beyoğlu-1, Arnavutköy ve Pendik, en az harcama yapılan ilçeler Çekmeköy, Şile, Eyüp ve Silivri'dir.

Grafik 29: Çocuk Giyim-Oyuncak Sektörü Harcama Sıklığı



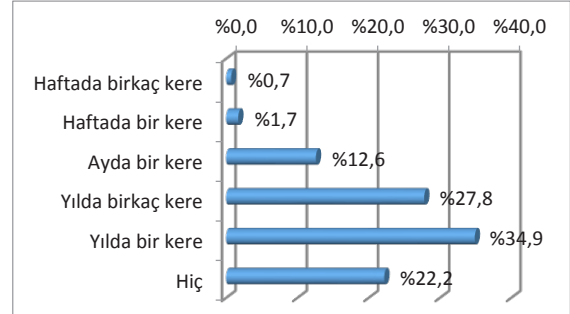
Aile fertlerinin eğlence-hobi sektöründe harcama yapma sıklığı yılda 12'dir. Bu sektörde hiç harcama yapmayanların oranı %19,4'tür. Ortalamalara göre bir yılda en çok harcama yapılan ilçeler Esenyurt-2, Fatih-2 ve Şişli-2, en az harcama yapılan ilçeler Çekmeköy, Gaziosmanpaşa ve Eyüp'tür.

Grafik 30: Eğlence-Hobi Sektörü Harcama Sıklığı



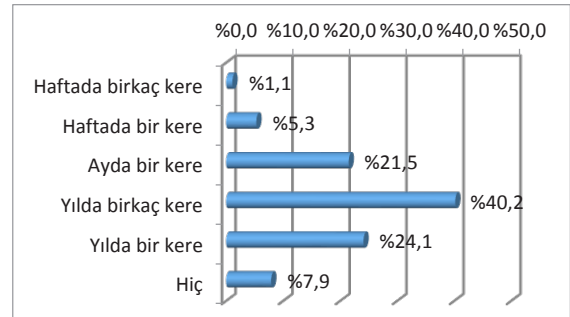
Aile fertlerinin elektronik-beyaz eşya sektöründe harcama yapma sıklığı yılda 5'tir. Bu sektörde hiç harcama yapmayanların oranı %22,2'dir. Ortalamalara göre bir yılda en çok harcama yapılan ilçeler Fatih-2, Beyoğlu-1 ve Çatalca, en az harcama yapılan ilçeler Şile, Sultanbeyli ve Gaziosmanpaşa'dır.

Grafik 31: Elektronik-Beyaz Eşya Sektörü Harcama Sıklığı



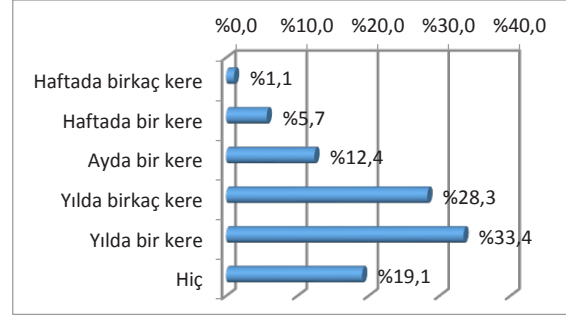
Aile fertlerinin erkek giyim sektöründe harcama yapma sıklığı yılda 8'dir. Bu sektörde hiç harcama yapmayanların oranı %7,9'dur. Ortalamalara göre bir yılda en çok harcama yapılan ilçeler Beyoğlu-1, Beykoz ve Fatih-2, en az harcama yapılan ilçeler Çekmeköy, Bağcılar ve Üsküdar'dır.

Grafik 32: Erkek Giyim Sektörü Harcama Sıklığı



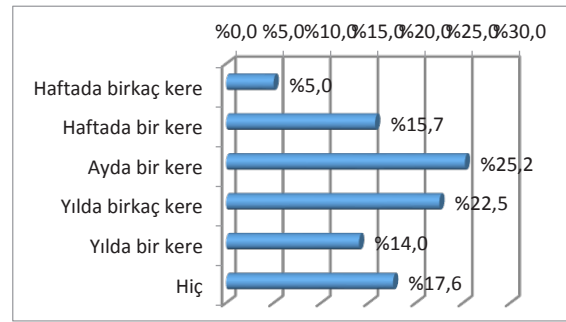
Aile fertlerinin ev eşyası-dekorasyon-ev tekstili-mobilya sektöründe harcama yapma sıklığı yılda 7'dir. Bu sektörde hiç harcama yapmayanların oranı %19,1'dir. Ortalamalara göre bir yılda en çok harcama yapılan ilçeler Beyoğlu-1, Çatalca ve Beşiktaş-2, en az harcama yapılan ilçeler Şile, Sultanbeyli ve Çekmeköy'dür.

Grafik 33: Ev Eşyası - Dekorasyon - Ev Tekstili - Mobilya Sektörü Harcama Sıklığı



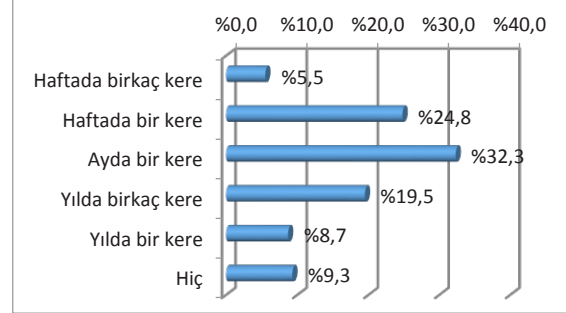
Aile fertlerinin fast food sektöründe harcama yapma sıklığı yılda 19'dur. Bu sektörde hiç harcama yapmayanların oranı %17,6'dır. Ortalamalara göre bir yılda en çok harcama yapılan ilçeler Çatalca, Fatih-2 ve Fatih-1, en az harcama yapılan ilçeler Eyüp, Çekmeköy ve Gaziosmanpaşa'dır.

Grafik 34: Fast Food Sektörü Harcama Sıklığı



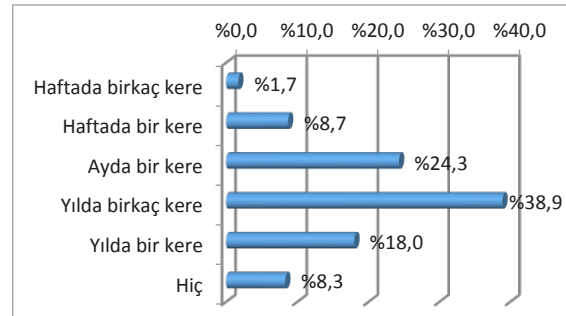
Aile fertlerinin hipermarketler sektöründe harcama yapma sıklığı yılda 25'tir. Bu sektörde hiç harcama yapmayanların oranı %9,3'tür. Ortalamalara göre bir yılda en çok harcama yapılan ilçeler Çatalca, Kadıköy-2 ve Beylikdüzü, en az harcama yapılan ilçeler Gaziosmanpaşa, Eyüp ve Sancaktepe'dir.

Grafik 35: Hipermarketler Sektörü Harcama Sıklığı



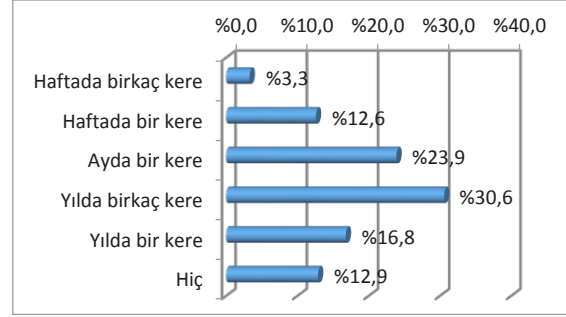
Aile fertlerinin kadın giyim sektöründe harcama yapma sıklığı yılda 11'dir. Bu sektörde hiç harcama yapmayanların oranı %8,3'tür. Ortalamalara göre bir yılda en çok harcama yapılan ilçeler Beyoğlu-1, Pendik ve Beşiktaş-2, en az harcama yapılan ilçeler Bakırköy, Eyüp ve Sancaktepe'dir.

Grafik 36: Kadın Giyim Sektörü Harcama Sıklığı



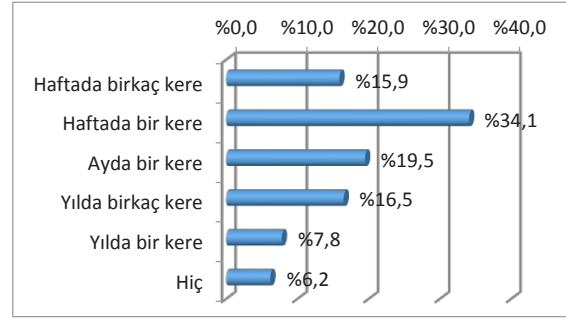
Aile fertlerinin kırtasiye-kitap-müzik sektöründe harcama yapma sıklığı yılda 15'tir. Bu sektörde hiç harcama yapmayanların oranı %12,9'dur. Ortalamalara göre bir yılda en çok harcama yapılan ilçeler Beşiktaş-2, Fatih-1 ve Beyoğlu-1, en az harcama yapılan ilçeler Çekmeköy, Sancaktepe ve Şile'dir.

Grafik 37: Kırtasiye - Kitap – Müzik Sektörü Harcama Sıklığı

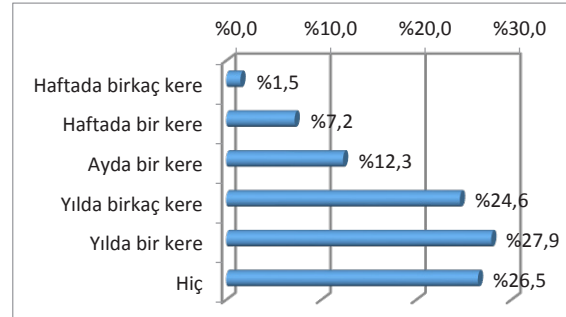


Aile fertlerinin mini marketler sektöründe harcama yapma sıklığı yılda 41'dir. Bu sektörde hiç harcama yapmayanların oranı %6,2'dir. Ortalamalara göre bir yılda en çok harcama yapılan ilçeler Kadıköy-2, Güngören ve Zeytinburnu, en az harcama yapılan ilçeler Ümraniye-2, Sancaktepe ve Başakşehir'dir.

Grafik 38: Mini Marketler Sektörü Harcama Sıklığı

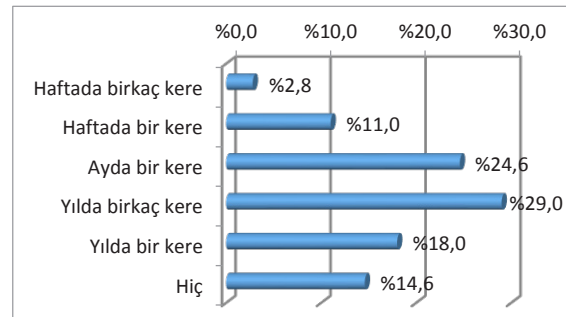


Grafik 39: Mücevher - Kuyumculuk Sektörü Harcama Sıklığı



Aile fertlerinin mücevher-kuyumculuk sektöründe harcama yapma sıklığı yılda 8'dir. Bu sektörde hiç harcama yapmayanların oranı %26,5'tir. Ortalamalara göre bir yılda en çok harcama yapılan ilçeler Fatih-2, Beyoğlu-1, Beşiktaş-2 ve Pendik, en az harcama yapılan ilçeler Şile, Sultanbeyli ve Çekmeköy'dür.

