

T.C.
GEBZE YÜKSEK TEKNOLOJİ ENSTİTÜSÜ
MÜHENDİSLİK VE FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

KONUT EDİNİMİNDE KULLANICI
KARARLARINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER;
İSTANBUL İLİ
TOPLU KONUT PROJELERİ ÖRNEĞİ

Sıddıka Filiz AYDIN GÖK
YÜKSEK LİSANS TEZİ
MİMARLIK ANABİLİM DALI

GEBZE
2010

T.C.
GEBZE YÜKSEK TEKNOLOJİ ENSTİTÜSÜ
MÜHENDİSLİK VE FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

KONUT EDİNİMİNDE KULLANICI
KARARLARINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER;
İSTANBUL İLİ
TOPLU KONUT PROJELERİ ÖRNEĞİ

Sıddıka Filiz AYDIN GÖK
YÜKSEK LİSANS TEZİ
MİMARLIK ANABİLİM DALI

TEZ DANIŞMANI
Doç. Dr. Nilay COŞGUN

GEBZE
2010



YÜKSEK LİSANS TEZİ JÜRİ ONAY SAYFASI

G.Y.T.E. Mühendislik ve Fen Bilimleri Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun 15/01/2010 tarih ve 2010/03 sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından 10.05.2010 tarihinde tez savunma sınavı yapılan Sıddıka Filiz AYDIN GÖK'ün tez çalışması Mimarlık Anabilim Dalında YÜKSEK LİSANS tezi olarak kabul edilmiştir.

JÜRİ

ÜYE

(TEZ DANIŞMANI) : Doç. Dr. Nilay COŞGUN

ÜYE

: Yrd. Doç. Dr. Murat YILDIZ

ÜYE

: Öğr. Gör. Dr. Cahide AYDIN İPEKÇİ

ONAY

G.Y.T.E. Mühendislik ve Fen Bilimleri Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun/...../20... tarih ve/..... sayılı kararı.

İMZA/MÜHÜR

ÖZET

TEZ BAŞIĞI : KONUT EDİNİMİNDE KULLANICI KARARLARINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER; İSTANBUL İLİ TOPLU KONUT PROJELERİ ÖRNEĞİ

YAZAR ADI : SİDDİKA FİLİZ AYDIN GÖK

Geçmişte konutunu kendi ihtiyaç ve önceliklerine göre inşa ettirebilen kullanıcı günümüzde konut sahibi olabilmek için daha çok ikamete hazır konut sunumlarına yönelmektedir. Kullanıcı edineceği konutu seçerken de kendi ihtiyaç ve önceliklerini gözetmektedir. Ancak kullanıcının konut edinim kararında ihtiyaç ve önceliklerinin yanı sıra konutun özellikleri de etkili olmaktadır.

Konut ediniminde kullanıcı kararlarını etkileyen faktörlerin belirlenmesini ve etkilerinin tanımlanmasını amaçlayan bu çalışma altı (6) bölümden oluşmaktadır. Araştırma İstanbul İli'nde satışa yeni (2009-2010) sunulan toplu konut projeleriyle sınırlandırılmıştır. Araştırmada anket yöntemi uygulanmıştır.

Birinci bölümde araştırmanın amacı ve kapsamı, kullanılan araştırma ve değerlendirme yöntemi, örneklem ve sınırlar açıklanmıştır.

Çalışmanın ikinci bölümünde, konut, ev ve çevresi kavramları incelenmiş konut sektörü bağlamında konut ihtiyacı ve konut sorunu kavramlarına, konut politikalarına ve konut sunumlarına değinilmiştir. İstanbul'da son 10 yılda sunulan toplu konut projeleri incelenmiştir.

Üçüncü bölümde konut edinme, kullanıcı ihtiyaçları ve kullanıcı memnuniyeti kavramları incelenmiş, konut edinmede etkisi araştırılacak kriterler belirlenmiştir.

Dördüncü bölüm, belirlenen kriterleri ölçmeye yönelik olarak anketin nasıl hazırlandığı, uygulandığı, örneklem özelliklerini ve verilerin çözümlenmesini içermektedir.

Beşinci bölümde konut edinimine yönelik kullanıcı değerlendirmeleri üzerinde etkili olan faktörler ve etkileri tanımlanarak tespit edilmiştir.

Sonuç bölümünü oluşturan altıncı bölümde konut ediniminde etkili olduğu tespit edilen faktör grupları ve faktörler hakkında bilgi verilmiş araştırmada ulaşılan sonuçlar tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Konut, Konut Çevresi, Konut Edinimi, Kullanıcı İhtiyaçları, Kullanıcı İstekleri

SUMMARY

**TITLE OF THE THESIS STUDY: CASE STUDY ON FACTORS
AFFECTIVE ON USER DECISIONS IN HOUSING ACQUISITION;
İSTANBUL PROVINCE MASS HOUSING PROJECTS**

NAME OF THE AUTHOR : SİDDİKA FİLİZ AYDIN GÖK

Users who could make their houses built in line with their own needs and priorities in the past tend to prefer turn-key housing options to own their housing today. When choosing the house s/he will live in, the user takes into consideration her/his own needs and priorities as well. However, features of the houses are affective on housing acquisition decision as well as the needs and priorities of the user.

Aimed at defining which factors are affective to which extent on user decisions in housing acquisition, present study is composed of 6 parts. The study is limited to the mass housing projects recently started (2009-2010) in Istanbul. Questionnaire method is used in the scope of the present study.

First part of the study defines the purpose and scope, research and evaluation method, sampling and limitations of the study.

Second part of the study discusses the concepts of “housing”, “house” and “surrounding of the house” and touches upon “housing requirement” and “housing problem” concepts and housing policies and housing provisions in the scope of the housing sector. Mass housing projects introduced in Istanbul in the last decade are analyzed in this scope.

Third part of the study underlines the concepts of “housing acquisition”, “user needs” and “user satisfaction” and defines the criteria to be analyzed in terms of their effects on housing acquisition.

Fourth part of the study explains the method adopted in the development and administration of the questionnaire aimed at analyzing the selected criteria; characteristics of the sampling; and data analysis.

Fifth part of the study defines the factors affective on user assessments on housing acquisition and reveals the extent to which they are affective.

Sixth part -i.e., Conclusion Part- gives information on the factor groups and factors found to be effective on housing acquisition and discusses study results

Key Words: Housing, Surrounding of the House, Housing Acquisition, User Needs, User Demands

TEŞEKKÜR

Bu araştırmanın planlanması ve yürütülmesi süresince değerli bilgisi ve tecrübesi ile beni yönlendiren, destek veren ve yardımlarını esirgemeyen Danışman Hocam Sayın Doç. Dr. Nilay COŞGUN'a en içten dileklerle teşekkürlerimi sunarım.

Satış ofislerinde araştırma yapmama onay ve destek veren ilgili toplu konut projelerinin yöneticileri ile araştırmanın temel bilgi kaynağı olan ve anket sorularına samimiyetle cevap veren tüm “katılımcılara” içtenlikle teşekkür ederim.

Araştırma sürecinde Canım Kızım'a bakarak büyük destek veren Sevgili Kayınvalidem Zemzem Gök ile Sevgili Kayınbabam Kenan GÖK'e ve varlığıyla beni onurlandıran Sevgili Eşim Taylan Özgür GÖK'e en içten dileklerle şükranlarımı sunarım.

Sıddıka Filiz AYDIN GÖK

İÇİNDEKİLER DİZİNİ

	<u>Sayfa</u>
ÖZET	iv
SUMMARY	vi
TEŞEKKÜR	viii
İÇİNDEKİLER DİZİNİ	ix
SİMGELER ve KISALTMALAR DİZİNİ	xi
ŞEKİLLER DİZİNİ	xii
ÇİZELGELER DİZİNİ	xiii
RESİMLER DİZİNİ	xvii
1. GİRİŞ	1
2. KONUT KAVRAMI ve KONUT SEKTÖRÜ	6
2.1. Konut, Ev ve Çevresi	6
2.2. Türkiye’de Konut İhtiyacı ve Finansmanı	8
2.2.1. Konut İhtiyacı, Konut Talebi ve Konut Sorunu	8
2.2.2. Konut Finansmanı	11
2.3. Türkiye’de Konut Politikaları ve Gelişen Konut Sunumları	14
2.4. İstanbul İli’nde Son 10 Yılda Sunulan Toplu Konut Projeleri	22
3. KONUT EDİNİMİNDE KULLANICI KARARLARININ OLASI BELİRLEYİCİLERİ	30
3.1. Konut Edinme, Kullanıcı İhtiyaçları ve Kullanıcı Memnuniyeti	30
3.1.1. Kullanıcı İhtiyaçları	31
3.1.2. Kullanıcı Memnuniyeti ve Tatmini	34
3.2. Kullanıcı Odaklı Faktörler	38
3.2.1. Kullanıcının Kimlik Özellikleri	39
3.2.2. Kullanıcının Geliri Grubu ve Finansal Kaynakları	40
3.2.3. Kullanıcının Mevcut Yaşam Çevresi	42
3.2.4. Kullanıcının Konuttan Beklentileri/Niyet ve Öncelikleri	43
3.3. Konut/Sunum Odaklı Faktörler	44

3.3.1. Sunulan Konut Çevresinin Özellikleri	45
3.3.2. Sunulan Konutun Özellikleri	47
3.3.3. Konut Sunumundaki Pazarlama Yöntemleri	48
3.3.4. Satış Sonrası Hizmetler	50
4. KONUT EDİNİMİNDE KULLANICI KARARLARINI ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN ARAŞTIRILMASI	52
4.1. Araştırmanın Yöntemi	52
4.2. Anket Formunun Oluşturulması	53
4.3. Örneklem Büyüklüğü ve Örneklem Alanının Belirlenmesi	55
4.4. Örneklem Alanlarının Özellikleri	58
4.5. Anket Bulgularının Analizleri	59
4.5.1. Kullanıcı Odaklı Verilerin Analizi	59
4.5.2. Konut/Sunum Odaklı Verilerin Analizleri	77
5. DEĞERLENDİRMELER	103
5.1. Kullanıcının Konut Edinimindeki Niyet ve Önceliklerinde /İçsel Değerlendirmelerinde Etkili Faktörler	106
5.2. Kullanıcının Konut/Sunum Değerlendirmelerinde Etkili Faktörler	111
5.2.1. Konutun Çevresel Özelliklerini Değerlendirmede Etkili Faktörler	111
5.2.2. Konut Özelliklerini Değerlendirmede Etkili Faktörler	117
5.2.3. Pazarlama Unsurlarını Değerlendirmede Etkili Faktörler	124
5.2.4. Satış Sonrası Hizmetleri Değerlendirmede Etkili Faktörler	125
6. SONUÇLAR ve TARTIŞMA	128
KAYNAKLAR	134
EK 1 İstanbul İli'nde Son 10 Yılda Sunulan Toplu Konut Projeleri	143
EK 2 Anket Formu	148
EK 3 Örneklem Alanı Özellikleri ve Anket Verileri	155
EK 4 Anket Katılımcıları Özellikleri Çoğunluk Verileri	182
ÖZGEÇMİŞ	186

SİMGELER ve KISALTMALAR DİZİNİ

%	Yüzde
A.Ö.	Aylık Ödeme
BİBKM	Bayındırlık Ve İskan Bakanlığı Konut Müsteşarlığı
B.S.T.	Birim Satış Fiyatı
EMLAKBANK	Kapatılan Emlak Bankası
EMLAKGYO	Emlak Konut Gayrimenkul Yatırım Ortaklığı
DİE	Devlet İstatistik Kurumu (Yeni adı TÜİK)
GYO	Gayrimenkul Yatırım Ortaklığı
KİPTAŞ	İstanbul Konut İmar Plan Sanayi ve Ticaret A.Ş
M ²	Metrekare
MİA	Merkezi İş Alanı
SPK	T.C. Başbakanlık Sermaye Piyasası Kurulu
TOKİ	T.C.Başbakanlık Toplu Konut İdaresi Başkanlığı
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
UN	United Nations (Birleşmiş Milletler)

ŞEKİLLER DİZİNİ

<u>Sekil</u>	<u>Sayfa</u>
2.1 Son 10 Yılda İstanbul'da Sunulan Toplu Konut Projelerinin Geliştiricilerine, Kullanıcı Gelir Gruplarına ve Sunum Dönemlerine Göre İl Haritası Üzerindeki Konumları	24
4.1. Anket Yapılan Örneklem Alanlarının İstanbul İçindeki Konumları	57
4.4. Anket Katılımcılarının Cinsiyeti	60
4.5. Anket Katılımcılarının Yaşı	61
4.7. Anket Katılımcılarının Çocuk Sahipliği	62
4.10. Anket Katılımcılarının Çalışma ve İş Durumu	64
4.12. Anket Katılımcılarının Gelir Grubu	65
4.14. Anket Katılımcılarının Yöneldiği İlk Üç Finansal Kaynak	67
4.19. Anket Katılımcılarının İkamet Ettiği Konut Tipi	69
4.20. Konutun Kim/Kimler İçin Edinildiği	70
4.21. Anket Katılımcılarının Konut Edinme Amacı	71
4.22. Konut Edinim Kararındaki Etkinlik	72
4.25. Anket Katılımcılarının Komşuluk Düzeni Tercihi	73
4.26. Anket Katılımcılarının Edinmeyi Planladığı Konut Tipi	74
4.27. Anket Katılımcılarının İdeallerindeki Konut Tipi	75
4.31. Anket Katılımcılarının Isıtma Tipi Tercihi	93
4.32. Anket Katılımcılarının Konut İçİ İmalata Yönelik Tercihi	94
4.33. Anket Katılımcılarının Konut Sunumlarından Haberdar Olma Yolu	95
5.1. Kullanıcının İçsel Değerlendirmelerinde ve Konut/Sunum Değerlendirmelerindeki Etkisi İrdelenecek Somut ve Soyut Kullanıcı Faktörleri ile Konut/Sunum (Örneklem Alanı) Faktörleri	104
6.1. Faktör Grupları ve Kullanıcı Değerlendirmelerine Etki Ağırlıkları	128

ÇİZELGELER DİZİNİ

<u>Çizelge</u>	<u>Sayfa</u>
2.4. Toplu Konut Projelerinin; Geliştiricisini Hitap Edilen Gelir Grubunu ve Sunum Dönemini Betimleyen Lejantlar	23
2.5. Toplu Konut Projelerinin Hitap Ettikleri Kullanıcı Kitlesinin Gelir Grubunu Ayırt Etmede Kullanılan Konut Edinim M ² Birim Fiyatı ve Aylık Edinim Taksiti Kabulleri	25
2.6. İstanbul İli'nde Son 10 Yılda Sunulan Toplu Konut Projelerinin Geliştiricilerine, Kullanıcı Gelir Grubuna ve Sunum Dönemlerine Göre Sayıları	25
2.7. İstanbul İlinde Son 10 Yılda Sunulan Toplu Konut Projelerinin Geliştiricilerine, Kullanıcı Gelir Grubuna ve Sunum Dönemlerine Göre Konut Kapasiteleri	26
3.1. Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi (Maslow,1943)	32
4.1. ($\alpha= 0.05$ için) Örneklem Büyüklükleri	55
4.2. Örneklem Alanlarının Künyesi	58
4.28. Anket Katılımcılarının Konut Edinim Kararındaki Öncelikleri	76
4.29.a. Anket Katılımcılarının Hedef Konutun Çevresel Özelliklerine Yönelik Değerlendirmeleri	79
4.30.a. Anket Katılımcılarının Hedef Konut Özelliklerine Yönelik Değerlendirmeleri	84
4.34.a. Anket Katılımcılarının Pazarlama Unsurlarına Yönelik Değerlendirmeleri	97
4.35.a. Anket Katılımcılarının Satış Sonrası Hizmetlere Yönelik Değerlendirmeleri	101
5.3. Anket Katılımcılarının "Sağlık ve Temizlik" Grubundaki Çevresel Özellikleri Değerlendirmeleri	112
5.4. Anket Katılımcılarının "Güvenlik" Grubundaki Çevresel Özellikleri Değerlendirmeleri	113
5.5. Anket Katılımcılarının "Ulaşım/Ulaşılabilirlik" Grubundaki Çevresel Özellikleri Değerlendirmeleri	114
5.6. Anket Katılımcılarının "Biçim ve Estetik" Grubundaki Çevresel Özellikleri Değerlendirmeleri	115

5.7. Anket Katılımcılarının “Sosyal Çevre ve İmkânlar” Grubundaki Çevresel Özellikleri Değerlendirmeleri	116
5.8. Anket Katılımcılarının “Teknik Özellikler” Grubundaki Konut Özelliklerini Değerlendirmeleri	118
5.9. Anket Katılımcılarının “Yasal Özellikler” Grubundaki Konut Özelliklerini Değerlendirmeleri	120
5.10. Anket Katılımcılarının “Mimari Özellikler” Grubundaki Konut Özelliklerini Değerlendirmeleri	121
5.11. Kullanıcı Değerlendirmelerinde Etkili Görülen Faktörlerin (Özelliklerin) Toplam Etki Değerleri	127
Ek 1 (2.Bölüm Eki)	143
2.1. İstanbul İlinde Son 10 Yılda Kamu Tarafından Sunulan Toplu Konut Projeleri; Konumları, İsimleri, Konut Kapasiteleri ve Hedef Kullanıcı Gelir Grupları	144
2.2. İstanbul İlinde Son 10 Yılda Kamu İştirakleri Tarafından Sunulan Toplu Konut Projeleri; Konumları, İsimleri, Konut Kapasiteleri ve Hedef Kullanıcı Gelir Grupları	145
2.3. İstanbul İlinde Son 10 Yılda Özel Sektör Tarafından Sunulan Toplu Konut Projeleri; Konumları, İsimleri, Konut Kapasiteleri ve Hedef Kullanıcı Gelir Grupları	146
Ek 3 (4. Bölüm Eki)	155
4.3. Etkisi Değerlendirilecek Örneklem Alanı Özellikleri (Konut/Sunum Faktörleri)	156
4.4. Anket Katılımcılarının Cinsiyeti	158
4.5. Anket Katılımcılarının Yaşı	158
4.6. Anket Katılımcılarının Medeni Durumu	158
4.7. Anket Katılımcılarının Çocuk Sahipliği ve Çocuk Sayısı	159
4.8. Anket Katılımcılarının Eğitim Durumu	159
4.9. Anket Katılımcıları Eşlerinin Eğitim Durumu	160
4.10. Anket Katılımcılarının Çalışma ve İş Durumu	160
4.11. Anket Katılımcıları Eşlerinin Çalışma ve İş Durumu	161
4.12. Anket Katılımcılarının Gelir Grubu	161
4.13. Anket Katılımcılarının Ev ve Otomobil Sahipliği	162
4.14. Anket Katılımcılarının Kullanacağı Finansal Kaynaklar	162

4.15. Anket Katılımcılarının İkametlerinin Örneklem Alanına Uzaklıkları	163
4.16. Anket Katılımcılarının İş Yerlerinin Örneklem Alanına Uzaklıkları	163
4.17. Anket Katılımcılarının İkametlerinin Merkeze Göre Konumu	164
4.18. Anket Katılımcılarının İkametlerinin Komşuluk Düzeni	164
4.19. Anket Katılımcılarının İkamet Ettiği Konut Tipi	165
4.20. Anket Katılımcılarının Konutun Kim/Kimler İçin Edindiği	165
4.21. Anket Katılımcılarının Konut Edinme Amacı	166
4.22. Konut Edinim Kararındaki Etkinlik	166
4.23. Anket Katılımcılarının İkamet Etmek/Yaşamak İsteddiği Semt ile Ziyaret Ettiği Örneklem Alanın Arasındaki Uzaklık	167
4.24. Anket Katılımcılarının Yaşamak İsteddiği Semtin Merkeziliyeti	167
4.25. Anket Katılımcılarının Komşuluk Düzeni Tercihi	167
4.26. Anket Katılımcılarının Edinmeyi Planladığı Konut Tipi	168
4.27. Anket Katılımcılarının İdeallerindeki Konut Tipi	169
4.28. Anket Katılımcılarının Konut Edinim Kararındaki Öncelikleri (A ve C Alanları)	170
4.28. Anket Katılımcılarının Konut Edinim Kararındaki Öncelikleri (B ve D Alanları)	170
4.28. Anket Katılımcılarının Konut Edinim Kararındaki Öncelikleri (Toplam)	171
4.29. Anket Katılımcılarının Hedef Konutun Çevresel Özelliklerine Yönelik Değerlendirmeleri (A ve C Alanları)	172
4.29. Anket Katılımcılarının Hedef Konutun Çevresel Özelliklerine Yönelik Değerlendirmeleri (B ve D Alanları)	173
4.29. Anket Katılımcılarının Hedef Konutun Çevresel Özelliklerine Yönelik Değerlendirmeleri (Toplam)	174
4.30. Anket Katılımcılarının Hedef Konut Özelliklerine Yönelik Değerlendirmeleri (A ve C Alanları)	175
4.30. Anket Katılımcılarının Hedef Konut Özelliklerine Yönelik Değerlendirmeleri (B ve D Alanları)	176

4.30. Anket Katılımcılarının Hedef Konut Özelliklerine Yönelik Değerlendirmeleri (Toplam)	177
4.31. Anket Katılımcılarının Isıtma Tipi Tercihi	178
4.32. Anket Katılımcılarının Konut İçi İmalata Yönelik Tercihi	178
4.33. Anket Katılımcılarının Konut Sunumlarından Haberdar Olma Yolu	179
4.34. Anket Katılımcılarına Göre Pazarlama Unsurlarının Konut Edinim Kararındaki Etkisi (A ve C Alanları)	179
4.34. Anket Katılımcılarına Göre Pazarlama Unsurlarının Konut Edinim Kararındaki Etkisi (B ve D Alanları)	180
4.34. Anket Katılımcılarına Göre Pazarlama Unsurlarının Konut Edinim Kararındaki Etkisi (Toplam)	180
4.35. Anket Katılımcılarının Satış Sonrası Hizmetlere Yönelik Değerlendirmeleri	181
Ek 4	182
5.1. Anket Katılımcılarının Somut Faktör Çoğunluk Verileri	183
5.2. Anket Katılımcılarının Soyut Faktör Çoğunluk Verileri (Anket Katılımcılarının Konut Edinim Niyeti ve Öncelikleri Çoğunluk Verileri)	185

RESİMLER DİZİNİ

Resim

Sayfa

3.1. Pruitt-Igoe Toplu Konutları'nın Yıkılmadan Önceki Hali

35

1. GİRİŞ

Barınma, insanoğlunun var olduğu günden bu yana süregelen en önemli ihtiyaçlarından biri olmuştur. Bu ihtiyacı karşılamak için inşa edilen yapı da günümüze “konut”, “ev”, “yuva” isimleriyle taşınmıştır. Konut, yüzyıllar boyunca, sosyokültürel yapı, fiziki ve teknik koşullara göre değişmiş, çeşitlenmiş ve gelişmiştir. Ancak en önemli ihtiyaç olma özelliğini hiçbir zaman kaybetmemiştir. Konut, toplumu oluşturan ailenin fiziksel ve sosyal koruyucusudur. Bu bağlamda konut sadece bir barınak değil, aynı zamanda aileler ve kişiler için bir güvence kaynağı, dayanıklı bir tüketim malı, bir yatırım aracı ve yaşam çevresinin oluşumunda yapı taşıdır (Öztürk, 1997,s.3).

Konut sahibi olmak, pek çok aile için en önemli yaşam hedeflerinden biri olarak kabul edilmektedir. Bunda konutun; dar ve orta gelirli için sosyal bir güvence, üst gelir grubu için ise sosyal bir statü sembolü ve karlı bir yatırım aracı olması ve herkes için yeni bir yaşam biçimi anlamına gelmesi büyük ölçüde etkilidir.

Ülkemizde konut ihtiyacı; nüfus artışı, göçler, doğal afetler, kentleşme, ataerkil ailenin parçalanması gibi birçok etkene bağlı olarak ortaya çıkmaktadır. İhtiyaç sahibinin sosyoekonomik durumu ile oluşturduğu ya da edindiği konut tipi arasında doğrudan bir ilişki bulunmaktadır. Konut ihtiyacı baskısı, konut talebi ve ekonomik politikalar nedeniyle özel sektör ve kamu sektörü tarafından her yıl binlerce yeni konut üretilmektedir.

1950’li yıllara kadar kendi konutunu geleneksel yöntemlerle kendi ihtiyaçlarına göre “erbabına” inşa ettiren kullanıcı, ilk olarak yap-satçıların ve konut yapı kooperatiflerinin konut sunumu ile kendisi tarafından tarifenmemiş hazır tip konut projesiyle karşı karşıya kalmıştır. Günümüzde ise çoğunlukla

kitle üretime dayandığı için, “konut”, sahibine özel bir yapı olmaktan çıkıp piyasaya belli tiplerle sunulan dayanıklı bir “tüketim malı”, bir “ürün” haline dönüşmüştür.

Son dönemlerde (2007-2010 yılları arası) kamu ve özel sektör tarafından gerçekleştirilen toplu konut sunumlarındaki artış dikkat çekici boyutlardadır. Sunulan toplu konut projelerinin kullanıcı ihtiyaç ve isteklerini ne derece karşıladığı ve başarısı, zaman içinde konutuna yerleşen kullanıcının memnuniyeti ile ölçülebilecektir. Bu nedenle özellikle büyük toplu konut projelerinin geliştirilmesi sürecinde kullanıcı/tüketici ihtiyaçlarına ve taleplerine yönelik araştırma yapılması, konut projesinin satış performansı ve daha da önemlisi satış sonrası kullanıcı memnuniyetinin yüksek seviyelere ulaşabilmesi açısından oldukça önemlidir.

Tez çalışması kapsamında yapılan ön araştırmalarda; üreticinin konut kullanıcısının beklenti ve ihtiyaçları konusunda deneme yanılma yoluyla oluşturduğu öz bilgisine ve ekonomik araştırma verilerine dayanarak proje geliştirdiği gözlemlenirken, özellikle ulusal literatürde yer alan araştırmaların kullanıcı memnuniyeti ve kullanıcı katılımı üzerine yoğunlaştığı ve bu bağlamda ideal konut ve çevresine yönelik beklentilerin tarifi edildiği belirlenmiştir.

Ancak yeni bir yaklaşımla, kullanıcının sunulan yüzlerce konut projesi ve yaşam biçiminden birini seçerek de bir değerlendirme ve katılım yaptığını söylemek mümkündür. Kullanıcının, tasarım aşamasında sunulan tasarım seçeneklerinden kendine en yakın olanı seçmesiyle, edinimi için sunulan konut ve yaşam biçimi seçeneklerinden kendine en yakın olanı, çeşitli canlandırmalar yardımıyla (planlar, resimler, örnek evler, bilgilendirme) değerlendirerek seçmesinin, kullanıcı tercihlerini irdelemek bağlamında benzeştiği düşünülmektedir.

Bu araştırmayla da, konut edinim kararına yönelik kullanıcı tercih ve değerlendirmelerinde etkili olabilecek kullanıcı ve konut/sunum odaklı özelliklerin/faktörlerin belirlenmesi ve etkilerinin tariflenmesi amaçlanmaktadır. Araştırma İstanbul'da yeni (2009 yılında) satışa sunulan toplu konut projeleri ile sınırlandırılmıştır. Çalışma sonuçlarının uygulama alanında ve bilimsel alanda yapılacak yeni çalışmalara referans olacağı düşünülmektedir.

Diğer araştırma yöntemlerinden farklı olarak, toplu konut projelerinin satış ofislerine konut edinmek amacıyla gelen kullanıcı adaylarına, hedef konuta yönelik tercih ve değerlendirmelerini öğrenmek üzere anket uygulanmıştır. Daha çok yaşayan konutlarda ve kullanıcı memnuniyeti üzerine yapılan araştırmaların ağırlıklı olduğu mimarlık alanında, konut edinimi öncesi, kullanıcının tercih ve değerlendirmelerini tespite yönelik böyle bir yöntemin denenmemiş olması ve kullanıcı odaklı faktörlerin yanı sıra örneklem alanı özelliklerinin de kullanıcı kararında etken olabileceğinin dikkate alınması bu çalışmanın özgünlüğünü oluşturmaktadır.

Araştırmanın rneklem alanları olarak ikisi Avrupa Yakası ikisi Anadolu Yakası'nda olmak üzere dört toplu konut projesi seçilmiştir. Toplu konut projelerinden sadece biri tamamlanmış olarak proje üzerinden satışa sunulurken diğerleri tamamlanmamış olarak proje üzerinden satışa sunulmaktadırlar. Örneklem alanlarının seçiminde şehir merkezine göre konumları ve hitap ettikleri hedef kullanıcı kitlesi belirleyici olmuştur. Her iki yakada da kent merkezine yakın konumlanıp orta üstü ve üst gelir grubuna hitap eden ve kent merkezine uzak konumlanıp orta gelir grubuna hitap edebilen projeler seçilmiştir. Araştırmanın yapıldığı dönemde orta altı ve dar gelirli kitle için sadece bir projeye (TOKİ-Küçükçekmece, Kayabaşı Projesi) rastlanmıştır. Bu projeden konut edinmeye çalışan kullanıcının kendini orta gelirli olarak tanımlaması ve şehrin diğer yakasında alt gelir grubuna yönelik

toplu konut sunumu bulunmaması örneklem seçiminde katılımcı kitleyi, üst, orta üstü gelir grubu ve orta gelir grubu ile sınırlamıştır.

Araştırmada, konut edinim kararında etkili olabilecek faktörler; *seçen* (kullanıcı) ve *seçilen* (hedef konut ve çevresi) için ayrı ayrı ele alınıp birbirleriyle etkileşimleri incelenmiştir. Kullanıcı odaklı özellikler/faktörler; kullanıcı kimliği, kullanıcı gelir grubu ve finansal kaynakları, kullanıcının mevcut yaşam çevresi, kullanıcının konut edinimindeki niyet ve öncelikleri başlıkları altında incelenmiştir. Konut ya da proje odaklı özellikler/faktörler ise; konutun çevresel özellikleri, konut özellikleri, pazarlama unsurları ve satış sonrası hizmetler kapsamında ele alınmıştır.

Alan çalışmasında gönüllülük esasına dayalı olarak yüz yüze görüşme tekniğiyle anket uygulanmıştır. Bu kapsamda dört projeden 50 kullanıcının katılımıyla toplamda 200 kişilik bir örneklem büyüklüğü sağlanmıştır. 200 kişilik örneklem büyüklüğü, İstanbul İli evreninde $\pm 0,05$ örneklem hatası içinde kalmıştır. Anket formu oluşturulurken, konut edinim kararında etkili olabilecek faktörleri tespit etme ve etki ağırlıklarını ölçme kaygısı belirleyici olmuştur. Anket çalışması 2009 yılı Nisan ve Aralık ayları arasında uygulanmıştır.

Anket sonuçlarından elde edilen veriler excel programı kullanılarak çözümlenmiştir. Kullanıcı gruplarının çoğunluk özellikleri ve kullanıcı gruplarının ziyaret ettiği konut sunumlarının tipik özellikleri ile çoğunlukta olan kullanıcı değerlendirmeleri arasında anlamlı neden sonuç ilişkileri aranmıştır. Bulunan ilişki yardımıyla kullanıcı değerlendirmesinde etken olan özellik/faktör tespit edilmiştir. Etken faktörle kullanıcı değerlendirmesi arasında kurulan ilişki etken faktörün kullanıcı kararını nasıl etkilediğini açıklamıştır.

Araştırmanın yapıldığı dönemde gündeme gelen çevresel (sel, deprem vb.) ve sosyal faktörlerin (yasal düzenlemeler, ekonomik kriz vb.) araştırma sonuçları üzerindeki etkilerinin, çalışmanın referans olarak kullanımında dikkate alınması yerinde olacaktır.

2. KONUT KAVRAMI ve KONUT SEKTÖRÜ

Bu bölümde konut ve konut ihtiyacı, konut finansmanı ve konut sorunu kavramları incelenmiştir. Bu bağlamda konut sektörünü yönlendiren konut politikalarına ve buna bağlı gelişen konut sunum biçimlerine değinilmiştir. Ayrıca İstanbul'da son 10 yıl içinde gerçekleştirilmiş ve gerçekleştirilmekte olan konut sunumuna yönelik bilgilere de yer verilmiştir.

2.1. Konut, Ev ve Çevresi

Son yirmi yılda konut kavramı ve kullanımı için artan ilgiye cevap vermek amacıyla birçok yeni araştırma yapılmıştır. Bu çalışmalarda farklı teorik bakış açıları geliştirilmiş ve farklı araştırma metotları uygulanmıştır (Turgut & Ünügür,1997). Bunların sonucunda değişik dönemlerde farklı konut tarifleri ortaya konulmuştur. Bu tariflerde özellikle “konut” ile “ev” arasındaki farkın üzerinde önemle durulmuştur.

Altman (1993), konutu, fiziksel çevrenin bir parçası ve sadece barınak olarak hizmet eden fonksiyonel bir ortam olarak tanımlamakta, evin anlam ve deneyimini mutlak surette taşımadığını ifade etmektedir. Evi, ev sakini ve konut arasındaki dinamik etkileşim olarak tanımlanmaktadır. Altman'a göre ev, kültürel bir bileşkedir. Fiziksel süreçlerin, zamanın ve mekanın birbiriyle etkileştiği bir bileşimdir. Altman'ın yaklaşımından yola çıkarak “konut”un, kullanıcısının ikametiyle birlikte nesnelliğinin yanı sıra öznel bir anlam kazanıp “ev”e dönüştüğü söylenebilir.

Thorns (2004) ise mekanın/evin tanımını kullanıcı mekan etkileşiminde arayıp şöyle demiştir; *“Mekan, insanların organize olma, hayatlarına anlam*

katma ve kim oldukları ve kim olacakları gibi kimlik duygusunu oluşturma biçimlerinin önemli bir parçasıdır. Hepimiz bir yerde yaşıyoruz. “Ev” olarak bildiğimiz bir yer var. Bu, geçici ya da daimi, kiralık ya da kendimizin, büyük ya da küçük olabilir. Hatta sokakta karton kutu bile olabilir... Fakat kim olduğumuz duygusunu oluşturmada, hayatımıza ve ilişkilerimize anlam katmakta çok etkilidir.”

2000 DİE Bina Sayımı kitabında da konut; “etrafı kapalı, tavanı örtülmüş bir aile veya bir grup insanın diğer fertlerden ayrı olarak yaşamasına imkan sağlayan, doğrudan doğruya sokağa, koridora veya genel bir yere açılan, müstakil bir kapısı olan bina veya binanın bir bölümü” olarak tanımlanmıştır (DİE, 2001). DİE’nin tanımında konutun sahip olması gereken niteliklere değinilmemiştir. Hâlbuki 1996 yılında Birleşmiş Milletler İnsan Yerleşimleri İkinci Konferansında sunulan Ulusal Eylem Planı Raporunda ise, yaşanabilirlik kriterleri çerçevesinde konut tanımlamasına çevresel faktörlerin de katılması gerektiği vurgulanmıştır. Konutun sahip olması gereken nitelikler; yeterli mahremiyet, yeterli mekan, fiziksel erişebilirlik, yeterli güvenlik, yeterli yararlanma güvencesi, yapısal sağlamlık ve dayanıklılık, yeterli aydınlatma, ısıtma ve havalandırma, su, atık su ve katı atık yönetimi, yeterli ve erişilebilir konum olarak tariflenmiş ve bütün bunların uygun fiyatla edinilmesi gerekliliği vurgulanmıştır (Aktan, 1996).

Konut, bireysel kimliğimizin yanı sıra toplumsal kimliğimizin oluşmasında etken rol oynamakta, aynı zamanda toplumsal kimliğimizin bir sonucu olarak da karşımıza çıkmaktadır. Sosyal bir olgu olan konut sadece içinde yaşayan aile ya da bireyi değil, bulunduğu çevreyi de etkilemektedir. Konut çevresiyle birlikte yaşayan bir organizma niteliğindedir. Hem kendi içinde, hem çevresiyle yaşayıp, aynı zamanda ev ahalisini çevresiyle ilişkilendirme ve soyutlama potansiyeline sahip bir araç olabilmektedir. Konut, içinde yer aldığı dokunun yaşama biçimi birimidir. Farklı konut tasarımları insanlara farklı yaşam modelleri sunabildiği için konut ile çevresinin kurduğu

çok yönlü ilişki konut tasarımıda önemli bir araştırma alanı oluşturmaktadır (İncedayı, 2003).

Son yıllarda konutla ilgili yapılan çalışmalarda, sosyal anlam ve kültürel değerlerin; büyük ölçüde konutların mekan organizasyonları aracılığıyla yansıtıldığını, böylece farklı kültürlerin farklı mekansal modellerle kendilerini ifade ettiğini ortaya koymaktadır. Araştırmacılar, yapma çevrenin bir yandan kültürü yansıtırken, bir yandan da onu etkileyip şekillendirdiği görüşü üzerinde birleşmekte, bu nedenle de kültürel etkenlerin yapma çevrenin kurgusunda saklı olduğu fikri giderek önem kazanmaktadır (Kırşan-Çağdaş, 2005).

2.2. Türkiye’de Konut; İhtiyacı, Sorunu ve Finansmanı

Konut; sosyal, ekonomik, kültürel, hukuksal, teknolojik olmak üzere çok bileşkenli bir bütündür. *“Konutun; a) bir barınak olma, b) üretilen bir mal olma, c) bir tüketim malı olma, d) yatırım olarak spekülâtif değer sağlama aracı olma, e) ekonomik ve hukuksal güvence sağlama, f) toplumsal ilişkilerin yeniden üretilmesinde bir araç olma, g) kentsel çevrenin oluşturulmasında bir kültürel artifact olma gibi çok değişik işlevleri vardır (Tekeli,1999,s.10)”*. Bu nedenle, konut sektörünün kaynağını oluşturan konut ihtiyacı kavramı, nitelikli konut ihtiyacının karşılanamamasından doğan konut sorunu kavramı ve nitelikli konuta ulaşabilme imkanını yaratması beklenen konut finansmanı kavramları üzerinde durulmuştur.

2.2.1. Konut İhtiyacı, Konut Talebi ve Konut Sorunu

Konut ihtiyacı, bir kişinin barınabilmesi için kişi başına düşen en küçük gerekli, en küçük yeterli mekânı ifade etmektedir. “Kişilerin ödeme

güçlerinden ve bireysel tercihlerinden bağımsız olarak, en düşük düzeyde barınabilme olanağını sağlamak için gerekli konut sayısı ve kalitesi, belli bir anda var olan konut sayısından (konut stoku) ve kalitesinden farklı ise, aradaki fark konut ihtiyacı/gereksinmesi adını alır.” (Keleş,2002, s.414).

“Konut ihtiyacı” kavramını niteliksel ve niceliksel olarak ayrıştırarak tanımlamak da mümkündür. Nicel konut ihtiyacı “belirli bir zaman içerisinde konut koşullarının ulusal olarak seçilmiş standartlara (normlara) yükseltilmesi için inşa edilmesi veya tamir edilmesi gereken barınma birimleri” olarak tanımlanmıştır. Nitel konut ihtiyacı ise “konut koşullarının, toplumsal anlamda sağlık, mahremiyet ve normal aile yaşam koşullarının gelişimi için gerekli seviye veya normların ne kadar altına düştüğünün göstergesi olarak ele alınmaktadır.” (UN, 1967).

Konut ihtiyacı statik ve dinamik konut ihtiyacı olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. “Statik konut ihtiyacı, *“belli bir andaki konut ihtiyacı”* anlamına gelmektedir. Dinamik konut ihtiyacı, *“nüfusun gelecekte, belli bir tarihteki konut ihtiyacı”* olarak tanımlanmaktadır. Dinamik konut ihtiyacı tahmine dayalı bir hesaplama yolu olup, geleceğe yönelik nüfus, hane halkı ortalamaları gibi konularda varsayımlar içerir. Gizli konut ihtiyacı ise, bir konut içerisinde birden fazla hane halkının yaşamasından kaynaklanan konut ihtiyacıdır (Keleş, 1990).

Konut talebi, ailelerin, belli bir konutun fiyatını ya da kirasını ödemeye istekli ve ödeme gücünde olmalarını anlatmak üzere kullanılır. Konut talebi, iki açıdan ele alınmalıdır; bireysel istekler ve toplumsal yapı. Bireysel açıdan konut talebini etkileyen unsurlar; kişilerin bireysel zevk ve tercihleri, ekonomik durumları, konut fiyatları ve diğer ekonomik malların fiyatlarıdır. Bireysel açıdan konut talebi, söz konusu unsurlara bağlı olarak konut gereksinmesinden az veya çok olabilir. “Toplumsal düzeyde konut talebinin belirlenmesinde uzun dönemli sosyo-demografik unsurlar önemli rol

oynayacaktır. Nüfus artış hızı, yaş, cinsiyet bileşimi; aile biçimindeki değişimler konut talebinin şekillenmesinde etken olacaktır. Bu değişkenler bireysel konut taleplerini etkileyerek toplumsal konut talebinde değişmelere yol açacaktır.” (Ertürk,1996, s.202).