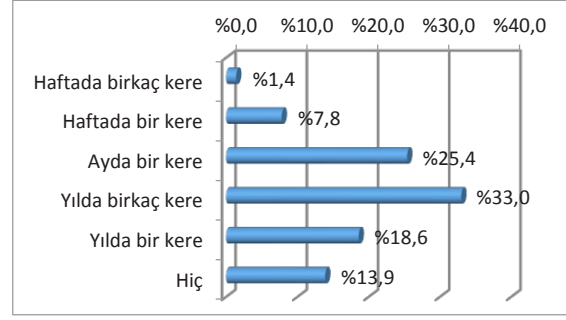
Grafik 40: Restoran - Lokanta Sektörü Harcama Sıklığı



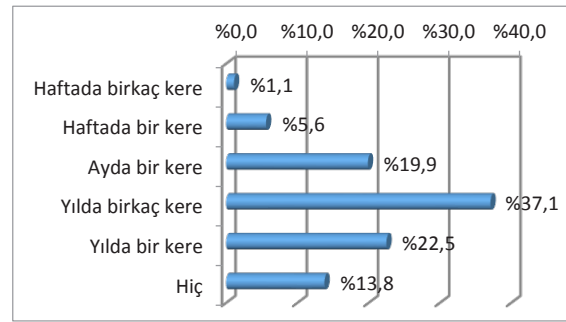
Aile fertlerinin restoran-lokanta sektöründe harcama yapma sıklığı yılda 13'tür. Bu sektörde hiç harcama yapmayanların oranı %14,6'dır. Ortalamalara göre bir yılda en çok harcama yapılan ilçeler Pendik, Esenyurt-2 ve Beşiktaş-2, en az harcama yapılan ilçeler Çekmeköy, Kartal ve Üsküdar'dır.

Aile fertlerinin sağlık-kozmetik sektöründe harcama yapma sıklığı yılda 10'dur. Bu sektörde hiç harcama yapmayanların oranı %13,9'dur. Ortalamalara göre bir yılda en çok harcama yapılan ilçeler Beyoğlu-1, Arnavutköy ve Çatalca, en az harcama yapılan ilçeler Gaziosmanpaşa, Çekmeköy ve Bağcılar'dır.

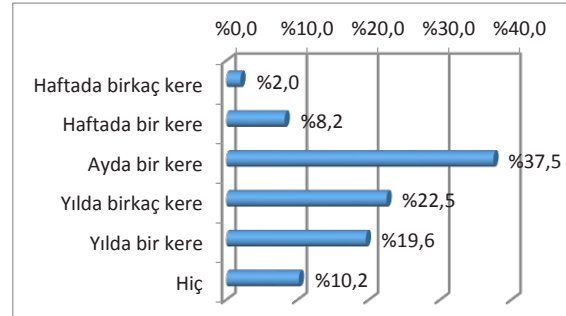
Grafik 41: Sağlık - Kozmetik Sektörü Harcama Sıklığı



Grafik 42: Spor Giyim - Malzeme – Ayakkabı Sektörü Harcama Sıklığı



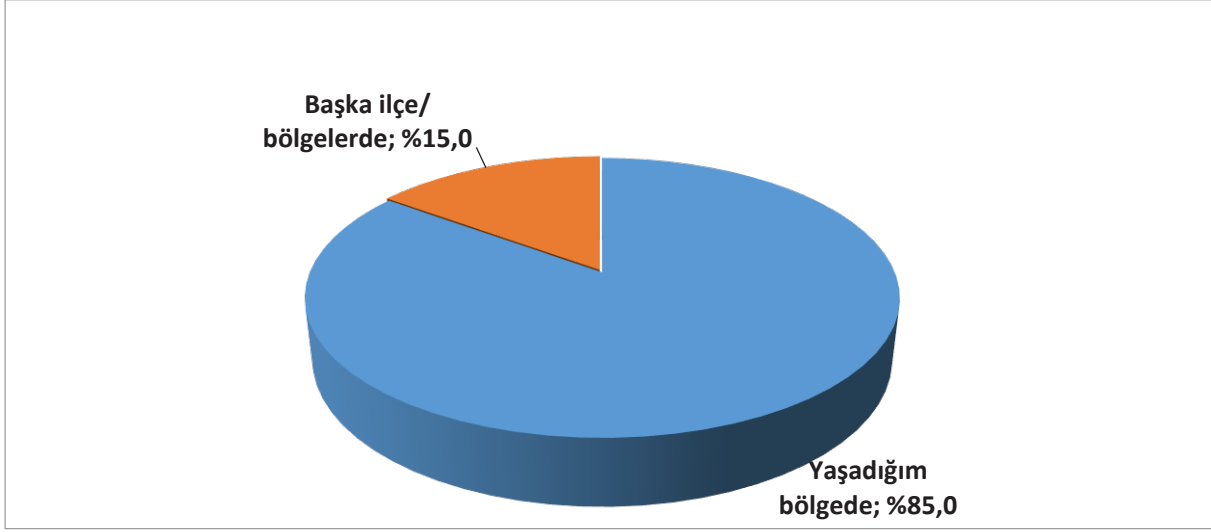
Grafik 43: GSM – Telekom-İletişim Sektörü Harcama Sıklığı



Aile fertlerinin spor giyim-malzeme-ayakkabı sektöründe harcama yapma sıklığı yılda 8'dir. Bu sektörde hiç harcama yapmayanların oranı %13,8'dir. Ortalamalara göre bir yılda en çok harcama yapılan ilçeler Beyoğlu-1, Pendik ve Çatalca, en az harcama yapılan ilçeler Şile, Eyüp ve Çekmeköy'dür.

Aile fertlerinin GSM-telekom-iletişim sektöründe harcama yapma sıklığı yılda 12'dir. Bu sektörde hiç harcama yapmayanların oranı %10,2'dir. Ortalamalara göre bir yılda en çok harcama yapılan ilçeler Beyoğlu-1, Çatalca ve Pendik, en az harcama yapılan ilçeler Çekmeköy, Üsküdar ve Başakşehir'dir.

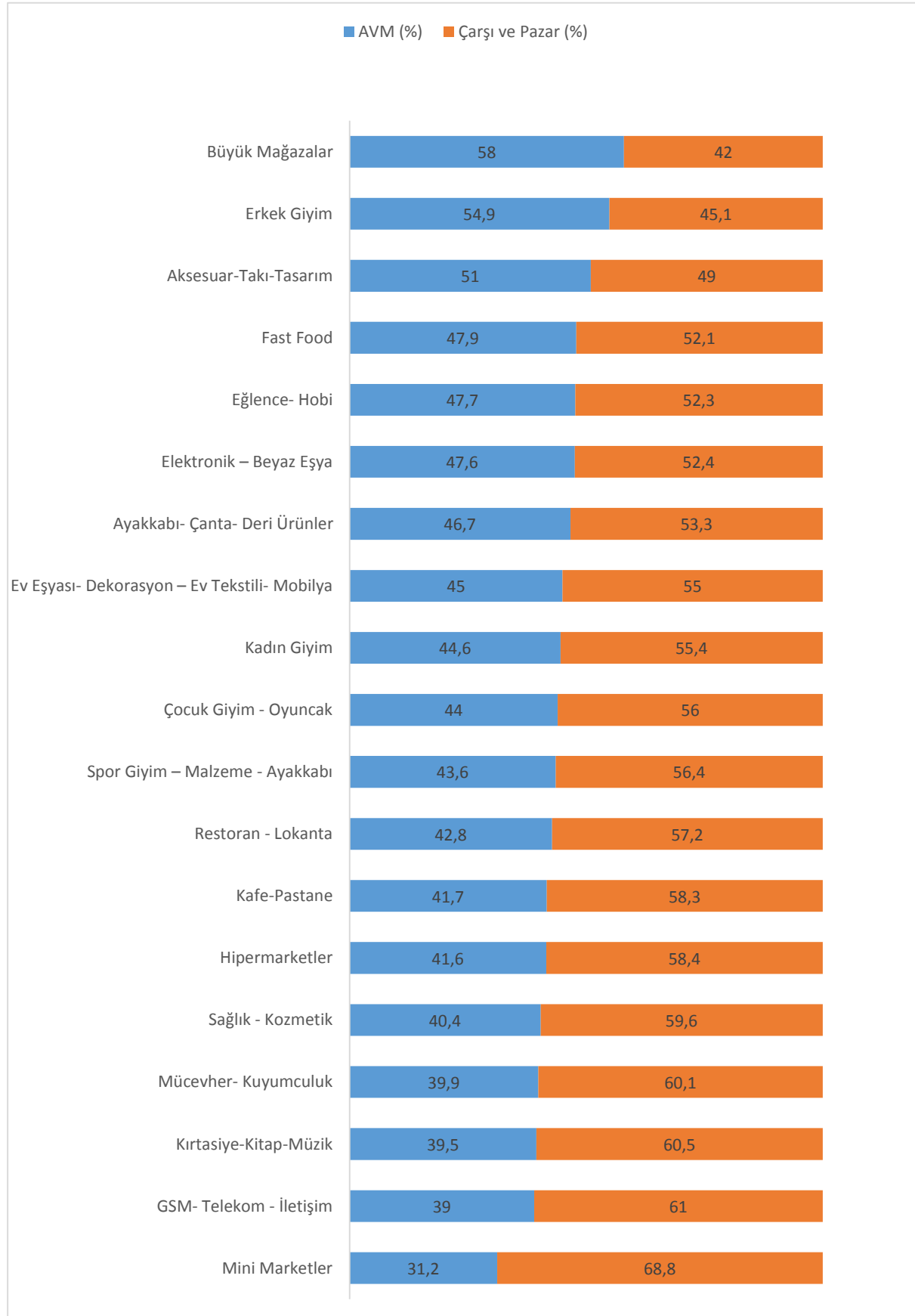
Grafik 44: Genellikle Alışveriş Yapılan Bölge



Araştırmaya katılanların %85'i yaşadığı bölgede alışveriş yaptığını belirtmiştir. Yaşanan bölgede alışveriş yapma oranının en yüksek olduğu ilçeler Bahçelievler-2, Güngören ve Çekmeköy; en düşük olduğu ilçeler Küçükçekmece-1, Esenyurt-1 ve Ümraniye-1'dir.

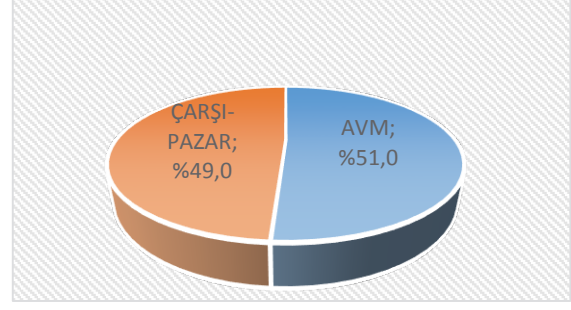
Genel olarak değerlendirildiğinde belirlenen 19 sektör arasında, büyük mağazalar sektörü AVM'lerde harcamanın yoğunlaştığı sektörlerin başında geldiği gözlenmektedir. Harcamanın AVM'de yapılması açısından yoğunlaşmanın olduğu diğer sektörler ise, erkek giyim, aksesuar-takı-tasarım ve fast food sektörleridir. Buna karşın mini marketler, GSM-telekom-iletişim ve kırtasiye sektörü AVM dışında harcamanın yoğunlaştığı sektörlerdir.

Grafik 45: Alışveriş Mekan Tercihi



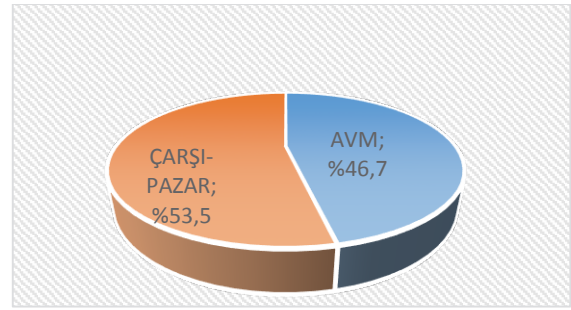
Aksesuar – takı – tasarım sektöründe genel olarak alışveriş AVM'lerde yapılmaktadır. AVM'lerde alışveriş yapma oranının en yüksek olduğu ilçeler Çekmeköy, Beylikdüzü ve Başakşehir'dir. Bu sektörde Çarşıdan alışveriş yapma oranının en yüksek olduğu ilçeler ise Sultangazi, Güngören ve Adalar'dır.