Toplumsal bir kavram olan konut ihtiyacı ile ekonomik bir kavram olan konut talebini kesin çizgilerle birbirinden ayırmak doğru olmayacaktır. *“Toplumsal bakımdan kabul edilebilecek en küçük yeterli ölçülere sahip konutu, bireylerin gelirlerinden ve ülkedeki konut fiyatlarından bağımsız olarak düşünmek olanağı yoktur. Konut ihtiyacını belirleyen demografik etmenler, aynı zamanda konut talebini de geniş ölçüde etkilerler (Keleş,2002, s.415) ”*

Konut sorunu ise; nitelikli konut sayısındaki ve alım gücündeki yetersizlikler nedeniyle, bazı ailelerin çağdaş yaşam düzeyine uygun olmayan ve sağlık koşullarından uzak, niteliksiz konutlarda yaşamak zorunda kalmaları ve nitelikli konutlarda yaşamak isteyenlerin de yüksek bedeller ödemek zorunda kalmaları olarak tanımlanmıştır (Ertürk, 1996).

2002 yılında Başbakanlık Konut Müsteşarlığı tarafından yapılan 2002-2010 Türkiye Konut İhtiyacı Araştırması sonuçlarında; DİE'nin konut tanımına göre ruhsatlı/ruhsatsız tüm konutlar sayılarak 2000 yılı toplam konut stoku verilerine bakıldığında illerin çoğunda konut fazlası bulunduğu (toplam 2.728.139 adet), ancak 7 ilde (Kırıkkale, Aksaray, Sakarya, Kars, Bitlis, Ardahan, Hakkari) konut açığı (toplam 36.831 adet) olduğu görülmektedir. Ruhsatlı konut stoku sayıldığında ise 2000 yılı itibarıyla 2.816.881 adet ruhsatlı konuta ihtiyaç duyulmaktadır. Bu sayının 1.024.210 adedi sadece İstanbul'un 2000 yılı ruhsatlı konut açığıdır. 2010 yılı için hesaplanan Türkiye ve İstanbul konut ihtiyacı sayılarına bakıldığında ise, ruhsatsız konut stoku da hesaplamaya dahil edildiğinde Türkiye genelinde sadece 771.568 adet konuta, İstanbul'da ise sadece 162.073 adet konuta ihtiyaç duyulacaktır.

Eğer ruhsatsız yapı stoku dikkate alınmaz ise 2010 yılında Türkiye genelinde 2.755.168 adet konut açığı, İstanbul'da ise 1.180.466 adet konut açığı olacağı hesaplanmıştır (BİBKM, 2002). Bu veriler konut sorununun niteliksel boyutunu çok daha çarpıcı bir biçimde göstermektedir.

2.2.2. Konut Finansmanı

Konut finansmanı, konut edinmeleri amacıyla tüketicilere kredi kullandırılması, konutların finansal kiralama yoluyla tüketicilere kiralanması, sahip oldukları konutların teminatı altında tüketicilere kredi kullandırılmasıdır. Bu kapsamdaki kredilerin yeniden finansmanı amacıyla kullandırılan krediler de konut finansmanı kapsamındadır (Karapınar, 2008, s.144).

Konut finansmanı; konut edinmek isteyen taraflara ya da büyük konut projeleri gerçekleştirecek olan kurumlara ihtiyaç duydukları fonları sağlamayı amaçlar. Konut finansman sisteminin aynı zamanda; fon fazlası olandan fon açığı olana kaynak aktarılmasını, fon fazlasının sermaye piyasasına çekilerek bu fonların konut finansmanında kullanılmasını, konut edinilmesinin kolaylaştırılmasını, konut arz ve talebinin artmasını ve konut ve çevresinin kalitesinin arttırılmasını sağlamak gibi işlevleri vardır (Karapınar, 2008, s.144).

Konut finansmanı, kaynaklarına göre; kurumsal olmayan finansman, kurumsal finansman, kamu finansmanı, uluslararası finansman olarak sınıflandırılmaktadır.

Kurumsal olmayan finansman kaynakları; hane halkı gelirleri, dost ve akraba çevresinden sağlanan borçlar, işveren ve iş çevresinden sağlanan borçlar, müteahhitlerden sağlanan fonlar ve konut yapı kooperatifleri şeklinde sıralanabilir.

Kurumsal finansman ise konut edinme, satma ve bu amaçlarla fon sağlama ve vermenin tamamen organize edildiği, kural ve ilkeleri yasa ve yönetmeliklerle düzenlenmiş bir finansman sistemidir. Kamu tarafından kurulan *ipotek bankaları* ve *TOKİ* gibi işletmeler, *özel sektör* tarafından işletilen *konut finansman kurumları*, *gayrimenkul yatırım ortaklıkları*, *ticari bankalar*, *sigorta şirketleri*, *bireysel emeklilik fonları*, kurumsal finansmanın kaynakları olarak örnek gösterilebilir (Karapınar, 2008, s.145).

Kamu finansmanı ise konut edindirmenin kamu tarafından üstlenildiği finansman sistemidir. Bu sistemin kaynakları kamu tarafından gerçekleştirilen dolaysız fon aktarımı, kamu konutu inşa destekleri, kamuca inşa edilecek konut projeleri, kamu inşalarına kamu destek ve teşvikleri vergi indirimleri gibi dolaylı fonlardır. Uluslararası finansman ise konut edinmede dünya bankasından, uluslararası mali kurumlardan sağlanan fonların kamu eliyle kullandırılmasını kapsayan finansman sistemidir.

Konut finansmanı sistemi Sermaye Piyasası kurulunca denetlenerek takip edilmektedir. 1981 yılında 2499 sayılı kanunla kurulan Sermaye Piyasası Kurulu sermaye piyasası kurumlarının işlevlerini düzenleyen, piyasanın güven ve kararlılık içinde çalışmasını ve yatırımcıların (tasarruf sahiplerinin) haklarının korunmasını sağlayan Başbakanlığa bağlı özerk bir kurumdur (SPK, 2009).

Günümüzde, konut ediniminde kurumsal olamayan hane halkı geliri, yakın çevreden borç alma ve müteahhit kredisi gibi kaynakların yanı sıra kurumsal finansman sisteminin kaynakları da kullanılmaktadır. Özellikle ipotek kredileri en çok kullanılan kaynak türlerindendir. Bu krediler faiz ve vade yapıları ve geri ödeme seçeneklerine göre çeşitlenirler.

Kredi veren ve alan arasındaki anlaşmaya göre belirlenen kredi tipi vadeleri teoride 20 ile 30 yıla kadar uzanabilmektedir. Ancak uygulamada en

fazla 13 ile 20 yıla kadar uzayabilmektedir ve genellikle konut değerin %75'ine kadar (%95'ine kadar çıkabildiği görülmektedir) kredi verilebilmektedir. Tüketici ya da kredi veren kurumun tercihinine göre daha kısa vadelerde daha düşük faizle de kredi kullandırılabilir.

2007 yılında yürürlüğe giren “5582 Sayılı Konut Finansmanı Sistemine İlişkin Çeşitli Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun” ile “mortgage” olarak da adlandırılan ipoteğe dayalı uzun vadeli konut kredisi sisteminin uygulanmasına yönelik yeni düzenlemeler getirilmiştir. Mortgage kredilerinin diğer konut kredilerinden temel farkı, kredi veren kuruluşlara, ipotekli kredi karşılığında ikincil sermaye piyasasına (borsaya) menkul kıymet ihraç ederek, kredilerini (menkul kıymetleri satın alan yatırımcılar aracılığıyla) finanse edebilme imkânı sağlamasıdır (Karapınar, 2008).

Türkiye’de bankalar tüm kredi türlerinin başına “mortgage” sıfatını ekleseler de klasik ipotekli sistemden çok da farklı olmayan daha uzun vadeli bir ipotekli kredi imkanı sunmaktadırlar. En önemlisi ise kredilerin fonlanmasına katkı sağlayacağı söylenen İkincil piyasaya henüz geçilmemiş olmasıdır. Mortgage sistemi tüketicinin kira öder gibi ev sahibi olabileceğini vaat etmektedir. Ancak mevcut sistemde ödeme vadeleri en fazla 20 yıla kadar uzatılabilmektedir. Vadeler uzadıkça faiz miktarları da artmaktadır. Diğer ipotek kredilerinde olduğu gibi tüketici borcunu ödeyemediği zaman kredi veren kuruluş konutu satışa çıkarıp, borç kalır ise kalan borcu tüketiciden tahsil etmektedir. Mortgage sisteminin getirdiği yeni bir uygulamayla; tüketici borcunun tamamını erken ödemek istediği zaman %2 ilave bedel ödemek zorunda kalmaktadır. Ayrıca kendi arsasına kendi konutunu inşa etmek isteyenler de sistemden yararlanabileceklerdir (<http://www.garantimortgage.com>).

Ülkemizde tüketicinin, kredi kullanmak zorunda kaldığı zaman daha çok vadeleri sabit olan müteahhit kredilerini ve sabit faizli ipotek kredilerini tercih ettiği

gözlemlenmektedir. Ayrıca vadeler en fazla 10-15 yıllla sınırlı kalmaktadır. Konut üreticileri bankalar ile anlaşarak konut bedellerinin %100'ünü bankadan karşılayarak ödemeler konusunda tüketici ile bankayı baş başa bırakmaktadırlar. Özel şirketler de kamu şirketleri (TOKİ) de aynı yöntemi uygulamaktadır. Ancak kamu şirketleri vadeli seçeneklerde vadelere memur maaşlarına endeksli zam yapmaktadır. Ayrıca faiz oranlarındaki değişim konut satışlarını doğrudan etkilemektedir. Düşük faizle edinilen bir konut kısa bir süre sonra edinim fiyatının faizinden çok daha fazla maddi kazanç imkânı sağlayabilmektedir. Bu da konutu karlı bir yatırım aracına dönüştürmektedir.

Sermaye Piyasası Kurulu konut edinimi için finansman sağlayan düzenlemelerin yanı sıra konut üretimi finansmanına yönelik yeni düzenlemeler de getirmiş ve yeni sermaye piyasası kurumları tanımlanmıştır. Özellikle konut sektörünü desteklemek ve düzenlemek amacıyla tanımlanan Gayrimenkul Yatırım Ortaklıkları da ikincil piyasalardan (borsadan) fon sağlayabilmektedir. Aslında bir sermaye piyasası kurumu olan bu kuruluşlar, gayrimenkule, gayrimenkule dayalı sermaye piyasası araçlarına yatırım yapabilen, belirli proje gerçekleştirmek üzere adi ortaklık kurabilen şirketlerdir. İnşaat işlerini kendileri üstlenemeseler de geliştirdikleri projelerin satışını yapabilmektedirler. En az %49'unu halka arz etmek zorunda olan bu kurumlar konut projelerinin finansmanı için yeni bir yaklaşımı da beraberinde getirmiştir. Son dönemde konut üretimi yapan büyük yap-satçı inşaat şirketlerinde finansal avantajları nedeniyle GYO'ya dönüşme eğilimi artmıştır (Karapınar, 2008).

2.3. Türkiye'de Konut Politikaları ve Gelişen Konut Sunumları

Konut ihtiyacının karşılanması amacıyla devletçe belirlenen önceliklere göre alınan yasal ve eylemsel önlemlerin tümüne konut politikası

denilmektedir (Keles, 2000). Ekonomik politikalar ve konut politikalarına bağılı olarak gelişen ve değişen konut sunum biçimleri, toplumda konut sağlanmasında alışılmış olandır. Yani bir tür “*habitus*”tur (Tekeli, 1982).

Konut hakkı, İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi’nden (1948) başlayarak, en son Birleşmiş Milletler Habitat II İstanbul Bildirgesi (1996) olmak üzere, pek çok uluslararası platformda bir temel hak olarak tanımlanmıştır. Türkiye’de konut hakkı ile ilgili olarak 1961 Anayasası’nın 49. maddesinde; “Devlet, yoksul veya dar gelirli ailelerin sağlık şartlarına uygun konut ihtiyaçlarını karşılayıcı tedbirleri alır.” denilmektedir. 1982 Anayasası’nın 57. “konut hakkı” başlıklı maddesinde ise; “Devlet, şehirlerin özelliklerini ve çevre şartlarını gözetten bir planlama çerçevesinde, konut ihtiyacını karşılayacak tedbirleri alır, ayrıca, toplu konut teşebbüslerini destekler.” denilmektedir. Böylece devlet, vatandaşlarının konut sorununu çözmekle yükümlü hale gelmiştir (Tosun, 2006).

Türkiye’de 1923 yılından günümüze kadar uygulanan konut politikaları genel olarak dört ayrı dönemde incelenebilir; *1923-1950 dönemi*, *1950-1980 dönemi*, *1980-2000 dönemi* ve *2000 sonrası*. Uygulanan politikalar sonrası her dönemin kendine özgü konut sunum biçimleri ortaya çıkmıştır.

1923-1950 Dönemi:

Bu dönemde yaygın olarak kullanılan *bireysel konut sunum biçimi*, genellikle tek parsel üzerinde üretilen tek konut şeklinde ve konutu üreten kullanıcının gereksinimlerini ve toplumsal beğenileri göz önünde alarak gerçekleştirilmiştir. Bu dönemde “kiralık konut” eğilimi az olduğundan büyük ölçüde “mülk konut” şeklinde yapılandırılmıştır. Bireyler konutu satmak veya kiralamak için değil içinde yaşamak için üretmektedirler. Günümüzde neredeyse kaybolan geleneksel yapı ustaları bu dönemin önemli

aktörleriydiler. Bireysel konut üretiminde, konutun finansmanını sağlamak konut planını yaptırmak, konut için gerekli izinleri almak, arsayı alıp, yapıyı inşa ettirmek için gerekli organizasyonu yapmak, konutun bakım ve işletilmesini gözetmek tümüyle konut yaptıran kişiye ait olmaktadır (Tekeli, 1982, s.65). Cumhuriyetin ilk yıllarında kentleşme hızı düşük olduğundan, *bireysel konut sunum biçimiyle* üretilen konutlar talebi yeterince karşılamış, bu nedenle ülke politikaları belirlenirken konut politikaları öncelikli hedefler arasında yer almamıştır. Bu dönemde konut ve yerleşim sorununa ilişkin ilk girişim, 1923 yılında çıkarılan “Mübadele, İmar ve İskan Kanunu” kapsamında, Balkan Devletleri’nden gelecek olan Türk’lerin yerleştirilmesi amacıyla inşa edilen konutlarla ilgilidir. Yine 1926 yılında ilk olarak halkın inşaat teşebbüslerini desteklemek, gerekli kredileri sağlamak ve yetim haklarını korumak amacıyla *Emlak ve Eytam Bankası* kurulmuştur (Tosun, 2006).

Konut sorununa ilişkin sosyal içerikli ilk çalışmalardan bir diğeri de, Maliye Bakanlığı’na sınırlı da olsa hazine olanaklarını kullanarak Ankara’da memur apartmanları ve resmi binalar yaptıрма yetkisi veren 1928 tarih ve 1352 sayılı yasa ile gerçekleşmiştir (Toprak, 2001, s.185).

1930 yılında ise, 1580 sayılı “Belediyeler Kanunu” ile tüm belediyelere imar planı yapma yetkisi ve konut sorununun çözümüne yardımcı olmak amacıyla belediyelere ucuz belediye konutları yaptırmak görevi verilmiştir. Ancak finansman sorunu nedeniyle, belediyeler öncelikli görevleri arasında saymadıkları bu görevi yerine getirememişlerdir. Tüm dünyada etkisi görülen 1929 krizi ile birlikte, ülkemizde de endüstrileşme planında konut sorununa yer verilmemiştir. İkinci Dünya Savaşı sırasında (1939), Milli Koruma Kanunu çıkartılmış, 1940 yılında adı geçen kanunda yapılan değişiklik ile kiracıların haksız yere konuttan çıkarılmalarını önleyen hükümler getirilmiş ve 1963 yılına kadar da bu kanun uygulanmıştır (Toprak, 2001, s.187).

1950-1980 Dönemi:

İkinci Dünya Savaşı sonrası ekonomik ve sosyal nedenlerle, kentleşme ve sanayileşme hızı artmıştır. 1950 yılları arasında %20,1 olan kentsel nüfus artışı 1950-1960 arasında % 80,2'ye yükselmiştir (Keleş,1978, s.26). Bu gelişmelere paralel olarak kente tutunmaya çalışan dar gelirli kesim *gecekondu* denilen kendi konut sunum biçimini yaratmıştır. *İlk dönem gecekondu üretimi* kentte geçici olarak bir yer edinmeyi amaçlayan dar gelirli kesim tarafından, el yordamıyla, bilgi ve birikime dayanmadan yapılmıştır. Genellikle tek katlı olan ve her türlü altyapı ve sosyal donatı hizmetlerinden yoksun olan, genelde şehir merkezlerinin hemen kıyısında öbeklenen yapılaşmadır. Bu kapsamda gecekondu, “imar ve yapı yasalarına aykırı olarak yapılmış, düşük ölçütlü, sağlık koşulları elverişsiz, dar ve kalabalık yapılardır” şeklinde de ifade edilebilir (Keles, 2000, s. 339-340). 1948 yılında 25-30 bin olarak tahmin edilen gecekondu sayısı, 1953'te 80 bin, 1960'ta ise 240 bin'e ulaşmıştır. Gecekondu yapımını engellemek ve yapılanları yıkmak amacıyla 1948 yılında 5228 sayılı Bina Yapımını Teşvik Kanunu ve 1953 yılında 6188 Sayılı Bina Yapımını Teşvik Kanunu ve İzinsiz Yapılar Hakkında Kanun çıkarılmış, fakat gecekondu oluşumunu önlemede başarılı olunamamıştır (Sey,1998, s.285).

1946 yılında, 1926 yılında kurulan *Emlak ve Eytam Bankası*, 4947 sayılı yasayla Türkiye Emlak Kredi Bankası Anonim Ortaklığı'na dönüşmüştür. Banka, 1946-1980 yılları arasında, *toplu konut sunum* biçimiyle üretilen yaklaşık 400.000 konutun üretimine katkıda bulunmuştur (Görgülü, 2003; s.51). *Toplu konutlar*, en az birkaç yüz ailenin barınma gereksinimi karşılayacak şekilde belli büyüklükteki imarlı bir kentsel arazi üzerine kurulmuşlardır. Bu kapsamda, çok sayıda bina ve bina toplulukları ile ortak kültürel ve sosyal tesisleri bulunan, fiziksel alt yapısı ile birlikte planlanmış, komşuluk yaşamına yeni teknik, ekonomik, sosyal boyutlar kazandıran büyük girişimler olarak tanımlanabilirler (Kilerci, 2003, s.4).

1958 yılında İmar ve İskan Bakanlığı kurulmuştur. 1961 Anayasasıyla birlikte dar gelirli ve yoksul ailelerin sağlık koşullarına uygun barınma gereksinmelerini karşılamak ödevi devlete verilmiştir. Konut gereksinmesinin karşılanması amacıyla gecekonduların alt yapı götürülmesi, gecekonduların iyileştirilmesi, iyelik durumunun normalleştirilmesi, kent imarı ve konut konusunda maliyetin karşılanması ilkesinin benimsenmesi, bütçe dışı kaynaklarla Toplu Konut Fonu oluşturulması ve konut kesiminde özelleştirme politikaları güdülmüştür. Bu dönemde, kentsel nüfustaki artış ve yığılmalar nedeniyle çok katlı ve birden fazla hanenin yer aldığı çok katlı yapı blokları yani apartmanlaşma başlamıştır (Balamir,1996, s.335-336). Ardından ortaya çıkan mülkiyet sorunu 1965'te Kat Mülkiyeti Kanunu ile çözülmüştür. Kat mülkiyeti kanunu ayrıca konut inşa edilmeden irtifak hakkının verilmesinin de yolunu açmıştır. Ayrıca 1966 yılında da 775 sayılı yasa ile gecekondunun varlığı resmen kabul edilmiştir (Şenyapılı,1998).

1980-2000 Dönemi:

Ülkedeki *sosyal konut* gereksinimini karşılamak ve bu gereksinimle ilgili finansmanı sağlamak üzere 8 Temmuz 1981 tarihli 2487 sayılı "Toplu Konut Kanunu" çıkarılmıştır (Tapan,1998, s.376). Fonun yönetimi ve kanunun yürütülmesi için Toplu Konut İdaresi adıyla ayrıca yeni bir kurum da oluşturulmuştur (Sey, 1998, s.297). Toplu Konut Kanunu'nun yürürlüğe girmesi toplu konut projelerini hareketlendirmiş ve holdingleşen toplu konut şirketlerinin yanı sıra alışlagelmiş biçimde konut üretmek üzere birlikler biçiminde örgütlenen konut kooperatiflerini ve kent kooperatifçiliğini de oluşturmuştur. Kaynak kullanımında önceliğin kooperatiflere verilmesiyle birlikte kısa sürede çok sayıda kooperatif ve kooperatif birlikleri kurulmuştur. Kooperatifler konut üretimi içinde giderek daha fazla pay almışlardır. Toplu Konut Fonu'nun yönetiminden sorumlu olan Toplu Konut İdaresi, 1984-1994 yılları arasında 949.696 konuta kredi sağlamıştır. Desteklenen konutların

%85,7'sini ise kooperatif örgütlenmeleri aracılığıyla üretilen konutlar oluşturmuştur (Özüerken,1996, s.363).

Konut yapı kooperatifleri ile, konuta ihtiyacı olan küçük sermaye sahiplerinin bir araya gelip şirket kurarak aracı kârlarından kurtulup daha topluca ucuz konut sahibi olabilmeleri amaçlanmıştır. İşbirliği esasına dayanmaktadır. Finans ve arsa sağlamak, imar planı yaptırmak, konut projesi yaptırmak, yapım izni almak, yapımı gerçekleştirmek kooperatifin görevleri arasındadır. Yapı kooperatifleri yolu ile konut sunum biçiminde, başlangıçta öncülüğü yerel yönetimler yüklenmişlerdir. Konut yapı kooperatifleri için iyimser bir bakışla toplu konut üretiminin imece usulü gerçekleştirilmesi olarak nitelenebilir. Ancak 1990'lı yılların sonlarına doğru yeni yasal düzenlemelerle eski finansal desteği alamayan yapı kooperatifleri etkinliğini de kaybetmiştir. Bu desteğin kesilmesinde kooperatiflerin kuruluş amacı dışında spekülâtif kazanç elde etme aracına dönüşmesinin etkili olduğu düşünülmektedir.

Kâr amacıyla konut üreten *yap-satçı* konut üreticileri de bu dönemde kredilerle desteklenmişlerdir. Zamanla büyük sermaye şirketlerine dönüşen yap-satçı şirketler daha çok orta üstü ve üst gelir grubuna hitap eden lüks konut üretimi yapmaya başlamışlardır.

Kente göçle birlikte bu dönemde de hızla artan gecekondular ve kaçak yapılar için 1984 yılında 2981 Sayılı İmar Affı Yasası'nın çıkması da beklenen iyileşmeyi sağlayamamıştır. Giderek büyüyen ve kent içinde kalan gecekondular alanlarındaki yapıların kat sayıları artmıştır. Altyapı hizmetleri sonradan götürülmeye çalışılsa da plansız yapılaşan dokuda yoğunluk aşırı yükselmiş, sosyal donatılarsa eksik kalmıştır.

1980 sonrasında, var olan konut ihtiyacının, yeni yasalar ve yeni finans kurumlarıyla desteklenen toplu konut sunumları yoluyla karşılanması yaygınlaşmıştır (Yeğin 1993).

2000 Sonrası:

2001 yılında 4698 sayılı kanun ile arsa üretimini sağlamak, konut ihtiyacını gidermeye yönelik alternatif finansman modellerini geliştirmek, arsa ve konut politikaları üretmek ve bu politikaların uygulanmasını sağlamak amacıyla Konut Müsteşarlığı kurulmuştur. Toplu Konut İdaresi (TOKİ) ve Arsa Ofisi Konut Müsteşarlığı'na bağlanmıştır. Aynı yıl Toplu Konut Fonu 4684 sayılı kanunla da tamamen yürürlükten kaldırılmıştır. Ancak 2003 yılında 4966 yasa ile Konut Müsteşarlığı kaldırılmış ve TOKİ yeni yetkilerle donatılarak; yeni şirketler kurabilir, mevcut şirketlere ortak olabilir ve kâr amaçlı uygulamalar yapabilir/yaptırabilir duruma gelmiştir.

2004 yılında 5612 sayılı yasa ile de TOKİ'ye imar planı yapma ve resen yürürlüğe koyma konusunda geniş yetkiler sağlanmıştır. Yine aynı yıl 5273 sayılı kanun ile Arsa Ofisi kaldırılarak yetki ve sorumlulukları TOKİ'ye teslim edilmiştir. 2006 tarihli 5492 sayılı kanunla belediyelerin TOKİ'den asgari düzeyde harç alması sağlanmıştır. Geniş yetkilerle ve avantajlarla donatılan TOKİ “sosyal konutlar”ın yanı sıra hasılat paylaşımı yoluyla ortaklıklar kurarak özellikle İstanbul, Ankara, İzmir gibi büyük şehirlerde “lüks konutlar” üretmektedir. 2009 yılında sunulan TOKİ'nin 65.000 konutluk İstanbul, Küçükçekmece, Kayabaşı Projesi ise daha çok dar gelirli ve yoksul grubun konut ihtiyacını karşılamayı hedefleyen bir sosyal konut projesi olarak dikkat çekmektedir (<http://www.toki.gov.tr/html/satis/istanbul/kayabasi.htm>).

Hasol (1998), sosyal konutları, *“yoksul veya dar gelirli ailelerin barınma gereksinimlerini karşılayabilecek için standartlaşmış en az boyut ve nitelikte,*

sağlığa elverişli, ucuz konutlar” olarak tanımlarken, Keleş (2000), lüks konutları, “pahalı yapı gereçleriyle yapılmış, içindeki ailenin gereksinimlerine kıyasla büyük ve alışılacelmiş kolaylıklardan fazlasına sahip, geniş ve pahalı konutlar” şeklinde tanımlamaktadır. TOKİ, “lüks konut” sunarak elde ettiğı kaynaklarla daha çok “sosyal konut” projesi sunabildiğini ifade etmektedir (Hürriyet Emlak, 2009).

Üretilen konut ve çevresinin kalitesini arttırmayı ve konut edinimini kolaylaştırmayı hedefleyen konut finansman sisteminde değışiklik yapılmasına yönelik olarak, 2007 yılında 5582 sayılı yasa yürürlüğe konulmuştur. “Mortgage Yasası” da denilen bu yasa ile (1981 yılında kurulmuş olan) Sermaye Piyasası Kurulu’na bağılı olarak konut edinimi esnasında kullandırılan krediler ikincil piyasaya sunulurak da fonlandırılabileceklerdir. Ayrıca Gayrimenkul Yatırım Ortaklıkları (GYO) kurularak konut projesi geliştirilebilecek ve değerlerini ikincil piyasaya (borsaya) fon sağlamak üzere sunulabilecektir. Bu yasanın yap-satçı konut sunumu yapan firmaları GYO olmaya yönlendireceğı düşünülmektedir. Ancak yasaya göre GYO’ların proje geliştirip konut satabilmesine rağmen üretim yapamamasının yeni inşaat şirketlerini arttıracacağı da öngörülmektedir.

Yap-satçı firmalar günümüzde konut üretimi kapasitelerini arttırarak *“kapalı site içinde özel güvenli ve lüks toplu konut”* sunum biçimini geliştirmişlerdir. Ayrıca gelişen yapı teknolojileri ve arsa kıtlığı nedeniyle daha çok konut üretmek ve servis hizmetlerini kendi bünyesinde yaratmak adına son dönemde adına *“rezidans”* denilen çok katlı gökdelenler de konut sunum biçimleri içinde yerini almıştır. Orta ve alt gelir grupları içinse *“toplu konutlar”*, daha çok kamu eliyle sunulan, çok katlı benzer tip blokların, altyapı ve sosyal donatılarla birlikte belirli bir düzende sunulduğu yapı topluluklarıdır.

2.4. İstanbul İli'nde Son 10 Yılda Sunulan Toplu Konut Projeleri

Bu bölümde İstanbul'da son 10 yıl içinde sunulmuş konut projeleri; geliştiricisi, konumu, kapasitesi ve hitap ettiği kullanıcının gelir düzeyi ve sunum dönemi bakımından incelenmiştir. Bu bağlamda İstanbul'un mevcut toplu konut durumu anlaşılmaya çalışılmıştır. Böylece araştırmanın ana konusu olan edinimde kullanıcı talep ve isteklerinin, konut sunumuna etkileri ya da karşıt olarak, mevcut konut sunumlarının kullanıcı talep ve isteklerine etkileri makro ölçekte de değerlendirilebilecektir.

Kamunun, kamu iştirakleri ile kamu-özel sektör ortaklıklarının ve özel sektörün geliştirip sunduğu, 200 ve üstü sayıda konutu kapsayan tüm toplu konut projeleri tespit edilmeye çalışılmıştır (birbirinin devamı olan projelerde sayı istisnası göz ardı edilmiştir). Kamu yatırımı projelerin bilgilerine ulaşabilmek için Dökmeci ve arkadaşları (1995), tarafından hazırlanan "Cities of Emlakbank" katalogundan ve www.toki.gov.tr web adresinden faydalanılmıştır. Kamu iştiraki projeler için ise www.emlakgyo.com.tr ve www.kiptas.com.tr web adreslerinden faydalanılmıştır. Özel sektör tarafından gerçekleştirilen toplu konut projeleri için ise gazete ilanları ve www.topluketum.com web adresi referans alınmıştır. Eksik bilgiler firma yetkilileri ile görüşerek tamamlanmaya çalışılmıştır. İncelemeye Nisan 2010 tarihinde son verilmiştir.

Son 10 yılda; kamu tarafından sunulan toplu konut projelerine Ek 1 Çizelge 2.1'de, kamu iştirakleri ile kamu-özel sektör ortaklıkları tarafından sunulan toplu konut projelerine Ek 1 Çizelge 2.2'de ve özel sektör tarafından sunulan toplu konut projelerine de Ek 1 Çizelge 2.3'te ayrıntılı bir şekilde yer verilmiştir. Bu çizelgelerde her toplu konut projesinin; ilçesi, konumu, proje

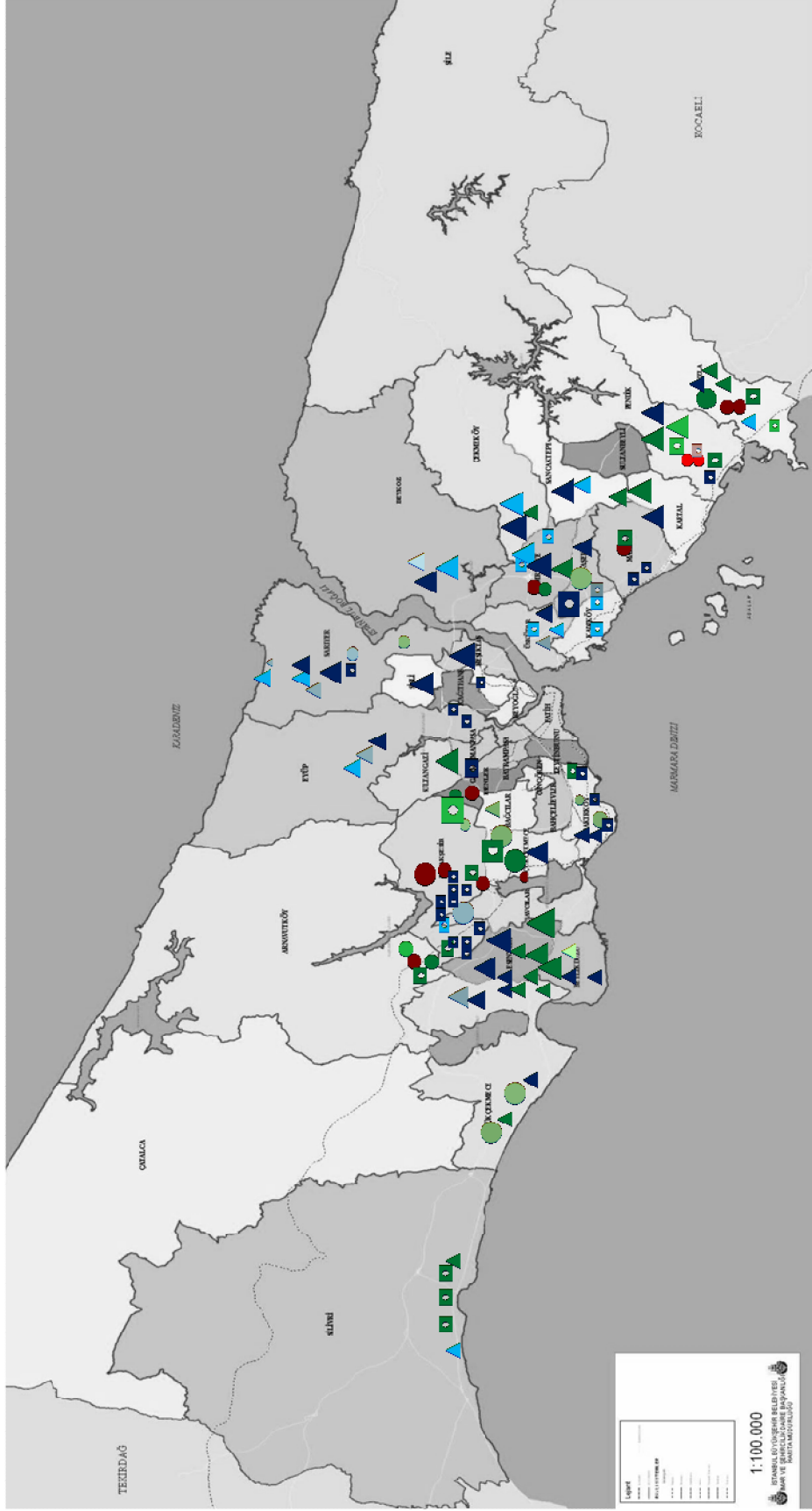
geliştiricisi, yüklenicisi, kapasitesi, yapı yoğunluğu, hedef kullanıcı kitlesinin gelir grubu ve sunum dönemi belirlenmeye çalışılmıştır (Ek 1).

Toplu konut projeleri sunum yılları bakımından üç dönemde incelenmişlerdir. 1999-2003 yılları arası 1.dönem (1960'lı yıllardan başlayan bazı Emlak Bankası Projeleri de gelişimlerini günümüze kadar devam ettirmeleri bakımından bu kapsamda ele alınmıştır), 2004-2007 yılları arası 2.dönem, 2008 ve sonrası 3.dönem olarak kabul edilmiştir. Lejantlarda ifade edilirken eski dönemlerden yeni dönemlere doğru renk tonları koyulaşmıştır. Proje geliştiricileri ise, kamu, kamu-özel sektör ortaklığı ve özel sektör olarak üç farklı lejantla (daire, kare, üçgen) gösterilmiştir. Bu lejantlar gelir düzeyine göre farklı renklerle (kırmızı, yeşil ve mavi) ifade edilmiştir. Çizelge 2.4.'te lejantlar ve anlamları gösterilmektedir.

Çizelge 2.4. Toplu Konut Projelerinin; Geliştiricisini, Hitap Edilen Gelir Grubunu ve Sunum Dönemini Betimleyen Lejantlar

Toplu Konut Projelerinin Lejant Anlamları	Proje Geliştirici	Kamu Sektörü			Kamu İşt-Özel			Özel Sektör		
	Sunum Dönemi	1.	2.	3.	1.	2.	3.	1.	2.	3.
Hedef Kullanıcı Gelir Grubu	Düşük, Orta altı									
	Orta, Orta-Orta üstü									
	Orta üstü-Üst, Üst									

Ek1'de Çizelge 2.1., Çizelge 2.2., ve Çizelge 2.3.'de listelenen toplu konut projeleri, Çizelge 2.4.'te belirlenen lejantlar yardımıyla, Şekil 2.1'de İstanbul İl Haritası üzerinde konumlarına göre sembolik olarak ifade edilmeye çalışılmıştır. Konut kapasitesi arttıkça lejant büyüklüğü de arttırılmıştır.



Şekil 2.1 Son 10 Yılda İstanbul'da Sunulan Toplu Konut Projelerinin Geliştiricilerine, Kullanıcı Gelir Gruplarına ve Sunum Dönemlerine Göre İl Haritası Üzerindeki Konumları

Toplu konut sunumlarının hitap ettikleri kullanıcının gelir grubunun ayrımlanmasında Çizelge 2.5.'te ifade edilen m² birim satış fiyatı ve aylık ödeme koşulları kabulleri esas alınmıştır.

Çizelge 2.5. Toplu Konut Projelerinin Hitap Ettikleri Kullanıcı Kitlesinin Gelir Grubunu Ayırt Etmede Kullanılan Konut Edinim M² Birim Fiyatı ve Aylık Edinim Taksiti Kabulleri

Gelir Grubu (Alım/Edinim Gücü)	Birim Satış Fiyatı TL/m ²	Aylık Ödeme TL	Lejant Rengi
Düşük, Orta altı	≤800	≤300	Kırmızı
Orta, Orta-Orta üstü	800<B.S.T.≤2.000	300<A.Ö.≤3.000	Yeşil
Orta üstü-Üst, Üst	2.000<	3.000<	Mavi

Yapılan inceleme neticesinde; Ek 1'de saptanan, tüm kamu, kamu iştiraki ve özel sektör toplu konut projeleri sayılarına ve konut kapasitelerine göre Çizelge 2.6. ve Çizelge 2.7.'de birlikte değerlendirilmiştir.

Çizelge 2.6. İstanbul İli'nde Son 10 Yılda Sunulan Toplu Konut Projelerinin Geliştiricilerine, Kullanıcı Gelir Grubuna ve Sunum Dönemlerine Göre Sayıları

İstanbul İlinde Son 10 Yılda Sunulan Toplu Konut Projeleri Sayıları															
Proje Geliştirici	Gelir Grubu	düşük, orta altı			Topl. (Σ)	orta, orta-ortaüstü			Topl. (Σ)	ortaüstü-üst,üst			Topl. (Σ)	Gen.Top l. (Σ)	Tüm Sektörler içindeki Payı %
	Sunum Dönemi	1. dön.	2. dön.	3. dön.		1. dön.	2. dön.	3. dön.		1. dön.	2. dön.	3. dön.			
Tümüyle Kamu	Avrupa Yks. Prj. Sayısı	0	0	24	24	7	3	13	23	2	0	0	2	49	19
	Anadolu Yks. Prj. Sayısı	0	2	4	6	1	0	2	3	0	0	0	0	9	
	Ara Toplam	0	2	28	30	8	3	15	26	2	0	0	2	58	
	Yüzde %	0	3	48	52	14	5	26	45	3	0	0	3	100	
Kamu (İştiraki) ve Özel Sektör Ortaklığı	Avrupa Yks. Prj. Sayısı	0	0	0	0	6	2	17	25	1	5	19	25	50	25
	Anadolu Yks. Prj. Sayısı	1	0	0	1	1	2	4	7	1	9	7	17	25	
	Ara Toplam	1	0	0	1	7	4	21	32	2	14	26	42	75	
	Yüzde %	1	0	0	1	9	5	28	43	3	19	35	56	100	
Tümüyle Özel Sektör	Avrupa Yks. Prj. Sayısı	0	0	0	0	2	2	37	41	6	6	36	48	89	56
	Anadolu Yks. Prj. Sayısı	0	0	0	0	5	9	22	36	9	13	23	45	81	
	Ara Toplam	0	0	0	0	7	11	59	77	15	19	59	93	170	
	Yüzde %	0	0	0	0	4	6	35	45	9	11	35	55	100	
Tüm Sektörler	Genel Toplam	1	2	28	31	22	18	95	135	19	33	85	137	303	100
	Genel Toplam %	0,3	0,7	9,2	10,2	7,3	5,9	31,4	44,6	6,3	10,9	28,1	45,2	100	

Bu çizelgelerde tüm sektörlerin (kamu, kamu-özel ortaklığı, özel) sundukları toplam konut kapasitelerini ve hitap ettikleri hedef kullanıcı kitlesini topluca görmek mümkündür. Elde edilen sayısal veriler kesin sonuçlar ifade etmeyip sektörlerin genel durumunu ve gelişimini değerlendirmek amacıyla yöneliktir.

Çizelge 2.7. İstanbul İli'nde Son 10 Yılda Sunulan Toplu Konut Projelerinin Geliştiricilerine, Kullanıcı Gelir Grubuna ve Sunum Dönemlerine Göre Konut Kapasiteleri

İstanbul İlinde Son 10 Yılda Sunulan Toplu Konut Projelerinin Konut Kapasiteleri (Adet)															
Proje Geliştirici	Kullanıcı Gelir Grubu	düşük, orta altı			Topl. (Σ)	orta, orta-ortaüstü			Topl. (Σ)	ortaüstü-üst, üst			Topl. (Σ)	Genel Topl. (Σ)	Tüm Sektörler İçindeki Payı %
	Sunum Dönemi	1. dön.	2. dön.	3. dön.		1. dön.	2. dön.	3. dön.		1. dön.	2. dön.	3. dön.			
Tümüyle Kamu	Avrp.Yks. Konut Say.	0	0	20.564	20.564	37.119	3.128	10.388	50.635	6.525	0	0	6.525	77.724	30
	And. Yks. Konut Say.	0	1.736	2.144	3.880	10.503	0	1.456	11.959	0	0	0	0	15.839	
	Ara Toplam	0	1.736	22.708	24.444	47.622	3.128	11.844	62.594	6.525	0	0	6.525	93.563	
	Yüzde %	0	2	24	26	51	3	13	67	7	0	0	7	100	
Kamu (İştiraki) ve Özel Sektör Ortaklığı	Avrp.Yks. Konut Say.	0	0	0	0	13.939	1.506	20.922	36.367	196	7.413	12.501	20.110	56.477	29
	And. Yks. Konut Say.	842	0	0	842	1.284	3.938	6.028	11.250	208	12.675	6.993	19.876	31.968	
	Ara Toplam	842	0	0	842	15.223	5.444	26.950	47.617	404	20.088	19.494	39.986	88.445	
	Yüzde %	1	0	0	1	17	6	30	54	0	23	22	45	100	
Tümüyle Özel Sektör	Avrp.Yks. Konut Say.	0	0	0	0	1.307	660	41.337	43.304	3.611	2.831	30.190	36.632	79.936	41
	And. Yks. Konut Say.	0	0	0	0	1.994	6.228	12.035	20.257	3.314	9.582	14.956	27.852	48.109	
	Ara Toplam	0	0	0	0	3.301	6.888	53.372	63.561	6.925	12.413	45.146	64.484	128.045	
	Yüzde %	0	0	0	0	3	5	42	50	5	10	35	50	100	
Tüm Sektörler	Genel Toplam (Σ)	842	1.736	22.708	25.286	66.146	14.800	92.166	173.772	13.854	32.501	64.640	110.995	310.053	100
	Toplam %	0,3	0,56	7,3239	8	21	5	30	56	4	10	21	36	100	

Çizelge 2.6. ve Çizelge 2.7'deki verilere göre son 10 yılda İstanbul ilinde sunulan toplu konutların yaklaşık kapasitesi 310.053 adettir. Bunların; %30'u kamu tarafından (93.563 adet konut), %29'u kamu iştirakleri tarafından (88.445 adet konut), %41'i de özel sektör tarafından (128.045 adet konut) sunulmuştur/sunulmaktadır. Son 10 yılda İstanbul tümünde sunulan toplu konutların sadece %8'i (25.286 adet konut) dar gelirliye (orta altı ve düşük gelir) hitap etmektedir. Bu projeler de sadece kamu tarafından sunulmaktadır. Özellikle 3.dönemde kamunun dar gelirliye yönelik

yatırımlarında çarpıcı bir artış gözlemlenmektedir. TOKİ Kayabaşı Projesi bu anlamda en çok dikkat çeken örnektir. Son 10 yılda İstanbul'da sunulan toplu konutların %56'sı (173.772 adet konut) orta ve orta üstü gelir gruplarına hitap ederken, %36'sı orta üstü ve üst gelir gruplarına hitap etmektedir. Kamu üst gelir grubuna konut sunumu yapmazken kamu iştirakleri daha çok orta-orta üstü (%54) ve üst gelir (%45) gruplarına yönelik sunum yapmaktadırlar. Kamu iştiraki projeler özellikle şehir merkezinden uzaklaştıkça orta gelir grubunun edinebileceği düzeye inebilmektedir. Özel sektör yatırımı projelerin ise %50'si orta gelir grubuna hitap edebilir düzeye yaklaşmaktadır. Diğer %50'si de orta üstü ve üst gelir gruplarına hitap etmektedir.

Son dönemde konut sunumundaki aşırı artış, kredi faizlerindeki düşüş nedeniyle özellikle proje üzerinden satış yapan (irtifak hakkı satan) özel sektör yatırımcıları konut büyüklüklerini de kısararak orta gelirliye hitap etmeye çalışmaktadır. Aksi takdirde sunulan konutların çoğunlu orta üstü gelir grubu tarafından 2. ya da 3. ev olarak edinilmektedir. Gerçek ihtiyaç sahibi orta gelir grubu kullanıcı ise nitelikli konutu edinmemektedir. Bu da *“orta gelirli için edinimi güç konut sunumunun”*, konut sorununu çözmediğini göstermektedir. Bir yandan lüks konutlar artarken diğer yandan niteliksiz konutlar da (iskansız, ruhsatsız) hızla artabilmektedir.

Şekil 2.1.'deki haritadan da anlaşılacağı üzere kamu yatırımları ve makro ölçekteki plan kararları diğer konut projelerinin gelişimini de etkilemiştir. Örneğin, yapımına ilk olarak 1960'lı yıllarda başlanan Ataköy Toplu Konutları Projesi, yine 1990'lı yıllarda inşa edilen Halkalı Toplu Konutları Projesi, 1990'lı yılların ortalarında inşasına başlanan Bahçeşehir Projesi, Mimaroba Projesi, Sinanoba Projesi, Beylikdüzü Projesi ve Anadolu Yakası'ndaki Ataşehir Uydukent Projesi dayandıkları üst ölçekli imar planları kararları doğrultusunda gelişimlerini halen devam ettirmektedirler. Kamu tarafından imara açılan, altyapı ve sosyal donatılara kavuşturulan alanlar zamanla özel sektörün de ilgisini çeker duruma gelmişlerdir. Çevrelerinde

özel sektör tarafından geliştirilen yeni toplu konut öbekleri yaratmışlardır. Bu bağlamda toplu konut projelerinin gelişiminde ve kentleşme hareketlerinde kamu projelerinin genellikle öncü rolü üstlendiği söylenebilir.

Bunların dışında kamu projelerini beklemeden özel sektör yatırımlarıyla gelişen ve özgün olarak ifade edilebilecek yeni bir toplu konut bölgesi ise; Çekmeköy, Ümraniye ve (yeni adıyla) Sancaktepe ilçelerini kapsayan alandır. Belediyeler tarafından onaylanan mevzi imar planı hareketlerinin bunda etkili olduğu düşünülmektedir. Ayrıca son dönemde İstanbul Çevre Düzeni Planı kararları bağlamında Anadolu Yakası'ndaki alt merkezler kentsel dönüşüm projeleriyle güçlendirilmeye çalışılmaktadır (Kartal örneği). Bu da kamunun hem planlama hem de uygulama alanında ne kadar etkili olabileceğini açıkça göstermektedir (Şekil 2.1.).

İnceleme sonucunda konut kapasiteleri bakımından Avrupa ve Anadolu Yakası'nda ciddi kapasite farklılıkları olduğu görülmüştür. Örneğin kamu yatırımı toplu konut projeleri, Avrupa Yakası'nda neredeyse Anadolu Yakası'nın dört katı kapasitededir. Kamu iştiraki ve özel sektör yatırımlarının da Avrupa Yakası'ndaki konut kapasiteleri de Anadolu Yakası'nın iki katı büyüklüktedir (Çizelge 2.7.). Bunda nüfus büyüklükleri, arazi büyüklükleri ve ilçe sayılarının yanı sıra, makro ölçekteki plan kararlarının ve MİA'nın (Merkezi İş Alanı) Avrupa yakasında olmasının etkili olduğu düşünülmektedir.

TÜİK'in Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Veri tabanına göre 2008 yılındaki İstanbul nüfusu 12.569.041'dir (<http://tuikapp.tuik.gov.tr/adnksdagitapp/adnks.zul>). İstanbul Çevre Düzeni Planı Raporu'nda 2010 nüfusunun 13 Milyon civarında olacağı öngörülmüştür (İstanbul Çevre Düzeni Planı Raporu, 2009). Bu çalışmanın 2.2.1. Bölümü'nde de belirtildiği gibi yapılan araştırmalarda İstanbul'un 2010 yılı konut ihtiyacının; konut stokuna niteliksiz konutlar dahil edilirse 162.073 adet, konut stokuna niteliksiz konutlar dahil edilmez ise 1.180.466 adet olacağı ifade edilmiştir (BİBKM, 2002).

Toplu konut sunumu incelemelerinde özellikle 2008 ve sonrası yılları kapsayan 3.dönemde toplam 179.514 adet konutun sunulduğunu görülmektedir. Bunun 22.708 adedi dar gelirli için, 92.166 adedi orta ve orta üstü gelir grubu için, 64.640 adedi de orta üstü ve üst gelir grubu için sunulmaktadır. Bu bağlamda niteliksiz konutlarda oturanlara yönelik “*edinilebilir nitelikli konut açığı*”nın halen devam ettiğini söyleyebiliriz. Diğer taraftan, orta üstü ve üst seviyede gelirle edinilebilen konutlar için açık olmadığını aksine fazla olduğunu söylemek mümkündür. Ayrıca orta gelirli için edinilebilir nitelikli konutlar zaman içinde tüm kentsel dokunun niteliksel yönden zengin olmaması nedeniyle aşırı değer kazanarak orta üstü ve üst gelir grubunun edinebileceği konutlara dönüşmektedirler (Ataköy ve Ataşehir örneğindeki gibi). Bu noktada özellikle kendi başının çaresine bakmak zorunda kalan dar gelirli kesime, kendi konutunu üretmesi esnasında, kamunun sadece denetleyici değil düzenleyici (imar planları ve projelerle) ve destekleyici (altyapı ve sosyal donatı hizmetleriyle) olması gerekmektedir.

3. KONUT EDİNİMİNDE KULLANICI KARARLARININ OLASI BELİRLEYİCİLERİ

Konut ediniminde, kullanıcı kararlarının; *seçeni* yani kullanıcıyı tanımlayan özellikler ile *seçileni* yani konutu tanımlayan özelliklerden doğrudan ya da dolaylı olarak etkilendiği öngörülmektedir. Bu bağlamda bu bölümde kullanıcıyı ve konutu betimleyen standart özellikler tanımlanmaya çalışılmıştır. Özelliklerin tanımlanmasında kaynak noktasını konut edinme-sahibi olma, kullanıcı ihtiyaçları ve kullanıcı memnuniyeti kavramlarına yönelik kuramlar oluşturmaktadır. Tanımlanan özelliklerin etkileri literatürde yer alan araştırma sonuçlarıyla desteklenmektedir. Belirlenen özellikler anket çalışmasına altlık oluşturmaktadır.

3.1. Konut Edinme, Kullanıcı İhtiyaçları ve Kullanıcı Memnuniyeti

Konut sahibi olmak, pek çok aile için en önemli yaşam hedeflerinden biri olarak kabul edilmektedir. Bunda konutun; dar ve orta gelirli için sosyal bir güvence, üst gelir grubu için ise sosyal bir statü sembolü ve karlı bir yatırım aracı olması, herkes için yeni bir yaşam biçimi anlamına gelmesi büyük ölçüde etkilidir (Baran, 2007).

Konut edinirken yapılan seçimin geriye dönüşü güçtür ve maliyeti yüksektir. Bu nedenle pek çok aile için yaşanılabilir konut; hayatları boyunca belki de bir kez yapacakları en büyük maliyetli yatırım anlamına gelmektedir. Yapılan araştırmalar, ailelerin konut sahibi olmayı önemli bir değer olarak algıladıklarını ortaya koymaktadır. Bunda konut sahibi olmanın geniş kapsamlı bir yatırım aracı ve tasarruf biçimi olması da etkilidir (Brandt and Olson 1986). Konut sahibi olmanın bireyin öz-saygı düzeyi ile yaşamdan

duydukları tatmini arttırdığı belirlenmiştir (Rossi and Weber, 1996). Bununla birlikte, konut sahibi olmanın topluma katılmada, sosyal ilişkilerde ve komşularla ilişkide daha özenli ve kalıcı bağlar kurmada etkili olduğu da öne sürülmektedir (Delgadillo and Dorwart, 1998).

Ülkemizde gecekondü ve bireysel üretim dışında konut üretiminin/sunumunun kullanıcı tarafından gerçekleştirilmediği dikkate alındığında edinilen konutlarda kullanıcı ihtiyaçlarının ne derecede karşılandığının da sorgulanması gerekir. Sanayileşme ve artan nüfusun ihtiyacına paralel olarak; tek bir kullanıcı ve ailesine yönelik konut üretiminden ziyade, mahalle ya da kent oluşturacak büyüklükte konut kitlelerinin topluca üretimi giderek yaygınlaşmaktadır. Bu da tasarımda; tasarımcı-kullanıcı ilişkisini kopartarak; kullanıcı ihtiyaçlarının belirlenmesi, kullanıcı memnuniyeti/tatmini ve tasarıma kullanıcı katılımı sorunlarını beraberinde getirmektedir.

3.1.1. Kullanıcı İhtiyaçları

Konutu edinecek kullanıcı için sağlanması gereken en alt seviyedeki koşullar kullanıcı ihtiyaçları olarak tanımlanmaktadır. Kullanıcı memnuniyetinin ön şartı olan kullanıcı ihtiyaçları bir binanın varlık nedenidir (Dinç, 1998).

Abraham H. Maslow (1943), insanın temel ihtiyaçlarını bir hiyerarşi içinde; fizyolojik, güvenlik, ait olma ve sevilme, saygı görme ve kendini gerçekleştirme ihtiyaçları olarak sıralamıştır. Maslow'a göre birey öncelik sırasının başında yer alan ihtiyaçlarını belli düzeyde karşılamadıkça son sıralarda yer alan ihtiyaçlarını karşılamaya yönelmemektedir (Çizelge 3.1.).

Çizelge 3.1. Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi (Maslow,1943)

Maslow'un İnsan İhtiyaçları Hiyerarşisi	
1. Fiziksel İhtiyaçlar	Beslenme, dinlenme, barınma, giyinme, hareket etme, üreme, su, hava gibi yaşamla ilgili temel ihtiyaçlar
2. Güvenlik İhtiyaçları	Korku, baskı ve tehlikelerden uzak olma ve yarınından emin olma ihtiyaçları
3. Ait olma ve Sevilme İhtiyaçları	Ait olma, beraberlik, arkadaşlık, grup içine girebilmek gibi toplumsal etkileşimle ilgili ihtiyaçlar ve sevilme, beğenilme, sevgi alışverişi ihtiyaçları
4. Saygı Görme İhtiyaçları	Öz saygı, öz beğeni ile kazanılmış bilginin ve yeteneklerin tanıtılması ve beğenilmesi ihtiyacı
5. Kendini Gerçekleştirme İhtiyaçları	Önemli bir işi başarma, bireysel potansiyetin gerçekleşmesi ve yaratıcı yeteneklerin kullanımıyla ilgili kişisel tatmin ihtiyacı

Bu bağlamda Bayazıt (1994) da kullanıcı ihtiyaçlarını aşağıdaki gibi gruplamıştır.

- *Teknik İhtiyaçlar:* Taşıma güvenliği (yapının ayakta durması ve oluşacak yük etkilerini taşıması), kullanma güvenliği (kullanım sırasında oluşacak kazalara vb. durumlara karşı), yabancılara karşı güvenlik (hırsızlık, istenmeyen kişiler vb.), dayanıklılık, afetlerden korunma güvenliği (deprem, sel vb.).
- *Çevresel İhtiyaçlar:* Fiziksel çevre (fiziksel doku, yoğunluk, erişilebilirlik, görsellik vb), mekansal çevre (tasarımda ölçü ve biçim, mekansal kurgu, aydınlatma, iklimlendirme vb.).
- *Beşeri (İnsani) İhtiyaçlar:* Eylem hareket sınırları ve boyutları, sağlık gereksinimleri, toplumsal gereksinimler, psikolojik gereksinimler, sembolik gereksinimler.

Gül (1993) ve Buğday (1991), kullanıcı ihtiyaçlarını Fiziksel ve Psiko-sosyal olmak üzere iki grupta incelemektedir.

- *Fiziksel Kullanıcı İhtiyaçları*: “Bir eylemin fiziksel çevre koşulları bakımından rahatsızlık yaratmadan yerine getirilmesi için gerekli şartlardır” şeklinde tanımlanmaktadır. Mekansal ihtiyaçlar, sağlık ihtiyaçları, emniyet ihtiyaçları ve fiziksel çevre şartlarına ilişkin ihtiyaçlar olarak sıralanmaktadır
- *Psiko-Sosyal Kullanıcı İhtiyaçları*: Bir eylemin psikolojik herhangi bir rahatsızlık duyulmadan yerine getirilebilmesi için gerekli çevre koşullarıdır. Bunlar mahremiyet ihtiyacı, davranışsal ihtiyaçlar ve estetiksel ihtiyaçlar olarak sıralanmaktadır

Çelik’e (1978) göre ise kullanıcı ihtiyaçları, kullanıcıların sosyal, ekonomik, kültürel, fiziki ve etnik özellikleri gibi pek çok değişkene bağlıdır. Bu özellikler;

- Fizyolojik özellikler (yaş, cinsiyet, boy vb.)
- Psikolojik özellikler (davranış biçimleri, çevreye uyum, toplumsal ilişkiler vb)
- Sosyo-ekonomik özellikler (aile büyüklüğü, yapısı, hareketliliği, din, mezhep, etnik grup, aile geliri vb.)
- Kültürel özellikler (eğitim, gelenekler, görgü) şeklinde sayılabilmektedir (Çelik, 1978).

Beyazıt (1994), kullanıcı ihtiyaçlarını; teknik, çevresel ve beşeri ihtiyaçlar olarak değerlendirirken, Gül (1993) ve Buğday (1991) fiziksel ve psiko-sosyal ihtiyaçlar gruplarına ayırarak incelemiştir. Çelik ise kullanıcı ihtiyaçlarının kullanıcı karakterini tanımlayan özelliklere göre değişeceğini söylemektedir. Olası kullanıcının karakteristik özelliklerinin ihtiyaç ve beklentilerinde belirleyici olduğu savı bu araştırmanın da temelini oluşturmaktadır. Ancak kullanıcı karakteristiğinin zamana ve sosyal ve

fiziksel çevresel koşullara göre değişebileceği dolayısıyla kullanıcı ihtiyaç ve beklentilerinin de bu bağlamda yeniden değerlendirilmesinin gerekebileceği düşünülmektedir.

3.1.2. Kullanıcı Memnuniyeti ve Tatmini

Memnuniyet ve tatmin kavramları insanların sosyal bir nesneye karşı olan duygusal karşılıkları olarak tanımlanmaktadır. Konuta ait tatmin kavramı ise, konut ve çevresinde oluşturulan bir dizi sorun, olanak ve özelliğin kullanıcıda yarattığı duygusal izlenim ile konut ortamının kullanıcının hedeflerine ulaşmasına yardımcı olma düzeyinin bir göstergesidir (Yanar, 1994). Şenyurt (2001) tarafından da memnuniyet kavramı, “edinim öncesi beklentiler ile edinim sonrası değerlendirmeler arasındaki uyum” olarak tanımlanmıştır (Şenyurt, 2001, s.8).

Kullanıcı gereksinimlerinin ve beklentilerinin karşılanamamasından doğan tatminsizlik duygusu, konut bünyesinde yapısal değişiklikler yapmak, kullanım ve düzenleme farkları yaratmak, konuta olan tavrını değiştirerek uyum sağlamak ya da tamamen konutu reddederek terk etmek şeklinde ortaya çıkabilmektedir (Gül,1993).

1954 yılında ABD’de yapılan Pruitt Igoe toplu konutları bu konudaki en çarpıcı örneklerdendir. Pruitt Igoe’de fiziksel çevre, kullanıcı gereksinimlerine uyumlu olmadığı için ilk sahiplerince terk edilmiştir. Giderek, şiddet, hırsızlık olayları artmış aileler çözülmeye başlamıştır. Sonunda kent yöneticileri 20 yılı doldurmayan konutları yıktırmak durumunda kalmıştır (Buğday, 1991), (Resim.3.1).



Resim 3.1. Pruitt-Igoe Toplu Konutları'nın Yıkılmadan Önceki Hali
St.Louis Şehri, Missouri Eyaleti, ABD 1955
(http://www.nyc-architecture.com/ARCH/Pruitt_Igoe_1955.jpg)

Pruitt Igoe toplu konutlarının yıkım tarihi olan 15 Temmuz 1972, modernizmin sonu ve postmoderniteye geçişin sembolik tarihi olmuştur. Mimarlık tarihinde yeni bir dönem başlatan bu olay konut tasarımında kullanıcı kimliği ve ihtiyaçlarının önemini ortaya koymuştur (Eyyüce, 1991), (Resim 3.1.).

1900'lü yıllardan itibaren Almanya ve İngiltere gibi gelişmiş birçok ülkede, işlemekte olan konutlarda yapılan değerlendirme çalışmaları sonuçlarına göre konut politikalarına yön verilmeye başlanmıştır. Yine bu dönemde Avrupa'da, tasarıma kullanıcı katılımı kavramı da giderek önem kazanmıştır (Akdoğan,1996).

Konut memnuniyeti üzerine yapılan araştırmalarda ölçülecek değişkenler varılmak istenen hedefe göre çeşitlilik göstermektedir. Korkmaz'a (2001), göre memnuniyet düzeyinin ölçülmesine yönelik değişkenler beş grupta toplanmaktadır. Bunlar; *fiziksel çevreyle ilgili değişkenler, demografik değişkenler, inançlar, duygusal değişkenler ve davranışsal niyetler* olarak ifade edilmiştir.

Özsöy'a (1995), göre kullanıcının mekansal memnuniyetinde, yapma çevrenin birbirini etkileyen iki farklı boyutu ortaya çıkmaktadır. Bunlar performans özellikleri ve psiko-sosyal niteliklerdir. Kullanıcının temel ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik performans kriterleri ölçülebilir, denenebilir standartlar olarak geliştirilmişlerdir. Mekansal niteliğin psiko-sosyal boyutunu oluşturan kavramlar ise kolayca ölçülemeyecek, karmaşık yapıda, kişiden kişiye değişebilen kriterler kümesini oluştururlar. Mahremiyet, kişiselleştirme, kimlik, sosyal statü, kişisel/sosyal alan, mekan içgüdü, mekanda seçme özgürlüğü gibi kavramlar kullanıcının mekansal tatmininde önemli bir yer tutarlar.

Sanoff (1990), ise kullanıcı memnuniyetinin asıl kaynağının ihtiyaçların karşılanma derecesinin değil, kararları etkileyebilmiş olma hissinin olduğunu söylemektedir. Ona göre kullanıcının çevresine katkıda bulunabilme imkânının olması, kişiye kendi bireysel özellikleriyle çevresini daha çok etkilemeansı vermektedir.

Tasarım sürecinde ve sonrasında mimari ürünün oluşmasına kullanıcının katılımı ile kullanıcı memnuniyetsizliğine çözüm getireceği ve kullanıcı kontrolünün gerçekleştiği konutların daha çok arzu edildiği ve daha fazla kullanıcı tatmini sağladığı öne sürülmektedir (Yanar, 1994). Tasarıma katılma tipleri; temsili katılma, eğitilerek katılma, danışılarak katılma, tartışmalı katılma, oylama ile katılma, eylemle katılma olarak sıralanmaktadır (Bayazıt, 1982). İzmit Yeni Yerleşmeler Projesi (1974) ve Edirne Bin Evler

Projesi (1974) kullanıcı tercihlerine göre geliştirilmiş ve gerçekleştirilmiş projelerdir (Der, 2005).

Konut edinimi ve tasarıma katılım kavramları bağlamında; maddi imkanları yeterli olan üst gelir grubu kullanıcı için sunulan konutlarda seçeneğin çok fazla olması nedeniyle, kullanıcı adayının seçtiği konutu edinerek dolaylı bir katılım gerçekleştirdiğini söylemek mümkündür. Çünkü hiç tercih edilmeyen ve beğenilmeyen bir konut tipi üretimi yatırımcı ve tasarımcı tarafından tekrarlanmamaktadır. Bazı araştırmacılar (Bayazıt, 1982) anonim kullanıcı tarifine göre belirlenmiş ihtiyaçlar üzerinden yapılmış tasarımların gerçek kullanıcı gereksinimi karşılayamayacağını ileri sürse de, tasarımda kullanıcı-tasarımcı ilişkisinin kopmak zorunda kaldığı koşullarda (toplu konut projeleri gibi), tasarımcı ve yapımcı (proje geliştirici) anonim bir kullanıcıya göre tasarım yapmaktadırlar. Bu noktada tasarım öncesi; kullanıcıya yönelik survey çalışmaları ve literatürde yer alan memnuniyet değerlendirmeleri anonim kullanıcı ve ihtiyaçlarını belirlemede yardımcı olabilecektir.

Bu tez çalışmasıyla, anonim de olsa konut edinim sürecindeki kullanıcıların ortak beklenti ve ihtiyaçlarının öğrenilmesinin yeni tasarımlara katılım olanağı yaratacağı düşünülmektedir. Konutu edinme/satın alma kararının; seçimi yapan kullanıcı odaklı faktörler (kullanıcı kimliği, gereksinimleri, beklentileri vb) ile seçilmek için sunulan konutu, çevresini ve sunum biçimini tanımlayan faktörlerin (konut sunum odaklı faktörler) etkileşimi sonucu ortaya çıktığı düşünülmektedir. Bu nedenle konut edinme kararında etkili olan faktörler, kullanıcı ve konut odaklı olarak ayrı ayrı incelenmekte, birbirlerine olan etkileri de değerlendirilmektedir.

Bu değerlendirmede yukarıda sözü edilen kullanıcı ihtiyaçları ve memnuniyeti kavramları bağlamında; olası kullanıcının; kimliği, ihtiyaçları ve

sunulan toplu konut projesinin çevresel, mekânsal ve sosyal özellikleri memnuniyete odaklı parametrelere ayrılarak irdelenmektedir.

3.2. Kullanıcı Odaklı Faktörler

Tasarlanan ve üretilen konutların ve çevrelerinin kullanıcılarıyla uyumlu olması sağlıklı toplumlar açısından önemlidir. Bu nedenle kullanıcıların beklentilerinin iyi anlaşılması gerekmektedir. Konut ve evin anlamları ve kullanım biçimleri kişiden kişiye, aynı toplum içindeki farklı sosyal gruplar arasında, kültürden kültüre ve zamana bağlı olarak da farklılık gösterir (Lawrence, 1993).

Kullanıcı edinim kararını genellikle ailesiyle birlikte ya da tek başına vermektedir. Bu kararı verirken konut ile ilgili beklenti ve ihtiyaçları kendisi için belirleyicidir. İhtiyaç ve beklentilerinin bağlı olduğu değişkenler onun; fizyolojik (cinsiyeti, yaşı vb), psikolojik (davranış biçimleri, çevreye uyum, toplumsal ilişkiler vb.), sosyo-ekonomik (aile büyüklüğü, yapısı, hareketliliği; din, mezhep, etnik grup, aile geliri vb.) ve kültürel (eğitim, gelenekler, görgü) özellikleridir (Çelik, 1978).

Kullanıcı ve ailesi, sahip olunacak konut ile karşılaşmadan önce çoğunlukla kendi tariflerini yapmış ve sınırlarını çizmiştir. Yani kullanıcı ve ailesi; edinilebilmesi planlanan konutun; nerede olması gerektiğini, hangi bedel aralığı içinde olacağını, hangi kaynaklarla nasıl finanse edilebileceğini, hangi fiziksel tipte ve hangi sosyal imkânlar içinde olacağını tarifler ve anlamlandırır (Henretta, 1987). Bu kısaca kullanıcının konut beklentisi olarak ifade edilebilir.

Çalışmanın bu bölümünde bir kullanıcı adayının; kimlik özelliklerinin, gelir durumunun, yaşadığı fiziksel ve sosyal çevrenin, konutu tanımlama

biçimi ve konuttan beklentilerinin konutu edinme kararına bilimsel alanda tanımlanmış etkileri incelenmektedir.

3.2.1. Kullanıcının Kimlik Özellikleri

Birey yaşadığı mekânsal çevreden çekilip alınsa da kimliği onun alışık olduğu çevreye ulaşmasına onu yeniden yaratmasına yardımcı olur. Kullanıcının; *cinsiyeti, yaşı, fiziksel ve duygusal özellikleri, medeni hali, aile yapısı, eğitimi, iş durumu, varsa çocukları (sayısı, eğitimleri, işleri) ve yaşam tecrübesi* onun kimliğini tanımlayan unsurlardır. Bütün bu unsurlar bireyin tüm davranış ve tercihlerinde etken olabildiği gibi konut edinim tercihinde de etken olabilmektedirler. Bu araştırmadaki kullanıcıya ilişkin sorgulamalar da aynı parametreler üzerinden yapılmaktadır.

Bireyin konut ve çevresinden beklentileri cinsiyetine ve yaşına ve rollerine göre değişebilmektedir. Örneğin çalışmayan bir ev kadını için mutfak çok önemli bir mekan olabilirken, mutfağı çok daha az kullanan erkek için birincil bir mekan olmayabilir. Kullanıcının aile büyüklüğüne paralel olarak tercih edilen yeni konutun oda sayısı ve büyüklüğü de artmaktadır. Yine kullanıcı ve ailesinin yaşam dönemi konut ve çevresinden beklentilerini değiştirebilmektedir. Örneğin kızı başka bir kentte üniversiteye başlayan bir baba kızına geçici de olsa ikamet etmesi için bir konut alabilmektedir. Bu konuda yapılmış bilimsel araştırmaların birkaçına değinmek kullanıcı kimliğinin kullanıcı davranış ve tercihlerine etkisini vurgulamak bakımından faydalı olacaktır.

Dönmez (1997, tarafından Eskişehir’de ailelerin konut değiştirmelerinde etkili olan faktörleri belirlemek amacıyla yapılan araştırma sonucunda; aile büyüklüğü arttıkça daha geniş ve daha çok odalı konutlarda oturma isteğinin

arttığı, erkeğin yaşının ilerlemesi ile daha geniş, nitelikli ve iyi tasarlanmış bir konutta yaşama isteğinin öne çıktığı ifade edilmektedir.

Henretta'nın (1987), genç evli çiftlerin konut satın alma davranışları üzerine yaptığı araştırmada; kadının çalışmasının ve çocuk sayısının artmasının konut edinimi üzerinde önemli ve olumlu bir etkisinin olduğu ifade edilmektedir.

Krishnan and Krotki (1993), tarafından Kanada'da 1984'de 18-49 yaş grubu 5315 kadınla konut sahibi olma ve yaşam dönemleri arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla bir araştırma yapılmıştır. Araştırmada; kadınların çocuk sahibi olma ve çocuk yetiştirme aşamalarında kendi konutlarına sahip olmak istedikleri belirlenmiştir.

Ayata ve Ayata (1996), Ankara'nın farklı semtlerinde yaptıkları bir araştırmada, konut seçiminde kadınların öğrenim düzeyinin etkisini incelediklerinde; yüksek eğitimli kadınlar için sosyal çevrenin önemli olduğu görülürken, düşük eğitim düzeyindeki kadınlar için iyi komşuluk ilişkileri önem taşımaktadır. Orta eğitim düzeyindekiler için konutun fiziki yapısı ve kullanışlı olması daha önemli bulunmuştur. Çalışan kadınlarda çevre unsuru çok önemli bulunurken, çalışmayan kadınların kendilerini kanıtlamak amacı ile konutun fiziksel konforu ve iç dekorasyonuna /donanımına daha fazla önem verdikleri bulunmuştur.

3.2.2. Kullanıcının Gelir Grubu ve Finansal Kaynakları

Günümüz koşullarında kullanıcının edinebileceği hazır konut seçenekleri kullanıcının gelir seviyesine paralel olarak artarak çeşitlenmektedir. Yükselen gelir düzeyi kullanıcıya memnun olacağı konutu seçmesi bakımından daha çok şans tanımaktadır. Ayrıca gelir seviyesi

yükseldikçe kullanıcının konut kariyerine paralel olarak yeni edinilecek konut ve çevresine yönelik beklentiler de artmaktadır. Ancak orta gelirli bir kullanıcı belki de ömründe ilk ve son kez konut edinme fırsatı yakalayabilmektedir. Bu da kullanıcının idealindeki konut yerine edinebildiği konutla yetinmesine sebep olabilmektedir. Düşük gelirli bir kullanıcı ise kısıtlı kapasitelerle sunulan gelirine uygun sosyal konutları koşulsuz olarak edinmek isteyebilmektedir. Bu araştırmada kullanıcı adaylarına gelir ait oldukları gelir grupları da sorularak bunun tercihlerine yansımaları irdelenmiştir.

Ayrıca konut edinimde kullanılacak olan finansal kaynaklar da kullanıcının konut ediniminde yönlendirici olabilmektedir. Uzun vadeli konut kredilerinin sunduğu avantajları kullanmak isteyen bir birey, kiracı olmak yerine ev sahibi olmayı tercih edebilmektedir. Bu araştırmanın da anket altığını oluşturacak olası finans kaynak seçenekleri; takas usulü, banka kredisi, müteahhit kredisi, mevcut mülkü ya da mülkleri satma, bireysel tasarruf, yakın çevreden borç alma şeklinde sıralanabilir. Çalışmada kullanıcının edinimde hangi finansal kaynağı öncelikle tercih ettiği de sorgulanacaktır.

İmamoğlu ve İmamoğlu (1995), tarafından üç farklı gelir grubunun konutları ve konut çevreleriyle ilgili algı ve değerlendirmelerini ölçmek amacıyla yapılan araştırmada, konut seçiminde düşük gelir grubu için ekonomik yeterliliğin öncelikli olduğu, yüksek gelir grubu için ise satın alınacak konutun bulunduğu semtin ve konutun estetiğinin daha önemli olduğu bulunmuştur.

Telsiz'in (1978), Ankara ilinde farklı gelir gruplarını temsil eden ve son altı ay içinde konut değiştiren 210 aile ile karşılıklı görüşme yöntemini kullanarak yaptığı araştırmada; yeni konut çevresinin seçiminde, gelir grupları arasında önemli farklılıklar olduğu anlaşılmıştır. Düşük gelir grubunda yeni satın alınacak olan konutun eskiden oturulan çevrede bulunmasının önemli

rol oynadığı, yüksek gelir grubunda ise konutun okula yakın olmasının önem kazandığı saptanmıştır.

Krishnan and Krotki (1993), Kanada'da 1984'de 18-49 yaş grubu 5315 kadınla konut sahibi olma ve yaşam dönemleri arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla bir araştırma yapmışlardır. Aile gelirinin konut sahibi olma ile pozitif bir ilişkinin olduğu görülmüştür. Aile geliri arttıkça konut sahibi olma olasılığının da arttığı belirlenmiş, konut sahibi olmanın kadınların demografik ve kültürel özelliklerinden (kadının yaşı, eşinin yaşı, iş deneyimi vb) çok mevcut ekonomik kaynakları ile daha fazla ilişkili olduğu ortaya konulmuştur.

3.2.3. Kullanıcının Mevcut Yaşam Çevresi

Kullanıcının yaşadığı sosyal ve fiziksel çevre onun yaşam tecrübesini de şekillendirmektedir. Bu birikim bir sonraki konut tercihinde yansımaktadır. Yaşadığı çevreden memnun olan kullanıcı yeni konutunu da yine aynı çevreden edinmek isteyebilir. Komşuluk ilişkilerinden memnuniyet, hizmet alanlarına kolay erişebilirlik, peyzaj öğelerinin varlığı gibi etkenlerden ötürü yaşanan çevreye karşı oluşan duygusal bağ ve alışkanlıklar yeni konutun da aynı çevreden seçilmesine neden olabilmektedir. Tam tersi kullanıcı memnuniyetsizliği durumunda kullanıcı eksikliğini hissettiği fiziksel ve sosyal donatıları yeni konut çevresinde arayabilmekte, yaşanan şehirdeki sosyal olaylar ve fiziksel değişimler yeni konut çevresinin tercihinde yön verebilmektedir.

İnsan çevre etkileşimlerini konu alan araştırmalarda, özellikle 70'li yıllarda David Canter ve Terence Lee'nin konut tercihlerinin belirlenmesine yönelik araştırmalarında kullanıcıların konut tercihlerinde geçmiş konut deneyimlerinin büyük payı olduğu açıkça ortaya çıkmıştır. Bir önceki konutun plan şeması ve çevresel örüntüsü, kullanıcının bilişine yerleşerek, iyi ve hatta kötü yanlarıyla kullanıcıda belli bir etki bırakmakta, belli alışkanlıkları

meydana getirmekte ama daima kendine benzeyeni aratarak etkilerini devam ettirmektedir (Gür; <http://www.evkultur.com/mimarlik/konutsosy/konut.htm>).

Bu bağlamda araştırmada kullanıcının; halen ikamet ettiği semt, içinde yaşadığı komşuluk ya da sokak düzeni, yaşadığı konut tipi, iş yerinin konutuna uzaklığı, varsa çocuklarının okullarının konutuna uzaklıkları sorgulanmıştır.

3.2.4. Kullanıcının Konuttan Beklentileri/Niyet ve Öncelikleri

Kullanıcının kimliği, geliri ve çevresinin bir etkileşimi olarak ortaya çıkan inançları ve değerleri, edinmek istediği konutu ve beklentilerini de tanımlamaktadır. Mekansal ve işlevsel beklentiler ile estetik, saygınlık ve statü, kabul edilme ve onaylanma, kendini gerçekleştirme, güvenlik, barınma, mahremiyet, temizlik gibi anlamlar da bu kapsamda değerlendirilebilir. Kullanıcının konuta yönelik beklentileri, ölçülmesi güç ve düşünsel (soyut) kavramları içermektedir.

Kullanıcının idealindeki konutla edinmeyi planladığı konut birbirinden farklı olabilmektedir. Kullanıcı edinmek istediği ev tipini (müstakil, apartman dairesi, bahçe katı, çatı katı, residans) ve oda sayısını belirlemiş olarak seçimine sunulan konutları incelemektedir. Gelir düzeyinin elverdiği ölçüde beklentilerini en çok karşılayan konutu edinmek istemektedir. Konut, ikamet/kullanım amacıyla edinildiği gibi sadece yatırım amacıyla da edinilebilmekte, hatta kullanıcı her iki amacı da güden bir edinim gerçekleştirebilmektedir.

Hinkle and Combs (1987), 1981 yılının ilk 6 aylık süresinde konut satın alan 152 aile ile telefon görüşmesi yoluyla yaptıkları araştırmada, ailelerin %82,9'unun yatırım, % 79'unun güvenlik, %76,3'ünün oturmak, %43,4'ünün

ise sosyal statü için satın aldıklarını saptamışlardır. Ayrıca, konut satın alan ailelerin ileri yaş grubunda, yüksek gelirli aileler oldukları, konut satın alma kararlarını verirken sosyal statülerine uygun konutu satın almayı tercih ettikleri de belirlenmiştir.

İngiltere, Avustralya ve Amerika'da yapılan çeşitli çalışmalar, insanlardan ideal evlerini anlatmaları istendiğinde, her tür gelir ve eğitim düzeyinden kişilerin genellikle; müstakil, dört köşe, ayrı, bahçe içinde tek aile evi tarif ettiklerini göstermiştir. Çoğu Amerikan ailesi tarafından apartman yapılarının reddedilmesinin nedeninin, kişiyi topraktan koparması, evin ne olduğuna dair arkaik imajı yok etmesi ve kişinin bağımsız ve benzersiz kişiliğinin karşısında bir tehdit olmasının olduğu ileri sürülmektedir (Cooper,1974). Coşgun (1999), tarafından yapılan çalışmada, Türkiye'de de benzer eğilimin saptandığı, kullanıcının tasarım ve yapım aşamalarında etkin olma ve bahçeli az katlı konuta sahip olma isteğinin çoğunlukta olduğu ifade edilmektedir.

Bu araştırmada da kullanıcılara, özellikle ideallerindeki ve edinecekleri konutun/evin tanımına ve edinim amacına yönelik sorgulamalar yapılmıştır. Bu bağlamda, kullanıcının konutu/evi kim ve kimler için edindiği, yeni bir konut/ev edinmesinin sebebi, edinim kararında kullanıcı yakınlarının etkisi, kullanıcının nerede ve nasıl bir konut/ev edinmeyi planladığı, ideal konut tanımının ne olduğu ve yeni konut edinimindeki önceliklerinin neler olduğu sorgulanmıştır.

3.3. Konut/Sunum Odaklı Faktörler

Bu çalışma toplu konutlarla sınırlı tutulduğundan “konut” odaklı özellikler de özellikle toplu konut projeleri bağlamında değerlendirilecektir. Günümüzde toplu konut sunumu; arazi geliştirme (imar planları), mimari proje

ve tasarım, inşaat uygulama, malzeme ve mühendislik teknolojileri, pazarlama ve satış konularında uzman ekiplerin birlikte organize olarak yürüttükleri “*proje yönetimi*” ile yapılmaktadır. Sunulan konut projesi kullanıcının beklentilerine cevap verebildiği ölçüde kabul görüp başarı sağlayabilmektedir.

Hatta sunulan proje, konseptiyle kullanıcıya farklı vizyonları görebilme olanağı sağlayabilmekte ve edinim kararında yönlendirici olabilmektedir. Edinim sonrasında da kullanıcıya yeni bir yaşam biçimi sunabilmektedir. Bu anlamda sunulan konutun özelliklerinin de edinim kararında etken oldukları açıktır.

Olası kullanıcının edinim kararında etken olabilecek konut odaklı faktörler; sunulan konut çevresinin özellikleri, sunulan konutun özellikleri, konutun kullanıcıya sunumundaki pazarlama yöntemleri ve satış sonrası hizmetler başlıkları altında incelenmektedir.