Grafik 46: Aksesuar-Takı-Tasarım Sektörü Alışveriş Mekan Tercihi



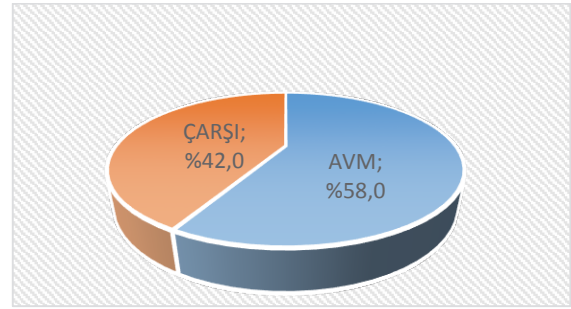
Ayakkabı – çanta – deri ürünleri sektöründe genel olarak alışveriş AVM'lerde yapılmaktadır. AVM'lerde alışveriş yapma oranının en yüksek olduğu ilçeler Çekmeköy, Beylikdüzü ve Beşiktaş-2'dir. Bu sektörde Çarşıdan alışveriş yapma oranının en yüksek olduğu ilçeler ise Sultangazi, Gaziosmanpaşa ve Ümraniye-2'dir.

Grafik 47: Ayakkabı - Çanta - Deri Ürünleri Sektörü Alışveriş Mekan Tercihi



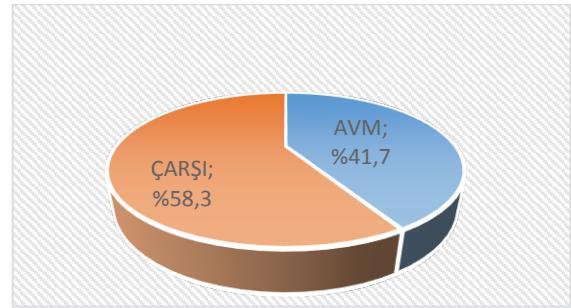
Büyük mağazalar sektöründe genel olarak alışveriş AVM'lerde yapılmaktadır. AVM'lerde alışveriş yapma oranının en yüksek olduğu ilçeler Çekmeköy, Beylikdüzü ve Beşiktaş-1'dir. Bu sektörde Çarşıdan alışveriş yapma oranının en yüksek olduğu ilçeler ise Sultangazi, Bağcılar ve Ümraniye-2'dir.

Grafik 48: Büyük Mağazalar Sektörü Alışveriş Mekan Tercihi



Kafe – pastane sektöründe genel olarak alışveriş çarşıda yapılmaktadır. AVM'lerde alışveriş yapma oranının en yüksek olduğu ilçeler Çekmeköy, Beylikdüzü ve Başakşehir'dir. Bu sektörde Çarşıdan alışveriş yapma oranının en yüksek olduğu ilçeler ise Güngören, Sultangazi ve Adalar'dır.

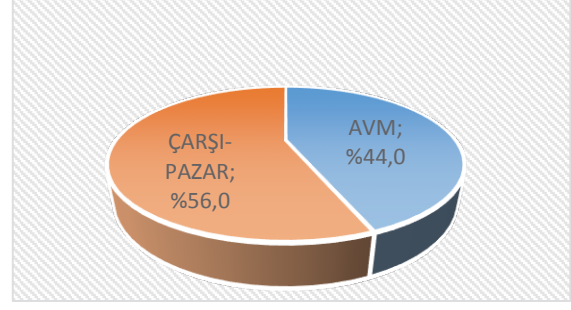
Grafik 49: Kafe - Pastane Sektörü Alışveriş Mekan Tercihi





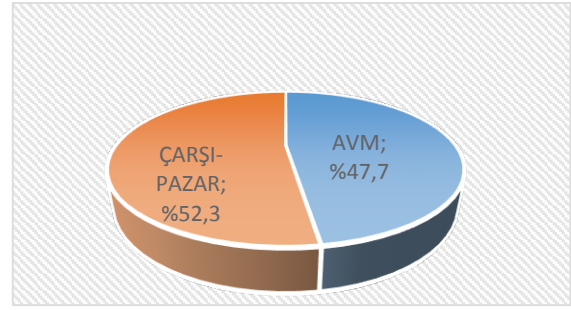
Çocuk giyim – oyuncak sektöründe genel olarak alışveriş çarşıda yapılmaktadır. AVM'lerde alışveriş yapma oranının en yüksek olduğu ilçeler Çekmeköy, Beylikdüzü ve Beşiktaş-1'dir. Bu sektörde Çarşıdan alışveriş yapma oranının en yüksek olduğu ilçeler ise Sultangazi, Güngören ve Bağcılar'dır.

Grafik 50: Çocuk Giyim- Oyuncak Sektörü Alışveriş Mekan Tercihi



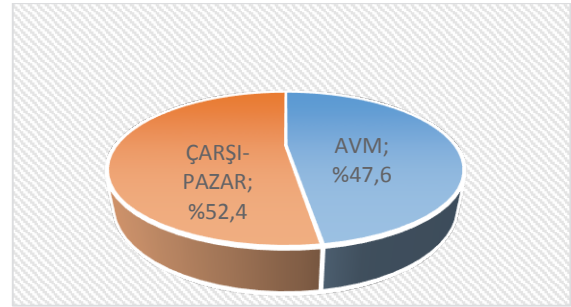
Eğlence – hobi sektöründe genel olarak alışveriş AVM'lerde yapılmaktadır. AVM'lerde alışveriş yapma oranının en yüksek olduğu ilçeler Çekmeköy, Beylikdüzü ve Sultanbeyli'dir. Bu sektörde Çarşıdan alışveriş yapma oranının en yüksek olduğu ilçeler ise Sultangazi, Avcılar, Şile ve Eyüp'tür.

Grafik 51: Eğlence - Hobi Sektörü Alışveriş Mekan Tercihi



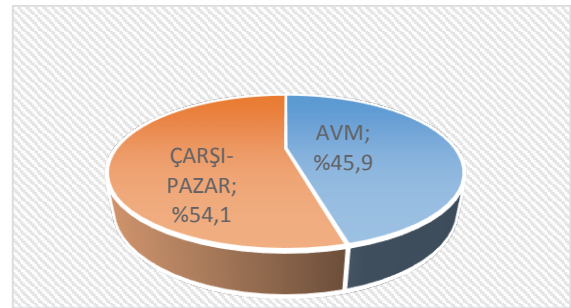
Elektronik – beyaz eşya sektöründe genel olarak alışveriş çarşıda yapılmaktadır. AVM'lerde alışveriş yapma oranının en yüksek olduğu ilçeler Çekmeköy, Beylikdüzü ve Kartal'dır. Bu sektörde Çarşıdan alışveriş yapma oranının en yüksek olduğu ilçeler ise Bağcılar, Sultangazi ve Esenler'dir.

Grafik 52: Elektronik- Beyaz Eşya Sektörü Alışveriş Mekan Tercihi



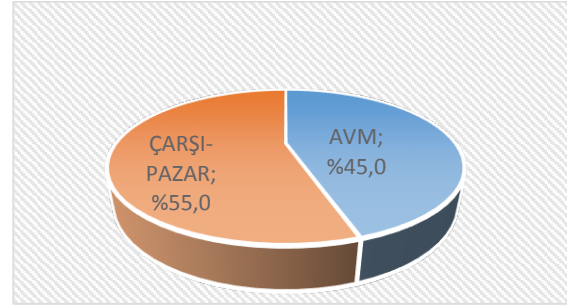
Erkek giyim sektöründe genel olarak alışveriş AVM'lerde yapılmaktadır. AVM'lerde alışveriş yapma oranının en yüksek olduğu ilçeler Çekmeköy, Beylikdüzü ve Sarıyer'dir. Bu sektörde Çarşıdan alışveriş yapma oranının en yüksek olduğu ilçeler ise Sultangazi, Gaziosmanpaşa ve Adalar'dır.

Grafik 53: Erkek Giyim Sektörü Alışveriş Mekan Tercihi



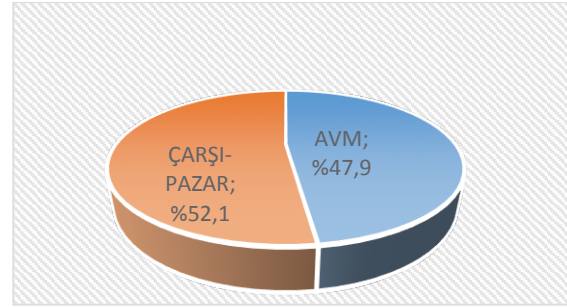
Ev eşyası – dekorasyon – ev tekstili – mobilya sektöründe genel olarak alışveriş çarşıda yapılmaktadır. AVM'lerde alışveriş yapma oranının en yüksek olduğu ilçeler Çekmeköy, Beylikdüzü ve Beşiktaş-1'dir. Bu sektörde Çarşıdan alışveriş yapma oranının en yüksek olduğu ilçeler ise Şile, Sultangazi ve Gaziosmanpaşa'dır.

Grafik 54: Ev Eşyası - Dekorasyon - Ev Tekstili - Mobilya Sektörü Alışveriş Mekan Tercihi



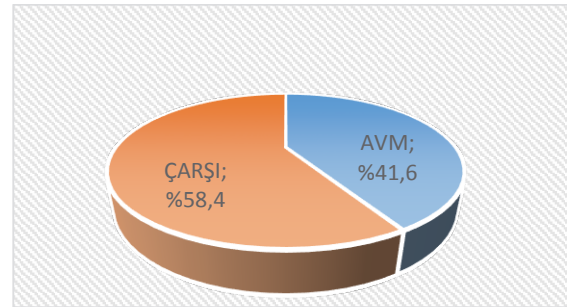
Fast food sektöründe genel olarak alışveriş AVM'lerde yapılmaktadır. AVM'lerde alışveriş yapma oranının en yüksek olduğu ilçeler Çekmeköy, Beylikdüzü ve Şişli-2'dir. Bu sektörde Çarşıdan alışveriş yapma oranının en yüksek olduğu ilçeler ise Sultangazi, Güngören ve Avcılar'dır.

Grafik 55: Fast Food Sektörü Alışveriş Mekan Tercihi



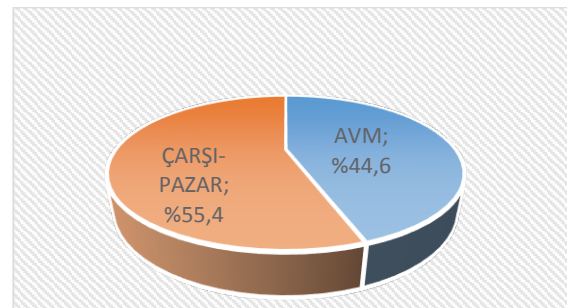
Hipermarketler sektöründe genel olarak alışveriş çarşıda yapılmaktadır. AVM'lerde alışveriş yapma oranının en yüksek olduğu ilçeler Şişli-2, Şişli-1 ve Kadıköy-1'dir. Bu sektörde Çarşıdan alışveriş yapma oranının en yüksek olduğu ilçeler ise Bağcılar, Sultangazi ve Adalar'dır.

Grafik 56: Hipermarketler Sektörü Alışveriş Mekan Tercihi



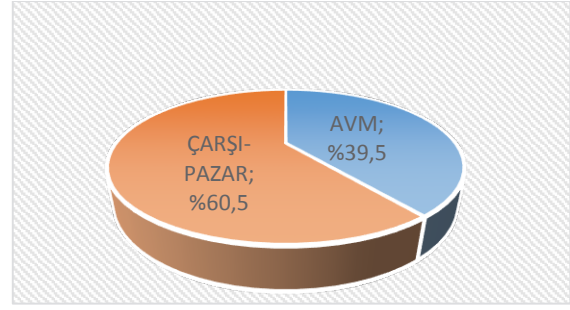
Kadın giyim sektöründe genel olarak alışveriş çarşıda yapılmaktadır. AVM'lerde alışveriş yapma oranının en yüksek olduğu ilçeler Çekmeköy, Beylikdüzü ve Şişli-2'dir. Bu sektörde Çarşıdan alışveriş yapma oranının en yüksek olduğu ilçeler ise Sultangazi, Gaziosmanpaşa ve Eyüp'tür.