3.3.1. Sunulan Konut Çevresinin Özellikleri

Sunulan toplu konut projesinin; nerede olduğu, komşuluk düzeni, erişilebilirliği, çevresindeki trafik yoğunluğu, çevresindeki ulaşım olanakları, arazisinin yerleşime uygunluğu (deprem güvenliği açısından), sosyal donatı ve hizmet alanlarına erişilebilirliği, çevresinin fiziksel ve mimari dokusu kullanıcının edinim kararında etken olabilmektedir. Toplu konut projeleri bir ya da birden fazla komşuluk ünitelerini içinde barındıran alanlardır. Son dönemlerde kentsel doku içinde yoğunlukla duvarlarla çevrilerek çevresel etkilerden yalıtılan bu alanlar kullanıcıya özel fiziksel ve sosyal imkânlar sunabilmektedir. Özgün ve estetik formlarla ve insan ölçeğine saygılı bir yoğunlukta bir araya gelmiş konut blokları, kullanıcının duygusal ve fiziksel ihtiyaçlarına cevap verebilen peyzajı, otoparkları, sosyal donatıları ile bu

yerleşimler güvenlik, temizlik ve sağlık koşullarını da sağlayarak kullanıcıya yeni bir yaşam alanı ve biçimi sunabilmektedir. Sunulan çevrenin sahip olduğu bu özelliklerin olası kullanıcının tercihlerini nasıl etkilediği konusunda yapılan bilimsel araştırmalar incelendiğinde;

Kellekci ve Berköz (2006), bireylerin konut ve çevresel kalite memnuniyetini artıran faktörleri belirlemek amacıyla İstanbul Metropolitan Alanı'ndaki konut alanlarını temel alarak (Toplu Konut İdaresi, Emlak Bankası ve İstanbul Büyükşehir Belediyesi tarafından üretilen) 401 katılımcı üzerinde karşılıklı görüşme yöntemi ile yaptıkları araştırma sonucunda; bireylerin konut ve çevresel kalite memnuniyetlerinin artmasında kolay erişebilirlik konusunda konutun merkezîyetinin, yaşanılan konutun çevresel özellikleri açısından çevrenin bakımının, çevresel kalitenin göstergesi olan rekreasyon alan memnuniyetinin ve konutun fiziksel görünümünün etkili olduğu belirlenmiştir.

Dülgeroğlu ve Arkadaşları (1996), tarafından yapılan toplu konutlarda nitelik sorunu konulu araştırmada; kullanıcıların değerlendirilmesine sunulan çevresel kriterler; konut bloğu konumları, manzara, gün ışığı yeterliliği, bina dışı sessizli, araç gürültüsü, temizlik (çöp) hizmetleri, site içi yollar şeklinde sıralanmıştır.

Bu araştırmada ise kullanıcının; konum, komşuluk düzeni, ulaşılabilirlik, yerleşime uygunluk, sosyal donatı ve hizmet alanlarının varlığı, çevresel dokunun niteliği, blokların mimari formu ve yoğunluğu, peyzaj kalitesi, çocuk oyun alanlarının varlığı, otopark niteliği, altyapı kalitesi ve komşuların yaşam biçimleri vb özellikleri nasıl değerlendirdiği araştırılmıştır.

3.3.2. Sunulan Konutun Özellikleri

Kullanıcıya sunulan konut onun beklentileri dışında ona yeni bakış açıları kazandırabilir. Tam tersi durumlarda beklentilerini karşılama bakımından yetersiz de gelebilir. Bina özellikleri bakımından; yapı ve iskan ruhsatlarının varlığı, kat mülkiyeti tapularının varlığı, estetik formu, yapım tekniği ve kalitesi, kat sayısı, güvenlik önlemleri, teknik donatılarının (asansör, yangın merdivenleri) ilgili disiplinlerdeki standartlara uygunluğu, ısı ve ses yalıtımının varlığı, teknolojinin sunduğu yeni teknik hizmetlerden yararlanma düzeyi gibi kriterler edinim kararında olumlu ya da olumsuz yönde etken olabilir. Konutun bina içindeki konumu bakımından; bulunduğu kat, manzarası ve güneşten yararlanma düzeyi de kullanıcı için konut seçiminde önemli bir etken olabilmektedir. Konut içinde; plan tipi, mekânsal kurgu, aydınlanma düzeyi, tefriş olanaklarının çeşitliliği, mutfak, banyo ve odaların geniş ve kullanışlı olması, evsel donatıların düzeni, malzeme ve işçilik kalitesi, banyo ve tuvalet sayısı, balkon varlığı ve boyutu, ısıtma sistemi ve diğer teknik donatıların sağladığı konfor, güvenlik önlemleri de kullanıcı tercihini etkileyebilmektedir.

Bazı proje geliştiricileri özellikle üst gelir grubuna yönelik gerçekleştirilen az katlı ve düşük yoğunluklu konut projelerinde konutu iç donatılarını ve ince işini tamamlamadan satmaktadır. Kullanıcıya evinin içini dilediği gibi düzenleme imkânı sunulmakta ve tasarımcı desteği verilmektedir. Böylece kullanıcının tasarıma katılımı sağlanmaktadır. Projeden satış yapan bazı proje geliştiricileri de konut içi mimari donatı ve malzeme özellikleri konusunda kullanıcıya seçenek sunmakta, kullanıcı tercihine göre donatılan ev teslim edilmektedir.

Bütün bu hususlar bu araştırmanın anket sorgulamasında kullanıcı değerlendirmelerini ölçmek üzere altlık olarak kullanılmıştır.

Dülgeroğlu ve arkadaşları (1996), tarafından “Toplu Konutlarda Nitelik Sorunu “ adlı, Ataköy, Halkalı, Tozkoparan ve Kozyatağı’nda toplu konutlarda yaşayan 1000 kullanıcı üzerinde yapılan araştırmada; sahip olunamasa da tek katlı müstakil konutların ve az katlı konut bloklarının yüksek bloklara nazaran en çok tercih edilen konut tipleri olduğu görülmüştür. Yine blok etkisi olarak da toplamda %90 oranında yatay blokların tercih edildiği anlaşılmaktadır. Üslup özelliklerinde ise çağdaş ve çeşitlilik gösteren bir yaklaşım ağırlıklı olarak tercih edilmiştir.

Yıldız (2006), tarafından yapılan Bolu ilinde hane halkının konut tercihine etkilerini inceleyen bir araştırmada; oda sayısının çokluğu konut tercihinin etkileyen bir faktör olarak ortaya çıkmıştır. Binanın depreme karşı güvenli olması ve sağlamlığı da konut tercihinde önem verilen unsurlardandır.

Yapılan diğer araştırmalar da konut büyüklüğü ve oda sayısı gibi konut özelliklerinin konuttan memnuniyeti etkilediği ve tersine durumlarda ailelerin yeni bir konuta taşınmayı istediklerini göstermektedir (Dönmez, 1997).

3.3.3. Konut Sunumundaki Pazarlama Yöntemleri

“Pazarlama; kişilerin ve örgütlerin amaçlarına uygun şekilde değişimi sağlamak üzere; ürünlerin, hizmetlerin ve düşüncelerin yaratılmasını, fiyatlandırılmasını, dağıtımını ve satış çabalarını planlama ve uygulama sürecidir (Aşıkoğlu, 2009).”

Konut sektöründe, pazarlama yöntemlerini, kullanıcıyı edinilmesi istenen konuta çekme ve konutu edinmeye ikna etme yöntemlerinin bütünü olarak tanımlamak mümkündür. Proje geliştirici, kullanıcıyı önce projeden (konuttan) haberdar eder, haberdar olup gelen kullanıcıya projeyi anlatır ve

ardından kullanıcıya konutu edinebilmesi için cazip ödeme seçenekleri sunar. Bu üç aşamanın içinde kullanıcının edinim kararında etkili olabilecek faktörler saklıdır. Haberdar edilme aşamasında; medya, internet ve diğer reklam, halkla ilişkiler faaliyetleri öne çıkar. Geliştiricinin daha önce gerçekleştirmiş olduğu konut projeleri ve başarısı da (marka olması) da kullanıcı için etken olabilmektedir. İkinci aşamada kullanıcı edinmek istediği konutu görmek üzere çağrıldığı merkeze gelir. Bu merkez “satış ofisi” olarak adlandırılır ve genellikle projenin uygulandığı arsa üzerinde konumlanır. Satış ofisine geldiğinde kullanıcının edinim kararında etkili olabilecek unsurlar ise; satış ofisinin dekorasyonu ve hizmetleri, satış temsilcisi, proje maketi, proje tanıtım katalogu, örnek daire, satış bedelleri ve ödeme seçenekleri olarak sırlanabilir. Ayrıca projeden satış yapan bir proje geliştiricisinin konutları ne zaman teslim edeceği de kullanıcı kararında önemli bir etken olabilmektedir.

Pazarlama süreci içinde, kullanıcıya sunulan konut ve çevresinin mimari ve teknik özellikleri anlatılır ve vaat edilen yaşam biçimi vurgulanır. Bunda en etkili araçlar ise projeyi anlatan örnekler, görsel imajlar ve objelerdir. Kullanıcının algıladıkları ile istekleri uyuşur ve finansal koşulları karşılanabilirse edinim kararı verilebilir.

Kullanıcın ihtiyaçlarının yanı sıra isteklerinin konut ediniminde etken olabileceğini ve bunun pazarlamanın hedefi haline gelebileceğini söylemek de mümkündür. Nitekim, Rapoport (2004), *“Gerçekte insanlar, örneğin konut gibi bir çevre seçtikleri zaman, sadece en geniş kapsamıyla özel bir ortamlar sistemini değil aynı zamanda bu sistemlerin özel çevresel kalitesini de seçmiş olurlar; yolda geçen zamanı, konutun büyüklüğünü ve tipini, semti, konutların kalitesini, komşuların toplumsal niteliklerini vb. de dikkate alırlar. Tercih ve seçimlerde isteklerin ihtiyaçlardan daha fazla rol oynadığı görülmelidir ve bu istekler de daha çok anlamla dolayısıyla kültürle ilişkilidir. Reklamlarını inceleyerek de bunu görmek mümkündür; reklamlar anlamın üzerinde dururlar ve çoğu kez evi göstermezler bile; gösterdikleri bitkiler,*

manzaralar, kelebekler, güneşin batışı, insan ilişkileri, rekreasyon olanakları vb.dir” demektedir.

Edinim kararının noktasını koyan ödeme koşulları için son dönemde yeni pazarlama yöntemleri geliştirilmiştir. Banka kredileriyle sunulan cazip faiz ve vadeli olanaklar, girişimci kredileri, senet yoluyla taksitlendirme, düşük peşinat, harç ve vergilerden muafiyet gibi teklifler sunulabilmektedir.

Bu bağlamda pazarlama yöntemlerinin konut edinimine yönelik olarak kullanıcıyı nasıl etkilediği de anket yoluyla ölçülmeye çalışılmıştır.

3.3.4. Satış Sonrası Hizmetler

Çoğu zaman kullanıcılar konutu edindikten sonra konutu kendisine sunan üretici ile bir daha karşılaşamaz. Ancak konut ve çevresi yaşayan ve sürekli bakım gerektiren alanlardır. Kullanıcıya sunulan fiziksel ve sosyal çevreyi yaşatmak için özellikle büyük toplu konut projelerinde site işletmesini sağlayacak kurumlar oluşturulmuştur. Proje geliştiricileri, satış sonrası hizmetler konusunda uzmanlaşmış şirketler kurarak konut sitesinin (komşuluğunun), güvenlik, temizlik, peyzaj bakım hizmetlerini ve sosyal alanların işletilmesini üstlenmektedirler. Ayrıca kullanıcının memnuniyetini değerlendirmek ve kullanıcıyla ilişkiyi devamlı kılabilmek için de bu servisler oldukça etkilidir. Proje geliştirici kullanıcının kullanım esnasında yaşadığı sorunları görüp çözmeye çalışacaktır. Bu bilgiler yeni geliştirilen projelere de referans olacaktır.

Konut sitesi işler hale geçtikten bir süre sonra da site sakinlerinin yönetime katılımı da sağlanmaktadır. Ancak bu işletme hizmetlerinin aylık bedeli klasik aidat bedellerinden daha yüksektir. Kullanıcı adayları konut edinimi esnasında olası aidat bedelini de sorgulamaktadırlar.

Yasalarla garanti kapsamına alınmış konutlar için bazı proje geliştiricileri yasal süreden (5 yıl) daha uzun süre yapısal garanti verebilmektedir. Taşınma ve sonrasında herhangi bir aksaklık site yönetimi tarafından giderilebilir. Konut üreticileri sözleşmelerinde genellikle 2 yıl garanti süresi vermektedirler. Garanti belgesi ve konut kalitesi kavramlarının daha da işler hale gelmesi kullanıcı memnuniyetini sağlamada da etken olacaktır.

Bu araştırmada da; garanti süresi, güvenlik hizmetleri, site işletmesi (bakım, temizlik vs.), aylık site aidatı gibi unsurların edinim kararındaki etkisi sorgulanmıştır.

4. KONUT EDİNİMİNDE KULLANICI KARARLARINI ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN ARAŞTIRILMASI

Bu araştırma, konut edinmek üzere satış ofisine gelen kullanıcının (müşterinin) edinime yönelik değerlendirmelerinde etkili olan faktörleri tespit etmeyi ve etkilerini tanımlamayı amaçlamaktadır. Belirlenen faktörlerin ve etkilerinin yeni tasarım ve araştırmalarda da değerlendirilebileceği düşünülmektedir.

4.1. Araştırmanın Yöntemi

Araştırma beş aşamada yürütülmüştür. Birinci aşamada konu ile ilgili ulusal ve uluslararası kaynaklar taranarak, kullanıcının konut edinimine yönelik tercih ve beklentilerinde etkili olabilecek kullanıcı ve konut/sunum odaklı olası faktörler belirlenmiştir. İkinci aşamada belirlenen faktörleri ve kullanıcı değerlendirmelerini ölçmeye yönelik anket soru formu oluşturulmuştur. Üçüncü aşamada yeni satışa sunulmuş dört (4) toplu konut projesinin (4.3.'de ayrıntılı açıklanmıştır) satış ofislerine konut edinmek amacıyla gelen 50'şer katılımcıya yüz yüze görüşme tekniğiyle anket yapılmıştır. Dördüncü aşamada ise anket bulguları excel programıyla sayılarak çözümlenmiştir. Beşinci ve son aşamada ise çoğunluk verileri yardımıyla öne çıkan kullanıcı özellikleri ile kullanıcı değerlendirmeleri arasında anlamlı neden sonuç ilişkileri aranmıştır. Konut/sunum özelliklerinin de kullanıcı değerlendirmelerindeki etkisi incelenmiştir. Etkisi tespit edilen kullanıcı ve konut özellikleri etken faktör kabul edilmiştir. Etken faktörlerin tespitinde kullanılan yöntem 5. Bölüm'de ayrıntılı olarak açıklanmıştır.

4.2. Anket Formunun Oluşturulması

Anket formunun içeriğinin oluşturulmasında, kullanıcı tercihinde etkili olabilecek olası faktörler belirlenmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda referans olarak, konut ve çevresiyle ilgili kullanıcı ihtiyacı, kullanıcı memnuniyeti ve kullanıcı katılımına yönelik yapılmış literatür araştırmalarından faydalanılmıştır. Yine farklı disiplinlerdeki; konut tercihi ve konut edinimi davranışları üzerine yapılmış bilimsel araştırmalar da anketin oluşturulmasına katkı sağlamıştır. Ayrıca araştırma konusu toplu konut projelerinin sahip oldukları özellikler ve bu projelerin satış ofislerinde yapılan gözleme dayalı ön incelemeler de ankette sorgulanması gereken hususlar konusunda belirleyici olmuştur.

Anket formu oluşturulurken; konut satın alma/edinme kararının; kullanıcı profili ve kullanıcı profiline bağlı beklenti ve öncelikler ile sunulan toplu konut projesinin nitelikleri (konut, konumu ve çevresi, sunum ve pazarlama araçları) arasındaki etkileşim sonucunda ortaya çıktığı kabul edilmiştir. Kullanıcı özellikleri bağımsız ana değişkenler iken; kullanıcının hedefi olan konut ve çevresinden olası beklentileri de alt değişkenlere ayrılmıştır. Hedef konut ve çevresiyle ilgili ölçüm kriterlerinin belirlenmesinde örneklem seçilen dört toplu konut projesinin tümünü kapsayan standart ve ideal nitelikler de referans alınmıştır. Araştırma yapılacak dört alanın da niteliklerini sorgulayabilecek kapsamda bir anket oluşturulmaya çalışılmıştır.

Bu bağlamda anket kullanıcı (dört bölüm) ve konut/sunum odaklı (dört bölüm) verilerin incelendiği iki ana grup altında sekiz bölümden oluşmuştur. Birinci bölümde “kullanıcı kimliği” başlığı altında, kullanıcının ve varsa eşinin; cinsiyeti, yaşı, medeni hali, eğitim durumu, iş durumu, varsa çocukların cinsiyeti, yaşı, eğitim durumu ve iş durumu sorgulanmıştır. İkinci bölüm, kullanıcının kendini hangi gelir grubunda gördüğü, edinim sırasında hangi

finansal kaynakları kullanacağı, ev-otomobil sahipliğiyle ilgili soruları içermektedir.

Üçüncü bölümde “kullanıcının mevcut yaşam çevresi” başlığı altında kullanıcı ve ailesinin halen içinde yaşadığı konut, konut çevresi ve iş-okul çevresi sorgulanmıştır.

Dördüncü bölümde “yeni konut edinimindeki niyet ve öncelikler” başlığı altında kullanıcının yeni konut edinimindeki amacı, yaşamak istediği çevre (konum, merkezîyet, komşuluk), yaşamayı planladığı ve idealindeki konut, edinimdeki öncelikli kriterleri sorgulanmıştır. Aile üyelerinin konut edinme kararında etkileri ve konutun kimin için edinildiği de bu bölümde araştırılmıştır. Beşinci bölümde ise “konutun çevresel özelliklerine yönelik değerlendirmeler” başlığı altında kullanıcının edinmeyi hedeflediği olası konutun çevresel özelliklerini nasıl değerlendirdiği; ulaşım, güvenlik, sağlık-temizlik, biçim-estetik ve sosyal ortam (komşular ve sosyal imkânlar) bağlamında sorgulanmıştır. Altıncı bölümde “konut özelliklerine yönelik değerlendirmeler” başlığı altında edinimi hedeflenen konutun; mimari, yasal, teknik (ısıtma tipi tercihi vs) özelliklerinin ve teslim koşullarının edinim kararına yönelik olarak nasıl değerlendirildiği sorgulanmıştır.

Yedinci bölümde ise “pazarlama unsurlarına yönelik değerlendirmeler” başlığı altında pazarlama araçlarının (tanıtım, satış ofisi, satış temsilcisi, örnek daireler, satış fiyatı ve ödeme kolaylıkları vb.), kullanıcının konut edinim kararına etkileri sorgulanmıştır. Anketin sekizinci ve son bölümünde ise “satış sonrası hizmetlere yönelik değerlendirmeler” başlığı altında satış sonrası sunulan garanti koşullarının, güvenlik ve işletme hizmetlerinin ve aidatların edinim kararındaki etkileri sorgulanmıştır.

Anket formu, 23 adet ana sorudan ve bunların kapsadığı 97 adet alt sorudan oluşmaktadır. 97 adet alt soru grubu da toplamda 489 adet cevap seçeneği sunmaktadır. Ankette doğrudan cevap alan sorular dışında

kullanılan likert tipi sorularda 5 dereceli skala (çok önemli, önemli, kararsızım, önemsiz, hiç önemli değil) kullanılmıştır. Sıralamalı sorularda ise en fazla 6 kriter sorgulanmıştır. Bir anket formunun yüz yüze görüşme tekniğiyle uygulanma süresi yaklaşık 20 dakikadır. Anket soru formu Ek 2’de verilmiştir.

4.3. Örneklem Büyüklüğü ve Örneklem Alanları Belirlenmesi

TÜİK’in Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Veri tabanına göre 2008 yılındaki İstanbul nüfusu 12.569.041’dir (<http://tuikapp.tuik.gov.tr/adnksdagitapp/adnks.zul>). İstanbul Çevre Düzeni Planı Raporu’nda 2010 nüfusunun 13 Milyon civarında olacağı öngörülmüştür (İstanbul Çevre Düzeni Planı Raporu, 2009). Örneklem sayısını belirlerken, örneklem büyüklüğünün belirlenmesine yönelik bilimsel formüllere göre oluşturulmuş evren büyüklüğü ve örneklem büyüklüğü ölçekleri referans alınmıştır (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004). $\pm 0,05$ örneklem hatası içinde kalınarak 200 kişilik örneklem büyüklüğü yeterli bulunmuştur (Çizelge 4.1).

Çizelge 4.1. ($\alpha = 0.05$ İçin) Örneklem Büyüklükleri
(Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004, s.50)

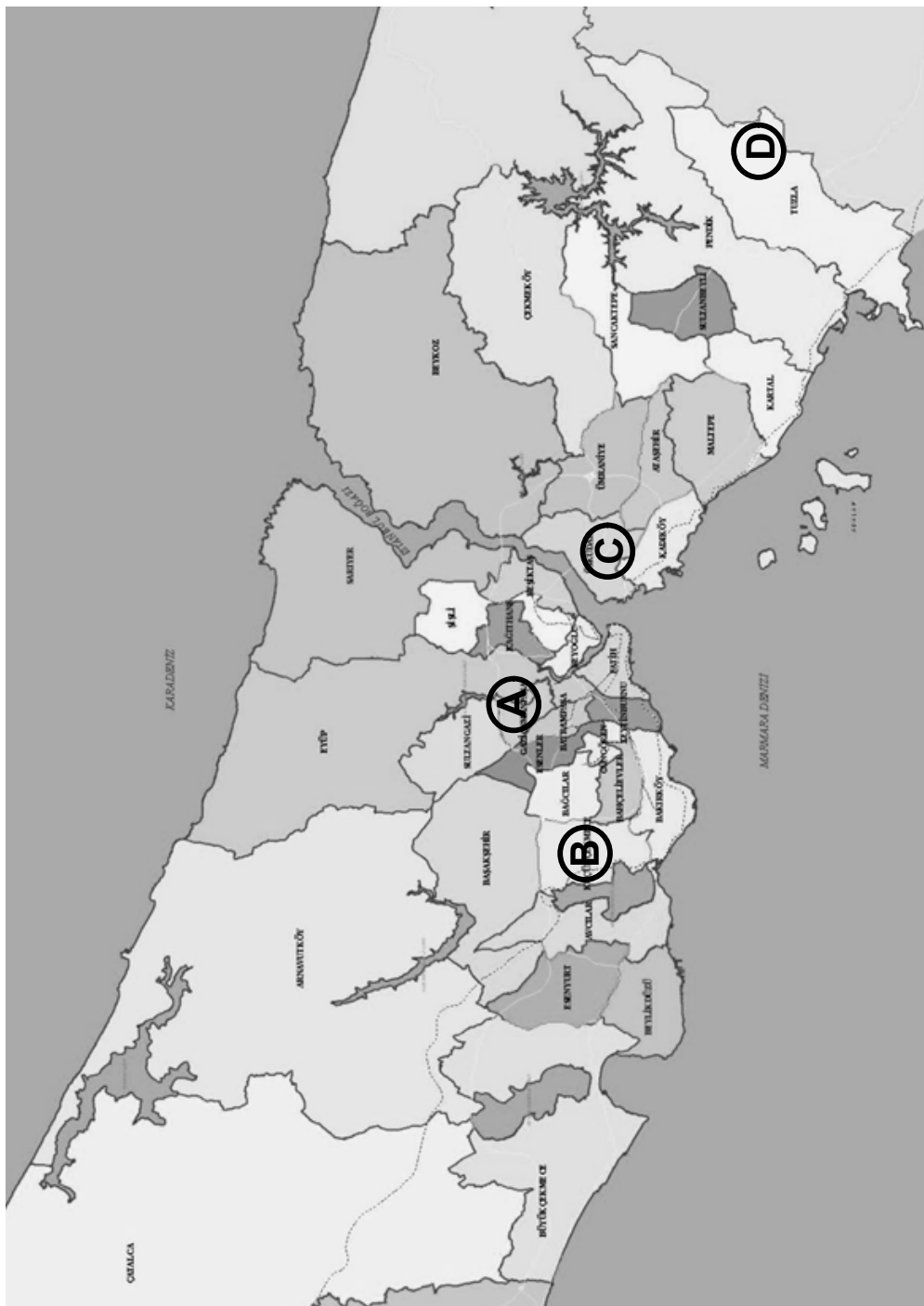
Evren Büyüklüğü	± 0.03 Örneklem Hatası (d)			± 0.05 Örneklem Hatası(d)		
	p=0.5	p=0.8	p=0.3	p=0.5	p=0.8	p=0.3
	q=0.5	q= 0.2	q=0.7	q=0.5	q= 0.2	q=0.7
100	92	87	90	80	71	77
500	341	289	321	217	165	196
750	441	358	409	254	185	226
1000	516	406	473	278	198	244
2500	748	537	660	333	224	286
5000	880	601	760	357	234	303
10000	964	639	823	370	240	313
25000	1023	665	865	378	244	319
50000	1045	674	881	381	245	321
100000	1056	678	888	383	245	322
1000000	1066	682	896	384	246	323
100 milyon	1067	683	896	384	245	323

p= İncelenecek Olayın Görülüş Sıklığı

q= İncelenecek Olayın Görülmeyiş Sıklığı (1-P)

İstanbul'un Anadolu Yakası için 100 kişi ve Avrupa Yakası için de 100 kişilik örneklem büyüklüğü belirlenmiştir. Her iki yakada da biri orta gelir grubuna konut sunan ve merkeze uzak konumlanmış, diğeri de orta_üstü ve üst gelir grubuna konut sunan ve merkeze yakın konumlanmış ikişer toplu konut projesi seçilmiştir. Seçilen dört alanın satış ofisine konut edinmek amacıyla gelen her 50 kullanıcıya gönüllülüğe dayalı olarak anket uygulaması yapılmıştır. Böylece İstanbul genelinde dört alanda toplam 200 kişilik örneklem büyüklüğüne ulaşılmıştır.

Dört araştırma alanı A, B, C, D harfleriyle kodlanmıştır. Merkeze yakın konumlanmış olan ve orta üstü - üst gelir grubuna hitap ettiği öngörülen alanlar Avrupa Yakası'nda A harfiyle, Anadolu Yakası'nda C harfiyle kodlanmıştır. Merkeze uzak konumlanmış olan, orta ve orta altı gelir grubuna hitap ettiği öngörülen alanlar ise Avrupa Yakası'nda B harfiyle Anadolu Yakası'nda D harfiyle kodlanmıştır. Anket uygulaması 2009 yılının, Nisan (A Alanı), Haziran (B Alanı), Eylül (C Alanı) ve Aralık (D Alanı) aylarında gerçekleştirilmiştir (Şekil 4.1).



Şekil 4.1. Anket Yapılan Örneklem Alanlarının İstanbul İli İçindeki Konumları

4.4. Örneklem Alanlarının Özellikleri

A ve C merkeze yakın konumlanan, orta üstü ve üst gelir grubuna konut satmayı hedefleyen projelerdir. B ve D ise daha çok orta gelir grubunu içine alan bir satış politikasına sahip projelerdir. Alan çalışmalarının yapıldığı dönemlerde; A alanında konutların neredeyse %80'i tamamlanmış (Nisan 2009), B alanında konutların inşası tümüyle tamamlanmış (Haziran 2009), C alanında konutların inşasına yeni başlanmış (Eylül 2009), D alanında ise arazi üzerinde hiçbir inşaat çalışmasına başlanmamıştır (Aralık 2009). Tüm örneklem alanlarında (A, B, C, D) örnek dairelerle proje üzerinden satış yapılmaktadır. Ancak B alanında satışa sunulan asıl konutlar da ziyaretçilere ayrıca gösterilmektedir. A, B, C projelerinin inşa edildiği araziler üzerinde özel olarak tasarlanmış nitelikli satış ofisi binaları bulunmaktadır. D projesinin satışı ise, D projesinin arazisi dışında, proje geliştiricisinin aynı ilçede inşa ettiği (inşaatı devam etmekte olan) başka bir konut projesi bünyesinde yapılmaktadır. A projesi kamu-özel sektör ortaklığı yatırımı, B projesi kamu yatırımı, C ve D projeleri de özel sektör yatırımıdır. Projelerin tümü çok katlı toplu konut üretimi yapılan alanlardır (Çizelge 4.2).

Çizelge 4.2. Örneklem Alanlarının Künyesi

Örneklem Alanlarının Künyesi				
Projenin/Alanın Kodu	A	C	B	D
Konumu_Semti	Avrupa Yakası, Gaziosmanpaşa	Anadolu Yakası, Üsküdar	Avrupa Yakası, Küçükçekmece	Anadolu Yakası, Tuzla
Merkeziyeti	Merkeze Yakın		Merkeze Uzak	
Hedeflediği Kullanıcının Gelir Grubu	Orta Üstü ve Üst Gelir Grubu	Orta Üstü ve Üst Gelir Grubu	Orta ve Orta Üstü Gelir Grubu	Orta ve Orta Üstü Gelir Grubu
Geliştiricisi	Kamu-Özel Sektör Ortaklığı	Özel Sektör	Kamu Sektörü	Özel Sektör
Konut Sunum Tipi	Güvenlikli ve Kapalı Çok Katlı Toplu Konut	Güvenlikli ve Kapalı Çok Katlı Toplu Konut	Güvenlikli ve Açık Çok Katlı Toplu Konut	Güvenlikli ve Kapalı Çok Katlı Toplu Konut
Konut Kapasitesi	3100 adet	1580	7718 adet	238
Satış Dönemi	2008-2010 yılları	2009-2010 yılları	2008-2010 yılları	2009-2010 yılları
Uygulama Dönemi	2007-2009 yılları arası	2009-2011 yılları arası	2006-2008 yılları arası	2010-2012 yılları arası
Satış Yöntemi	Proje üzerinden, proje alanı içindeki Satış Ofisi'nde satılmakta	Proje üzerinden, proje alanı içindeki Satış Ofisi'nde satılmakta	Projeden ve/veya tamamlanmış konut üzerinden, proje alanı içindeki Satış Ofisi'nde ve/veya kamu bankalarında satılmakta	Proje üzerinden, proje alanı dışındaki başka bir Satış Ofisi'nde satılmakta
Araştırma Dönemi	2009 yılı Nisan ve Mayıs Ayları	2009 yılı Eylül Ayı	2009 yılı Haziran Ayı	2009 yılı Aralık Ayı

Proje katalogları, ilgili internet siteleri ve satış temsilcilerinden edinilen bilgiler referans alınarak hazırlanan örneklem alanı özellikleri Ek 3'te Çizelge 4.3.'de sunulmuştur. Ek 3 Çizelge 4.3.'de sunulan örneklem alanı tipik özellikleri bu çalışmanın 5. bölümünde değerlendirilmiştir.

4.5. Anket Bulgularının Analizleri

Anket verileri iki bölümde incelenmiştir. Birinci bölümde “kullanıcı odaklı veriler”, ikinci bölümde “konut/sunum odaklı veriler” analiz edilmiştir. “Kullanıcı odaklı veriler”; kullanıcı kimliği, kullanıcı gelir grubu ve konut edinimindeki finansal kaynakları, kullanıcının mevcut yaşam çevresi, kullanıcının konut edinimdeki niyet ve öncelikleri başlıkları altında çözümlenmiştir. “Konut/sunum odaklı veriler” ise, konutun/sunumun çevresel özelliklerine, konut özelliklerine, pazarlama unsurlarına ve satış sonrası hizmetlere yönelik kullanıcı değerlendirmeleri başlıkları altında analiz edilmiştir. Elde edilen veriler excel programı yardımıyla sayılmıştır. Her kriter ya da sorgu için ulaşılan kullanıcı bilgi ve değerlendirmelerine yönelik bulgular; dört örneklem alanının verilerini ve örneklem bütünü (toplam) verilerini içeren çizelgelerle ve grafiklerle sunulmuştur. Anket verilerinin döküm çizelgeleri Ek 3'de topluca verilmiştir.

4.5.1. Kullanıcı Odaklı Verilerin Analizi

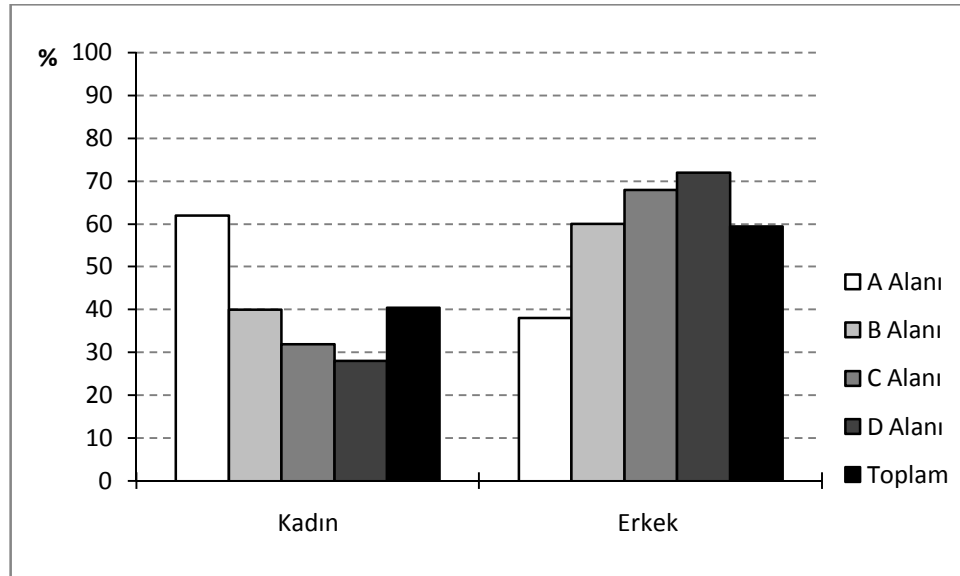
Anket çalışması ile elde edilen verilerin çözümlenmesiyle A, B, C ve D örneklem alanlarındaki her kullanıcı grubu için çoğunluk değerlere göre öne çıkan kullanıcı karakter ve değerlendirmelerinin tespit edilmesi hedeflenmiştir.

• Kullanıcı Kimliği

Kullanıcı grupları; cinsiyet, yaş, evlilik, çocuk sahipliği, eğitim, çalışma durumları bakımından irdelenmiştir. Bu özelliklerin kullanıcı kimliğini tanımladığı kabul edilmiştir.

▪ Cinsiyet

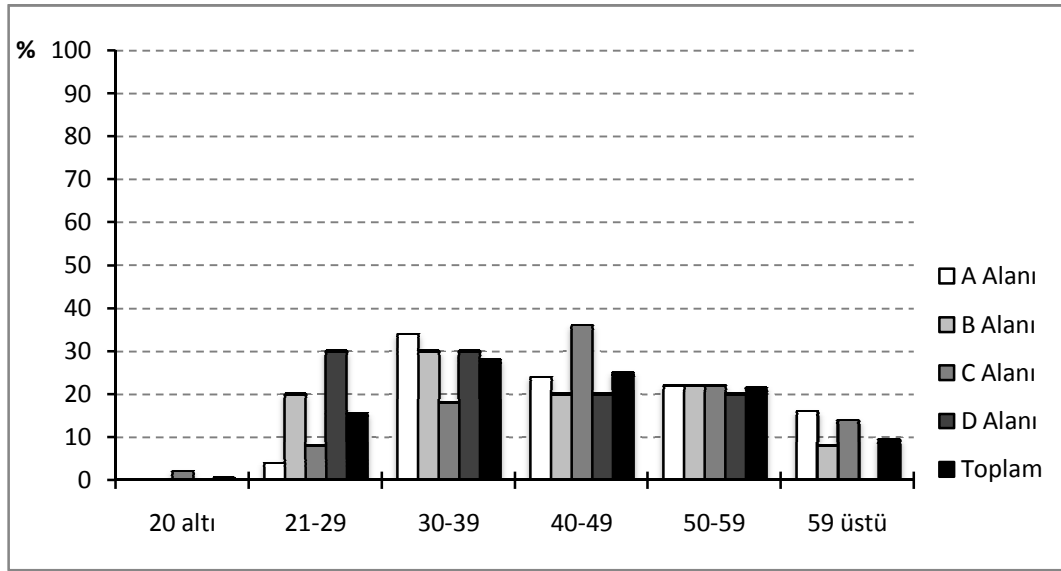
Tüm konut satış ofislerinde (örneklem alanlarında) görüşülen toplam katılımcının (200) %59,5'i erkek, %40,5'i kadındır. Merkeze yakın olan Avrupa Yakası'nda konumlanan A alanında kullanıcı grubunun çoğunluğu kadındır (% 62). Merkeze yakın olan ve Anadolu Yakası'nda konumlanan C alanında ise çoğunluğu erkektir (% 68). Merkeze uzak olan ve Avrupa Yakası'nda konumlanan B alanında da grubun çoğunluğunu erkekler oluşturmaktadır (%60). Merkeze uzak olan ve Anadolu Yakası'nda konumlanan D alanında ise 50 kişilik grup içindeki erkek sayısı 36 olup, grubun %72'sine karşılık gelmektedir. Gruplar içinde erkek kullanıcı adayının en çok olduğu alan D alanıdır (Şekil 4.4.) (Ek 3, Çizelge 4.4).



Şekil 4.4. Anket Katılımcılarının Cinsiyeti

▪ Yaş

200 anket katılımcısının yaş aralığı incelendiğinde; 30-39 yaş (%28), 40-49 yaş (%25) ve 50-59 yaş (%21,5) gruplarının ağırlıkta olduğu görülmektedir. Örneklem alanı gruplarına göre ise A alanında çoğunluğu %34 ile 30-39 yaş arası grup oluştursa da 40-49 yaş (%24) ve 50-59 yaş (%22) gruplarının da 30-39 yaş grubuna yakın değerlerde oldukları görülmektedir. C alanında 40-49 yaş aralığı çoğunluktadır (%36). B alanında 30-39 yaş aralığı çoğunluktadır (%30). D alanında ise 21-29 yaş ile 30-39 yaş aralığında kalan kullanıcı sayısı (%30) eşittir (Şekil 4.5.), (Ek 3, Çizelge 4.5.).



Şekil 4.5. Anket Katılımcılarının Yaşı

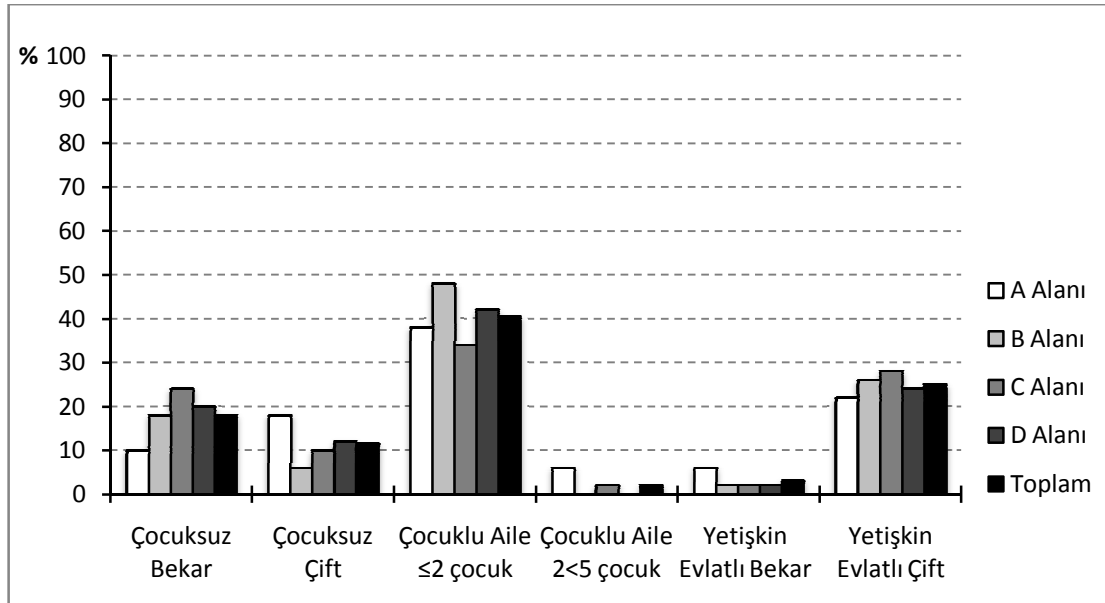
▪ Medeni Durum

200 katılımcının çoğunluğu (%79,5) evlidir. Kullanıcının; A alanında %84'ü, C alanında %74'ü, B alanında %82'si ve D alanında %78'i evlidir. C alanındaki bekâr sayısı diğer alanlardan fazladır (Ek 3, Çizelge 4.6).

▪ Çocuk Sahipliği

Toplam örneklem büyüklüğü içinde çocuk sahipliği incelendiğinde, kullanıcı adaylarının %43'ünü çocuklu aileler ve % 25'ini de evlatları yetişkin

olan aileler oluşturmaktadır. Çocuklu aileler grubunun içinde 2 ve 2 den az çocuklu aileler çoğunluktadır (%41). Çocuksuz bekarlar %18’lerde, çocuksuz çiftler %11,5’larda kalmaktadır. Çocuklu ailelerin sayısının en çok olduğu alan B alanıdır. Yetişkin evlatlı çiftlerin yani çocukları kendilerinden ayrı yaşayan çiftlerin sayısının en çok (%28) olduğu alan ise C alanıdır (Şekil 4.7), (Ek 3, Çizelge 4.7.).



Şekil 4.7. Anket Katılımcılarının Çocuk Sahipliği ve Çocuk Sayıları

▪Eğitim Durumu

Eğitim durumu incelendiğinde; toplam örneklem büyüklüğünün çoğunluğunu %46’lık bir pay ile yüksekokul ve fakülte mezunlarının oluşturduğu görülmektedir. Toplam örneklem büyüklüğünün %19,5’i lise mezunu, %19’u ise ilköğretim mezunudur. Alt örneklem alanlarında da benzer oranlar görülmekle birlikte C alanında yüksek okul/fakülte mezunu ve yüksek lisans/doktora mezunu sayısı diğer örneklem alanlarından daha fazladır (Ek3, Çizelge 4.8.).

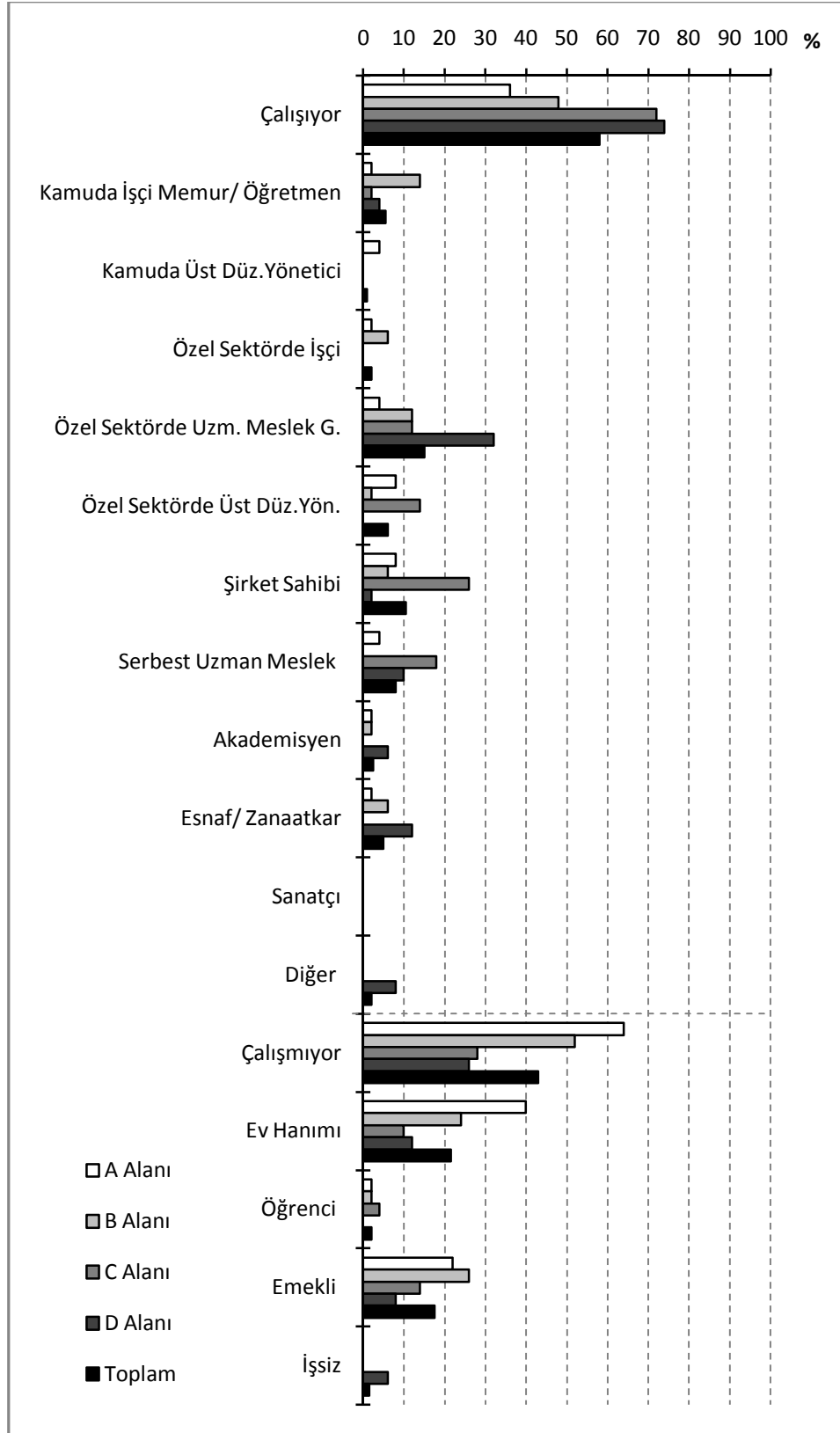
Kullanıcı eşlerinin eğitim durumu incelendiğinde de toplam örneklem büyüklüğünün çoğunluğunu; %33 ile eşi yüksekokul/fakülte mezunu olanlar ve %25 ile eşi lise mezunu olanların oluşturduğu görülmektedir. C alanında yüksek lisans/doktora mezunu eşlerin sayısı da diğer alanlardan daha fazladır (Ek 3, Çizelge 4.9.).

▪ Çalışma ve İş Durumu

Toplam örneklem bütününe %58'i çalışırken %43'ü çalışmamaktadır. Hem örneklem bütününe hem de çalışmayan grubun çoğunluğunu (%22) ev hanımları oluşturmaktadır. Örneklem bütününde çalışan kesim içinde ise en fazla pay %15 ile uzman serbest meslek grubundadır (Şekil 4.10.), (Ek 3, Çizelge 4.10.).

A alanındaki kullanıcının %64'ü çalışmamaktadır. A alanında çalışmayan ev hanımları %40, çalışmayan emekliler ise %22 oranındadır. C ve D alanlarında çalışan katılımcı çoğunlukta (%72 ve %28), B alanında çalışan (%48) ve çalışmayan (%52) gruplar birbirine yakın sayıdadır. B alanında çalışmayanların %26'sı emekli, %24'ü ev hanımıdır (Ek 3, Çizelge 4.10.).

Örneklem bütününde eşlerin çalışma durumu incelendiğinde ise çalışan (%38,5) ve çalışmayan (%41) sayılarının birbirine yakın olduğu görülmektedir (toplam kullanıcının %20,5'i bekârdır). B alanı eşleri ev hanımı olanların en fazla (%50) olduğu alan olarak dikkat çekmektedir (Ek 3, Çizelge 4.11.).



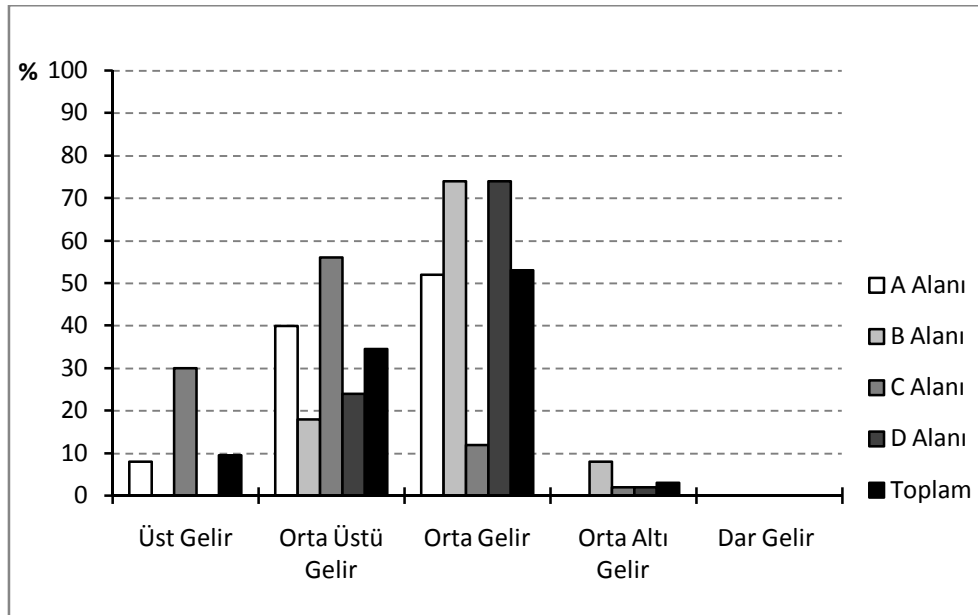
Şekil 4.10. Anket Katılımcılarının Çalışma ve İş Durumu

- **Kullanıcının Gelir Grubu ve Konut Edinimindeki Finansal Kaynakları**

Kullanıcının kendini hangi gelir grubunda gördüğü, ev ve otomobil sahipliği, edinim sırasında hangi finansal kaynakları kullanacağı ile ilgili bulgular bu bölümde değerlendirilmeye çalışılmıştır.

- **Gelir Grubu**

Örneklem bütününde kullanıcının çoğunluğu (%53) orta gelir grubunda, %34,5'i orta üstü, %9,5'i üst gelir grubunda olduğunu ifade etmektedir. Örneklem bütününde sadece 6 kullanıcı (%3) kendini orta altı gelir grubunda görmektedir (Şekil 4.12.), (Ek 3, Çizelge 4.12.).



Şekil 4.12. Anket Katılımcılarının Gelir Grubu

B alanında en çok 4 kullanıcı (grubun %8'i) kendini “orta altı” gelir grubunda gördüğünü ifade etmiştir. Merkeze uzak olan B ve D alanlarının %74 çoğunluğunu “orta” gelir grubu oluşturmaktadır. Merkeze yakın olan A

alanında “orta” ve “orta üstü” gelir grubu birbirine yakın değerlerle çoğunluğu paylaşmaktadır. Merkeze yakın C alanında ise “orta üstü” ve “üst” gelir grubu çoğunluktadır (%56 ve %30), (Şekil 4.12.), (Ek 3, Çizelge 4.12.).

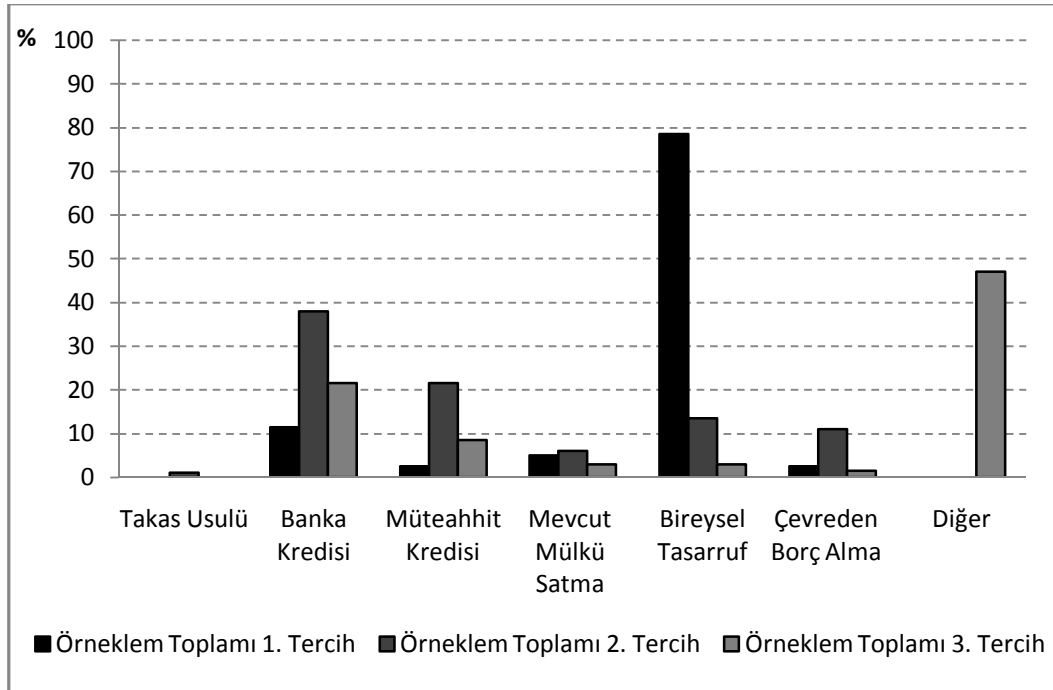
▪ *Ev ve Otomobil Sahipliği*

Kullanıcıların toplamda; %74’ü en az bir ev sahibiyken % 81’i de en az bir araba sahibidir. Evi olmayıp da kiracı olanlarsa %22,5’dir. Ev sahipliği oranı; C alanında %98 ile en yüksek düzeydeyken, D alanında %40 ile en düşük düzeydedir. Otomobil sahipliği oranı da C alanında %92 ile en yüksek düzeydedir. A alanında ise %88’dir. B ve D alanlarında en az bir otomobile sahip olanların oranları %72 ve %70 düzeyindedir (Ek 3, Çizelge 4.13).

▪ *Konut Edinimindeki Finansal Kaynaklar*

Toplamda 157 kullanıcı (%79’u) evini edinmek için seçmesi istenen üç finansal kaynak içinden ilk önce kişisel tasarruflarını kullanacağını ifade etmiştir. İkinci destekleyici seçenek olarak %38 çoğunlukla banka kredisini tercih etmektedir. Üçüncü seçenek olarak ise içeriği kapalı olan “diğer finansal kaynaklar” (takas, mevcut mülkü satma, yakından borç alma seçenekleri dışında) %42 çoğunlukla tercih edilmiştir. Şekil 4.14.’te anket katılımcılarının öncelikle kullanmayı tercih ettiği ilk üç finansal kaynak (1., 2., 3.) toplam örneklem bütününde verilmiştir. En koyu ton birinci tercihi, orta ton ikinci tercihi, en açık ton da üçüncü tercihi betimlemektedir (Şekil 4.14.).

Tüm örneklem alanları bu finansal tercih sırasına uyarken D alanında farklı olarak 2. sırada müteahhit kredisi %54 çoğunlukla tercih edilmiştir. C alanındaki bireysel tasarruf tercihi %84 ile diğer alanlardan daha yüksek düzeydedir (Ek 3, Çizelge 4.14).



Şekil 4.14. Anket Katılımcılarının Yöneldiği İlk Üç Finansal Kaynak

• Kullanıcının Mevcut Yaşam Çevresi

Kullanıcının yaşadığı semtin ve işinin, konut edinmeyi planladığı semte uzaklığı ile ilgili veriler çözümlenmeye çalışılmıştır.

▪ İkamet Edilen ve Çalışılan Semtlerin Hedef Konuta Uzaklığı

Kullanıcının yaşadığı konut ile edinmeyi hedeflediği konutun uzaklıkları incelendiğinde, toplam örneklemin çoğunluğunda (%33,5) 5-10 km ve %31,5'inde 0-5 km olduğu görülmüştür. Örneklem bütünüünün %9,5'i ise şehir dışından edinim için gelen kullanıcı grubudur. Geri kalan kullanıcılar da 10-40km arasında kalan bir çemberin içinden örneklem alanına gelmişlerdir. A ve B alanlarında 5-10 km arası mesafeden gelenler çoğunlukta iken C ve D alanlarında 0-5 km arası mesafeden gelen kullanıcı çoğunlukta (Ek 3, Çizelge 4.15).

Kullanıcı genelinin, %28,5'i edinime sunulan konuttan 0-5 km, %25'i hedef konuttan 5-10 km uzaklıkta çalışmaktadır. A alanında kullanıcının % 44'ü hedef konuta 5-10 km, C alanında kullanıcının % 40'ı hedef konuta 0-5 km, B alanında kullanıcının %38'i hedef konuta 5-10 km uzaklıkta çalışmaktadır. C alanında ise hedef konuta 0-5 km uzaklıkta çalışanlar ile şehir dışında çalışanlar aynı orandadırlar (%28) (Ek 3, Çizelge 4.16.).

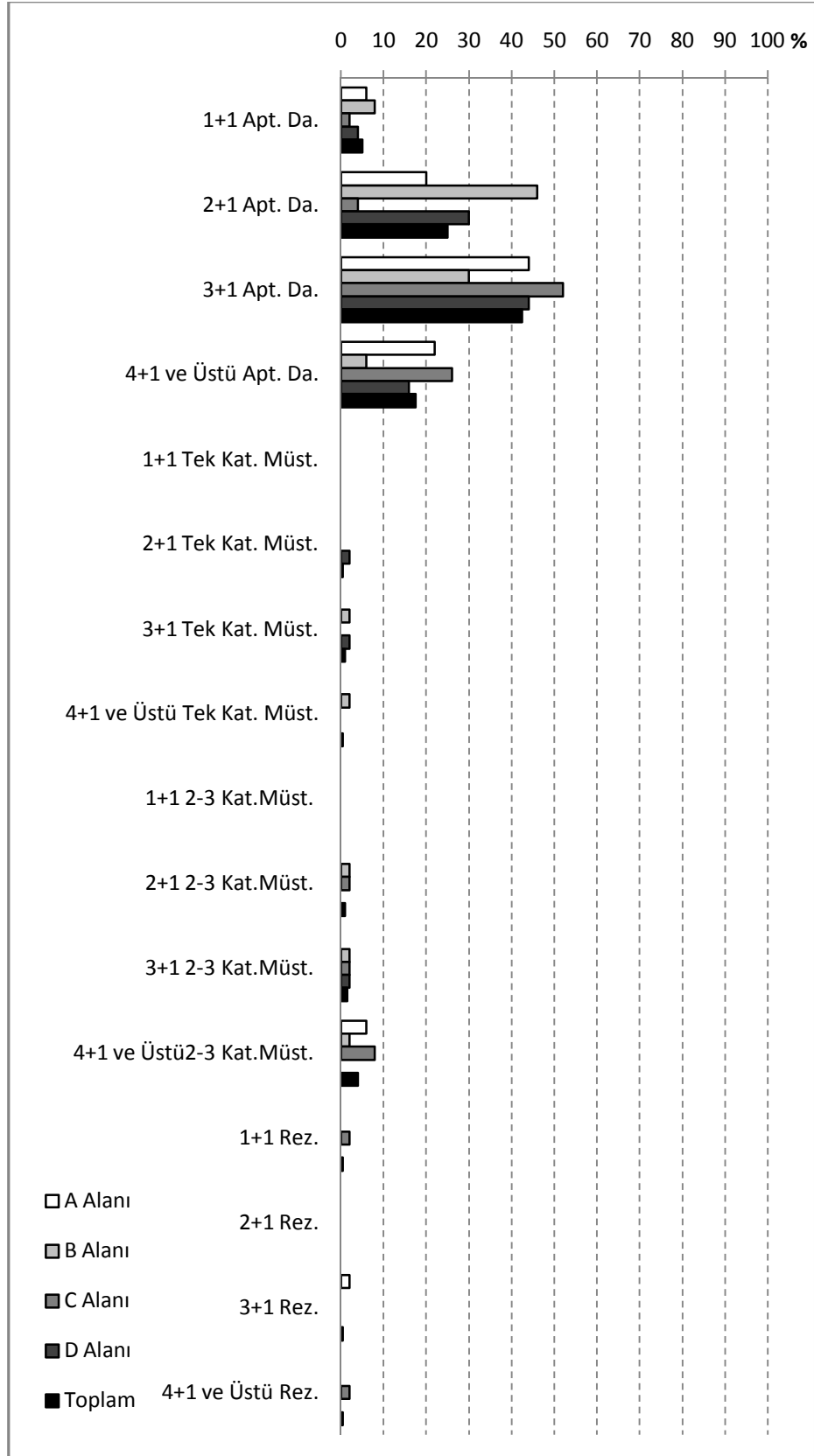
▪ *İkametin Kent Merkezine Göre Konumu ve Komşuluk Düzeni*

Toplam örneklem içinde kullanıcının %62'si kent merkezinde yaşamaktadır. A ve C alanlarındaki kullanıcının çoğunluğu (%86 ve %80) kent merkezine yakın ikamet ederken, B ve D alanlarındaki kullanıcının çoğunluğu (%58 ve %60) kent merkezine uzak ikamet etmektedir (Ek 3, Çizelge 4.17).

Kullanıcının yaşadığı komşuluk düzeni bulgularına göre toplam örneklem %61,5'i kamuya açık sokak düzeninde yaşamaktadır. A, B ve D alanlarında da kullanıcının çoğunluğu (%66, %74 ve %70) (kamuya açık) sokak düzeninde yaşarken, C alanındaki kullanıcının %64'ü kamuya kapalı güvenli site düzeninde yaşamaktadır (Ek 3, Çizelge 4.18.).

▪ *İkamet Edilen Konut Tipi*

Toplam örneklem bütünü içinde kullanıcının %42,5'i 3+1 ve %25'i 2+1 apartman dairesinde yaşamaktadır. %17,5'i ise 4+1 ve üstü büyüklükte apartman dairesinde yaşamaktadır. %5'i de 1+1 apartman dairesinde yaşamaktadır. Diğer konut tiplerinde yaşam oranı %4 düzeyinin altında çeşitlenmektedir. Örneklem alanlarının genelinde (A, C, D) 3+1 apartman dairesinde ikamet oranı çoğunlukta iken B alanında farklı olarak kullanıcının %46'sı 2+1 apartman dairesinde yaşamaktadır (Şekil 4.19.), (Ek 3, Çizelge 4.19)



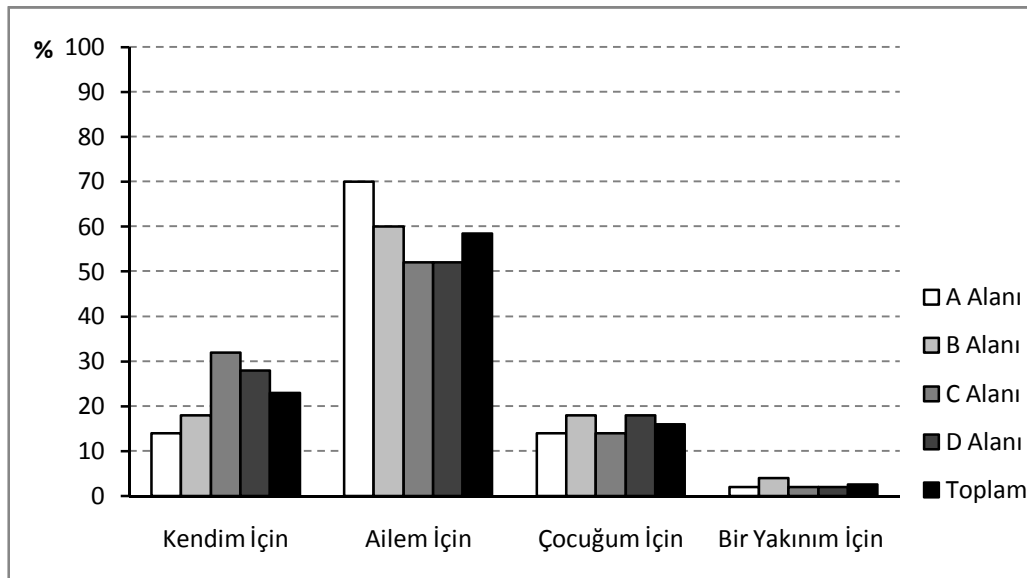
Şekil 4.19. Anket Katılımcılarının İkamet Ettiği Konut Tipi

• Kullanıcının Konut Edinimindeki Niyet ve Öncelikleri

Kullanıcının konutu edinme isteğindeki esas özneye, edinme amacına, edinime yönelik önkoşullarına ve önceliklerine dair bulgular çözümlenmiştir. Kullanıcının yaşamak istediği semt (konum ve merkeziliyeti), komşuluk düzeni ve konut tipi onun beklentilerini biçimlendiren önkoşullar olarak kabul edilmiştir. Aile üyelerinin konut edinme kararındaki etkinlikleri de bu bağlamda incelenmiştir.

▪ Konutun Kim İçin Edinildiği

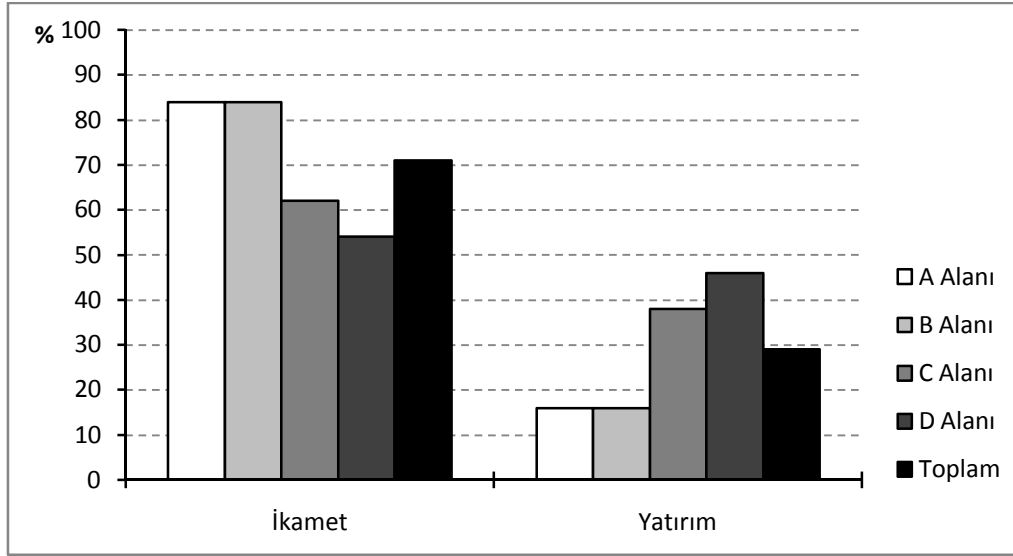
Toplam örneklemin, çoğunluğu olan %58,5'i ailesi için, %23'ü kendisi için, %16'sı yetişkin çocuğu için, %2,5'i de bir yakını için ev edinmeyi planlamaktadır. A alanının %70'i, C alanının %52'si, B alanının %60'ı ve D alanının da %52'si "ailem için" demektedir. "Kendim için" diyenlerin oranı C alanında en yüksektir (%32). D alanındaki katılımcıların %28'i de "kendim için" demektedir. Merkeze uzak alanlarda yetişkin çocuğu için konut edinmek isteyenlerin oranında artış görülmektedir (Şekil 4.20.), (Ek 3, Çizelge 4.20.).



Şekil 4.20. Konutun Kim/Kimler İçin Edinildiği

▪ *Konutun Edinilme Amacı*

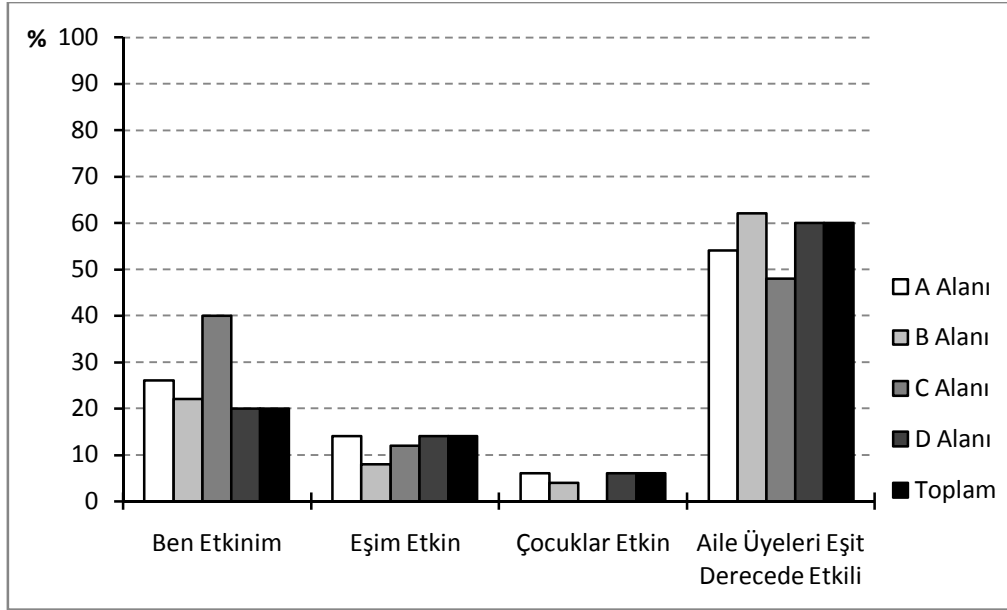
Toplam örneklem büyüklüğü içinde 142 kullanıcı %71 çoğunlukla ikamet amaçlı konut edinmek istemektedir D alanında yatırım için konut alanlar %46 ile diğer alanların üstünde bir orandadır (Şekil 4.21.), (Ek 3, Çizelge 4.21.).



Şekil 4.21. Anket Katılımcılarının Konut Edinme Amacı

▪ *Konut Edinim Kararındaki Etkinlik*

Kullanıcı ailesinin edinim kararına etkinliği incelendiğinde; örneklem büyüklüğünün %56 çoğunluğu *“aile üyeleri eşit derecede etkilidir”* demektedir. Örneklem bütününde, *“aile üyeleri eşit derecede etkilidir”* diyenlerin, %8'i bekârlardan, %48'i evlilerden oluşmaktadır. Örneklem bütününe % 27'si ise *“ben etkinim”* demektedir. Bunların, %9'u bekârlardan, %18'i evlilerden oluşmaktadır. Örneklem bütününde *“eşim etkindir”* diyenler %12 iken *“çocuklarım etkindir”* diyenler %5'dir (Şekil 4.22.), (Ek 3, Çizelge 4.22.).



Şekil 4.22. Konut Edinim Kararındaki Etkinlik

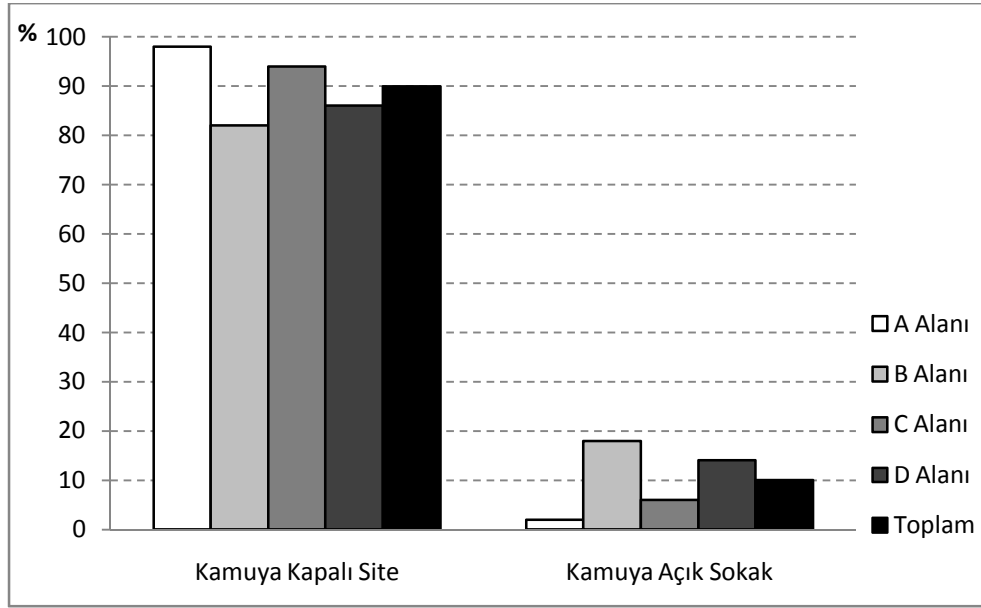
▪ *Yaşamak İstenilen Semt İle Sunulan Konut Arasındaki Uzaklık*

Örneklem bütününde kullanıcıların ikamet etmek istediği semt ile ev almak istediği örneklem alanı arasındaki uzaklıklar incelendiğinde % 40,5'i 0-5km aralığında iken, %32,5'i de 5-10 km aralığında kalmaktadır (Ek 3, Çizelge 4.23.).

▪ *Yaşamak İstenilen Semt (Merkeziyeti) ve Komşuluk Düzeni*

Örneklem bütününe %59 çoğunluğu kent merkezinde oturmak istemektedir. Örneklem alanlarında ise kullanıcı çoğunluğunun tercihi ile örneklem alanının konumu uyumludur (Ek 3, Çizelge 4.24.).

Anket katılımcılarının %90'ı kamuya kapalı site düzeninde yaşamak istemektedir. Bütün örneklem alanlarında kamuya kapalı site tercihi yapılırken en yüksek oran %98 ile A alanındadır (Şekil 4.25.), (Ek 3, Çizelge 4.25.). Örneklem bütününe %61,5'i halen kamuya açık sokak düzeninde yaşamaktadır (Ek 3, Çizelge 4.17.).



Şekil 4.25. Anket Katılımcılarının Komşuluk Düzeni Tercihi

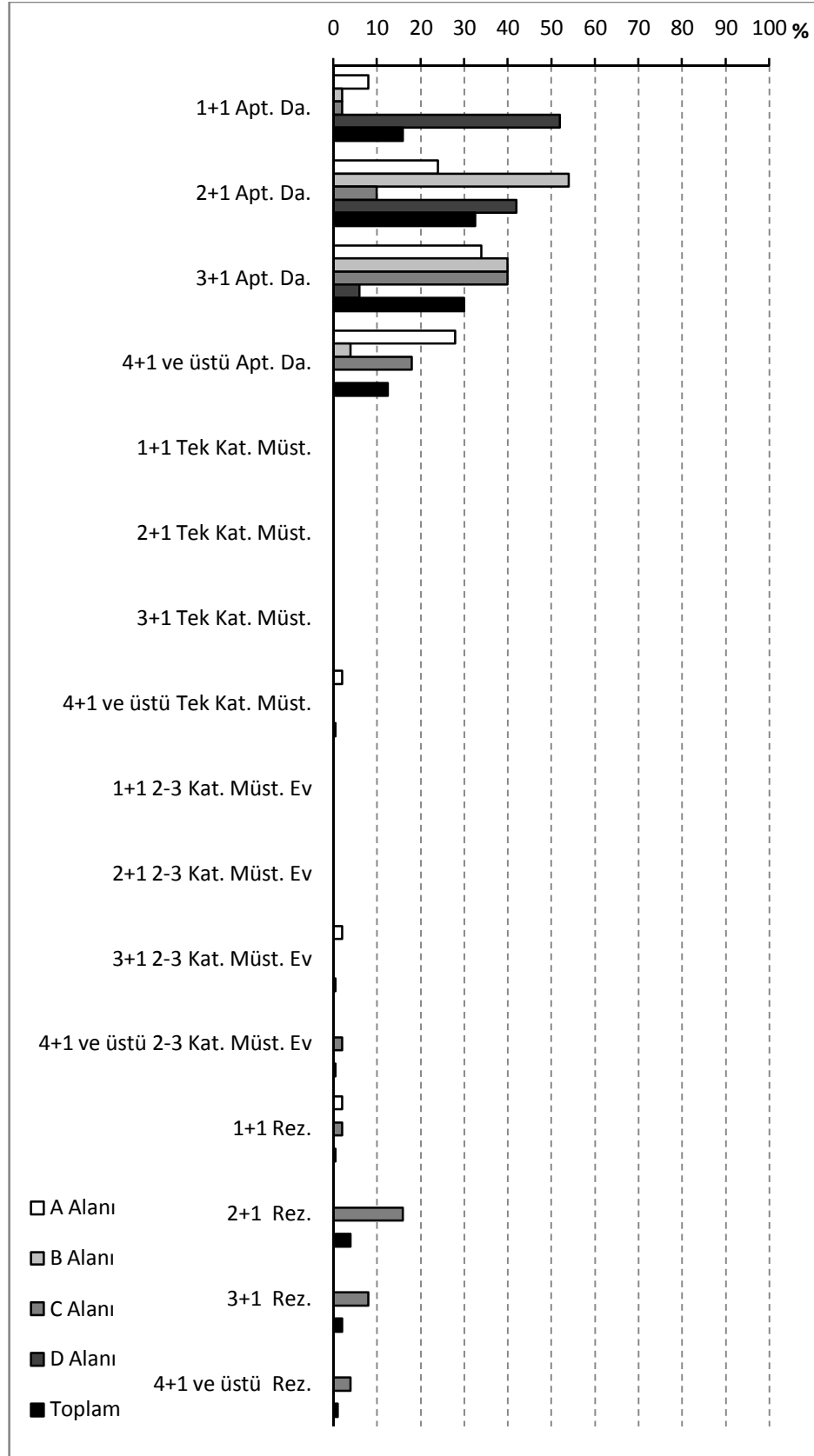
▪ *Edinimi Planlanan Konut Tipi*

Örneklem bütününde %32,5'i 2+1 apartman dairesini, %30'u 3+1 apartman dairesini, %16'sı da 1+1 apartman dairesini tercih etmektedir (Şekil 4.26.), (Ek 3, Çizelge 4.26.).

Merkeze yakın alanlarda 3+1 (3 oda bir salon) ve 4+1 daire tercihi çoğunluktaiken merkez dışına doğru 2+1 ve 1+1 tercihi artmaktadır.

A ve C alanlarında % 34 ve %40 oranında 3+1 daire tercih edilirken, %24 ve %10 oranlarında 2+1 daire ve %28 ve %18 oranlarında 2+1 daire tercih edilmektedir. A ve C alanlarında %28 ve %18 oranlarında 4+1 daire tercih edilmektedir.

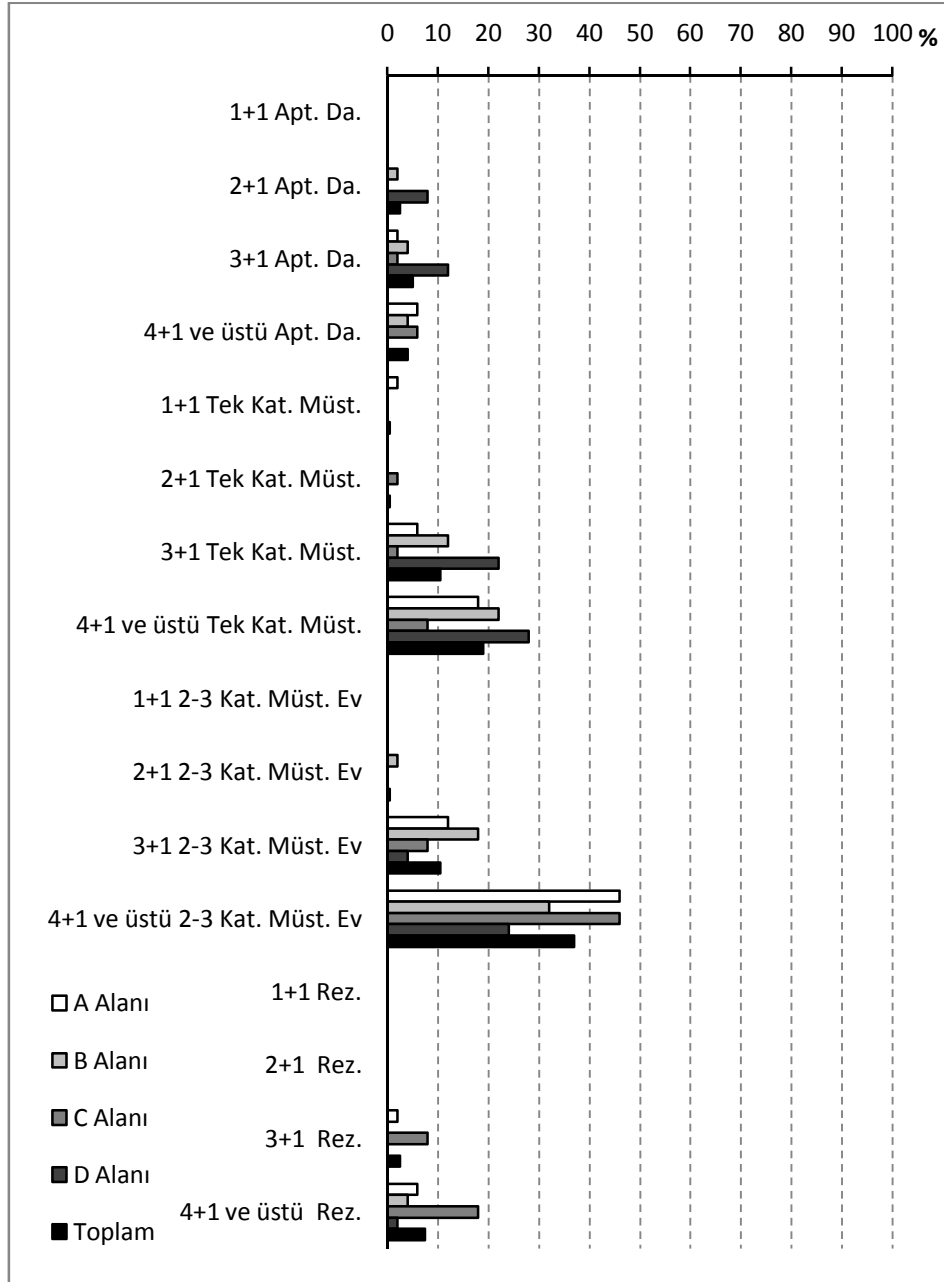
B ve D alanlarında %54 ve %42 oranlarında 2+1 daire tercih edilirken, B alanında %40 oranında 3+1 daire, D alanında ise %52 oranında 1+1 daire tercih edilmektedir.



Şekil 4.26. Anket Katılımcılarının Edinmeyi Planladığı Konut Tipi

▪ *İdeal Konut Tipi*

Katılımcılara ideali olan konut tipi sorulduğunda, örneklem bütününe; %37'si “4+1 (4 oda 1 salon) 2-3 katlı müstakil ev”, %19'u “4+1 tek katlı müstakil bahçeli ev” %10,5'si “3+1 2-3 katlı müstakil ev”, %10,5'si “3+1 tek katlı müstakil bahçeli ev” demiştir. Tüm katılımcıların %78,5'i az katlı müstakil bahçeli evde yaşamayı istemektedir (Şekil 4.27.), (Ek 3, Çizelge 4.27.).



Şekil 4.27. Anket Katılımcılarının İdeallerindeki Konut Tipi

▪ *Konut Edinim Kararındaki Öncelikler*

Kullanıcılardan konut edinirken; konutun konumu, depreme dayanıklılığı (yeni olması vs.), fiyatı, mimari projesi ve kalitesi, çevresinin sunduğu sosyal imkânlar ve güvenli olması gibi kriterleri kendileri için edinim kararlarında etkili olmaları bakımından öncelik sırasına dizecekleri istendiğinde toplam örneklem büyüklüğü içinde 1. sırayı %40 çoğunlukla depreme dayanıklılık, 2. sırayı %25 çoğunlukla konum, 3. sırayı %24 çoğunlukla mimari proje ve kalite, 4. Sırayı %20 çoğunlukla fiyat, 5. Sırayı %33 çoğunlukla sosyal imkânlar ve 6. sırayı da %40 çoğunlukla güvenlik almıştır (Çizelge 4.28.)