Grafik 57: Kadın Giyim Sektörü Alışveriş Mekan Tercihi



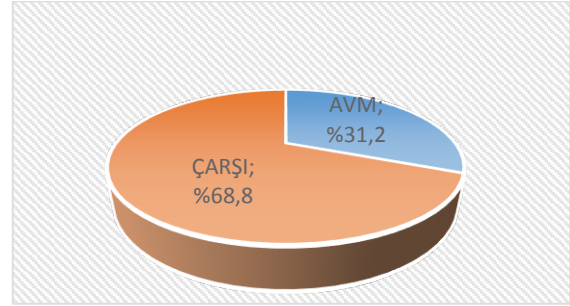
Kırtasiye – kitap – müzik sektöründe genel olarak alışveriş çarşıda yapılmaktadır. AVM'lerde alışveriş yapma oranının en yüksek olduğu ilçeler Çekmeköy, Beylikdüzü ve Beyoğlu-1'dir. Bu sektörde Çarşıdan alışveriş yapma oranının en yüksek olduğu ilçeler ise Sultangazi, Avcılar ve Gaziosmanpaşa'dır.

Grafik 58: Kırtasiye -Kitap - Müzik Sektörü Alışveriş Mekan Tercihi



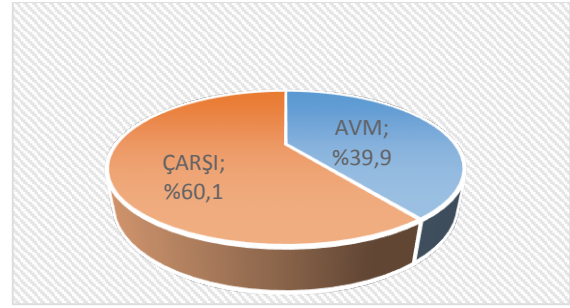
Mini marketler sektöründe genel olarak alışveriş çarşıda yapılmaktadır. AVM'lerde alışveriş yapma oranının en yüksek olduğu ilçeler Bayrampaşa, Sarıyer ve Beşiktaş-2'dir. Bu sektörde Çarşıdan alışveriş yapma oranının en yüksek olduğu ilçeler ise Bağcılar, Gaziosmanpaşa ve Çekmeköy'dür.

Grafik 59: Mini Marketler Sektörü Alışveriş Mekan Tercihi



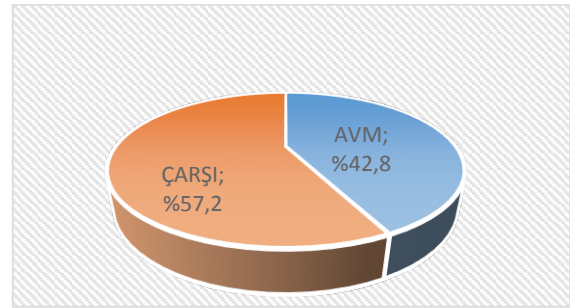
Mücevher – kuyumculuk sektöründe genel olarak alışveriş çarşıda yapılmaktadır. AVM'lerde alışveriş yapma oranının en yüksek olduğu ilçeler Çekmeköy, Beylikdüzü ve Kartal'dır. Bu sektörde Çarşıdan alışveriş yapma oranının en yüksek olduğu ilçeler ise Sultangazi, Gaziosmanpaşa ve Avcılar'dır.

Grafik 60: Mücevher - Kuyumculuk Sektörü Alışveriş Mekan Tercihi



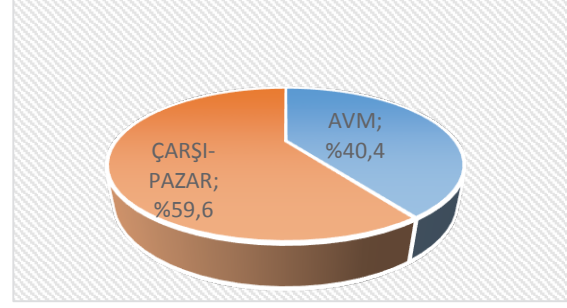
Restoran – lokanta sektöründe genel olarak alışveriş çarşıda yapılmaktadır. AVM'lerde alışveriş yapma oranının en yüksek olduğu ilçeler Çekmeköy, Beylikdüzü ve Kartal'dır. Bu sektörde Çarşıdan alışveriş yapma oranının en yüksek olduğu ilçeler ise Bağcılar, Eyüp ve Sultangazi'dir.

Grafik 61: Restoran - Lokanta Sektöründe Alışveriş Mekan Tercihi



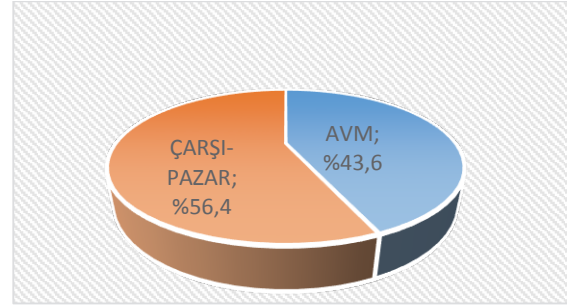
Sağlık – kozmetik sektöründe genel olarak alışveriş çarşıda yapılmaktadır. AVM'lerde alışveriş yapma oranının en yüksek olduğu ilçeler Çekmeköy, Beylikdüzü ve Kartal'dır. Bu sektörde Çarşıdan alışveriş yapma oranının en yüksek olduğu ilçeler ise Sultangazi, Eyüp ve Gaziosmanpaşa'dır.

Grafik 62: Sağlık - Kozmetik Sektörü Alışveriş Mekan Tercihi



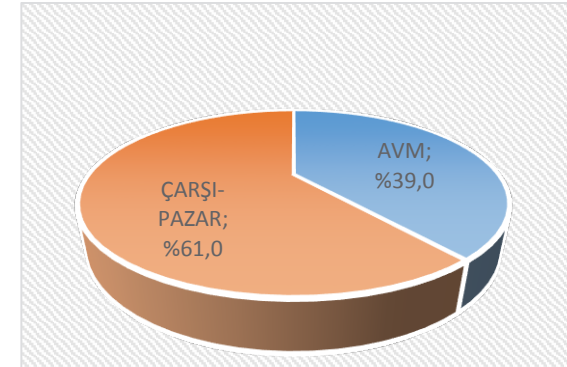
Spor giyim – malzeme – ayakkabı sektöründe genel olarak alışveriş çarşıda yapılmaktadır. AVM'lerde alışveriş yapma oranının en yüksek olduğu ilçeler Çekmeköy, Kartal ve Beşiktaş-1'dir. Bu sektörde Çarşıdan alışveriş yapma oranının en yüksek olduğu ilçeler ise Sultangazi, Gaziosmanpaşa ve Eyüp'tür.

Grafik 63: Spor Giyim - Malzeme - Ayakkabı Sektörü Alışveriş Mekan Tercihi



GSM – Telekom – iletişim sektöründe genel olarak alışveriş çarşıda yapılmaktadır. AVM'lerde alışveriş yapma oranının en yüksek olduğu ilçeler Çekmeköy, Beşiktaş-1 ve Beyoğlu-1'dir. Bu sektörde Çarşıdan alışveriş yapma oranının en yüksek olduğu ilçeler ise Gaziosmanpaşa, Eyüp ve Sultangazi'dir.

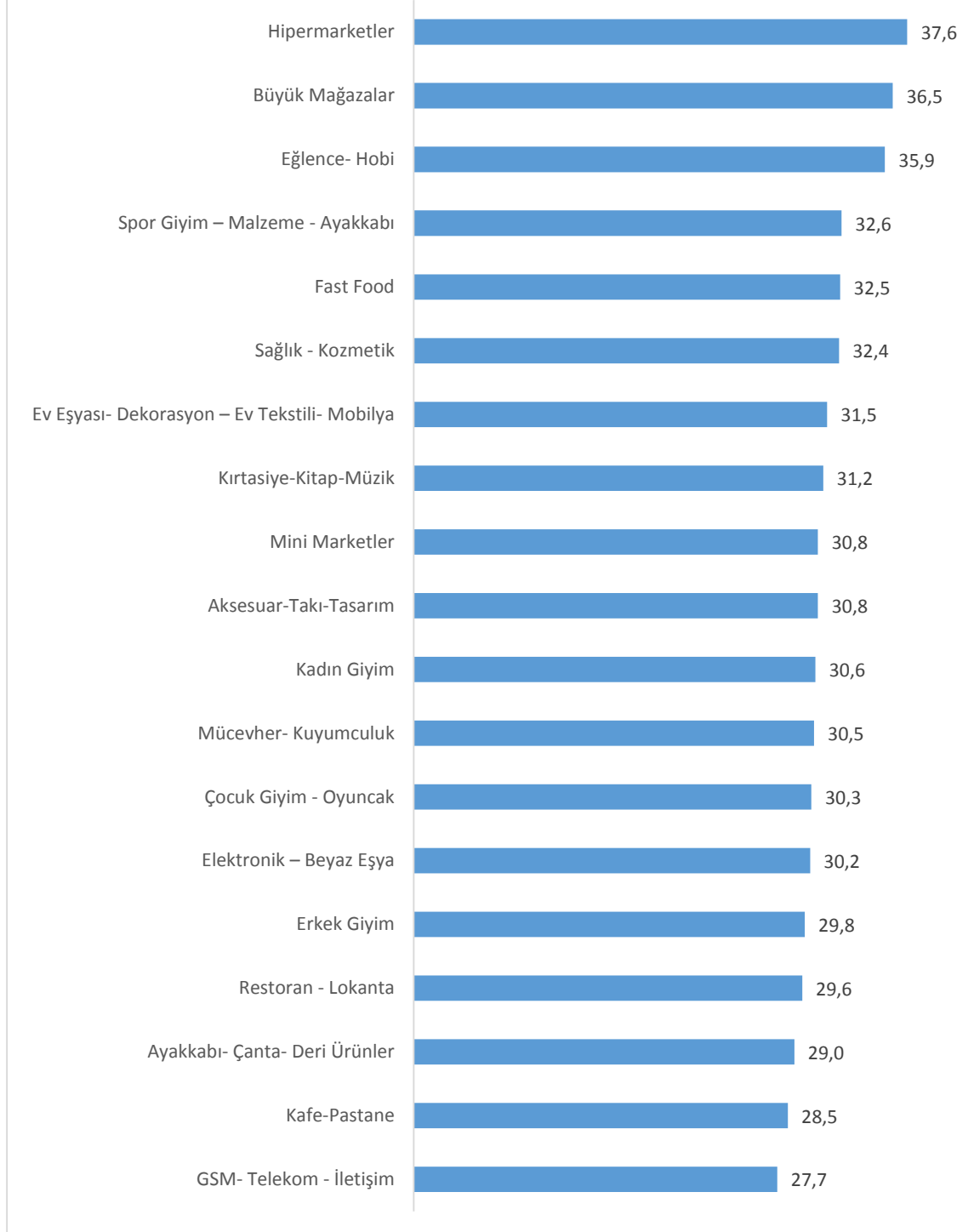
Grafik 64: GSM - Telekom - İletişim Sektörü Alışveriş Mekan Tercihi



### 3.2.5. Sektör Yoğunluğu ve İhtiyacı

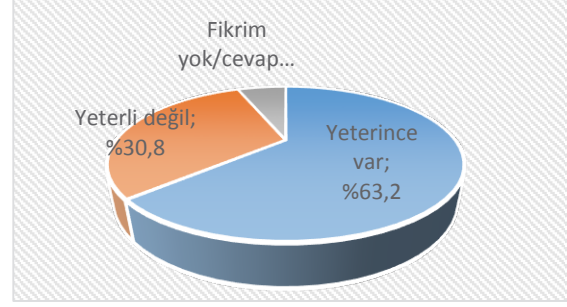
Katılımcılara “Oturduğunuz bölgede/muhitte aşağıdaki sektörlerle ilgili yeterince işletme var mı?” sorusu yöneltilmiş ve yanıtlar alınmıştır.

Grafik 65: Yetersiz Görülen / İhtiyaç Duyulan Sektörler



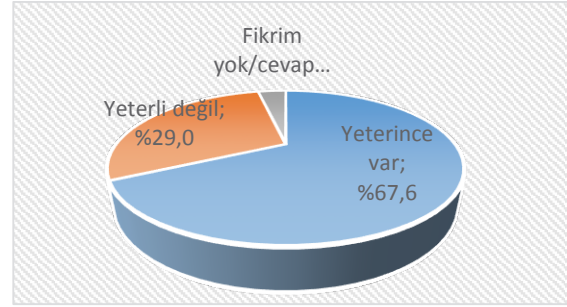
Oturulan bölgede aksesuar – takı – tasarım sektöründe işletmelerin yeterli olduğunu düşünenlerin oranı %63,2'dir. En yüksek oranda yeterli bulunan ilçeler Beyoğlu-1, Çekmeköy ve Esenler, yetersiz bulunan ilçeler Adalar, Bağcılar ve Sultangazi'dir.