Çizelge 4.28. Anket Katılımcılarının Konut Edinim Kararındaki Öncelikleri (*)

Alan Konumu	Merkeze Yakın												Merkeze Uzak												Genel Toplam					
Alan Kodu	A						C						B						D											
Tercih Öncelikleri	1.Ö %	2. Ö %	3. Ö %	4. Ö %	5. Ö %	6. Ö %	1.Ö %	2. Ö %	3. Ö %	4. Ö %	5. Ö %	6. Ö %	1.Ö %	2. Ö %	3. Ö %	4. Ö %	5. Ö %	6. Ö %	1.Ö %	2. Ö %	3. Ö %	4. Ö %	5. Ö %	6. Ö %	1. Önc. Y %	2. Önc. Y %	3. Önc. Y %	4. Önc. Y %	5. Önc. Y %	6. Önc. Y %
Konum/ Lokasyon	20	24	14	20	14	8	36	38	14	10	0	2	16	18	26	12	14	14	18	18	42	14	6	2	22,5	24,5	24	14	8,5	6,5
Depreme Dayanıklılık/ Yenilik	40	22	12	10	4	12	44	16	18	8	6	8	50	20	12	6	8	4	26	38	10	6	10	10	40	24	13	7,5	7	8,5
Fiyat	14	20	18	20	10	18	2	6	26	34	14	18	16	24	18	18	16	8	44	16	20	8	6	6	19	16,5	20,5	20	11,5	12,5
Mimari Proje ve Kalite	16	16	38	16	10	4	12	26	30	14	14	2	16	18	14	20	22	10	6	18	14	52	8	2	12,5	19,5	24	25,5	13,5	4,5
Sosyal İmkânlar	6	4	16	18	26	30	6	2	4	24	34	30	0	14	16	26	24	20	4	4	4	8	48	32	4	6	10	19	33	28
Güvenlik	4	14	2	16	36	28	0	12	8	10	32	40	2	6	14	18	16	44	2	6	10	12	22	48	2	9,5	8,5	14	26,5	40
Toplam	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

(*) Öne çıkan çoğunluk değerleri gri ton ile vurgulanmıştır (1.Ö = 1.Öncelik, 2. Ö.: 2. Öncelik,.....6.Ö.:6.Öncelik).

Depreme dayanıklılık kriteri, A, C, B alanlarında 1. sırada iken D alanında 2. sıraya düşmüştür. D alanında 1. sıraya fiyat kriteri geçmiştir. Merkeze yakın C alanında kullanıcı öncelikleri sıralaması örneklem bütünü ile uyumlu iken merkeze yakın A alanında, güvenlik kriteri, sosyal imkanlar kriteri ile yer değiştirerek 5. sırayı almıştır. A ve B alanında 4. sırada olan fiyat kriteri, B alanında 2. sıraya, D alanında 1. sıraya yükselmiştir (Çizelge 4.28.).

4.5.2. Konut/Sunum Odaklı Verilerin Analizleri

Bu bölümde kullanıcının satışa sunulan yeni konutun; çevresel, yasal, mimari (işlevsel, biçimsel-estetik, yapısal, mekânsal) ve teknik özelliklerini nasıl değerlendirdiği ve edinim kararında hangi kriterlerin etkili olduğu çözümlenmeye çalışılmıştır.

- **Konutun Çevresel Özelliklerine Yönelik Kullanıcı Değerlendirmeleri**

Edinime sunulan konut çevresinin özelliklerine yönelik kullanıcı değerlendirmeleri sayılarak çözümlenmiştir. Ankete göre verilen cevapların sayıları ve yüzdeleri Ek 3'te yer alan Çizelge 4.29.'da ayrıntılı olarak ifade edilmiştir. Konutun çevresel özellikleri; katılımcılar tarafından “çok önemli” ve “önemli” bulunma oranlarının toplam değerleri esas alınarak en büyükten en küçüğe doğru sıralanmıştır. “Çok önemli” ve “önemli” toplam değeri eşit olan özelliklerde “çok önemli” bulanların sayısı fazla olana sıralamada öncelik verilmiştir. Metin içinde bu koşula göre sıralanan özellikler ve kullanıcı değerlendirmeleri, Çizelge 4.29.a.'da; sağlık ve temizlik, güvenlik, ulaşım/ulaşılabilirlik, biçim ve estetik, sosyal çevre ve imkânlar kriterlerine gruplanarak ifade edilmişlerdir (Çizelge 4.29.a). Buna göre;

1. *Sitenin tüm altyapı tesisatının sağlıklı olması* örneklem bütününde %64 çoğunlukla “çok önemli” ve %36 oranında “önemli” bulunmuştur. Merkeze yakın A ve C alanlarında “çok önemli” (%66 ve %82) bulunma oranı ortalamanın üzerindedir (Çizelge 4.29.a.).

2. *Sitenin güvenliği* örneklem bütününde %64 çoğunlukla “önemli” ve %36 “çok önemli” bulunmuştur. C alanında “çok önemli” bulanların oranı %44 ile ortalamanın üzerindedir (Çizelge 4.29.a.).

3. *Arazinin deprem ve sel açısından yerleşime uygunluğu*, A, B, C alanlarında çoğunlukla (%56, %58, %56) “çok önemli” bulunurken, D alanında “çok önemli” bulanların oranı düşmüş (%12) ve büyük çoğunlukla (%80) “önemli” bulunmuştur (Çizelge 4.29.a.).

4. *Yerleşime ana yollardan (arterlerden) otomobille kolay ulaşılabilmesi* örneklem bütününde çoğunlukla “önemli” ve “çok önemli” bulunmuştur (%60 ve %37). C alanında “çok önemli” cevabı %46 ile tüm alanlar içinde en yüksek düzeydedir (Çizelge 4.29.a.).

5. *Sitenin bitkisel peyzajı* örneklem bütününde çoğunlukla (%56) “önemli” ve %40 oranında “çok önemli” bulunmuştur. A ve B alanı sonuçları örneklem bütünüyle uyumluyken merkeze yakın C alanında kullanıcının %56’sı “çok önemli” demiştir. Merkeze uzak D alanında ise “çok önemli” bulanların sayısı 9’dur (%18), (Ek 3 Çizelge 4.29). D alanında “önemli” bulanlar ise %72’dir.

6. *Sitede her konut için en az bir adet özel otopark bulunması* kriteri örneklem bütününde % 57 çoğunlukla “önemli” ve % 37 oranında “çok önemli” bulunmuştur. A ve C alanlarında “çok önemli” bulanların oranı %44 ve %54 ile ortalamanın üzerindedir. B alanında “önemli” bulanların oranı %68 iken, “çok önemli” bulanların oranı %18’dir. D alanı örneklem bütünü ile uyumludur (Çizelge 4.29.a.).

7. *Sitedeki binaların birbirine yakınlığı ve konumları* tüm örneklem toplamında çoğunlukla “önemli” (%62) ve “çok önemli” (%32) bulunmuştur (Çizelge 4.29.a.).

Çizelge 4.29.a. Anket Katılımcılarının Hedef Konutun Çevresel Özelliklerine Yönelik Değerlendirmeleri (Gruplanmış ve Sıralanmış) (*)

Kriter Grubu	Önemli Bulunma Sırası	Alan Konumu Alan Kodu	Merkeze Yakın										Merkeze Uzak										Genel Toplam				
			A					C					B					D									
			Ç Ö (%)	Ö (%)	K (%)	Ösiz %	H. Ö. D. %	Ç Ö (%)	Ö (%)	K (%)	Ösiz %	H. Ö. D. %	Ç Ö (%)	Ö (%)	K (%)	Ösiz %	H. Ö. D. %	Ç Ö (%)	Ö (%)	K (%)	Ösiz %	H. Ö. D. %	Ç Ö (%)	Ö (%)	K (%)	Ösiz %	H. Ö. D. %
Sağlık ve Temizlik	1	Sitenin temiz su, pis su, kanalizasyon, elektrik, doğalgaz altyapı imalatlarının sağlıklı	66	34	0	0	0	82	18	0	0	0	56	44	0	0	0	52	48	0	0	0	64	36	0	0	0
	9	Sitenin sakin ve gürültüsüz bir ortam yaratması	30	64	4	2	0	48	42	8	2	0	28	68	4	0	0	24	64	12	0	0	33	60	7	1	0
	12	Sitenin yeterli kapasitede su depolarına sahip olması	66	34	0	0	0	48	50	0	2	0	22	70	4	2	2	26	44	24	6	0	41	50	7	2,5	0,5
	18	Sitenin arıtma tesisine sahip olması	28	60	8	4	0	36	50	6	8	0	18	64	10	6	2	8	36	48	8	0	23	53	18	6,5	0,5
Güvenlik	2	Sitenin güvenli bir ortam yaratması (mahremiyet, istenmeyen kişiler)	34	66	0	0	0	44	54	2	0	0	34	66	0	0	0	32	68	0	0	0	36	64	0,5	0	0
	3	Arazisinin deprem açısından yerleşime uygun olması	56	42	0	2	0	56	44	0	0	0	58	38	4	0	0	12	80	0	8	0	46	51	1	2,5	0
	10	Sitenin tüm ortak açık ve kapalı alanların iyi aydınlatılması	22	76	2	0	0	12	72	10	4	2	8	80	6	6	0	4	92	2	2	0	12	80	5	3	0,5
Ulaşım/Ulaşılabilirlik	4	Ana yollardan otopark kolay ulaşılabilirliği	34	64	0	2	0	46	46	2	6	0	32	68	0	0	0	34	60	0	6	0	37	60	0,5	3,5	0
	6	Sitenin her ev için en az bir araçlık özel otopark imkanı olması	44	54	2	0	0	54	42	2	2	0	18	78	0	4	0	32	52	14	2	0	37	57	4,5	2	0
	8	Yakınında toplu ulaşım imkanı olması	30	64	2	4	0	32	52	4	10	2	30	70	0	0	0	30	64	2	4	0	31	63	2	4,5	0,5
	11	Çevresindeki oto trafiği yoğunluğu	18	68	2	12	0	30	56	4	8	2	8	88	2	2	0	6	86	4	4	0	16	75	3	6,5	0,5
	19	Yaya olarak kolay ulaşılabilirliği	8	50	12	30	0	20	54	4	20	2	16	66	4	14	0	4	70	8	18	0	12	60	7	21	0,5
Biçim ve Estetik	5	Sitenin ağaçlandırılması ve çiçeklendirilmesi/peyzajı	48	52	0	0	0	56	44	0	0	0	38	54	6	2	0	18	72	4	6	0	40	56	2,5	2	0
	7	Sitedeki binaların birbirine yakınlığı ve konumları	30	68	0	2	0	46	50	4	0	0	22	74	2	2	0	28	54	12	6	0	32	62	4,5	2,5	0
	14	Sitedeki binaların mimari formu	18	74	4	4	0	38	52	8	2	0	6	82	0	12	0	12	72	12	4	0	19	70	6	5,5	0
	16	Sitenin yaya, otomobil ve bisiklet yollarının düzeni /peyzajı	18	76	6	0	0	20	74	2	4	0	26	68	6	0	0	2	60	32	6	0	17	70	12	2,5	0
	17	Site çevresindeki dokunun nitelikli ve estetik binalardan	14	72	2	12	0	30	62	6	2	0	18	60	10	12	0	2	64	8	26	0	16	65	6,5	13	0
Sosyal Çevre ve İmkanlar	13	Olası komşularınızın sosyal statüleri ve yaşama biçimleri	46	40	6	6	2	52	42	2	2	2	44	42	0	14	0	16	74	8	2	0	40	50	4	6	1
	15	Sosyal hizmet, eğitim ve ticaret alanlarına (kreşe, okullara, hastaneye, camiye, alışveriş merkezlerine) yakınlığı, mümkünse bunları kapsaması	28	58	4	8	2	18	60	4	16	2	40	56	2	2	0	10	76	14	0	0	24	63	6	6,5	1
	20	Sitenin sosyal tesisinin ve yüzme havuzunun olması	24	58	4	12	2	22	52	8	12	6	12	34	12	38	4	18	56	2	24	0	19	50	6,5	22	3
	21	Sitenin çok sayıda çocuk oyun alanına sahip olması	26	50	4	20	0	6	50	10	30	4	18	50	16	16	0	8	60	8	24	0	15	53	9,5	23	1
Kullanıcı Değerlendirmeleri			Ç.Ö.: Çok Önemli					Ö.: Önemli					K.: Kararsızım					Ösiz.: Önemli					H.Ö.D.: Hiç Önemli Değil				

(*) Örneklem alanlarındaki ve örneklem bütünündeki çoğunluk verilerini vurgulamak tonlama yapılmıştır.

8. Yakınında toplu ulaşım imkânı olması örneklem bütününde çoğunlukla “önemli” ve “çok önemli” (%63 ve %31), B alanında ise en yüksek çoğunlukla (%70) “önemli” bulunmuştur (Çizelge 4.29.a.).

9. *Sitenin sakin ve gürültüsüz bir ortam yaratması*, örneklem bütününde % 60 çoğunlukla “önemli” ve % 33 oranında “çok önemli” bulunmuştur. C alanında “çok önemli” bulanların oranı %48 ile ortalamanın üzerindedir. Tüm alanlar örneklem bütününe uyumludur (Çizelge 4.29.a.).

10. *Sitede tüm ortak açık/kapalı alanların iyi aydınlatılması* örneklem bütününde %80 çoğunlukla “önemli” bulunmuştur. Örneklem alanlarının tümünde örneklem bütünüyle uyumlu bir şekilde “önemli” bulunmuştur (Çizelge 4.29.a.).

11. *Çevredeki trafik yoğunluğu* tüm katılımcıların %75’i “önemli” %16’sı “çok önemli” bulmuştur. Merkeze yakın A ve C alanlarında “çok önemli” bulanların oranları (%18 ve %30) daha yüksektir (Çizelge 4.29.a.).

12. *Sitenin yeterli su depolarına sahip olması* örneklem bütününde %50 çoğunlukla “önemli” ve % 41 oranında “çok önemli” bulunmuştur. A alanında “çok önemli” bulanların oranı %66 ile ortalamanın üstündedir. C alanında da %48 oranında “çok önemli” bulunmuştur (Çizelge 4.29.a.).

13. *Olası komşuların sosyal statüleri ve yaşama biçimleri* örneklem bütününde %50 çoğunlukla “önemli” ve %40 oranında “çok önemli” bulunmuştur. A, C ve B alanlarında “çok önemli” bulanların oranı (%46, %52 ve %44) “önemli” bulanların oranından (%40, %42 ve %42) büyüktür. D alanında ise ortalamanın üstünde çoğunlukla (%74) “önemli” bulunan kriter ortalamanın çok altında bir oranla (%18) “çok önemli” bulunmuştur (Çizelge 4.29.a.).

14. *Sitedeki binaların mimari formu* tüm alanlarda çoğunlukla (%70 ortalama) “önemli” bulunmuştur. C alanında “çok önemli” bulanların oranı (%30) diğer alanlardan (%10,6 ortalama) çok daha fazladır (Çizelge 4.29.a.).

15. *Sosyal donatı alanlarının yakınlığı* tüm örneklem alanlarında çoğunlukla (%63) “önemli” bulunmuştur. Bunun yanı sıra B alanında “çok önemli” bulanların (%40) sayısı “önemli” bulanlara oldukça yakındır (Çizelge 4.29.a.).

16. *Sitenin sert zemin peyzajı* da örneklem bütününde çoğunlukla (%70) “önemli” bulunmuştur. D alanında diğer alanlardan farklı olarak bu özelliğe “kararsız” kalanların oranı (%32) çok daha yüksektir (Çizelge 4.29.a.).

17. *Site dışı çevre dokusunun nitelikli ve estetik binalardan oluşması* tüm alanlarda çoğunlukla (%65 ortalama) “önemli” bulunurken, C alanında %30 ile “çok önemli”, D alanında %26 ile “önemsiz” bulunmaktadır (Çizelge 4.29.a.).

18. *Sitenin arıtma tesisine sahip olması* örneklem bütününde %53 çoğunlukla “önemli” ve %23 oranında “çok önemli” bulunmuştur. Merkeze yakın A alanında “önemli” bulanların oranı (%60) ve “çok önemli” bulanların oranı (%28) ortalamanın üzerindedir. Merkeze yakın C alanında da “çok önemli” bulanların oranı %36 ile ortalamanın üzerindedir. B alanında %64 çoğunlukla “önemli” bulunmuştur. D alanında ise ortalamanın altında bir oranla (%36) “önemli” bulunan kritere %48 oranında “kararsız” kalınmıştır (Çizelge 4.29.a.).

19. *Yaya olarak kolay ulaşabilirlik* ise örneklem bütününde çoğunlukla “önemli” (%60) bulunmuştur. “Önemli” bulan çoğunluğunun yanı sıra merkeze yakın olan A alanında %30 oranında ve C alanında %20 oranında “önemsiz” bulunmuştur (Çizelge 4.29.a.).

20. *Sitenin sosyal tesisinin ve yüzme havuzunun olması* merkeze yakın A ve C alanlarında çoğunlukla (%58 ve %52) “önemli” ve “çok önemli” (%24 ve %22) bulunmuştur. B alanında çoğunlukla (%38) “önemsiz” bulunmuştur. D alanında %56 çoğunluk “önemli” bulurken %24’ü de “önemsiz” bulmuştur.

Örneklem bütününde kullanıcının çoğunluğu bu kriteri (%50) “önemli” ve “çok önemli” (%19) bulurken %20’si de “önemsiz” bulmuştur (Çizelge 4.29.a.).

21. *Sitede çok/yeterli sayıda çocuk oyun parkı bulunması* tüm alanlarda çoğunlukla (%53) “önemli” bulunmuştur. Ayrıca A alanında %20, C alanında %30, B alanında %16 ve D alanında %24 oranında “önemsiz” bulunmuştur. Örneklem bütününde ise %23 oranında “önemsiz” bulunmuştur (Çizelge 4.29.a.).

• Konut Özelliklerine Yönelik Kullanıcı Değerlendirmeleri

Bu bölümde kullanıcının konutun; yasal, mimari ve teknik özelliklerine yönelik değerlendirmeleri, ısıtma tipi tercihi ve konut teslim tercihi çözümlenmeye çalışılmıştır.

▪ Konut Yasal, Mimari ve Teknik Özelliklerine Yönelik Kullanıcı Değerlendirmeleri

Kullanıcının *konut özelliklerine yönelik* değerlendirme verileri Ek 3’te yer alan Çizelge 4.30’da ayrıntılı olarak (sayılar ve yüzdelerle) verilmiştir. Konut özelliklerine yönelik değerlendirmeler, kullanıcı tarafından “çok önemli+önemli” bulunma sırasına göre (en çok önemli bulunandan en az önemli bulunana doğru) sıralanarak metin içinde anlatılmıştır. Çizelge 4.30.a.’da da konut özellikleri, önemli bulunma sıraları da ifade edilerek, yasal, mimari ve teknik kriterlere gruplanmışlardır. Buna göre;

1. *Deprem yönetmeliğine göre inşa edilmiş ya da edilecek olması* örneklem bütününde %51 çoğunlukla “önemli” ve %50 oranında “çok önemli” bulunmuştur. C alanında “önemli” bulanların oranı %24 iken “çok önemli” bulanların oranı %76 çoğunlukla ortalama üstüne çıkmıştır. A ve B alanları örneklem bütünü ortalamasına uyumludur. D alanında ise “çok önemli”

bulanların oranı %32 iken “önemli” bulanların oranı %68’dir. Tüm kriterler içinde en fazla sayıda katılımcı tarafından “çok önemli” ve “önemli” bulunmuştur (Çizelge 4.30.a).

2. *Tüm tesisatın kaliteli ve dayanıklı malzemedен kaliteli işçilikle yapılmış olması* örneklem bütününde %55 çoğunlukla “önemli” ve %45 oranında “çok önemli” bulunmuştur. A ve C alanları örneklem bütünüyle uyumludur. B ve D alanlarında ise “çok önemli” bulanların oranları (%38 ve %28) ortalama altındayken “önemli” bulanların oranları (%62 ve %72) ortalama üstündedir (Çizelge 4.30.a).

3. *Pencerelerin su ve ısı geçirmez özellikte olması* örneklem bütününde %55 çoğunlukla “önemli” ve %45 oranında “çok önemli” bulunmuştur. A ve C alanlarında çoğunlukla “önemli” bulanların oranı örneklem bütünü oranı ile uyumlu iken “çok önemli” bulanların oranları %44 ve %46 ile ortalamanın üstündedir. B alanında “çok önemli” bulanların oranları %22 ile ortalamanın altındayken “önemli” bulanların oranları %76 ortalamanın üstündedir. D alanında ise “çok önemli” bulanlar çoğunluktadır (%50), “önemli” bulanların oranı ise %48’dir (Çizelge 4.30.a).

4. *Yasa ve yönetmeliklere göre yapı ruhsatının alınmış olması* örneklem bütününde %49 oranla “çok önemli” ve %49 eşit oranla “önemli” bulunmuştur. A, B ve D alanları oranları örneklem bütünü ile uyumlu iken C alanında ortalamanın üstünde bir çoğunlukla (%66) “çok önemli” bulunmuştur (Çizelge 4.30.a).

5. *Konutun aydınlık ve ferah olması* örneklem bütününde %68 çoğunlukla “önemli” ve %31 oranında “çok önemli” bulunmuştur. A ve B alanı oranları örneklem bütünü oranlarına uyumludur. C alanında %52 çoğunlukla “çok önemli” ve %46 oranında “önemli” bulunmuştur. D alanında da ortalamadan farklı olarak %92 çoğunlukla “önemli” bulunmuştur (Çizelge 4.30.a).

6. *Isı ve ses yalıtımı yapılmış olması* örneklem bütününde %63 çoğunlukla “önemli” ve %34 oranında “çok önemli” bulunmuştur. A ve C alanlarında “çok önemli” bulanların oranları %44 ve %60 ile ortalamanın üstündeyken “önemli” bulanların oranları %52 ve %38 ile ortalamanın altındadır. B ve D alanlarında ise “çok önemli” bulanların oranları %22 ve %8 ile ortalama altındayken “önemli” bulanların oranları (%72 ve %88) ortalama üstündedir (Çizelge 4.30.a).

7. *Mutfağın geniş ve kullanışlı olması* örneklem bütününde %51 çoğunlukla “çok önemli” ve %46 oranında “önemli” bulunmuştur. Örneklem bütününde “çok önemli” bulanların önemli bulanlardan fazla olduğu tek özelliktir. A alanında çoğunlukla “çok önemli” bulanların oranı %60 ile ortalamanın üstünde, “önemli” bulanların oranıysa (%38) altındadır. C alanında ise “önemli” (%54) bulanların oranı “çok önemli” (%42) bulanların oranının önüne geçmiştir. B ve D alanları örneklem bütünüyle, yakın oranlarla uyumludur (Çizelge 4.30.a).

8. *Kat mülkiyeti ve kat irtifakı tapularının çıkarılmış ya da çıkarılacak olması* örneklem bütününde %58 çoğunlukla “önemli” ve %39 oranında “çok önemli” bulunmuştur. Merkeze yakın A ve C alanlarında “çok önemli” bulanların oranı (%42 ve %62) genel ortalamanın üstündeyken, merkeze uzak B ve D alanlarında “önemli” bulanların oranı (%70 ve %68) ortalamanın üstündedir (Çizelge 4.30.a).

9. *Konutun bulunduğu binanın mimari formu, estetiği ve kalitesi* örneklem bütününde %73 çoğunlukla “önemli” ve %24 oranında “çok önemli” bulunmuştur. C ve B alanlarının oranları örneklem bütünü ortalamasına uyumludur. A alanında ise “çok önemli” bulanların oranı %40 ile ortalamanın üzerine çıkarak dikkat çekmektedir. D alanında da “önemli” bulanların oranı %88 iken sadece 2 kullanıcı tarafından “çok önemli” bulunmuştur (Çizelge 4.30.a).

10. *Merdiven ve yangın merdivenlerinin gerekli teknik özelliklere sahip ve standartlara uygun olması* örneklem bütününde %60 çoğunlukla “önemli” ve %36 oranında “çok önemli” bulunmuştur. A ve C alanlarında “çok önemli” bulanların oranları (%48 ve %44) ortalama üstündeyken “önemli” bulanların oranları (%50 ve %48) ortalama altındadır. B ve D alanlarında ise “çok önemli” bulanların oranları (%30 ve %20) ortalama altındayken “önemli” bulanların oranları (%70 ve %72) ortalama üstündedir. D alanında “karasız” kalanların oranı da %8’dir (Çizelge 4.30.a).

11. *Asansörlerin gerekli sayıda, büyüklükte ve teknik özellikte olması* örneklem bütününde %59 çoğunlukla “önemli” ve %37 oranında “çok önemli” bulunmuştur. A ve C alanlarında “çok önemli” bulanların oranları (%44 ve %46) ortalama üstündeyken “önemli” bulanların oranları (%50 ve %48) ortalama altındadır. B ve D alanlarında ise “çok önemli” bulanların oranları (%30 ve %26) ortalama altındayken “önemli” bulanların oranları (%68 ve %70) ortalama üstündedir (Çizelge 4.30.a).

12. *Banyo tuvaletlerin kullanışlı olması ve kaliteli vitrifiye ve armatürle tefriş edilmiş olması* örneklem bütününde %62 çoğunlukla “önemli” ve %33 oranında “çok önemli” bulunmuştur. A alanında “çok önemli” bulanların oranı (%42) ortalamanın üzerindeyken, “önemli” bulanların oranı da (%56) ortalamanın altındadır. C alanında ise örneklem bütünü tersine bu özellik %50 çoğunlukla “çok önemli” bulunurken “önemli” bulanların oranı %46 ile ortalama altında kalmıştır. B alanında kullanıcı değerlendirmeleri örneklem bütünü ortalamasıyla uyumludur. D alanında ise bu özellik yüksek çoğunlukla (%82) “önemli” bulunmuştur (Çizelge 4.30.a).

13. *Konutun konumlandığı kat ve manzarası* örneklem bütününde %63 çoğunlukla “önemli” ve %32 oranında “çok önemli” bulunmuştur. A ve B alanlarında “önemli” bulanların oranları (%76 ve %74) ortalamanın üzerinde iken “çok önemli” bulanların oranları (%18 ve %20) ortalamanın altındadır. C

ve D alanlarında ise “çok önemli” bulanların oranları (%44 ve %44) ortalamanın üzerinde iken “önemli” bulanların oranları (%50 ve %52) ortalamanın altındadır (Çizelge 4.30.a).

14. *Mimari planı* örneklem bütününde %65 çoğunlukla “önemli” ve %29 oranında “çok önemli” bulunmuştur. Tüm örneklem alanlarının oranları örneklem bütününe uyumludur. A alanında ortalamanın üstünde bir oranla (%70) oranında “önemli” bulunmuştur (Çizelge 4.30.a).

15. *Kombili ise kombisinin montajının yapılmış olması* örneklem bütününde %61 çoğunlukla “önemli” ve %34 oranında “çok önemli” bulunmuştur. A ve C alanlarında “çok önemli” bulanların oranları %56 ve %40 ile ortalamanın üstündeyken çoğunlukla “önemli” bulanların oranları %44 ve %54 ile ortalamanın altındadır. Ayrıca A alanında diğer alanlardan farklı olarak “çok önemli” bulanların oranı (%56), “önemli” bulanlardan (%44) fazladır. B alanı örneklem bütünü ile uyumludur. D alanında ise “çok önemli” bulanların oranı (%8) ortalama altındayken ve “önemli” bulanların oranı (%88) ortalama üstündedir (Çizelge 4.30.a).

16. *Kapılarının, döşeme ve duvar kaplamalarının malzeme ve işçilik kalitesi* örneklem bütününde %64 çoğunlukla “önemli” ve %31 oranında “çok önemli” bulunmuştur. C ve D alanları örneklem ortalamasıyla uyumludur. A alanında çoğunlukla “önemli” bulanların oranı %58 ile ortalamanın altındayken, %42 ile “çok önemli” bulanların oranı ortalamanın üstündedir. B alanında ise çoğunlukla “önemli” bulanların oranı %62 ile ortalamaya uyumlu iken çok “önemli” bulanların oranı %24 ile ortalamanın altındadır. Ayrıca B alanında grubun %10’u için bu koşul “hiç önemli değil”dir (Çizelge 4.30.a).

17. *En az bir balkon bulunması* örneklem bütününde %51 çoğunlukla “önemli” ve %41 oranında “çok önemli” bulunmuştur. A ve B alanları örneklem bütünü ile uyumludur. C alanında “çok önemli” bulanların oranı

(%46) “önemli” bulanlardan daha fazla ve ortalamanın üstünde iken “önemsiz” bulanların oranı da (%8) ortalamanın üstündedir. *D* alanında ortalamaya uygun bir biçimde %50 çoğunlukla “önemli” bulunurken, “çok önemli” bulanların oranı %34 ile ortalama altında kalmıştır. *D* alanında “önemsiz” bulanların oranı (%12) da ortalama üstündedir (Çizelge 4.30.a).

18. *Ortak alanlara (asansör vb.) ve ısıtma sistemine hizmet eden jeneratörlerin bulunması* örneklem bütününde %52 çoğunlukla “önemli” ve %40 oranında “çok önemli” bulunmuştur. *C* alanında diğer alanlardan farklı olarak bu özelliği “çok önemli” bulanların oranı (%58), “önemli” bulanlardan (%38) fazladır. *A* ve *B* alanları örneklem bütünüyle uyumlu iken *D* alanında “çok önemli” bulanların oranı (%22) diğer alanlardan çok da az, “önemli” bulanların oranı da (%66) daha fazladır (Çizelge 4.30.a).

19. *Konutun büyüklüğü* örneklem bütününde %78 çoğunlukla “önemli” ve %12 oranında “çok önemli” bulunmuştur. Örneklem alanlarının tümü örneklem bütünü ortalamasına uyumludur (Çizelge 4.29.a.).

20. *Konutta yangın ve gaz kaçağı ihbar sisteminin bulunması* örneklem bütününde %60 çoğunlukla “önemli” ve %28 oranında “çok önemli” bulunmuştur. *A* ve *C* alanlarında “çok önemli” bulanların oranları %42 ve %32 ile ortalamanın üstündeyken çoğunlukla “önemli” bulanların oranları %56 ve %64’tür. *B* alanı örneklem bütünü ile uyumludur. *D* alanında ise “çok önemli” ve “önemli” bulanların oranları (%56) ortalama altındayken kararsız kalanların oranı %34’tür (Çizelge 4.30.a).

21. *Binanın inşaat yapım tekniği* örneklem bütününde %56 çoğunlukla “önemli” ve %33 oranında “çok önemli” bulunmuştur. *A* ve *C* alanlarında “çok önemli” bulanların oranları (%40 ve %48) ortalama üstündeyken, “önemli” bulanların oranları (%54 ve %32) ortalama altındadır. *C* alanında diğer alanlardan farklı olarak “çok önemli” bulanların sayısı da önemli bulanlardan

fazladır. B ve D alanlarında ise “çok önemli” bulanların oranları (%24 ve %18) ortalama altındayken “önemli” bulanların oranları (%70 ve %66) ortalama üstündedir. D alanında ayrıca “önemsiz” bulanların oranı (%10) da ortalama üstündedir (Çizelge 4.30.a).

22. *Mobilyaların rahatça yerleşebilmesi* örneklem bütününde %67 çoğunlukla “önemli” ve %19 oranında “çok önemli” bulunmuştur. A alanında çoğunlukla “önemli” bulanların oranı (%66) örneklem bütünü ile uyumluyken, “çok önemli” bulanların oranı ortalamanın üstündedir (%34). B ve C alanlarında “önemli” bulanların oranları (%74 ve %72) ile “çok önemli” bulanların oranları (%20 ve %18) örneklem bütünü ortalamasıyla uyumludur. D alanında ise “önemli” bulanların oranı %56 ile ortalamanın üzerindeyken %24 oranında “kararsız” kalınmıştır (Çizelge 4.30.a).

23. *Banyodan ayrı bir tuvaletin bulunması* örneklem bütününde %64 çoğunlukla “önemli” ve %22 oranında “çok önemli” bulunmuştur. A ve C alanlarında ortalama altı çoğunlukla (%58 ve %52) “önemli” ve ortalama üstü oranlarla (%26 ve %24) “çok önemli” bulunmuştur. Yine A ve C alanlarında ortalama üstü oranlarla (%12 ve %10) “önemsiz” bulunmuştur. B ve D alanlarında ise ortalama üstü çoğunluklarla (%74 ve %72) “önemli” ve ortalama altı oranlarla (%16 ve %20) “çok önemli” bulunmuştur. Ayrıca B alanında sadece 4 kişi (%8), D alanında da sadece 3 kişi (%6) “önemsiz” bulmuştur (Çizelge 4.30.a).

24. *Vestiye ve gömme dolap bulunması (ya da yerinin bulunması)* örneklem bütününde %58 çoğunlukla “önemli” ve %26 oranında “çok önemli” bulunmuştur. A alanında bu özelliği “çok önemli” bulanların oranı (%46) çoğunlukta, “önemli” bulanlar %44 oranındadır. C alanı örneklem bütünü ile uyumludur. B ve D alanlarında ortalama üstü çoğunluklarla (%66 ve %62) “çok önemli” bulunurken, ortalama üstü oranlarla (%14 ve %18) “önemsiz” ve

ortalama altı oranlarla (%14 ve %14) “çok önemli” bulunmuştur (Çizelge 4.30.a).

25. *Uydu anten sisteminin bulunması* örneklem bütününde %65 çoğunlukla “önemli” bulunmuştur. A, B ve D alanları örneklem bütününe yakın değerlerle uyumludur. C alanında ise ortalama altında bir çoğunlukla (%50) “önemli” bulunurken, ortalamanın üstünde bir oranla (%22) “çok önemli” bulunmuştur. Ancak ortalama üstü bir oranla da “önemsiz” bulunmuştur (%22) (Çizelge 4.30.a).

26. *Konutun bulunduğu binanın kat adedi* ise örneklem bütününde %63 çoğunlukla “önemli” ve %19 oranında “önemsiz” bulunmuştur. A ve B örneklem alanları oranları ortalama oranlara yakınken C alanında %32 oranında “önemsiz”, %40 oranında “önemli” bulunmuştur. D alanında ise %88 çoğunlukla ortalama üstünde “önemli” bulunmuştur (Çizelge 4.30.a).

27. *Ortak banyo dışında bir ebeveyn banyosunun bulunması* örneklem bütününde %52 çoğunlukla “önemli” ve %20,5 oranında “önemsiz” bulunmuştur. A ve B alanlarında ortalama üstünde çoğunluklarla “önemli” (%54 ve %62) ve ortalamadan farklı bir tercihle “çok önemli” (%27 ve %31) bulunmuştur. B ve D alanlarında çoğunlukla “önemli” (%54 ve %38) ortalama üstünde oranlarla (%30 ve %32) “önemsiz” bulunmuştur (Çizelge 4.30.a).

28. *Tüm kapıları ve bahçeyi izleyebilen görüntülü interkom sisteminin olması* örneklem bütününde %51 çoğunlukla “önemli”, %15 oranında “çok önemli” ve %19,5 oranında “önemsiz” bulunmuştur. En çok A alanında “çok önemli” (%22) ve “önemli” (%60) bulunan bu özellik C alanında %58 oranında “önemli” bulunurken %16 oranında “önemsiz” ve “çok önemli” bulunmuştur. B alanında “önemli” bulanların oranı (%58) örneklem bütünü ile uyumluyken “çok önemli” bulanların oranı (%14) ortalamanın altında, “önemsiz” bulanların oranı (%20) ise ortalamanın üstündedir. D alanında ise

örneklem bütününe aykırı olarak %32 çoğunlukla “önemsiz” bulunurken, %28 oranla “önemli” bulunmuş ve %28 oranla “kararsız” kalmıştır (Çizelge 4.30.a).

29. *Mutfağında ankastre ürünlerin verilmesi* örneklem bütününde %51 çoğunlukla “önemli” ve %28,5 oranında “önemsiz” bulunmuştur. A alanında “önemli” bulanların oranı %44, “önemsiz” bulanların oranı ise %14’tür. A alanında “çok önemli” bulanların oranı (%16) örneklem bütününde “çok önemli bulanların” oranından (%8,5) fazladır. C alanında “önemli” bulanların oranı ile “önemsiz” bulanların oranı aynıdır (%38). C alanındaki “kararsız”ların oranı (%18) örneklem bütününde “kararsız” kalanların (%10) üzerindedir. B alanında ise örneklem bütününe tersine bu özelliği “önemsiz” bulanlar %44 ile çoğunluktadır. B alanında “önemli” bulanların oranı (%34) genel ortalamanın altındayken “çok önemli” bulanların oranı (%10) ortalamanın üstündedir. D alanında ise bu kriter %88 oranında bir çoğunlukla “önemli” bulunmuştur (Çizelge 4.30.a).

30. *Kablosuz internet erişimi sunulması* örneklem bütününde %43 çoğunlukla “önemli” ve %23 oranında “önemsiz” bulunmuş, %19 oranında “kararsız” kalmıştır. A, C ve B alanlarında ortalamanın üstünde çoğunlukla (%54, %50 ve %54) “önemli”, ortalamanın üstünde oranlarla (%24, %18 ve %12) “çok önemli” ve ortalama altında oranlarla (%12, %18 ve %20) “önemsiz” bulunmuştur. D alanında ise bu özellik ortalama üstü bir oranla (%42) “önemsiz” bulunurken, grubun diğer %42’si de “kararsız” kalmıştır (Çizelge 4.30.a).

31. *Küçük bir çamaşır odasının bulunması* örneklem bütününde %40 çoğunlukla “önemli”, %22,5 oranında “önemsiz”, %15 oranında “çok önemli” bulunurken, bu koşula %23 oranında “kararsız” kalmıştır. A ve C alanlarında bu özellik ortalama altı çoğunluklarla (%46 ve %60) “önemli” bulunurken ortalama üstü oranlarla (%26 ve %18) “çok önemli” bulunmuştur.

A ve C alanında “kararsız”ların ve “önemsiz” bulanların oranları örneklem ortalamasının altındadır. B alanında %46 çoğunlukla “önemli” bulunurken D alanında bu özelliğe %50 çoğunlukla “kararsız” kalmıştır. B alanında %24 oranında “önemsiz” bulunurken D alanında %38 oranında “önemsiz” bulunmuştur (Çizelge 4.30.a).

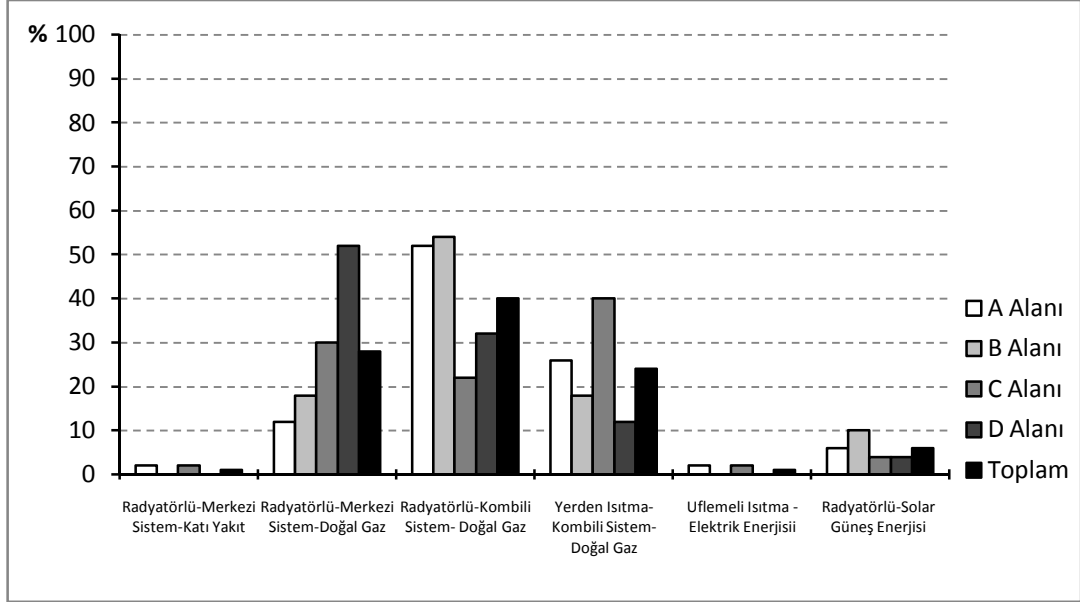
32. *Balkonların camekânla açılıp kapatılabilir olması* örneklem bütününde %41,5 çoğunlukla “önemsiz” ve %30 oranında “önemli” bulunurken, örneklem bütünün %18’i “kararsız” kalmıştır. A alanında %28 “önemli” bulunurken, “önemsiz” bulanlar ile “kararsız” kalanlar eşit oranlarda ve çoğunluktadır (%30). C alanında ise %42 çoğunlukla “önemli” bulunurken, %36 oranında “önemsiz” bulunmuştur. B alanında %46 çoğunlukla “önemli” bulunurken %24 oranla “önemsiz” bulunmuştur. D alanında %76 çoğunlukla “önemsiz” bulunurken, grubun %16’sı “kararsız” kalmıştır (Çizelge 4.30.a).