Grafik 66: Aksesuar - Takı - Tasarım Sektörü İşletme Yeterliliği



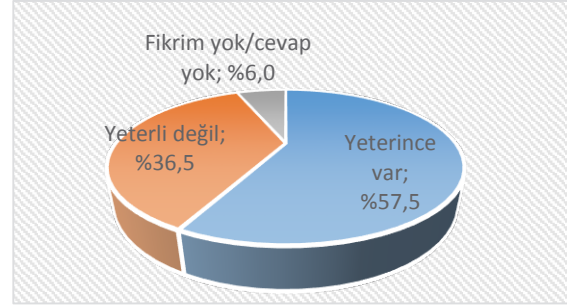
Oturulan bölgede ayakkabı – çanta – deri ürünleri sektöründe işletmelerin yeterli olduğunu düşünenlerin oranı %67,6'dır. En yüksek oranda yeterli bulunan ilçeler Çekmeköy, Beyoğlu-1 ve Beylikdüzü, yetersiz bulunan ilçeler Çatalca, Adalar ve Sultangazi'dir.

Grafik 67: Ayakkabı - Çanta - Deri Ürünleri Sektörü İşletme Yeterliliği



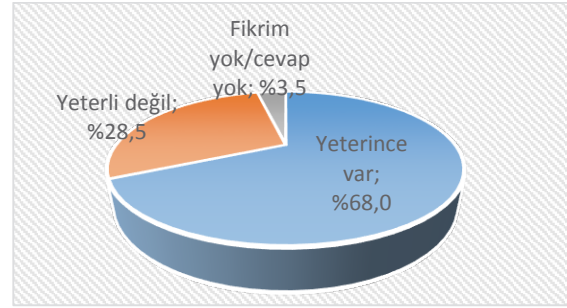
Oturulan bölgede büyük mağazalar sektöründe işletmelerin yeterli olduğunu düşünenlerin oranı %57,5'tir. En yüksek oranda yeterli bulunan ilçeler Beyoğlu-1, Beylikdüzü ve Çekmeköy, yetersiz bulunan ilçeler Sultangazi, Adalar ve Bağcılar'dır.

Grafik 68: Büyük Mağazalar Sektörü İşletme Yeterliliği



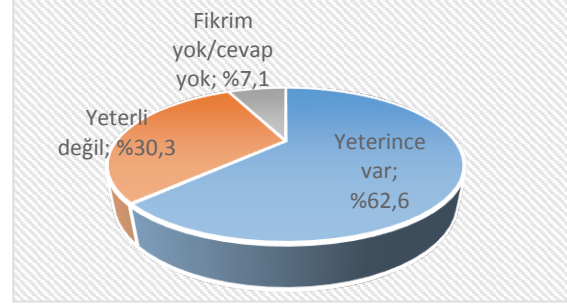
Oturulan bölgede Kafe – pastane sektöründe işletmelerin yeterli olduğunu düşünenlerin oranı %68'dir. En yüksek oranda yeterli bulunan ilçeler Beylikdüzü, Beyoğlu-1 ve Kartal, yetersiz bulunan ilçeler Sultangazi, Arnavutköy ve Çatalca'dır.

Grafik 69: Kafe - Pastane Sektörü İşletme Yeterliliği



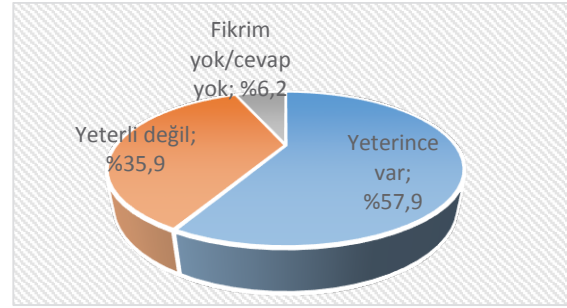
Grafik 70: Çocuk Giyim - Oyuncak Sektörü İşletme Yeterliliği

Oturulan bölgede çocuk giyim – oyuncak sektöründe işletmelerin yeterli olduğunu düşünenlerin oranı %62,6'dır. En yüksek oranda yeterli bulunan ilçeler Beyoğlu-1, Kartal ve Beylikdüzü, yetersiz bulunan ilçeler Arnavutköy, Şişli-2 ve Sultangazi'dir.



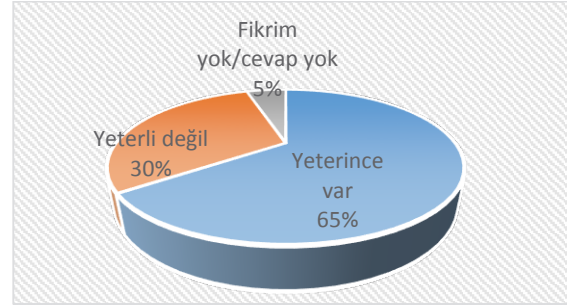
Grafik 71: Eğlence - Hobi Sektörü İşletme Yeterliliği

Oturulan bölgede eğlence – hobi sektöründe işletmelerin yeterli olduğunu düşünenlerin oranı %57,9'dur. En yüksek oranda yeterli bulunan ilçeler Beyoğlu-1, Beylikdüzü ve Kadıköy-2, yetersiz bulunan ilçeler Şişli-2, Sultangazi ve Çatalca'dır.



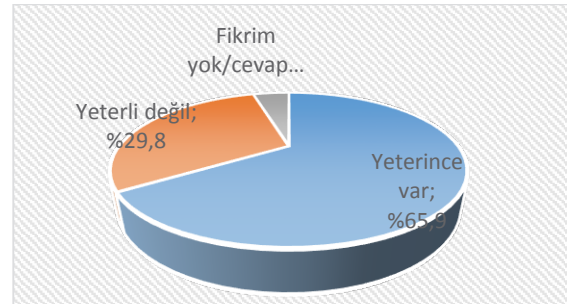
Grafik 72 :Elektronik - Beyaz Eşya Sektörü İşletme Yeterliliği

Oturulan bölgede elektronik – beyaz eşya sektöründe işletmelerin yeterli olduğunu düşünenlerin oranı %65'tir. En yüksek oranda yeterli bulunan ilçeler Beylikdüzü, Kartal ve Beyoğlu-1, yetersiz bulunan ilçeler Çatalca, Sultangazi ve Şişli-2'dir.



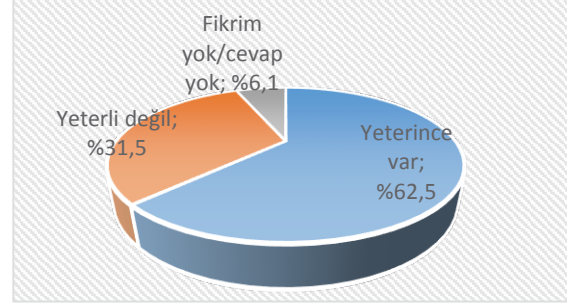
Grafik 73: Erkek Giyim Sektörü İşletme Yeterliliği

Oturulan bölgede erkek giyim sektöründe işletmelerin yeterli olduğunu düşünenlerin oranı %65,9'dur. En yüksek oranda yeterli bulunan ilçeler Beyoğlu-1, Beylikdüzü, ve Gaziosmanpaşa, yetersiz bulunan ilçeler Sultangazi, Çatalca ve Şişli-2'dir.



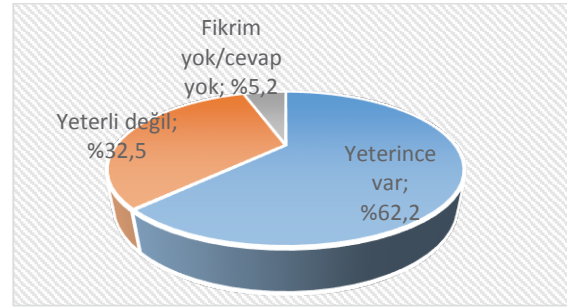


Grafik 74: Ev Eşyası - Dekorasyon - Ev Tekstili - Mobilya Sektörü İşletme Yeterliliği



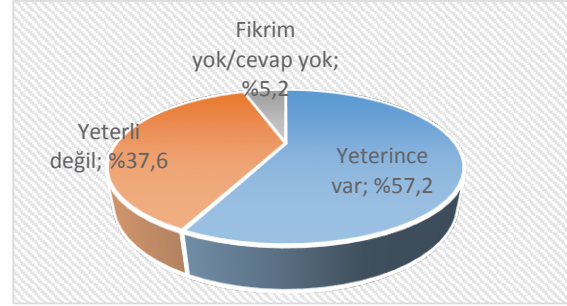
Oturulan bölgede ev eşyası – dekorasyon – ev tekstili – mobilya sektöründe işletmelerin yeterli olduğunu düşünenlerin oranı %62,5'tir. En yüksek oranda yeterli bulunan ilçeler Beyoğlu-1, Kartal ve Kadıköy-2, yetersiz bulunan ilçeler Sultangazi, Çatalca ve Adalar'dır.

Grafik 75: Fast Food Sektörü İşletme Yeterliliği



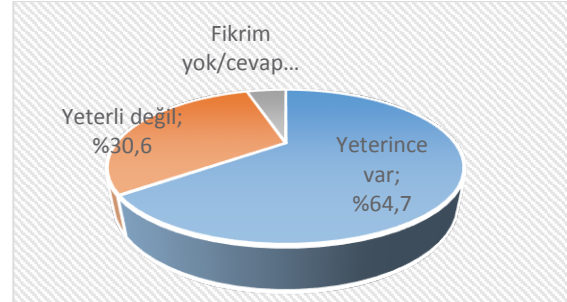
Oturulan bölgede fast food sektöründe işletmelerin yeterli olduğunu düşünenlerin oranı %62,2'dir. En yüksek oranda yeterli bulunan ilçeler Beyoğlu-1, Kadıköy-2 ve Kadıköy-1, yetersiz bulunan ilçeler Sultangazi, Çatalca ve Şişli-2'dir.

Grafik 76: Hipermarketler Sektörü İşletme Yeterliliği



Oturulan bölgede hipermarketler sektöründe işletmelerin yeterli olduğunu düşünenlerin oranı %57,2'dir. En yüksek oranda yeterli bulunan ilçeler Şişli-1, Bahçelievler-2 ve Güngören, yetersiz bulunan ilçeler Sultangazi, Arnavutköy ve Şişli-2'dir.

Grafik 77: Kadın Giyim Sektörü İşletme Yeterliliği

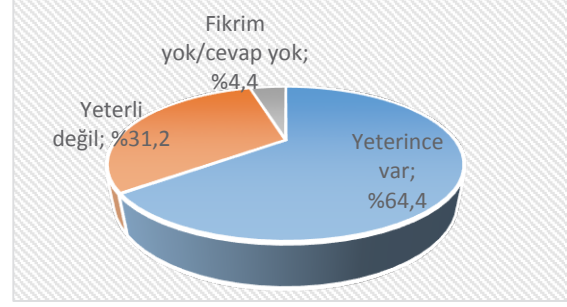


Oturulan bölgede kadın giyim sektöründe işletmelerin yeterli olduğunu düşünenlerin oranı %64,7'dir. En yüksek oranda yeterli bulunan ilçeler Gaziosmanpaşa, Beyoğlu-1 ve Bakırköy, yetersiz bulunan ilçeler Sultangazi, Arnavutköy ve Çatalca'dır.



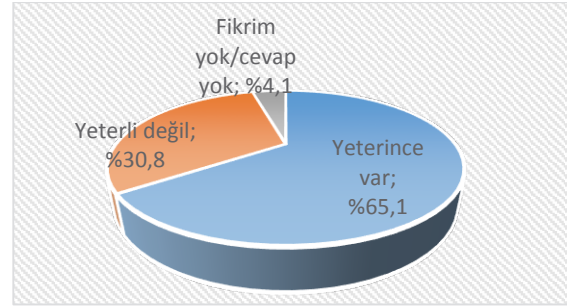
Oturulan bölgede kırtasiye – kitap – müzik sektöründe işletmelerin yeterli olduğunu düşünenlerin oranı %64,4'tür. En yüksek oranda yeterli bulunan ilçeler Şile, Bakırköy ve Bahçelievler-1, yetersiz bulunan ilçeler Sultangazi, Arnavutköy ve Çatalca'dır.

Grafik 78: Kırtasiye - Kitap - Müzik Sektörü İşletme Yeterliliği



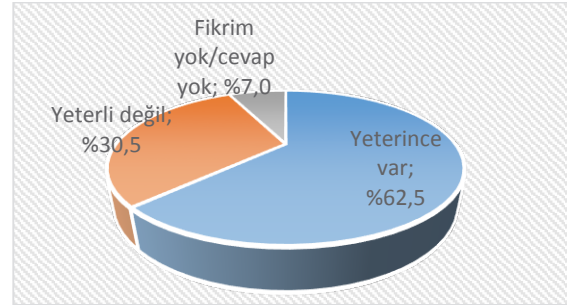
Oturulan bölgede mini marketler sektöründe işletmelerin yeterli olduğunu düşünenlerin oranı %65,1'dir. En yüksek oranda yeterli bulunan ilçeler Bakırköy, Beyoğlu-1 ve Kadıköy-1, yetersiz bulunan ilçeler Sultangazi, Adalar ve Çatalca'dır.

Grafik 79: Mini Marketler Sektörü İşletme Yeterliliği



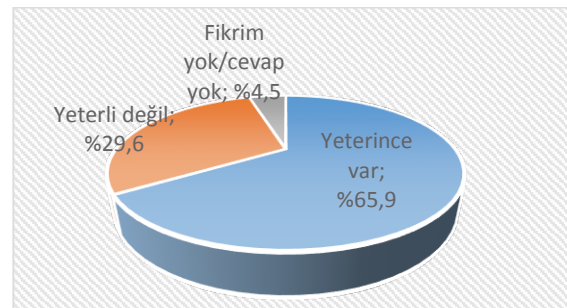
Oturulan bölgede mücevher – kuyumculuk sektöründe işletmelerin yeterli olduğunu düşünenlerin oranı %62,5'tir. En yüksek oranda yeterli bulunan ilçeler Bakırköy, Bahçelievler-1 ve Şişli-1, yetersiz bulunan ilçeler Sultangazi, Çatalca ve Adalar'dır.

Grafik 80: Mücevher - Kuyumculuk Sektörü İşletme Yeterliliği



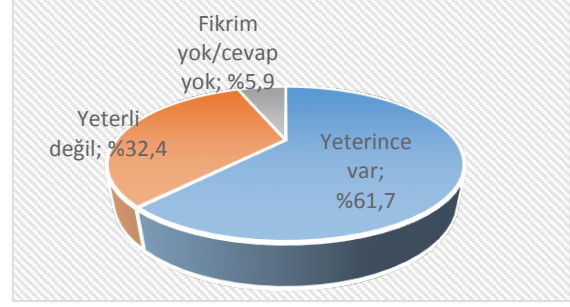
Oturulan bölgede restoran – lokanta sektöründe işletmelerin yeterli olduğunu düşünenlerin oranı %65,9'dur. En yüksek oranda yeterli bulunan ilçeler Beyoğlu-1, Bahçelievler-2 ve Güngören, yetersiz bulunan ilçeler Sultangazi, Çatalca ve Şişli-2'dir.

Grafik 81: Restoran - Lokanta Sektörü İşletme Yeterliliği



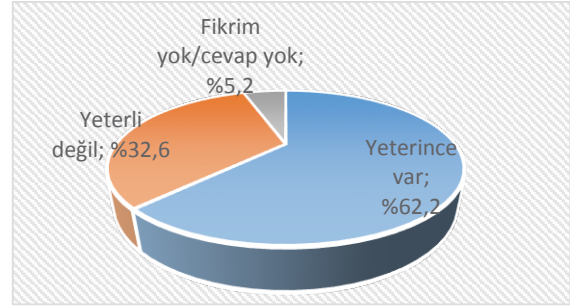
Oturulan bölgede sağlık – kozmetik sektöründe işletmelerin yeterli olduğunu düşünenlerin oranı %61,7'dir. En yüksek oranda yeterli bulunan ilçeler Bakırköy, Beyoğlu-1, Bahçelievler-2 ve Güngören, yetersiz bulunan ilçeler Sultangazi, Adalar ve Çatalca'dır.

Grafik 82: Sağlık - Kozmetik Sektörü İşletme Yeterliliği



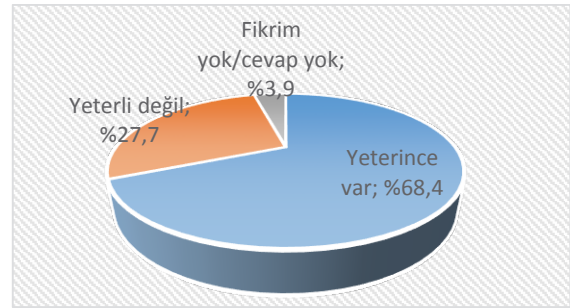
Oturulan bölgede spor giyim – malzeme – ayakkabı sektöründe işletmelerin yeterli olduğunu düşünenlerin oranı %62,2'dir. En yüksek oranda yeterli bulunan ilçeler Sancaktepe, Bakırköy ve Bahçelievler-2, yetersiz bulunan ilçeler Çatalca, Adalar ve Sultangazi'dir.

Grafik 83: Spor Giyim -Malzeme - Ayakkabı Sektörü İşletme Yeterliliği



Oturulan bölgede GSM – telekom – iletişim sektöründe işletmelerin yeterli olduğunu düşünenlerin oranı %68,4'tür. En yüksek oranda yeterli bulunan ilçeler Bakırköy, Şile ve Kadıköy-2, yetersiz bulunan ilçeler Adalar, Sultangazi ve Çatalca'dır.

Grafik 84: GSM - Telekom - İletişim Sektörü İşletme Yeterliliği



## SONUÇ

İstanbul Kalkınma Ajansı tarafından desteklenen, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi tarafından yürütülen İstanbul Yatırım Karar Destek Merkezi projesinin ana amacı; İstanbul'da mahalle, bölge ve ilçe düzeyinde yatırım ortamının, tüketim eğilimlerinin ve talep potansiyelinin belirlenerek, yatırımcılara ve iş dünyasına yönelik internet tabanlı karar destek sisteminin kurgulanması olarak belirlenmiştir. Bu noktada internet tabanlı bir karar destek sisteminin kurgulanabilmesi için çeşitli veritabanlarına ihtiyaç duyulmuştur. Veritabanlarının bir kısmı istatistiki bir kısmı ise ankete dayalı verilere dayanmaktadır.

Proje kapsamında İstanbul'da 39 ilçe düzeyinde yatırım kararlarını etkileyebilecek 100 farklı değişkene ait veriler derlenmiştir. Yine İstanbul'da faaliyetlerini sürdüren 600'ü aşkın firmaya ait 15.000'den fazla mağaza/şube ve bayi ağı koordinat düzeyinde taranmış ve dinamik bir haritaya aktarılmıştır. Bu iki veritabanı istatistik temelli objektif veriler olarak sisteme dâhil edilmiştir. Bahsi geçen veritabanlarına projenin internet sitesi olan [www.istanbulyatirim.net](http://www.istanbulyatirim.net) üzerinden ulaşılabilmektedir.

Yatırım karar destek sisteminin ankete dayalı veritabanları ise, firma ve hanehalkı düzeyinde yapılmış anket sonuçlarından oluşmaktadır. Bu raporda bu iki araştırmanın sonuçlarına yer verilmiştir.

Firma düzeyinde yapılan araştırmada İstanbul'da 19 sektörde toplam 500 firma yetkilisiyle görüşülmüş, yatırım yaparken, şube/mağaza açarken veya bayilik verirken yatırım yeri tercihlerinde hangi kriterleri göz önüne aldıkları sorulmuştur. Alınan yanıtlar sektörel düzeyde incelendiğinde 7 ana faktörün yatırım kararlarında belirleyici olduğu gözlenmiştir. Bu faktörlerden 4'ü nüfus ile ilgili iken, 2'si ulaşım ve ticaret yoğunluğu, 1'i ise ekonomik talep ile ilişkilidir. Yerleşik nüfus ve gündüz nüfusu faktörleri, 19 sektör arasında 13'ünde yatırım kararı verilirken dikkat edilen en önemli üç faktörden biri olarak gösterilmiştir. Kadın nüfusu 9 sektörde yatırım kararları verilirken dikkat edilen ilk üç önemli faktör arasında yer alırken; ulaşım kolaylığı faktörü 7 sektörde dile getirilmiştir. İş dünyasına yakınlık 6, nüfusun ekonomik gücü 4, genç nüfus ise 2 sektörde yatırım kararını etkileyen faktörler arasında yapılan önceliklendirmede ilk üç faktör olarak gösterilmiştir.

Proje kapsamında yürütülen hanehalkı araştırması ise, İstanbul'da 39 ilçede 246 mahallede toplam 4.555 hanehalkı anketi yürütülerek yapılmıştır. Bu çalışmada hane halkının aylık kira ödemesinden, kullandığı ısınma türüne; eve günlük gazete alma alışkanlığından, günlük ekmeğe tüketimine; kredi kartı sahipliğinden, sosyal aktivitelere katılım durumuna kadar birçok ana başlıkta araştırma konusu ve sonuçları incelenmiş, aynı zamanda hanelerin tüketim eğilimleri ve talep potansiyelleri tespit edilmiştir.

Araştırmanın ana sonuçlarından birisi İstanbul'da asgari düzeyde aylık yaşam maliyeti 2.148 TL, normal düzeyde 3.570 TL ve iyi düzeyde ise 6.356 TL olarak tespit edilmesidir. İstenildiğinde haftada en az 3 gün et, tavuk ya da balık yiyebilenlerin oranı yüzde 47,2 iken; yiyemeyeceğini belirtenlerin oranı yüzde 16,7 ve bazen şeklinde yanıt verenlerin oranı ise yüzde 36,1'dir. Diğer bir sonuç ise İstanbul'da yaşayan örneklem grubunda çok istemelerine rağmen tatile gidemeyenlerin oranının yüzde 41 olmasıdır. Bu genel nüfus düşünüldüğünde oldukça büyük

bir orana denk düşmektedir. Öte yandan tüketim kalıplarını göstermesi açısından alışveriş merkezleri ise alışveriş mekânı tercihlerinde en ön sıralarda yer almıştır.

Araştırma kapsamında, İstanbul'da ortalama kira bedeli 845 TL olarak belirlenirken, her dört konuttan birinde çeşitli sorunlar yaşandığı gözlenmiştir. Yaşanan sorunların başında ısınma problemi, rutubet, evin küçüklüğü ve gürültü gelmektedir.

Yıl içinde alışveriş sıklığının en fazla yaşandığı sektörler mini marketler ve hipermarketler iken, ev eşyası, dekorasyon, ev tekstili ve elektronik/beyaz eşya alışveriş yoğunluğunun düşük olduğu sektörlerdir. Alışveriş mekânı tercihinde alışveriş merkezlerinin en fazla tercih edildiği sektörler büyük mağazalar, erkek giyim, aksesuar, takı ve tasarım sektörleri iken; mini marketler, GSM, Telekom ve iletişim sektörü ile kırtasiye, kitap ve müzik sektörünün alışveriş merkezi dışında daha fazla rağbet gördüğü tespit edilmiştir. Yaşadığı bölgede ihtiyaç duyulan ya da yeterince yoğunluğun bulunmadığı sektörlerin başında hipermarketler ile büyük marketler gelmektedir.

Tüm bu veriler, ilçe düzeyinde hatta ilçe içinde farklı yansımalara sahip verilerdir. Tüketim eğilimi ve talep potansiyeli açısından ilçe içi farklılıkların en sık yaşandığı ilçeler Kadıköy, Beşiktaş, Şişli, Bakırköy, Beyoğlu ve Ataşehir'dir. Dolayısıyla yatırım kararları alınırken, ilçe ve mahalle farklılıklarının göz önünde bulundurulması gereklidir.