33. *Yerden ısıtma olması* örneklem bütününde %49 çoğunlukla “önemsiz”, %26 oranında “önemli” bulunurken, bu özelliğe %17 oranında “kararsız” kalmıştır. A, C ve B alanlarında ortalama altı çoğunlukla (%36, %40, %40) “önemsiz” bulunurken “önemli” bulanların oranları (%32, %26 ve %32) ortalama üstündedir. Ayrıca C alanında “kararsız” kalanların oranı da %26 ile ortalamanın üstündedir. D alanında ise %80 çoğunlukla “önemsiz” bulunurken sadece 6 kişi (%12) tarafından “önemli” bulunmuştur (Çizelge 4.30.a), (Çizelge 4.29).

▪ *Isıtma Tipi Tercihi*

Kullanıcının *ısıtma tipi tercihi* incelenmiş ve örneklem bütününde %40 çoğunlukla radyatörlü-doğal gaz kombili sistemin, %28 oranla radyatörlü-doğal gaz merkezi sistemin, % 24 oranla yerden ısıtmalı doğa l gaz kombili sistemin tercih edildiği görülmüştür. A ve B alanlarında %52 ve %54 çoğunlukla radyatörlü-doğal gaz kombili sistem, C alanında %40 çoğunlukla yerden ısıtma-doğal gaz kombili sistem ve D alanında %52 çoğunlukla

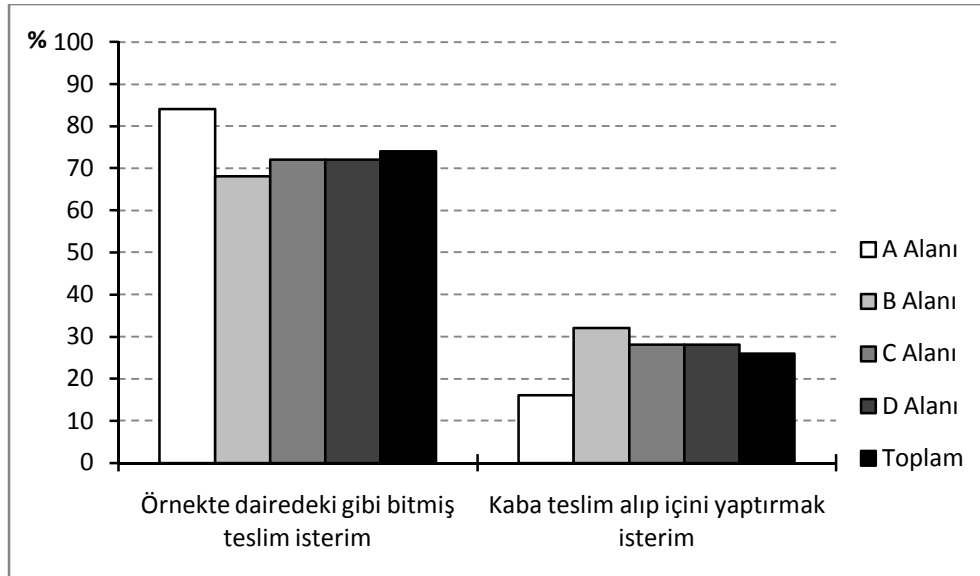
radyatörlü-doğal gaz merkezi sistem tercih edilmiştir (Şekil 4.31.), (Ek 3, Çizelge 4.31).



Şekil.4.31. Anket Katılımcılarının Isıtma Tipi Tercihi

▪ Konut İçi İmalata Yönelik Tercih

Kullanıcının *konut içi imalata yönelik teslim alma tercihi* incelenmiş ve örneklem bütününde %74 çoğunlukla örnek dairede gösterilen şekilde (taahhüt edilen şekilde) ince (yapı) imalatı *tamamlanmış* olarak teslim almanın tercih edildiği görülmüştür. Örneklem bütününde %26 oranında bir grup ise konut içi ince imalatı tamamlanmadan teslim alıp kendisi yaptırmak istemektedir. Merkeze yakın A ve C alanlarındaki katılımcıların %84'ü ve %72'si, merkeze uzak B ve D alanlarındaki katılımcıların %68'si ve %72'si "örnek dairedeki gibi tamamlanmış olarak teslim almak isterim" demektedir (Şekil 4.32.), (Ek 3, Çizelge 4.32).



Şekil 4.32. Anket Katılımcılarının Konut İçİ İmalata Yönelik Tercihi

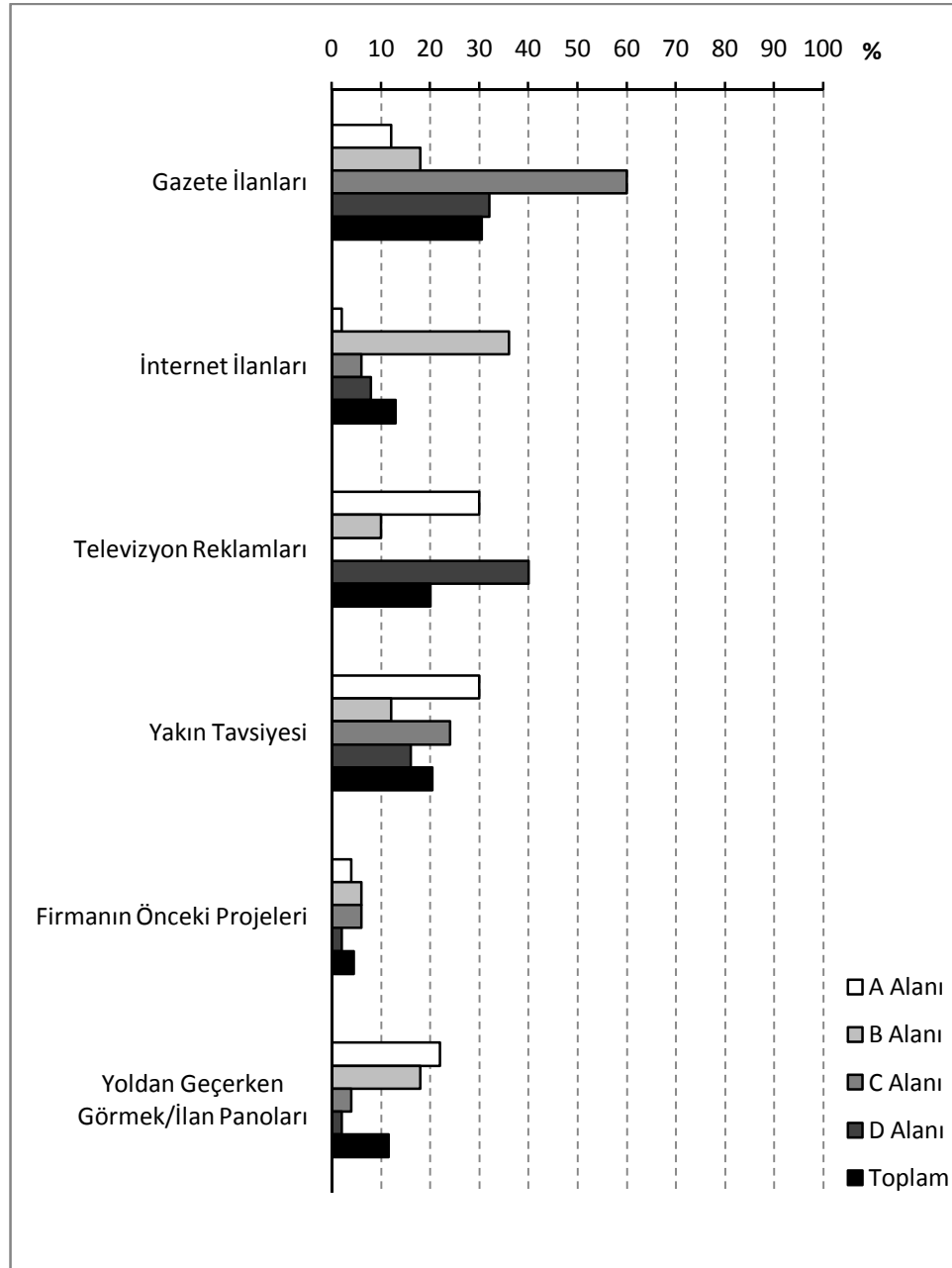
- ### Konut Sunumundaki Pazarlama Unsurlarına Yönelik Kullanıcı Değerlendirmeleri

Konut edinimde pazarlama araçlarının (reklam, satış ofisi, satış temsilcisi, örnek daireler, satış fiyatı ve ödeme kolaylıkları) ne derecede kullanıcı etkili bulunduğu incelenmiştir. Kullanıcının konut sunumundan haberdar olma yolu, satış ofisinde karşılaştığı ve kararında etkili olabilecek diğer pazarlama unsurları (satış temsilcisi, maket, katalog, örnek daire, satış fiyatı ve ödeme olanaklarının çeşitliliği) analiz edilmeye çalışılmıştır.

- #### ▪ Konut Sunumundan Haberdar Olma Yolu

Katılımcılar örneklem bütününde %30,5 çoğunlukla gazete ilanı, %20,5 oranla yakın tavsiyesi, %20 oranla televizyon reklamı, %13 oranla internet ilanı, %11,5 oranla yoldan geçerken projeyi ya da reklam panosunu görme ve %4,5 oranla üreticinin daha önceki sunumlarından takip etme yoluyla satışa sunulan konuttan/projeden haberdar olmuştur. Alt örneklem alanlarında çoğunluk tercihleri çeşitlilik göstermiştir. A alanında televizyon reklamı ve

yakın tavsiyesi eşit oranlardayken (%30), C alanında gazete ilanlarıyla haberdar olma yolu çoğunluktadır (%60). B alanında internet ilanları çoğunluktayken (%36), D alanında televizyon reklamlarıyla haberdar olma yolu çoğunluktadır (%40) (Şekil 4.33.), (Ek 3, Çizelge 4.33).



Şekil 4.33. Anket Katılımcılarının Konut Sunumlarından Haberdar Olma Yolu

▪ *Diğer Pazarlama Unsurlarının Konut Edinim Kararına Etkisi*

Marka/kurum güvenilirliği, fiyat ve ödeme kolaylıkları, vergi ve masraflara yönelik sunulan avantajlar, konutun zamanla kazanacağı değer, sunulan örnek daireler, maketler, tanıtım katalogları, satış temsilcilerinin nezaketi ve güvenilirliği, satış ofisinin dekorasyonu, satış ofisinde sunulan hizmetler, konutun kullanıcıya teslim tarihi gibi pazarlama odaklı unsurların kullanıcının edinim kararındaki etkisi çözümlenmeye çalışılmıştır. Anketlere verilen cevapların sayısal ve oransal verileri Ek 3'te yer alan Çizelge 4.34.'de ayrıntılı olarak ifade edilmiştir. Kullanıcılar tarafından yapılan değerlendirmeler, toplam etkili (çok etkili+etkili) bulunma derecesine göre en çok etkili bulunandan en az etkili bulunana doğru sıralanarak metin içinde ifade edilmiştir. Toplam etkili bulunma derecesi eşit olan unsurlarda “çok etkili” bulanların sayısı fazla olana sıralamada öncelik verilmiştir. Kullanıcı değerlendirme verilerinin yansıtıldığı pazarlama unsurları Çizelge 4.34.a.'da; teslim tarihi, fiyat/kazanç, güven, tasvir-takdim kriterlerine (“etkili” bulunma sıraları gözetilerek) gruplanmışlardır/eşleşmişlerdir. Buna göre;

1. *Konutun teslim tarihi* örneklem bütününde %49,5 çoğunlukla “çok etkili” ve %45 oranında “etkili” bulunmuştur. Tüm unsurlar içinde en yüksek değerde kullanıcı katılımıyla “etkili” bulunan bu koşul, A, C ve D alanlarında da örneklem bütünüyle uyumlu olarak çoğunlukla “çok etkili” ve “etkili” bulunmuştur. B alanında da “çok etkili” ve “etkili” oranları eşit çoğunluktadır (%48 ve %48) (Çizelge 4.34.a.).

2. *Konutun tamamlandığı zaman kazanacağı değer* örneklem bütününde %56 çoğunlukla “etkili” ve %37,5 oranında “çok etkili” bulunmuştur. A alanında ortalama üstünde bir çoğunlukla (%64) “etkili” bulunurken “çok etkili” bulanların oranı (%30) ortalama altındadır. B alanında da ortalama üstünde bir çoğunlukla (%76) “etkili” bulunurken “çok etkili” bulanların oranı (%18) ortalama altındadır. C alanında ise “çok etkili” bulanların oranı %40 ile ortalamanın üstündeyken “etkili” bulanların oranı (%50) örneklem

ortalamasına yakındır. D alanında ise bu koşul örneklem bütününden farklı olarak %62'lik bir çoğunlukla “çok etkili” ve %34 oranla “etkili” bulunmuştur (Çizelge 4.34.a.).

Çizelge. 4.34.a. Anket Katılımcılarının
Pazarlama Unsurlarına Yönelik Değerlendirmeleri (*)

Kriter Grubu	Etkili Bulunma Sırası	Alan Konumu	Merkeze Yakın										Merkeze Uzak										Genel Toplam					
		Alan Kodu	A					C					B					D										
		Pazarlama Faktörleri	Ç E (%)	E (%)	K (%)	Esiz %	H. E. D. %	Ç E (%)	E (%)	K (%)	Esiz %	H. E. D. %	Ç E (%)	E (%)	K (%)	Esiz %	H. E. D. %	Ç E (%)	E (%)	K (%)	Esiz %	H. E. D. %	Ç (%)	E (%)	E (%)	K (%)	Esiz %	H. E. D. %
Teslim Tarihi	1.	Evin teslim tarihi	52	44	2	2	0	46	44	4	6	0	48	48	2	2	0	52	44	2	2	0	49,5	45	2,5	3	0	
	2.	Evin tamamlandığı zaman kazanacağı değer	30	64	2	4	0	40	50	2	8	0	18	76	4	2	0	62	34	2	2	0	37,5	56	2,5	4	0	
Fiyat ve Kazanç	3.	Satış fiyatı ve ödeme kolaylıkları	30	66	0	4	0	24	60	2	14	0	26	70	2	2	0	32	66	2	0	0	28	65,5	1,5	5	0	
	4.	Vergi ve masrafların fiyata dahil edilmesi	14	74	6	6	0	22	64	2	10	2	18	72	2	8	0	22	74	2	2	0	19	71	3	6,5	0,5	
Güven	5.	Satışa sunan markaya /kuruma duyulan güven	26	66	4	4	0	46	48	2	2	2	28	64	2	6	0	8	48	34	8	2	27	56,5	10,5	5	1	
	6.	Satış temsilcilerinin nezaketi ve güvenilirliği	12	68	8	10	2	38	52	2	8	0	14	62	10	12	2	2	82	8	8	0	16,5	66	7	9,5	1	
Tasvir ve Takdim	7.	Örnek dairede görülenler	48	46	4	2	0	14	50	12	16	8	12	66	4	18	0	2	80	14	4	0	19	60,5	8,5	10	2	
	8.	Maket ve kataloglar	10	64	14	10	2	8	76	6	10	0	6	42	12	38	2	2	46	32	12	8	6,5	57	16	17,5	3	
	9.	Satış ofisinde sunulan hizmetler	8	50	8	32	2	18	44	10	26	2	4	36	12	46	2	2	20	8	50	20	8	37,5	9,5	38,5	6,5	
	10.	Satış ofisinin dekorasyonu	6	48	14	32	0	26	40	14	18	2	0	28	14	56	2	2	18	8	70	2	8,5	33,5	12,5	44	1,5	
Kullanıcı Değerlendirmeleri			Ç.E.:Çok Etkili					E:Etkili					K:Kararsızım					Esiz.:Etkisiz					H.E.D.:Hiç Etkili Değil					

(*) Örneklem alanlarındaki ve örneklem bütünündeki çoğunluk verilerini vurgulamak tonlama yapılmıştır.

3. Satış fiyatı ve ödeme kolaylıkları örneklem bütününde %66,5 çoğunlukla “etkili” ve %28 oranında “çok etkili” bulunmuştur. A alanı örneklem ortalamasıyla uyumludur. C alanında ise etkili ve çok etkili bulanların oranları (%24 ve %60) örneklem ortalaması altında kalırken “etkisiz” bulanların oranı %14 ile örneklem ortalamasının üstündedir. B alanında “etkili” ve “çok etkili” bulanların oranları (%70 ve %26) örneklem bütünü ile uyumludur. D alanında da “etkili” bulanların oranı ortalama oranla aynıyken, “çok etkili” bulanların oranı %32 ile örneklem ortalamasının üzerindedir (Çizelge 4.34.a.).

4. *Vergi ve masrafların fiyata dahil edilmesi* kriteri örneklem bütününde %71 çoğunlukla “*etkili*” ve %19 oranında “*çok etkili*” bulunmuştur. A, B ve D alanlarında “*etkili*” bulanların oranları örneklem ortalamasıyla uyumludur. A ve B alanlarında “*çok etkili*” bulanların oranları ise %14 ve %18 ile ortalamanın altındadır. D alanında ise “*çok etkili*” bulanların oranı da %22 ile ortalama üstündedir. C alanında “*etkili*” bulanların oranı % 64 ile ortalamanın altında, “*çok etkili*” bulanların oranı %22 ve “*etkisiz*” bulanların oranı %10 ile örneklem ortalamasının üzerindedir (Çizelge 4.34.a.).

5. *Satışa sunan markaya ve kuruma duyulan güven* örneklem bütününde %56,5 çoğunlukla “*etkili*” ve %27 oranında “*çok etkili*” bulunmuştur. A ve B alanlarında ortalama üstünde bir çoğunlukla (%66 ve %64) “*etkili*” bulunurken “*çok etkili*” bulanların oranları da ortalama ile uyumludur. C alanında ise ortalama üstünde bir oranla (%46) “*çok etkili*” bulunurken %48 çoğunlukla “*etkili*” bulunmuştur. D alanında %48 oranında “*etkili*” bulunurken %34 oranında “*kararsız*” kalınmıştır (Çizelge 4.34.a.).

6. *Satış temsilcilerinin nezaketi ve güvenilirliği* örneklem bütününde %66 çoğunlukla *etkili* ve %16,5 ile “*çok etkili*” bulunmuştur. A ve B alanlarında etkili bulanların oranları (%68 ve 62) örneklem bütünü ortalamasına yakın, “*çok etkili*” bulanların oranları ise (%12 ve %14) örneklem ortalamasının altındadır. C alanında ise ortalamanın altı bir çoğunlukla (%52) “*etkili*”, ortalamanın üstünde bir oranla (%38) “*çok etkili*” bulunmuştur. D alanında ise bu kriter %82 çoğunlukla “*etkili*” bulunmuştur (Çizelge 4.34.a.).

7. *Örnek evlerin/konutların ince imalatı ve/veya dekorasyonu* örneklem bütününde %60,5 çoğunlukla “*etkili*”, %19 oranında *çok etkili* ve %10 oranında “*etkisiz*” bulunmuştur. A alanında örneklem bütününden farklı olarak %48 çoğunlukla “*çok etkili*” bulunmuş ve %46 oranında “*etkili*” bulunmuştur. A alanının tersine C alanında ise “*çok etkili*” bulanların oranı %14’te kalırken, %50 çoğunlukla “*etkili*” ve %16 oranında “*etkisiz*”

bulunmuştur. *B* alanında da %12 oranında *çok etkili*, %66 oranında “*etkili*” ve %18 oranında “*etkisiz*” bulunmuştur. *D* alanında ise ortalamanın üstünde çoğunlukla (%80) “*etkili*” bulunurken bu özelliğe %14 ile “*kararsız*” kalınmıştır (Çizelge 4.34.a.).

8. *Maket ve kataloglardan anlaşılanlar*, örneklem bütününde %57 çoğunlukla “*etkili*”, %17,5 ile “*etkisiz*” bulunurken bu kritere %16 oranında “*kararsız*” kalınmıştır. *A* alanında ortalama üstü bir çoğunlukla (%64) “*etkili*”, ortalamanın üstünde bir oranla (%10) “*çok etkili*”, ortalamanın altında bir oranla (%10) “*etkisiz*” bulunan bu kritere yine ortalama altında bir oranla (%14) “*kararsız*” kalınmıştır. *C* alanında %76 çoğunlukla “*etkili*” bulunurken, ortalama altında bir oranla (%10) “*etkisiz*” bulunmuştur. *B* alanında ortalamanın altında bir çoğunlukla (%42) “*etkili*” ve ortalamanın üstünde bir oranla (%38) “*etkisiz*” bulunurken bu kritere ortalamanın altında bir oranla (%12) “*kararsız*” kalınmıştır. *D* alanında da ortalamanın altında oranlarla (%46 ve %12) “*etkili*” ve “*etkisiz*” bulunurken bu kritere ortalama üstünde bir oranla (%32) “*kararsız*” kalınmıştır (Çizelge 4.34.a.).

9. *Satış ofisinde sunulan hizmetler* örneklem bütününde %38,5 çoğunlukla “*etkisiz*” ve %37,5 oranında “*etkili*” bulunmuştur. *A* ve *C* alanlarında ortalama üstü çoğunluklarla (%50 ve %44) “*etkili*” bulunurken, ortalamanın altında oranlarla (%32 ve %26) “*etkisiz*” bulunmuştur. Ayrıca *C* alanında ortalamanın üstünde bir oranla (%18) “*çok etkili*” bulunmuş %26 oranında “*kararsız*” kalınmıştır. *B* ve *D* alanlarındaysa ortalamanın üstü çoğunluklarla (%46 ve %50) “*etkisiz*” bulunurken, ortalamanın altında oranlarla “*etkili*” (%36 ve %20) bulunmuştur. Ayrıca *D* alanında %20 oranında “hiç etkili değil” denilmiştir (Çizelge 4.34.a.).

10. *Satış ofisinin dekorasyonu*, örneklem bütününde %44 çoğunlukla “*etkisiz*” ve %33,5 ile “*etkili*” bulunurken, %13 “*kararsız*” kalınmıştır. *A* alanında ortalamanın tersine bir çoğunlukla (%48) “*etkili*”, ortalama altı bir

oran (%32) ile “*etkisiz*” bulunurken, %14 ile “*kararsız*” kalınmıştır. C alanında ortalamanın tersine bir çoğunlukla (%40) “*etkili*”, %26 “*çok etkili*” ve %18 “*etkisiz*” bulunmuştur. B alanında ise ortalama üstünde bir çoğunlukla (%56) “*etkisiz*”, %28 “*etkili*” bulunurken, %14 “*kararsız*” kalınmıştır. D alanında da ortalama üstünde bir çoğunlukla (%70) “*etkisiz*”, %18 “*etkili*” bulunmuştur (Çizelge 4.34.a.).

- **Satış Sonrası Hizmetlere Yönelik
Kullanıcı Değerlendirmeleri**

Satış sonrası için vaat edilen işletme hizmetlerinin ve bedellerinin kullanıcının konutu edinme kararında ne derecede etkili bulunduğu anket yoluyla incelenmiş elde edilen veriler çözümlenmeye çalışılmıştır. Anketlere verilen cevapların sayısal ve oransal verileri Ek 3’te yer alan Çizelge 4.35.’de ayrıntılı olarak ifade edilmiştir. Kullanıcılar tarafından yapılan değerlendirmeler, toplam etkili (çok etkili+etkili) bulunma derecesine göre sıralanmıştır (Çizelge 4.35.a). Toplam değeri eşit olan özelliklerde “çok etkili” bulanların sayısı fazla olana sıralamada öncelik verilmiştir. Satış sonrası hizmet özellikleri; bakım ve güvenlik, aidat, garanti kriterlerine gruplanmıştır/eşleşmişlerdir. Buna göre;

1. *Konut çevresi ve konut işletme/bakım hizmetinin profesyonel bir yönetim ekibi/organizasyonu tarafından verilmesi* örneklem bütününde %66 çoğunlukla “*etkili*” ve %23 oranında “*çok etkili*” bulunmuştur. Örneklem bütününde önem satış sonrası hizmetler içinde en “etkili” bulunan koşuldur. A ve C alanlarında ortalamanın altında çoğunluklarla (%58 ve %64) “*etkili*” bulunurken, ortalamanın üstünde oranlarla (%26 ve %30) “*çok etkili*” bulunmuştur. B ve D alanlarındaysa ortalamanın üstünde çoğunluklarla (%70 ve %70) “*etkili*” bulunurken, ortalamanın altında oranlarla (%14 ve %22) çok “*etkili*” bulunmuştur (Çizelge 4.35.a.).

**Çizelge 4.35.a. Anket Katılımcılarının
Satış Sonrası Hizmetlere Yönelik Değerlendirmeleri (*)**

Kriter Grubu	Etkili Bulunma Sırası	Alan Konumu	Merkeze Yakın										Merkeze Uzak										Genel Toplam				
		Alan Kodu	A					C					B					D									
		Satış Sonrası Hizmetler	Ç E (%)	E (%)	K (%)	Esiz %	H. E. Y. %	Ç E (%)	E (%)	K (%)	Esiz %	H. E. Y. %	Ç E (%)	E (%)	K (%)	Esiz %	H. E. Y. %	Ç E (%)	E (%)	K (%)	Esiz %	H. E. Y. %					
Bakım ve Güvenlik	1.	İşletme hizmetinin profesyonel bir yönetim tarafından verilmesi	26	58	4	12	0	30	64	2	2	2	14	70	6	8	2	22	70	6	2	0	23	66	4,5	6	1
	2.	7x24 saat güvenlik hizmetinin verilmesi	42	52	0	6	0	32	62	4	2	0	14	62	10	12	2	18	64	6	10	2	27	60	5	7,5	1
Aidat	3.	Hizmet aidat ücreti	52	38	6	4	0	26	50	8	16	0	24	62	6	8	0	2	82	4	10	2	26	58	6	9,5	0,5
Garanti	4.	Garanti süresinin uzunluğu	22	52	6	20	0	14	48	4	34	0	16	62	2	18	2	8	16	8	64	4	15	45	5	34	1,5
Kullanıcı Değerlendirmeleri																											
Ç.E.:Çok Etkili			E:Etkili					K:Kararsızım					Esiz.:Etkisiz					H.E.D.:Hiç Etkili Değil									

(*) Örneklem alanlarındaki ve örneklem bütünündeki çoğunluk verilerini vurgulamak tonlama yapılmıştır.

2. *Haftanın her günü 24 saat güvenlik hizmeti verilmesi* örneklem bütününde %60 çoğunlukla “*etkili*” ve %27 oranında “*çok etkili*” bulunmuştur. A alanında ortalamanın altında bir çoğunlukla (%52) “*etkili*” bulunurken, ortalamanın üstünde bir oranla (%42) “*çok etkili*” bulunmuştur. C alanında ortalamanın üstünde bir çoğunlukla (%62) “*etkili*” bulunurken, ortalamanın üstünde bir oranla (%32) “*çok etkili*” bulunmuştur. B ve D alanlarındaysa ortalamanın üstünde çoğunluklarla (%62 ve %64) “*etkili*” bulunurken, ortalamanın altında oranlarla (%14 ve %18) “*çok etkili*” bulunmuştur (Çizelge 4.35.a.).

3. *İşletme hizmetinin aidatı/aylık bedeli* örneklem bütününde %58 çoğunlukla “*etkili*”, %26 oranında “*çok etkili*” ve %9,5 oranında “*etkisiz*” bulunmuştur. A alanında örneklem bütününden farklı olarak %52 çoğunlukla “*çok etkili*” bulunurken, %38 “*etkili*” bulunmuştur. C alanında örneklem ortalamasının altında bir çoğunlukla (%50) “*etkili*”, %26 oranında “*çok etkili*” ve ortalama üstünde bir oranla (%16) “*etkisiz*” bulunmuştur. B alanında ise ortalamanın üstünde bir çoğunlukla (%62) “*etkili*” ve %24 oranında “*çok etkili*”

bulunmuştur. *D* alanında ise ortalama üstü bir çoğunlukla (%82) “*etkili*” ve %10 “*etkisiz*” bulunmuştur (Çizelge 4.35.a.).

4. *Garanti süresinin uzunluğu* örneklem bütününde %45 çoğunlukla “*etkili*” ve %34 oranında “*etkisiz*” bulunmuştur. *A* ve *B* alanlarında ortalama üstü çoğunluklarla (%52 ve %62) “*etkili*” bulunurken, ortalamanın altında oranlarla (%20 ve %18) “*etkisiz*” bulunmuştur. *C* alanında ortalama üstü çoğunlukla (48) “*etkili*” bulunurken, örneklem ortalamasıyla aynı oranda (%34) “*etkisiz*” bulunmuştur. *D* alanında ise örneklem bütününün tersine çoğunlukla (%64) “*etkisiz*” bulunurken, ortalama altında bir oranla (%16) “*etkili*” bulunmuştur (Çizelge 4.35.a.).

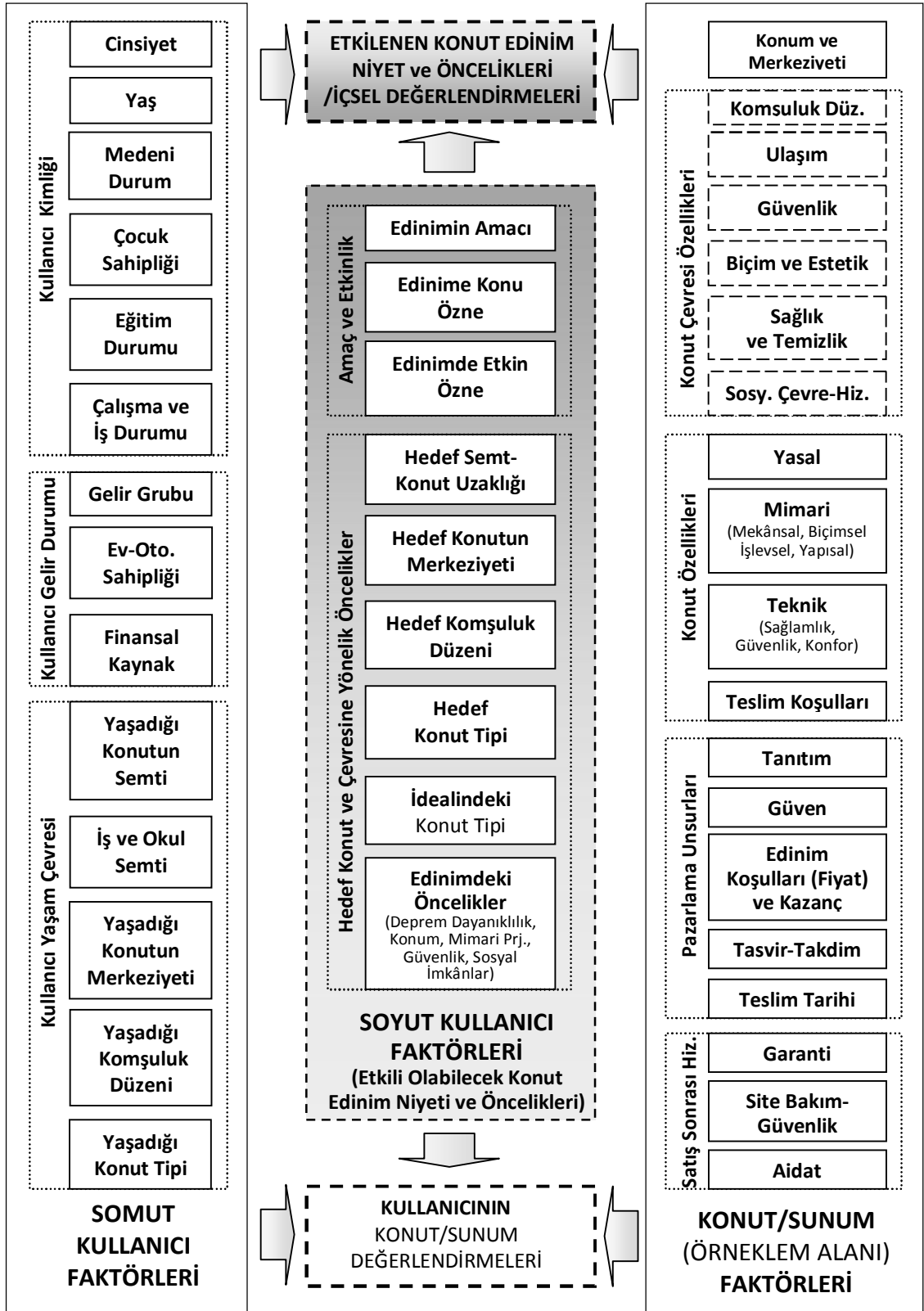
5. DEĞERLENDİRMELER

Bu bölümde çalışmanın amacı doğrultusunda, elde edilen “çoğunluk verileri” yardımıyla her örneklem grubu için öne çıkan kullanıcı odaklı faktörler ile konut/sunum odaklı faktörlerin (örneklem alanı özellikleri), kullanıcının konut edinim kararına ve değerlendirmelerine etkileri irdelenmektedir.

Araştırma esnasında kullanıcı odaklı faktörler kapsamında tutulan ve kullanıcı değerlendirmelerinde “etken olan kullanıcı niyet ve öncelikleri”nin, aynı zamanda bir kullanıcı değerlendirmesi olduğu görülmüştür. Bu nedenle etken olabilen “kullanıcı niyet ve öncelikleri”, “soyut kullanıcı faktörleri” olarak adlandırılırken, “değerlendirme olarak incelenen kullanıcı niyet ve öncelikleri” de “kullanıcının içsel değerlendirmeleri” olarak tanımlanmıştır. Kullanıcının düşünsel olmayan ve değerlendirmelerinde etken olan diğer gerçek özellikleri de “somut kullanıcı faktörleri” olarak isimlendirilmiştir (Şekil 5.1.).

Kullanıcının tüm değerlendirmelerinde etkili olabilecek örneklem alanı özellikleri de “konut/sunum faktörleri” olarak adlandırılmıştır. Kullanıcının, soruşturulan konut/sunum özellikleri üzerinde edinime yönelik yaptığı değerlendirmeler ise “kullanıcının konut/sunum değerlendirmeleri” olarak tanımlanmıştır (Şekil 5.1).

Kullanıcının konut edinim kararında etkisi irdelenen, somut ve soyut kullanıcı faktörleri, 4. bölümdeki araştırma verileri ile uyumlu isimlendirilmiştir. Etkisi irdelenen konut/sunum (konut ve çevresi) faktörleri de değerlendirmenin daha kolay ve bütünsel yapılabilmesi için, 4.5.2.’de yer alan Çizelge 4.29.a., Çizelge 4.30.a. ve Çizelge 4.34.a.’da ifade edilen kriterlere göre uyumlu bir şekilde gruplandırılmıştır. Konut çevresi özelliklerinin (komşuluk düzeni, ulaşım, güvenlik, biçim ve estetik, temizlik ve



Şekil 5.1. Kullanıcının İçsel Değerlendirmelerinde ve Konut/Sunum Değerlendirmelerindeki Etkisi İrdelenecek, Somut ve Soyut Kullanıcı Faktörleri ile Konut/Sunum (Örneklem Alanı) Faktörleri

sağlık ve sosyal çevre-hizmet) kullanıcı değerlendirmeleri üzerindeki faktör etkisi bütünsel olarak irdelenmiştir. Ayrıca konut/sunum konumunun ve merkeziyetinin de etken faktör olabileceği gözetilmiştir. Etkisi irdelenecek konut özellikleri ise; yasal, mimari ve teknik kriterlere göre gruplanmıştır. Konutun pazarlama unsurları da; tanıtım (haberdar olma yolu), güvenilirlik (marka/kurum güvenilirliği), finansal edinim koşulları (fiyat) ve kazanç (yatırım kazancı, vergi/harç muafiyeti vs.), sunulan konutun tasviri ve takdimi (satış temsilcisi, örnek daire, kataloglar ve maketler, satış ofisi vb) ve teslim tarihi (konutun teslim tarihi) kriterlerine göre gruplanmıştır. Satış sonrası hizmetlere yönelik etkili olabilecek örneklem alanı özellikleri ise; garanti, site yönetimi (bakım-temizlik-güvenlik) ve aidat olarak isimlendirilmiştir (Şekil 5.1.).

Değerlendirme bölümünde kullanıcının içsel değerlendirmesinde ve sunulan konutu değerlendirmesinde, somut kullanıcı faktörlerinin, soyut kullanıcı faktörlerinin ve konut/sunum (örneklem alanı) faktörlerinin etkisi irdelenmiştir. Yöntem olarak, örneklem alanlarındaki çoğunluk verilerine göre öne çıkan; kullanıcı değerlendirmeleri ile kullanıcı özellikleri arasında paralel uyum ya da zıtlıklar sırayla taranmıştır. Tespit edilen uyumda ya da zıtlıkta “değerlendirme” ile, ilgili “özellik” arasında anlamlı bir neden sonuç ilişkisi görüldüğünde, bu özellik “etken faktör” kabul edilmiştir. Değerlendirme esnasında konut/sunum özelliklerinin olası etkileri de neden sonuç ilişkisine bağlı olarak gözetilmiştir. Etken olduğu kabul edilen faktör etkilediği her değerlendirme için “1” değer sayılmıştır. Tüm kullanıcı değerlendirmeleri için etkili bulunan aynı faktörün değerler toplamı o faktörün etki ağırlığı kabul edilmiştir ($1+1+1+...= n=\text{faktörün etki ağırlığı}$). Bu bağlamda kullanıcının konut edinim kararında en çok etkisi olan faktörler tespit edilmeye çalışılmıştır (Çizelge 5.11).

Kullanıcının “içsel değerlendirmeleri” çoğunluk verileri ve konut/sunum değerlendirmelerinin çoğunluk verileri (Çizelge 4.29.a., Çizelge 4.30.a.) üzerinde “etkili özellik” taramalarının kolay yapılabilmesi için, tüm somut ve

soyut kullanıcı özelliklerinin çoğunluk verilerini içeren Çizelge 5.1 ve Çizelge 5.2. (Ek 4) ve konut/sunum (örneklem) tipik özelliklerini içeren Çizelge 4.3. (Ek 3) anahtar çizelgeleri hazırlanmıştır.