İstanbul'da yatırım ortamının araştırıldığı ve yatırımcılara kararlarında destek olabilecek bir sistemin inşa edildiği bu projede, istatistiğe dayalı veriler internet ortamında dinamik haritalar ile sunulmuş iken, ankete dayalı veriler ilçe ve sektör düzeyinde bu raporda özetlenmiştir. Elde edilen veriler İstanbul'un, çok farklı tüketim eğilimi ve talep potansiyeline sahip kesimlerin bir arada yaşadığı bir kent olduğu gerçeğini bir kez daha göstermiştir. Bu nedenle İstanbul'da yatırım kararları alınırken birden fazla faktörün birlikte düşünülmesi ve yorumlanması büyük önem taşımakta; yatırım kararlarında bilimsel analizlere ihtiyaç duyulmaktadır.

## KAYNAKLAR

Bektaş, H. ve Tuna, K. (2013). Borsa İstanbul Gelişen İşletmeler Piyasası'nda İşlem Gören Firmaların Gri İlişkisel Analiz ile Performans Ölçümü, Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 3(2), ss. 185-198.

Chen, C. N. ve Ting, S. C. (2002). A Study Using The Grey System Theory To Evaluate The Importance Of Various Service Quality Factors. International Journal Of Quality and Reliability Management, 19 (7), ss. 838-861.

Kuo, Y. , Yang, T. ve Huang, G. W. (2008). The Use Of Grey Relational Analysis in Solving Multiple Attribute Decision-Making Problems. Computers & Industrial Engineering, 55, ss. 80-93.

Lin, Y. , Chen, M. Y. ve Liu, S. (2004). Theory of Grey Systems: Capturing Uncertainties of Grey Information. Grey Systems Theory and Applications, Kybernetes: The International Journal of Systems and Cybernetics, 33 (2), ss.196-218.

Wu, Hsin H. (2006). A Comparative Study Of Using Grey Relational Analysis in Multiple Attribute Decision Making Problems. Quality Engineering, 15(2), ss. 209-217.

## EK 1: Örneklem Bölgesi – Mahalle Listesi

İlçe	Mahalle
Adalar	Büyükada
Adalar	Maden
Adalar	Heybeli
Adalar	Kınalı
Arnavutköy	Boğazköy Merkez Mah.
Arnavutköy	İmrahor
Arnavutköy	Yeniköy
Arnavutköy	Anadolu
Arnavutköy	İslam Bey
Ataşehir-1	İçerenköy
Ataşehir-1	Yeni Çamlıca
Ataşehir-1	Küçük Bakkalköy
Ataşehir-1	Yenişehir
Ataşehir-2	Esat Paşa
Ataşehir-2	Aşık Veysel
Ataşehir-2	Mimar Sinan
Ataşehir-2	Kayışdağı
Ataşehir-2	Örnek
Ataşehir-2	Mustafa Kemal
Ataşehir-2	Yeni Sahra
Ataşehir-2	Mevlana
Ataşehir-2	İnönü
Avcılar	Gümüşpala
Avcılar	Denizköşkler
Avcılar	Mustafa Kemal Paşa
Avcılar	Firuzköy
Avcılar	Merkez
Avcılar	Cihangir
Avcılar	Ambarlı
Avcılar	Üniversite
Bağcılar	Çınar
Bağcılar	Sancaktepe
Bağcılar	Barbaros
Bağcılar	Güneşli
Bağcılar	Yüzyıl
Bağcılar	Fevzi Çakmak
Bağcılar	İnönü
Bağcılar	Yavuz Selim
Bahçelievler-1	Soğanlı
Bahçelievler-1	Bahçelievler Merkez
Bahçelievler-1	Siyavuş Paşa
Bahçelievler-1	Koca Sinan
Bahçelievler-2	Zafer

İlçe	Mahalle
Bahçelievler-2	Yeni Bosna Merkez
Bahçelievler-2	Şirinevler
Bahçelievler-2	Cumhuriyet
Bahçelievler-2	Çoban Çeşme
Bahçelievler-2	Fevzi Çakmak
Bahçelievler-2	Hürriyet
Bakırköy	Osmaniye
Bakırköy	Kartal Tepe
Bakırköy	Zeytinlik
Bakırköy	Cevizlik
Bakırköy	Yeni
Bakırköy	Merkez
Bakırköy	Zuhurat Baba
Bakırköy	Şenlikköy
Başakşehir	Başak
Başakşehir	Bahçeşehir 1. Kısım
Başakşehir	Bahçeşehir 2. Kısım
Başakşehir	Ziya Gökalp
Başakşehir	Kayabaşı
Başakşehir	Şahintepe
Başakşehir	Güvercin Tepe
Başakşehir	Başakşehir 2. Kısım
Bayrampaşa	Yıldırım
Bayrampaşa	Sağmacılar
Bayrampaşa	Vatan
Bayrampaşa	Orta
Bayrampaşa	Terazidere
Bayrampaşa	Murat Paşa
Bayrampaşa	Kartal Tepe
Bayrampaşa	Hürriyet
Beşiktaş-1	Yıldız
Beşiktaş-1	Arnavutköy
Beşiktaş-1	Gayrettepe
Beşiktaş-1	Akatlar
Beşiktaş-1	Mecidiye
Beşiktaş-2	Türk Ali
Beşiktaş-2	Abbas Ağa
Beşiktaş-2	Balmumcu
Beşiktaş-2	Muradiye
Beşiktaş-2	Dikili Taş
Beykoz	Paşabahçe
Beykoz	Anadolu Hisarı
Beykoz	Anadolu Kavağı

İlçe	Mahalle
Beykoz	Kavacık
Beykoz	Soğuksu
Beykoz	Göksu
Beykoz	Çubuklu
Beylikdüzü	Gürpınar Merkez
Beylikdüzü	Marmara
Beylikdüzü	Adnan Kahveci
Beylikdüzü	Sahil
Beylikdüzü	Yakuplu Merkez
Beylikdüzü	Büyükşehir
Beylikdüzü	Cumhuriyet
Beylikdüzü	Kavaklı
Beyoğlu-1	Gümüşsuyu
Beyoğlu-1	Sütlüce
Beyoğlu-2	Kasımpaşa
Beyoğlu-2	Okmeydanı
Beyoğlu-2	Halıcıoğlu
Beyoğlu-2	Yahya Kahya
Beyoğlu-2	Keçeci Piri
Beyoğlu-2	Piyale Paşa
Beyoğlu-2	Piri Paşa
Beyoğlu-2	Örnek Tepe
Beyoğlu-2	Kaptan Paşa
Büyükçekmece	Mimar Sinan
Büyükçekmece	Fatih
Büyükçekmece	Cumhuriyet
Büyükçekmece	Hürriyet
Büyükçekmece	Atatürk
Büyükçekmece	Gizdarye
Büyükçekmece	Güzelce
Çatalca	Atatürk
Çatalca	Çiftlikköy
Çatalca	Ova Yenice
Çekmeköy	Merkez
Çekmeköy	Alemdağ
Çekmeköy	Hamidiye
Çekmeköy	Mehmet Akif
Çekmeköy	Çamlık
Çekmeköy	Cumhuriyet
Esenler	Turgu Treis
Esenler	Oruç Reis
Esenler	Namık Kemal
Esenler	Fevzi Çakmak
Esenler	Birlik
Esenler	Merkez

İlçe	Mahalle
Esenler	Atışalanı
Esenler	Karabayır
Esenyurt-1	Yeşilkent
Esenyurt-1	Yeni Kent
Esenyurt-1	Merkez
Esenyurt-1	Mehter Çeşme
Esenyurt-2	Saadet Dere
Esenyurt-2	Örnek
Esenyurt-2	İnönü
Esenyurt-2	İncir Tepe
Esenyurt-2	Pınar
Esenyurt-2	Atatürk
Esenyurt-2	İstiklal
Esenyurt-2	Talat Paşa
Esenyurt-2	Fatih
Esenyurt-2	Kıraç
Esenyurt-2	Güzelyurt
Eyüp	Yeşil Pınar
Eyüp	Kazım Karabekir
Eyüp	Topçular
Eyüp	Silahtarağa
Eyüp	Fevzi Çakmak
Eyüp	Çırçır
Eyüp	Akşemsettin
Eyüp	Merkez
Fatih-1	Fındıkzde
Fatih-1	Koca Mustafa Paşa
Fatih-1	Haseki Sultan
Fatih-2	Karagümrük
Fatih-2	Yedi Tepe
Fatih-2	Balat
Fatih-2	Cankurtaran
Fatih-2	Topkapı
Fatih-2	Şehremini
Fatih-2	Akşemsettin
Fatih-2	Seyit Ömer
Fatih-2	Silivri Kapı
Fatih-2	Cibali
Fatih-2	Derviş Ali
Gaziosmanpaşa	Yıldız Tabya
Gaziosmanpaşa	Bağlar
Gaziosmanpaşa	Yenidoğan
Gaziosmanpaşa	Karayolları
Gaziosmanpaşa	Merkez
Gaziosmanpaşa	Barbaros Hayrettin

İlçe	Mahalle
Gaziosmanpaşa	50. Yıl
Gaziosmanpaşa	Su Deposu
Gaziosmanpaşa	Küçükköy
Güngören	Akıncılar
Güngören	Tozkoparan
Güngören	Genç Osman
Güngören	Haznedar
Güngören	M. Fevzi Çakmak
Güngören	Güneş Tepe
Güngören	Yenigün
Güngören	Soğanlı
Kadıköy-1	Göztepe
Kadıköy-1	Suadiye
Kadıköy-1	Acıbadem
Kadıköy-1	Fener Yolu
Kadıköy-1	Eren Köy
Kadıköy-1	Koşu Yolu
Kadıköy-2	Osman Ağa
Kadıköy-2	Rasimpaşa
Kadıköy-2	Hasan Paşa
Kadıköy-2	Dumlupınar
Kadıköy-2	Ondokuz Mayıs
Kadıköy-2	Kozyatağı
Kadıköy-2	Bostancı
Kadıköy-2	Sahrayı Cedid
Kağıthane-1	Hamidiye
Kağıthane-1	Mehmet Akif
Kağıthane-1	Gürsel
Kağıthane-2	Çağlayan
Kağıthane-2	Gül Tepe
Kağıthane-2	Yeşilce
Kağıthane-2	Ortabayır
Kağıthane-2	Yahya Kemal
Kağıthane-2	Nur Tepe
Kağıthane-2	Talatpaşa
Kağıthane-2	Sanayi
Kağıthane-2	Harman Tepe
Kağıthane-2	Seyran Tepe
Kağıthane-2	Şirin Tepe
Kağıthane-2	Çelik Tepe
Kartal	Merkez
Kartal	Soğanlı
Kartal	Rahmanlar
Kartal	Esentepe
Kartal	Uğurmumcu

İlçe	Mahalle
Kartal	Atalar
Kartal	Hürriyet
Kartal	Petrol İş
Küçükçekmece-1	Sefaköy
Küçükçekmece-1	Cennet
Küçükçekmece-1	Yeni
Küçükçekmece-1	Kemalpaşa
Küçükçekmece-1	İstasyon
Küçükçekmece-2	Kanarya
Küçükçekmece-2	Mehmet Akif
Küçükçekmece-2	İnönü
Küçükçekmece-2	Atatürk
Küçükçekmece-2	Tevfik Bey
Küçükçekmece-2	Söğütlü Çeşme
Küçükçekmece-2	Sultan Murat
Küçükçekmece-2	Yeşil Ova
Küçükçekmece-2	Cumhuriyet
Küçükçekmece-2	Gül Tepe
Maltepe	Merkez
Maltepe	Altayçeşme
Maltepe	Bağlarbaşı
Maltepe	Feyzullah
Maltepe	Fındıklı
Maltepe	Çınar
Maltepe	Zümrüt Evler
Maltepe	İdeal Tepe
Pendik	Merkez
Pendik	Güzel Yalı
Pendik	Harmandere
Pendik	Bahçelievler
Pendik	Batı
Pendik	Çamçeşme
Pendik	Çamlık
Pendik	Çınar Dere
Sancaktepe	Abdurrahman Gazi
Sancaktepe	Fatih
Sancaktepe	Osmangazi
Sancaktepe	Akpınar
Sancaktepe	Veysel Karani
Sancaktepe	İnönü
Sancaktepe	Atatürk
Sarıyer	Büyük Dere
Sarıyer	Çayır Başı
Sarıyer	Tarabya
Sarıyer	Çamlı Tepe (Derbent)



İlçe	Mahalle
Sarıyer	Reşitpaşa
Sarıyer	Cumhuriyet
Sarıyer	Koca Taş
Sarıyer	Maden
Sarıyer	Merkez
Sarıyer	İstinye
Sarıyer	Fatih Sultan Mehmet
Silivri	Fatih
Silivri	Ali Bey
Silivri	Mimar Sinan
Sultanbeyli	Hasan Paşa
Sultanbeyli	Abdurrahman Gazi
Sultanbeyli	Yavuz Selim
Sultanbeyli	Turgut Reis
Sultanbeyli	Mehmet Akif
Sultanbeyli	Fatih
Sultanbeyli	Hamidiye
Sultangazi	Yunus Emre
Sultangazi	Zübeyde Hanım
Sultangazi	Cebeci
Sultangazi	İsmetpaşa
Sultangazi	Esen Tepe
Sultangazi	Gazi
Sultangazi	Merkez
Sultangazi	Cumhuriyet
Şile	Kumbaba
Şile	Balibey
Şile	Hacı Kasım
Şişli-1	Fulya Mahallesi
Şişli-1	Meşrutiyet Mahallesi
Şişli-1	Mecidiyeköy
Şişli-1	Huzur
Şişli-2	Eskişehir
Şişli-2	Halide Edip Adivar
Şişli-2	Gülbahar
Şişli-2	Feriköy
Şişli-2	Mahmut Şevket
Şişli-2	Halil Rıfatpaşa
Şişli-2	İzzet Paşa
Şişli-2	Paşa
Şişli-2	Yayla
Tuzla	İçmeler
Tuzla	Aydınlı
Tuzla	Mimar Sinan
Tuzla	İstasyon

İlçe	Mahalle
Tuzla	Orhanlı
Tuzla	Postane
Tuzla	Yayla
Ümraniye-1	Atakent
Ümraniye-1	İstiklal
Ümraniye-1	İnkılap
Ümraniye-1	Atatürk
Ümraniye-1	Merkez
Ümraniye-2	Altınşehir
Ümraniye-2	Parseller
Ümraniye-2	Kazım Karabekir
Ümraniye-2	Armağan Evler
Ümraniye-2	Tepe Üstü
Ümraniye-2	İhlamur Kuyu
Ümraniye-2	Mehmet Akif
Ümraniye-2	Çakmak
Ümraniye-2	Dumlu Pınar
Ümraniye-2	Yavuz Türk
Üsküdar	Yavuz Türk
Üsküdar	Zeynep Kamil
Üsküdar	Selimiye
Üsküdar	Selami Ali
Üsküdar	İcadiye
Üsküdar	Bulgurlu
Üsküdar	Murat Reis
Üsküdar	Merkez
Üsküdar	Mimar Sinan
Üsküdar	Altunizade
Üsküdar	Ünalın
Üsküdar	Bağlarbaşı
Zeytinburnu	Sümer
Zeytinburnu	Veli Efendi
Zeytinburnu	Çırpıcı
Zeytinburnu	Kazlıçeşme
Zeytinburnu	Seyitnizam
Zeytinburnu	Yenidoğan
Zeytinburnu	Ziya Gökay
Zeytinburnu	Telsiz
Zeytinburnu	Beştelsiz
Zeytinburnu	Merkez Efendi
Zeytinburnu	Yeşiltepe

## EK 2: Arama Konferansı Katılımcı Listesi

Katılımcı	Kurum
Ahmet İNCEKARA	İstanbul Üniversitesi
Arif SALDANLI	İstanbul Üniversitesi
Çağlayan IŞIK	Frekans Araştırma
Çiğdem PEKİN	İstanbul Valiliği
Ebru ÖKSÜZ	İstanbul Esnaf ve Sanatkârlar Odaları Birliği
Elçin ŞİŞMANOĞLU	İstanbul Üniversitesi
Figen Altuğ	İstanbul Üniversitesi
Fikret KURTAY	Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı
Filiz BALOĞLU	İstanbul Üniversitesi
Hakan BEKTAŞ	İstanbul Üniversitesi
İbrahim SIRMA	İstanbul Üniversitesi
Mehmet Onur PARTAL	İstanbul Kalkınma Ajansı
Murat ŞEKER	İstanbul Üniversitesi
Mustafa Kemal İŞLER	İstanbul Büyükşehir Belediyesi
Nevzat EREN	İstanbul Ticaret Odası
Neyir Seda ÜTÜGEN	Türkiye Seyahat Acentaları Birliği
Oğuz DEMİR	İstanbul Ticaret Üniversitesi
Ömer İNAN	İstanbul Sanayi Odası
Raife EYİLER	İktisadi Araştırmalar Vakfı
Selman YILMAZ	İstanbul Üniversitesi
Sema ULUTÜRK AKMAN	İstanbul Üniversitesi
Sezgin TÜZÜN	Veri Araştırma
Timuçin KURT	İstanbul Finans Merkezi

## PROJE EKİBİ

Doç.Dr. Murat ŞEKER

*Proje Koordinatörü*



Yükseköğrenimini İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi'nde 2003 yılında tamamladı. ABD Florida Devlet Üniversitesi'nde sürdürdüğü tez çalışmaları sonucunda, 2009 yılında "Rüşvet Ekonomisi" başlıklı tezi ile Doktor unvanı aldı. Yurtdışında bulunduğu sürede bir araştırma kuruluğu olan Florida Tax Watch'de asistan olarak çalıştı. 2011 yılında "Happiness Economics" konulu TÜBİTAK projesi için ABD'de misafir öğretim üyesi olarak bulundu. UNDEF, IBP, AB-CFCU, TÜBİTAK ve İSTKA başta olmak üzere ulusal ve uluslararası projelerde yürütücü, danışman, uzman ve araştırmacı olarak görev aldı. Ekonomi, maliye ve çok disiplinli alanlarda ulusal, uluslararası düzeyde yayımlanmış makale, tebliğ ve kitapları bulunan Şeker, 2012 yılında Doçent unvanı aldı. Halen İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Maliye Bölümü'nde görev yapmakta, aynı zamanda Yeditepe Üniversitesi ve Deniz Harp Okulu'nda yarı zamanlı olarak ders vermektedir. İlgili alanları kamu ekonomisi, kamu bütçesi, yerel yönetimler, yolsuzluk ekonomisi, proje yönetimi, yaşam kalitesi araştırmaları ve mutluluk ekonomisidir.

Prof.Dr. Ahmet İNCEKARA

*Akademik Danışman*



Lisans eğitimini 1978 yılında İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi'nde tamamlayan İncekara, 1985 yılında Doktor unvanı aldı. 1996 yılında aynı fakültede profesörlüğe yükseltildi. TRT, İstanbul Ticaret Odası, Anadolu Sigorta'da ekonomi müşavirliği yapan İncekara, İktisat Fakültesi İktisat Bölümü, İktisat Politikası Anabilim Dalı Başkanlığını, İstanbul Üniversitesi Ekonomi ve Politika Araştırmaları Merkezi Müdürlüğünü ve İktisadi Araştırmalar Vakfı Başkanlığını sürdürmektedir. Ekonomi, iktisat politikaları, bölgesel kalkınma ve çok disiplinli alanlarda makale, tebliğ, kitap yayınları bulunan İncekara, birçok akademik projede yürütücü, uzman ve danışman olarak çalıştı. Halen İktisat Fakültesi'nde görev yapmakta olup, lisans ve lisansüstü dersler vermektedir.

**Prof.Dr. Figen ALTUĞ**

*Akademik Danışman*



1952 yılında İstanbul'da doğan, babasının görevi nedeniyle değişik illerde eğitimine devam eden, Kadıköy Maarif Koleji'ni bitirdikten sonra 1971 de İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi'ne giren Altuğ, 1975'de mezun olduktan sonra aynı fakültenin Maliye Bölümü'nde Uzman statüsünde çalışmaya başladı. 1976'da Maliye ve Mali Kanunlar Kürsüsü'ne Asistan olarak atandı; 1983'de İktisat Fakültesi'nde doktorasını tamamlayarak Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Maliye Bölümü'ne Yardımcı Doçent olarak atandı. 1989'da Doçent, 1994'de Profesör olan Altuğ, Uludağ Üniversitesi'nde çeşitli idari görevler üstlendi. 2006'da İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Maliye Bölümüne Profesör olarak atanan Altuğ, 12.9.2010 tarihine kadar bölüm başkanlığını yürüttüğü Maliye Bölümünde halen öğretim üyeliğine devam etmektedir. Yıldız Teknik Üniversitesi İ.İ.B.F. İktisat Bölümü lisans eğitiminde 2010-2011 Güz döneminde "Kamu Maliyesi" dersini üstlenen Altuğ, halen İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi'nde lisans ve Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde lisansüstü dersler vermektedir. Yerel Yönetimler Maliyesi, Bütçe, Mali Denetim alanlarında çalışmaları vardır.

**Yrd.Doç.Dr. Sema ULUTÜRK AKMAN**

*Araştırmacı*



İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Ekonometri Bölümünden 1991 yılında mezun oldu. Ekonometri anabilim dalında yüksek lisans ve doktora eğitimlerini tamamladı. Ekonometri ve istatistik alanında makale ve tebliğleri bulunan Akman, ulusal düzeyde proje ve araştırmalarda yürütücü, uzman ve danışman olarak çalıştı. Halen İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi, Ekonometri Bölümünde görev yapmakta; İktisat Fakültesi ve Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde lisans ve lisansüstü düzeyde dersler vermektedir. İlgi alanları, kalite kontrol teknikleri, pazar ve tüketici araştırmaları, seçim araştırmaları ve uygulamalı istatistiktir.

**Dr. Arif SALDANLI**  
*Araştırmacı*



İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, İktisat Bölümü'nden 2003 yılında mezun oldu. Yüksek Lisans eğitimini İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Para Sermaye Piyasaları ve Finansal Kurumlar Bilim Dalı'nda tamamladı. 2012 yılında "Kurumsal Yönetimin Firma Değer ve Performansına Etkileri – İMKB 100 Üzerine Bir Uygulama" başlıklı doktora tezi ile İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı doktora programını tamamlamıştır. Halen İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, İşletme Bölümünde görev yapmaktadır.

**Ar.Gör. Hakan BEKTAŞ**  
*Araştırmacı*



Lisans eğitimini 2005-2009 yılları arasında İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Ekonometri Bölümü'nde bölüm birincisi olarak tamamladı. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı Teknoloji ve Sanayi İktisadi Bilim Dalı'nda sunduğu "Türk Bankacılık Sektöründe Finansal Güç Derecelerinin İstatistiksel Yöntemlerle İncelenmesi" başlıklı teziyle 2011 yılı İktisadi Araştırmalar Vakfı Ünal Aysel tez ödülüne layık görüldü. 2010 yılından itibaren İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Ekonometri Bölümü'nde araştırma görevlisi olarak görev yapan Bektaş, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Ekonometri Anabilim Dalı'nda doktora tez çalışmasını sürdürmektedir. Ayrıca ulusal ve uluslararası indekslerce taranan bilimsel dergilerde de birçok makalesi bulunmaktadır.

**Ar.Gör. Elçin ŞİŞMANOĞLU**  
*Araştırmacı*



İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, İngilizce İktisat Bölümü'nden 2007 yılında mezun oldu. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı'nda sunduğu "Sigorta Şirketlerinde Finansal Raporlama ve Türkiye Finansal Raporlama Standartlarına Geçişin Etkilerine Yönelik Bir Araştırma" adlı teziyle yüksek lisansını tamamladı. Aynı bölümde doktora eğitimine devam eden Şişmanoğlu, "Bağımsız Denetim Sürecinde Denetçinin Mesleki Yargısı ve Bir Araştırma" başlıklı doktora tezi çalışmalarına devam etmektedir. 2007 yılından beri İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, İşletme Bölümü'nde araştırma görevlisi olarak çalışmaktadır.