5.1. Kullanıcının Konut Edinim Niyet ve Önceliklerinde /İçsel Değerlendirmelerinde Etkili Faktörler

Bu bölümde tüm kullanıcı ve konut/sunum özelliklerinin, kullanıcının edinim niyet ve önceliklerindeki olası etkisi taranmış ve irdelenmiştir. Etkili bulunan özellikler kullanıcının konut edinim değerlendirmelerinde etken faktör olarak kabul edilmişlerdir. Katılımcılar genellikle, ailesi için, ikamet amaçlı, depreme dayanıklı, mevcut yaşam çevresine yakın, güvenli bir site içinde, 3+1 ya da 2+1 bir apartman dairesi edinmek istemektedir. Ancak ideali; bahçeli, az katlı müstakil bir evde/konutta yaşamaktır. Kullanıcının bu değerlendirmelerinde etkili olabilecek faktörler incelenecek olursa;

▪ Konut Edinim Amacında Etkili Faktörler

Tüm örneklem alanlarında ve örneklem bütününde kullanıcı büyük çoğunlukla yaşamak/oturmak (ikamet etmek) amacıyla yeni bir konut edinmek istemektedir. Kullanıcıların büyük çoğunluğunun ev sahibi olmasına rağmen ikamet amacıyla yeni konut edinmek istemeleri dikkat çekicidir. Kullanıcıların edinim önceliklerinde depreme karşı dayanıklılık koşulunun ilk sırada yer almasının ve kullanıcıların büyük çoğunluğunun kamuya kapalı bir sitede yaşamak istemesinin (mahremiyet ve güvenlik) ikamet amaçlı yeni konut edinimde etken olduğu düşünülmektedir. “Kamuya kapalı site” tipi konut sunumunun da kullanıcının bu isteğini perçinlediği düşünülmektedir. Yaşları 30-39 aralığında (genç yetişkin), evli ve çocuklu kullanıcıların çoğunlukta olduğu A ve B alanlarında ikamet etme amaçlı edinme oranları daha da yükselmiştir. Bu da kullanıcının yaşam döneminin (yaş, medeni hal ve çocuk sahipliği) konut edinme amacına yönelik kararlarını etkilediğini

göstermektedir. *Etkisi görülen somut kullanıcı faktörleri; yaş, medeni hal, çocuk sahipliği, mevcut yaşam çevresidir. Etkisi görülen soyut kullanıcı faktörleri ise; kullanıcının edinim öncelikleri (depreme dayanıklılık), kullanıcının yaşamak istediği komşuluk düzenidir (kamuya kapalı güvenli site tercihi). Etkisi görülen konut/sunum faktörleri de; konutun/sunumun çevresel, teknik ve mimari özellikleri ile site yönetimidir. (Ek 4, Çizelge 5.1., Çizelge 5.2.).*

▪ *Konut Edinim Öznesinde (Kimin İçin Edinildiği) Etkili Faktörler*

Tüm örneklem alanlarında konut ediniminin öznesi çoğunlukla aile olmuştur. Bekâr ya da evli çiftlerde bu söylem değişmiştir. Özellikle evli kadınların çoğunlukta olduğu alanlarda “ailem için konut edinmek istiyorum” söylemi daha da çok artmıştır. Bu da cinsiyet faktörünün edinime yönelik niyetleri etkilediğini göstermektedir. *Etkisi görülen somut kullanıcı faktörleri; cinsiyet, medeni hal, çocuk sahipliğidir (Ek 4, Çizelge 5.1., Çizelge 5.2.).*

▪ *Konut Edinim Etkinliğinde Etkili Faktörler*

Tüm örneklem alanlarında konut ediniminde çoğunlukla tüm aile üyelerinin eşit derecede etkin olduğu söylenmiştir. Evli kadın kullanıcının arttığı alanlarda bu söylem daha da artmıştır. Ancak, 40-49 yaş aralığında, üst gelir grubunda olan erkek kullanıcıların çoğunlukta olduğu C alanında diğer alanlardan ayrılan bir farkla %40 oranında “edinim kararında ben etkinim” denmiştir. Bu da edinim kararında etkinliğin, cinsiyete, özellikle yaş ve gelir grubuna bağlı olarak değişebileceğini düşündürmektedir. *Etkisi görülen somut kullanıcı faktörleri; cinsiyet, yaş ve gelir durumudur (Ek 4, Çizelge 5.1., Çizelge 5.2.).*

▪ *Konut Uzaklığı Önceliğinde Etkili Faktörler*

Tüm örneklem bütününde kullanıcı çoğunluğu yaşadığı semtten en fazla 0-5 km uzaklıkta konut edinmeyi planlamaktadır. Genellikle yaşadığı ve alıştığı semtten uzaklaşmak istememektedir. Kullanıcının genellikle kabul

edebildiği en uzak mesafenin 5-10 km olduğu görülmektedir. A alanında örneklem alanının konumunun ve transit otoyol üzerinde olmasının 5-10km uzaklıktan konut edinmek üzere gelen katılımcı sayısını arttırdığı düşünülmektedir. D alanında 20-40 km aralığındaki tercihlerin artmasında, yatırım amaçlı ya da bir yakını (yetişkin çocuğu vs.) için konut edinmek isteyen kullanıcı oranının artmasının ve bu alandaki edinim koşullarının (fiyatın) daha uygun olmasının etken olduğu düşünülmektedir. *Etkisi görülen somut kullanıcı faktörleri; kullanıcının mevcut yaşam çevresi ve gelir grubudur. Etkisi görülen soyut kullanıcı faktörleri; edinim amacı, edinimdeki konum önceliği, edinimdeki fiyat önceliği ve edinim öznesidir. Etkisi görülen konut/sunum faktörleri ise konut/sunum konumu ve fiyatı-kazancıdır (Ek 4, Çizelge 5.1., Çizelge 5.2.).*

▪ *Merkeziyet Tercihinde Etkili Faktörler*

Merkeze yakın örneklem alanlarını ziyaret eden kullanıcılar “merkeze yakın konumda konut edinmek isterim” derken, merkeze uzak örneklem alanlarını ziyaret eden kullanıcılar “uydu kentte/merkeze uzak konumda konut edinmek isterim” demiştir. Bu karar somut kullanıcı özellikleri açısından incelendiğinde gelir grubuna bağlı merkezdeki konutu edinebilme gücüyle ilişkili bulunmuştur. Ayrıca kullanıcının mevcut yaşam çevresine olan alışkanlığının da bu söylemde etkili olduğu düşünülmektedir. *Etkisi görülen somut kullanıcı faktörleri; gelir grubu, mevcut yaşam çevresidir. Etkisi görülen soyut kullanıcı faktörleri ise; hedef konut uzaklığıdır (Ek 4, Çizelge 5.1., Çizelge 5.2.).*

▪ *Komşuluk Düzeni Tercihinde Etkili Faktörler*

Tüm örneklem bütünü ortalamasında kullanıcı adayları %90 çoğunlukla kamuya kapalı site içinde yaşamak istemektedirler. Ancak C alanı dışındaki tüm alanlarda kullanıcının büyük çoğunluğu kamuya açık sokak düzeninde yaşamaktadır. Bu tercihte kullanıcının sosyal ve fiziksel açıdan değişen ve nitelik kaybına uğrayan mevcut yaşam çevresi koşullarının ve kullanıcının

dilediği çevresel kalite, güvenlik ve mahremiyet ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik konut sunumlarının artmasının etkili olduğu düşünülmektedir. *Etkisi görülen somut kullanıcı faktörleri; mevcut yaşam çevresidir. Etkisi görülen konut/sunum faktörleri; konut/sunum çevresel özellikleri ve site yönetimidir (bakım ve güvenlik) (Ek 4, Çizelge 5.1., Çizelge 5.2.).*

▪ *Konut Tipi Tercihinde Etkili Faktörler*

Merkeze yakın, gelir düzeyi yüksek kullanıcı gruplarının çoğunlukta olduğu örneklem alanlarında 3-4 odası ve 1 salonu olan (3+1 ve 4+1) apartman daireleri çoğunlukla tercih edilmiştir. Merkeze uzak ve daha çok orta gelir düzeyine hitap eden alanlarda ise 2 oda 1 salonlu ya da 1 oda 1 salonlu daire tipi tercih edilmiştir. Buna karşın kullanıcıların çoğunluğunun ideal konutunun oda sayısı 4'tür. Bu da kullanıcının aslında büyük konutta oturmak istediğini ancak gelir düzeyi ve edinim koşulları nedeniyle küçük konuta yöneldiğini göstermektedir. Ayrıca kullanıcının hane halkı yapısının da (medeni hal ve çocuk sahipliği) konut büyüklüğü tercihinde belirleyici olduğu görülmektedir. *Etkisi görülen somut kullanıcı faktörleri; gelir grubu, medeni hal ve çocuk sahipliğidir. Etkisi görülen konut/sunum faktörü ise; konut/sunum fiyatıdır (Ek 4, Çizelge 5.1., Çizelge 5.2.).*

▪ *İdeali Konut Tipi Tercihinde Etkili Faktörler*

Kullanıcıların çoğunluğu müstakil bahçeli ve en az 4 odalı bir evde yaşamayı hayal etmektedir. Ancak kullanıcıların çoğunluğu apartman dairesinde yaşamaktadır. Merkeze yakın örneklem alanlarında ideal ev 2-3 katlı olarak tercih edilirken merkeze uzak alanlarda tek katlı olarak tercih edilmiştir. Bu da gelir düzeyi ve yaşam çevresiyle kullanıcının ideal konut tanımlaması arasında ilişki olduğunu göstermektedir. *Etkisi görülen somut kullanıcı faktörleri; gelir grubu ve yaşam çevresidir (Ek 4, Çizelge 5.1., Çizelge 5.2.).*

▪ *Konut Edinim Önceliklerinde Etkili Faktörler*

Kullanıcıdan konut edinirken, “konutun; depreme dayanıklılık, fiyat, konum, mimari proje ve kalite, sunduğu sosyal imkânlar ve güvenlik (istenmeyen kişiler vb)” kriterlerini kendisi için öncelik sırasına dizmesi istediğinde D alanı dışında tüm örneklem alanlarında ve örneklem bütününde konutun depreme dayanıklılığı kriteri ilk sırayı almıştır. D alanında ilk sıraya “fiyat” kriteri geçmiştir. Fiyat kriteri B alanında da ikinci sıradadır. Bu da gelir grubunun konut edinimindeki öncelikleri etkilediğini göstermektedir. Yani orta gelirli kullanıcı konutun sağlam olduğundan eminse ve maddi olanakları konutu edinmeye yetiyorsa, bunu konutu edinmek için yeterli görebilmektedir. Diğer nitelikler daha sonra gelmektedir. Merkeze yakın örneklem alanlarındaki orta üstü gelir grubu ve eğitim düzeyi yüksek kullanıcı için ise fiyat 4. sırada gelmektedir. Fiyattan önce, depreme dayanıklılık kriterinden sonra, 2. sırada konum, 3. sırada ise mimari proje (konsept) ve kalite kriterleri gelmektedir. Merkeze uzak alanlarda ise konum 3. sıraya düşmüştür. Bunda soyut kullanıcı isteklerinin ve mevcut yaşam çevresinin merkeze uzak konumunun benimsenmesinin etkili olduğu düşünülmektedir. Yine merkeze uzak orta gelirli kullanıcının çoğunlukta olduğu alanlarda “mimari proje ve kalite” kriteri son sıralara doğru gerilemiştir. Bunda da gelir düzeyinin etkili olduğu düşünülmektedir. “Güvenlik” kriteri A alanı hariç tüm alanlarda son sıradadır. A alanında kullanıcının orta üstü gelir grubunda olmasına rağmen edinimine sunulan projenin alt gelir grubunun çoğunlukta olduğu bir kentsel doku içinde yer almasının güvenlik kriterinin diğer alanlara göre daha çok önemsenmesinde etkili olduğu düşünülmektedir. *Etkisi görülen somut kullanıcı faktörleri; gelir grubu, eğitim durumu ve mevcut yaşam çevresidir. Etkisi görülen konut/sunum faktörleri ise; konutun/sunumun konumu, çevresel özellikleri, mimari özellikleri ve fiyatı/kazancıdır (Ek 4, Çizelge 5.1., Çizelge 5.2.), (Ek 3, Çizelge 4.3.).*

5.2. Kullanıcının Konut/Sunum Değerlendirmelerinde Etkili Faktörler

Kullanıcının konut/sunum odaklı özellikleri genel olarak nasıl değerlendirdiğine değinildikten sonra konut özelliklerinin kullanıcı tarafından edinime yönelik değerlendirilmesinde somut ve soyut kullanıcı özelliklerinin ve konut/sunum özelliklerinin etkisi irdelenmiştir. Değerlendirmede, karşılaştırılan özelliklerin çoğunluk verilerinin uyumu ya da zıtlığı esas alınmıştır.

5.2.1. Konutun Çevresel Özelliklerini Değerlendirmede Etkili Faktörler

Bölüm 4.5.2., Çizelge 4.29.a.'da, konut çevresi özellikleri, kullanıcı değerlendirmelerindeki önem derecelerine göre sıralanmış ve ortak kriterlere göre gruplandırılmıştır. Çizelge 4.29.a.'ya göre kullanıcının, konut çevresini edinime yönelik olarak değerlendirirken, öncelik verdiği kriterler sırayla; sağlık-temizlik, güvenlik, ulaşım/ulaşabilirlik, biçim ve estetik ve sosyal çevre-imkânlar olmuştur. Özellikle, altyapının sağlıklı olması ile doğal afetlere (sel, deprem vs.) ve istenmeyen kişilere karşı güvenlik koşullarının sağlanmış olması en çok önemsenen özelliklerdir. Sosyal tesis, yüzme havuzu ve çocuk oyun alanlarının varlığı ise kullanıcı tarafından en az önemsenen çevresel özellikler olmuştur.

İlgili kriterlere gruplanan özellikler, tüm çevre özellikleri içinde önemli bulunma sırası gözetilerek, ait oldukları grup içinde irdelenmişlerdir. Değerlendirme sırasında tanımlanan her kriter ve kapsadığı özellikleri içeren (Çizelge 4.29.a.'dan) yeni alt çizelgeler oluşturulmuştur. Oluşturulan çizelgelerde de çoğunluk verilerine tonlamalarla dikkat çekilmeye çalışılmıştır. Buna göre;

▪ *Konut Çevresi Sağlık ve Temizlik Kriterini Değerlendirmede Etkili Faktörler*

Temizlik ve sağlık kriteri grubunda en çok önemsenen özellik altyapının sağlıklı ve dayanıklı olmasıdır. En az önemsenen özellik ise yerleşimin bir arıtma tesisinin olmasıdır (Çizelge 5.3.).

Çizelge 5.3. Anket Katılımcılarının “Sağlık ve Temizlik” Grubundaki Çevresel Özellikleri Değerlendirmeleri

Kriter Grubu	Önemli Bulunma Sırası	Alan Konumu	Alan Kodu	Merkeze Yakın										Merkeze Uzak										Genel Toplam				
				A					C					B					D									
				Ç	Ö	K	Ösiz	H.	Ç	Ö	K	Ösiz	H.	Ç	Ö	K	Ösiz	H.	Ç	Ö	K	Ösiz	H.	Ç	Ö	K	Ösiz	H.
				Ö (%)	Ö (%)	(%)	%	Ö. D. %	Ö (%)	Ö (%)	(%)	%	Ö. D. %	Ö (%)	Ö (%)	(%)	%	Ö. D. %	Ö (%)	Ö (%)	(%)	%	Ö. D. %	Ö (%)	Ö (%)	(%)	%	Ö. D. %
Sağlık ve Temizlik	1	Sitenin temiz su, pis su, kanalizasyon, elektrik, doğalgaz altyapı imalatlarının sağlıklı		66	34	0	0	0	82	18	0	0	0	56	44	0	0	0	52	48	0	0	0	64	36	0	0	0
	9	Sitenin sakin ve gürültüsüz bir ortam yaratması		30	64	4	2	0	48	42	8	2	0	28	68	4	0	0	24	64	12	0	0	33	60	7	1	0
	12	Sitenin yeterli kapasitede su depolarına sahip olması		66	34	0	0	0	48	50	0	2	0	22	70	4	2	2	26	44	24	6	0	41	50	7	2,5	0,5
	18	Sitenin arıtma tesisine sahip olması		28	60	8	4	0	36	50	6	8	0	18	64	10	6	2	8	36	48	8	0	23	53	18	6,5	0,5
Kullanıcı Değerlendirmeleri				Ç.Ö.: Çok Önemli					Ö.: Önemli					K.: Kararsızım					Ösiz.: Önemli					H.Ö.D.: Hiç Önemli Değil				

Eğitim ve gelir düzeyinin en yüksek olduğu C alanındaki kullanıcının %82 gibi büyük bir çoğunlukla “sitenin alt yapısının sağlıklı olması” kriterini çok önemli bulması eğitim ve gelir düzeyi özelliklerinin bu kriteri değerlendirmede etkili olduğu kanısını uyandırmaktadır. Ancak C örneklem alanında araştırmanın yapıldığı dönemde (Eylül 2009) gerçekleşen sel afetinin ve arazi konumunun kullanıcının bu konudaki hassasiyetini arttırdığı düşünülmektedir. Sitenin sakin ve gürültüsüz bir ortam yaratması özelliği kullanıcının ilerleyen yaşına paralel olarak daha çok önemsenmektedir. Yaş ortalamasının en yüksek olduğu C alanında bu özelliğin çok daha önemli bulunması da bu görüşü desteklemektedir (Çizelge 5.3.).

Sitenin yeterli kapasitede su depolarına sahip olmasının özellikle kadınların çoğunlukta olduğu A alanında çok daha fazla önemsenmesi,

cinsiyetin, çevre temizlik ve sağlık özelliklerini değerlendirmede etken olduğunu bir kez daha göstermektedir. Arıtma tesisi varlığının A alanına yakın bir değerde C alanında da önemsenmesi eğitim ve gelir düzeyinin de bu hususta etkili olduğu düşüncesini desteklemektedir. *Etkisi görülen somut kullanıcı faktörleri; cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, gelir grubu, mevcut yaşam çevresidir. Etkisi görülen konut/sunum özellikleri; konut/sunum çevresel özellikleri ve site yönetimidir (Ek 4, Çizelge 5.1.), (Ek 3, Çizelge 4.3.), (Çizelge 5.3.).*

▪ **Konut Çevresi Güvenlik Kriterini Değerlendirmede Etkili Faktörler**

Güvenlik kriteri grubundaki; sitenin güvenli (mahrem, entim) bir ortam yaratması ve arazinin deprem açısından yerleşime uygun olması özellikleri kullanıcı için tüm çevresel özellikler içinde önem sıralamasında 2. ve 3. sıraları alarak konut edinimindeki etkilerini vurgulamışlardır. Çevrenin aydınlatması ise bu bağlamda daha az önemsenmiştir (Çizelge 4.29.a.), (Çizelge 5.4.).

Çizelge 5.4. Anket Katılımcılarının “Güvenlik” Grubundaki Çevresel Özellikleri Değerlendirmeleri

Kriter Grubu	Önemli Bulunma Sırası	Alan Konumu	Merkeze Yakın										Merkeze Uzak										Genel Toplam				
		Alan Kodu	A					C					B					D									
		Hedef Konut Çevresinin/ Sitenin Özellikleri	Ç Ö (%)	Ö (%)	K (%)	Ösiz %	H. Ö. D. %	Ç Ö (%)	Ö (%)	K (%)	Ösiz %	H. Ö. D. %	Ç Ö (%)	Ö (%)	K (%)	Ösiz %	H. Ö. D. %	Ç Ö (%)	Ö (%)	K (%)	Ösiz %	H. Ö. D. %	Ç Ö (%)	Ö (%)	K (%)	Ösiz %	H. Ö. D. %
Güvenlik	2	Sitenin güvenli bir ortam yaratması (mahremiyet,	34	66	0	0	0	44	54	2	0	0	34	66	0	0	0	32	68	0	0	0	36	64	0,5	0	0
	3	Arazisinin deprem açısından yerleşime uygun olması	56	42	0	2	0	56	44	0	0	0	58	38	4	0	0	12	80	0	8	0	46	51	1	2,5	0
	10	Sitenin tüm ortak açık ve kapalı alanların iyi aydınlatılması	22	76	2	0	0	12	72	10	4	2	8	80	6	6	0	4	92	2	2	0	12	80	5	3	0,5

Kullanıcı Değerlendirmeleri			Ç.Ö.: Çok Önemli					Ö.: Önemli					K.: Kararsızım					Ösiz.: Önemsiz					H.Ö.D.: Hiç Önemli Değil				
-----------------------------	--	--	------------------	--	--	--	--	------------	--	--	--	--	----------------	--	--	--	--	----------------	--	--	--	--	--------------------------	--	--	--	--

Gelir düzeyi en yüksek olan C alanındaki kullanıcının diğer alanlara göre güvenlik kriterini daha fazla önemsemesi gelir düzeyinin bu konuda etken olduğunu düşündürmektedir. Ayrıca soyut kullanıcı faktörlerinden

“hedef komşuluk düzeni”nin de etkili olduğu düşünülmektedir. Çünkü kullanıcının kamuya kapalı site isteğiyle, güvenlik kriterlerinin ilk sırasında yer alan sitenin güvenli bir ortam yaratması özelliğine yönelik değerlendirmesi uyumludur (Ek 4, Çizelge 5.1., Çizelge 5.2.), (Çizelge 5.4.).

Deprem güvenliğine yönelik değerlendirme ile kullanıcının edinime yönelik “konutun depreme dayanıklı olması” önceliği de uyumludur. *Bu bağlamda etkisi görülen somut kullanıcı faktörleri; gelir düzeyi/grubudur. Soyut kullanıcı faktörleri ise; hedef komşuluk düzeni ve edinim öncelikleridir(depreme dayanıklılık önceliğidir). Etkisi görülen konut/sunum özellikleri ise konumu, çevresel özellikleridir (komşuluk tipi), site yönetimidir (Ek 4, Çizelge 5.1., Çizelge 5.2.), (Ek 3, Çizelge 4.3), (Çizelge 5.4.).*

▪ *Konut Çevresi Ulaşım/Ulaşılabilirlik Kriterini Değerlendirmede Etkili Faktörler*

Ulaşımaya yönelik kullanıcı değerlendirmeleri içinde “yerleşime ana yollardan (arterlerden) otomobille kolay ulaşılması” en çok önemsenen koşulken, “yerleşime yaya olarak kolay ulaşılabilmesi” ise en az önemsenen koşul olmuştur. Konutun otopark imkanının bulunması ise kullanıcı için oldukça önemlidir (Çizelge 5.5.).

Çizelge 5.5. Anket Katılımcılarının “Ulaşım/Ulaşılabilirlik” Grubundaki Çevresel Özellikleri Değerlendirmeleri

Kriter Grubu	Önemli Bulunma Sırası	Alan Konumu	Merkeze Yakın										Merkeze Uzak										Genel Toplam				
		Alan Kodu	A					C					B					D									
		Hedef Konut Çevresinin/ Sitenin Özellikleri	Ç Ö (%)	Ö (%)	K (%)	Ösiz %	H. Ö. D. %	Ç Ö (%)	Ö (%)	K (%)	Ösiz %	H. Ö. D. %	Ç Ö (%)	Ö (%)	K (%)	Ösiz %	H. Ö. D. %	Ç Ö (%)	Ö (%)	K (%)	Ösiz %	H. Ö. D. %	Ç Ö (%)	Ö (%)	K (%)	Ösiz %	H. Ö. D. %
Ulaşım/Ulaşılabilirlik	4	Ana yollardan otoyola kolay ulaşılabilmesi	34	64	0	2	0	46	46	2	6	0	32	68	0	0	0	34	60	0	6	0	37	60	0,5	3,5	0
	6	Sitenin her ev için en az bir araçlık özel otopark imkanı olması	44	54	2	0	0	54	42	2	2	0	18	78	0	4	0	32	52	14	2	0	37	57	4,5	2	0
	8	Yakınında toplu ulaşım imkanı olması	30	64	2	4	0	32	52	4	10	2	30	70	0	0	0	30	64	2	4	0	31	63	2	4,5	0,5
	11	Çevresindeki oto trafiği yoğunluğu	18	68	2	12	0	30	56	4	8	2	8	88	2	2	0	6	86	4	4	0	16	75	3	6,5	0,5
	19	Yaya olarak kolay ulaşılabilmesi	8	50	12	30	0	20	54	4	20	2	16	66	4	14	0	4	70	8	18	0	12	60	7	21	0,5
Kullanıcı Değerlendirmeleri			Ç.Ö.: Çok Önemli					Ö.: Önemli					K.: Kararsızım					Ösiz.: Önemsiz					H.Ö.D.: Hiç Önemli Değil				

Merkeze yakın örneklem alanlarında (özellikle en merkezi olan C alanında) ana yollardan kolay ulaşılabilmesi ve taşıt (oto) trafiği yoğunluğu daha fazla önemsenmiştir. Her ev için otopark yeri olması tüm örneklem alanlarında oto sahipliği oranına paralel olarak önemsenmiştir. Toplu ulaşım imkânının olması tüm alanlarda önemsenmekle birlikte merkeze uzak alanlarda daha fazla önemsenmiştir. *Etkisi görülen somut kullanıcı faktörleri; gelir grubu ve oto sahipliğidir. Etkisi görülen konut/sunum faktörleri ise; konutun/sunumun semti/konumu ve merkezietidir (Ek 4, Çizelge 5.1., Çizelge 5.2.), (Ek 3, Çizelge 4.3), (Çizelge 5.5.).*

▪ *Konut Çevresinin Biçim ve Estetik Kriterini Değerlendirmede Etkili Faktörler*

Yerleşimin peyzajı, biçim ve estetik grubunda en çok önemsenen kriterdir. Özellikle yeşil dokunun varlığı ve bakımı kullanıcı için çok önemlidir. Bu özellik temizlik ve sağlık kriteri grubunda değerlendirilecek olursa da önem bakımından ön sıralarda yer almaktadır. Bu özelliğin ardından binaların yerleşimi (yoğunluk, manzara vs) ve binaların biçimsel özellikleri gelmektedir. Sunulan yerleşimin içinde bulunduğu kentsel doku ise en az önemsenen biçimsel niteliktir. Kamuya kapalı site beklentisinin bu değerlendirmede etkili olduğu düşünülmektedir (Çizelge 5.6.).

Çizelge 5.6. Anket Katılımcılarının “Biçim ve Estetik” Grubundaki Çevresel Özellikleri Değerlendirmeleri

Kriter Grubu	Önemli Bulunma Sırası	Alan Konumu	Merkeze Yakın										Merkeze Uzak										Genel Toplam				
		Alan Kodu	A					C					B					D									
		Hedef Konut Çevresinin/ Sitenin Özellikleri	Ç. Ö. (%)	Ö. (%)	K. (%)	Ösiz. %	H. Ö. D. %	Ç. Ö. (%)	Ö. (%)	K. (%)	Ösiz. %	H. Ö. D. %	Ç. Ö. (%)	Ö. (%)	K. (%)	Ösiz. %	H. Ö. D. %	Ç. Ö. (%)	Ö. (%)	K. (%)	Ösiz. %	H. Ö. D. %	Ç. Ö. (%)	Ö. (%)	K. (%)	Ösiz. %	H. Ö. D. %
Biçim ve Estetik	5	Sitenin ağaçlandırılması ve çiçeklendirilmesi/peyzajı	48	52	0	0	0	56	44	0	0	0	38	54	6	2	0	18	72	4	6	0	40	56	2,5	2	0
	7	Sitedeki binaların birbirine yakınlığı ve konumları	30	68	0	2	0	46	50	4	0	0	22	74	2	2	0	28	54	12	6	0	32	62	4,5	2,5	0
	14	Sitedeki binaların mimari formu	18	74	4	4	0	38	52	8	2	0	6	82	0	12	0	12	72	12	4	0	19	70	6	5,5	0
	16	Sitenin yaya, otomobil ve bisiklet yollarının düzeni /peyzajı	18	76	6	0	0	20	74	2	4	0	26	68	6	0	0	2	60	32	6	0	17	70	12	2,5	0
	17	Site çevresindeki dokunun nitelikli ve estetik binalardan	14	72	2	12	0	30	62	6	2	0	18	60	10	12	0	2	64	8	26	0	16	65	6,5	13	0
Kullanıcı Değerlendirmeleri			Ç.Ö.: Çok Önemli					Ö.: Önemli					K.: Kararsızım					Ösiz.: Önemsiz					H.Ö.D.: Hiç Önemli Değil				

Özellikle C alanında biçimsel özelliklere ve estetik değerlere verilen önemin artması; kullanıcının gelir/eğitim düzeyi ve yaşam çevresiyle ilgili olduğu kadar konuta yönelik beklentileriyle de alakalı bulunmuştur. *Etkisi görülen somut kullanıcı faktörleri; gelir grubu, eğitim düzeyi ve mevcut yaşam çevresidir. Etkisi görülen soyut kullanıcı faktörleri ise; edinim öncelikleri (üst gelir gruplarında mimari konseptin ilk sıralarda gelmesi) ve hedef konut komşuluğudur. Etkisi görülen konut/sunum faktörleri de; konut çevresi özellikleri (biçimsel) ve konutun mimari özellikleridir (Ek 4, Çizelge 5.1., Çizelge 5.2.), (Ek 3, Çizelge 4.3), (Çizelge 5.6.).*

▪ **Konut Çevresi Sosyal Ortamını Değerlendirmede Etkili Faktörler**

Sosyal koşullara yönelik değerlendirmelerinde kullanıcı en fazla komşularının sosyal statüleriyle ve yaşama biçimleriyle ilgilenmektedir. Ticaret, eğitim, sağlık, ibadet vb hizmet donatıları da bu özellikten sonra önemsenmektedir. Yüzme havuzu ve çocuk oyun alanlarının varlıkları ise konut ediniminde en az önemsenen kriterlerdir (Çizelge 5.7.)

Çizelge 5.7. Anket Katılımcılarının “Sosyal Çevre ve İmkanlar”
Grubundaki Çevresel Özellikleri Değerlendirmeleri

Kriter Grubu	Önemli Bulunma Sırası	Alan Konumu	Merkeze Yakın										Merkeze Uzak										Genel Toplam				
		Alan Kodu		A				C				B				D											
		Hedef Konut Çevresinin/ Sitenin Özellikleri	Ç Ö (%)	Ö (%)	K (%)	Ösiz %	H. Ö. D. %	Ç Ö (%)	Ö (%)	K (%)	Ösiz %	H. Ö. D. %	Ç Ö (%)	Ö (%)	K (%)	Ösiz %	H. Ö. D. %	Ç Ö (%)	Ö (%)	K (%)	Ösiz %	H. Ö. D. %					
Sosyal Çevre ve İmkanlar	13	Olası komşularınızın sosyal statüleri ve yaşama biçimleri	46	40	6	6	2	52	42	2	2	2	44	42	0	14	0	16	74	8	2	0	40	50	4	6	1
	15	Sosyal hizmet, eğitim ve ticaret alanlarına (kreşe, okullara, hastaneye, camiye, alışveriş merkezlerine) yakınlığı, mümkünse bunları kapsaması	28	58	4	8	2	18	60	4	16	2	40	56	2	2	0	10	76	14	0	0	24	63	6	6,5	1
	20	Sitenin sosyal tesisinin ve yüzme havuzunun olması	24	58	4	12	2	22	52	8	12	6	12	34	12	38	4	18	56	2	24	0	19	50	6,5	22	3
	21	Sitenin çok sayıda çocuk oyun alanına sahip olması	26	50	4	20	0	6	50	10	30	4	18	50	16	16	0	8	60	8	24	0	15	53	9,5	23	1
Kullanıcı Değerlendirmeleri			Ç.Ö.: Çok Önemli				Ö.: Önemli				K.: Kararsızım				Ösiz.: Önemsiz				H.Ö.D.: Hiç Önemli Değil								

D alanında, komşuların sosyal statüsü ve yaşama biçimine yönelik değerlendirmelerdeki farklılığın bu alandaki genç-erkek kullanıcıların

çoğunlukta olmasına bağlı olduğu düşünülmektedir. Gençlerin komşuların sosyal statü ve yaşama biçimlerini daha az önemsedikleri düşünülmektedir. Sosyal hizmet alanlarının konut çevresinde ulaşılabilir uzaklıkta olması özellikle B alanında çok daha fazla önemsenmiştir. Bunda B alanındaki kullanıcının mevcut yaşam çevresinin ve edinim önceliklerinin etkili olduğu düşünülmektedir. B alanındaki kullanıcının yaşam çevresi uydu kent olarak kurulmuş bir toplu konut alanıdır. B alanındaki kullanıcı için sosyal imkanların varlığı konutun mimari projesi ve kalitesi kriterinden daha önceliklidir. Sosyal tesis ve yüzme havuzunun varlığının özellikle gelir grubunun orta üstü ve üst olduğu A ve C alanlarında diğer alanlardan çok daha fazla önemsendiği görülmektedir. Bu da gelir düzeyinin sosyal koşulları değerlendirmede etken olduğunu düşündürmektedir. Çocuklu ailelerin çoğunlukta olduğu A ve B alanlarında çocuk oyun alanlarının varlığı önem kazanırken, çocuk sahipliğinin düşük olduğu C alanında bu özelliği önemsiz bulanların artması çocuk sahipliğinin de sosyal imkânlarla yönelik değerlendirmelerde etken olduğunu düşündürmektedir. *Etkisi görülen somut kullanıcı faktörleri; yaş, medeni hal ve çocuk sahipliği, gelir grubu ve mevcut yaşam çevresidir. Etkisi görülen soyut kullanıcı faktörü ise; edinim öncelikleridir (konum ve sosyal imkânlar). Etkisi görülen konut/sunum faktörleri; konutun/sunumun konumu ve çevresel özellikleri-sosyal imkânlarıdır. (Ek 4, Çizelge 5.1., Çizelge 5.2.), (Çizelge 5.7.).*

5.2.2. Konut Özelliklerini Değerlendirmede Etkili Faktörler

Konuta yönelik kullanıcı değerlendirmeleri incelendiğinde ise yapısal sağlamlığı ve dayanıklılığı sağlayan teknik özelliklerin önem bakımından ilk sıralarda yer aldığı görülmektedir. Kullanıcı konutun sahip olduğu yasal nitelikleri de oldukça önemsemektedir. Mimari özellikler ise bu iki kriterden sonra kendine yer bulabilmektedir. Kullanıcı için, konutun, aydınlık ve ferah olması, mutfak büyüklüğü ve düzeni gibi mekânsal özellikleri, bulunduğu binanın formu, estetiği ve yapısal kalitesi gibi biçimsel ve yapısal

özelliklerinden daha önceliklidir. Bölüm 4.5.2. Çizelge 4.30.a.'da, tüm konut özellikleri, kullanıcı değerlendirmelerindeki önem derecelerine göre sıralanmış ve ortak kriterlere göre gruplanmıştır. Tanımlanan her kriter ve kapsadığı özellikler için Çizelge 4.30.a.'dan alt çizelgeler oluşturulmuştur. Buna göre;

▪ *Konutun Teknik Özelliklerini Değerlendirmede Etkili Faktörler*

Kullanıcının en çok önem verdiği teknik özellikler yapı ve tesisat sağlamlığı/dayanıklılığıdır. Ardından ısı, nem/su ve ses yalıtımına yönelik konfor özellikleri gelmektedir. Bina kaçış imkanları ve yangın güvenliği de kullanıcı için önemlidir. İnternet ve yerden ısıtma gibi konfor özellikleri ise önem sıralamasında son sıralarda yer almaktadır (Çizelge 5.8.).

Çizelge 5.8. Anket Katılımcılarının “Teknik Özellikler” Grubundaki Konut Özelliklerini Değerlendirmeleri

Kriter Grubu	Önemli Bulunma Sırası	Alan Konumu	Merkeze Yakın										Merkeze Uzak										Genel Toplam				
		Alan Kodu	A					C					B					D									
		Hedef Konutun Özellikleri	Ç Ö (%)	Ö (%)	K (%)	Ösiz %	H. Ö. D. %	Ç Ö (%)	Ö (%)	K (%)	Ösiz %	H. Ö. D. %	Ç Ö (%)	Ö (%)	K (%)	Ösiz %	H. Ö. D. %	Ç Ö (%)	Ö (%)	K (%)	Ösiz %	H. Ö. D. %	Ç Ö (%)	Ö (%)	K (%)	Ösiz %	H. Ö. D. %
Sağlamlık-Dayanıklılık	1	Deprem yönetmeliğine göre inşa edilmiş/edilecek olması	48	52	0	0	0	76	24	0	0	0	42	58	0	0	0	32	68	0	0	0	50	51	0	0	0
	2	Tüm tesisatının (elektrik ve mekanik) kaliteli ve dayanıklı malzemeden yapılmış olması	56	44	0	0	0	56	42	0	2	0	38	62	0	0	0	28	72	0	0	0	45	55	0	0,5	0
	21	İnşaat yapım tekniği	40	54	2	4	0	48	32	4	16	0	24	70	4	0	2	18	66	4	12	0	33	56	3,5	8	0,5
Konfor	3	Pencerelerin su ve ısı geçirmez özellikte olması	44	56	0	0	0	46	54	0	0	0	22	76	2	0	0	50	48	2	0	0	41	59	1	0	0
	6	Isı ve ses yalıtımı yapılmış olması	44	52	4	0	0	60	38	2	0	0	22	72	4	2	0	8	88	2	2	0	34	63	3	1	0
	18	Isıtma sistemine, ortak alanlara ve asansörlere hizmet edebilecek jeneratörlerin bulunması	42	54	0	4	0	58	38	4	0	0	38	48	8	6	0	22	66	4	8	0	40	52	4	4,5	0
	25	Uydu anten sisteminin bulunması	16	66	14	4	0	22	50	2	22	4	12	68	6	12	2	8	76	2	14	0	15	65	6	13	1,5
	30	İnternet erişimi sunulması	24	54	10	12	0	18	50	12	18	2	14	54	12	20	0	0	14	42	42	2	14	43	19	23	1
	33	Yerden ısıtma olması	6	32	20	36	6	4	26	26	40	4	4	32	16	40	8	0	12	4	80	4	3,5	26	17	49	5,5
Güvenlik	10	Merdiven ve yangın merdivenlerinin gerekli teknik özelliklere sahip olması	48	50	0	2	0	44	48	6	2	0	30	70	0	0	0	20	72	8	0	0	36	60	3,5	1	0
	11	Asansörlerin gerekli sayıda, büyüklükte ve teknik özellikte olması	44	50	4	2	0	46	48	0	6	0	30	68	0	2	0	26	70	2	2	0	37	59	1,5	3	0
	15	Kombili ise kombisinin yönetmeliklere göre takılmış olması	56	44	0	0	0	40	54	2	4	0	30	58	6	6	0	8	88	2	2	0	34	61	2,5	3	0
	20	Yangın ve gaz kaçağı ihbar sisteminin bulunması	42	56	2	0	0	32	64	2	2	0	28	64	4	4	0	10	56	34	0	0	28	60	11	1,5	0
	28	Tüm kapıları ve bahçeyi izleyebilen görüntülü interkom sistemi olması	22	60	8	10	0	16	58	8	16	2	14	58	8	20	0	8	28	28	32	4	15	51	13	19,5	1,5
Kullanıcı Değerlendirmeleri			Ç.Ö.: Çok Önemli					Ö.: Önemli					K.: Kararsızım					Ösiz.: Önemsiz					H.Ö.D.: Hiç Önemli Değil				

Kullanıcının çoğunluğu ısıtma tipi olarak doğal gaz kaynaklı kombili sistemi tercih ederken sunulan konut projelerindeki ısıtma çözümlerine uyumlu bir şekilde kullanıcı da tercihini değiştirmektedir (Şekil 4.31), (Ek 3, Çizelge 4.31.), (Çizelge 5.8.).

A alanında kombili teslim verilen önem, sunulan konut özelliklerinin (teknik) kullanıcı değerlendirmelerini etkilediğini kanısını desteklemektedir. Kullanıcı öncelikleriyle, konut teknik özelliklerinin depreme dayanıklılık açısından uyum göstermesi soyut kullanıcı isteklerinin konut değerlendirmesinde etken olduğunu göstermektedir (Ek 4, Çizelge 5.2.), (Ek 3, Çizelge 4.3), (Çizelge 5.8.).

Eğitim seviyesinin daha yüksek olduğu C alanında sağlamlık kriterinin daha çok önemsendiği kadınların çoğunlukta olduğu A alanında da güvenlik kriterlerinin daha çok önemsendiği görülmüştür. D alanında konfor özelliklerine daha çok önem verilmesinin sunulan konutun teknik özelliklerine yönelik kaygıdan kaynaklandığı düşünülmektedir. Ayrıca gelir düzeyinin en yüksek olduğu C alanında “jeneratör bulunması” gibi konfor-güvenlik özelliklerinin yüksek değerlerde önemli bulunması da dikkat çekmiştir. *Buna göre etkisi görülen somut kullanıcı faktörleri; cinsiyet, gelir grubu, eğitim düzeyi ve mevcut yaşam çevresidir. Etkisi görülen soyut kullanıcı faktör ise; edinim öncelikleridir. Etkisi görülen konut/sunum faktörleri de; konutun/sunumun teknik özellikleri ve konutun tasviri ve takdimidir (örnek konutlar, kataloglar vs.)* (Ek 4, Çizelge 5.1., Çizelge 5.2.), (Ek 3, Çizelge 4.3), (Çizelge 5.8.).

▪ Konutun Yasal Özelliklerini Değerlendirmede Etkili Faktörler

Binanın yapı ruhsatı almış olması tüm gelir gruplarındaki kullanıcılar için önemlidir. Aynı zamanda 33 konut özelliği içinde 4. sırada önem verilmektedir. Eğitim ve gelir düzeyinin en yüksek olduğu C alanında yasal özellikler en yüksek değerlerde önemli bulunmuştur. Bu da eğitim ve gelir

düzeyinin konutun yasal özelliklerini değerlendirmede etkili olduğunu düşündürmektedir. Kat mülkiyeti tapusunun varlığına yönelik değerlendirmelerde kullanıcının edimim gücü azaldıkça verilen önemin de azaldığını söyleyebiliriz. *Buna göre etkisi görülen somut kullanıcı faktörleri; eğitim düzeyi ve gelir düzeyidir. Etkisi görülen konut/sunum özellikleri ise güvenilirlik ve konutun/sunumun yasal özellikleridir (Ek 4, Çizelge 5.1., Çizelge 5.2.), (Ek 3, Çizelge 4.3), (Çizelge 5.9.).*

Çizelge 5.9. Anket Katılımcılarının “Yasal Özellikler” Grubundaki Konut Özelliklerini Değerlendirmeleri

Kriter Grubu	Önemil Bulunma Sırası	Alan Konumu	Merkeze Yakın										Merkeze Uzak										Genel Toplam				
		Alan Kodu	A					C					B					D									
		Hedef Konutun Özellikleri	Ç Ö (%)	Ö (%)	K (%)	Ösiz %	H. Ö. D. %	Ç Ö (%)	Ö (%)	K (%)	Ösiz %	H. Ö. D. %	Ç Ö (%)	Ö (%)	K (%)	Ösiz %	H. Ö. D. %	Ç Ö (%)	Ö (%)	K (%)	Ösiz %	H. Ö. D. %					
Yasal	4	Bulunduğu binanın yasa ve yönetmeliklere uygun olarak inşaat ruhsatı almış olması	42	56	2	0	0	66	34	0	0	0	42	54	2	2	0	46	52	2	0	0	49	49	1,5	0,5	0
	8	Kat irtifakı/mülkiyeti tapularının çıkarılmış/ çıkarılacak olması	42	58	0	0	0	62	36	2	0	0	26	70	4	0	0	24	68	8	0	0	39	58	3,5	0	0
Kullanıcı Değerlendirmeleri			Ç.Ö.: Çok Önemli					Ö.: Önemli					K.: Karasızım					Ösiz.: Önemsiz					H.Ö.D.: Hiç Önemli Değil				

▪ *Konutun Mimari Özelliklerini (Mekânsal, Biçimsel, İşlevsel, Yapısal) Değerlendirmede Etkili Faktörler*

Genel olarak kullanıcı için konutu ilk algılayışında etkili olan (aydınlık ve ferah olması, mutfakın geniş olması ve banyo özellikleri, daire planı, iç-dış mekân ilişkisi gibi) mekânsal özellikler ilk sıralarda gelmektedir. Konutun bulunduğu binanın formu ve kalitesine yönelik biçimsel özelliklere de yakın değerlerde önem verilmektedir. Yapısal kalite ise kullanıcı için mekânsal ve biçimsel etkiden ayrılmaz bir biçimde önemlidir. Kullanıcının az katlı ideal konut tanımına rağmen “bina kat adedi”ne verdiği önemin daha az olmasının çok katlı konut sunumuna razı oluşundan kaynaklandığı düşünülmektedir. “Konutun en az bir balkonun bulunması” kriteri oldukça önemsenirken “balkonların camekânla kapatılabilir olması” ilginç bir şekilde önemsiz bulunmuştur (Çizelge 5.10.).

Çizelge 5.10. Anket Katılımcılarının “Mimari” Özellikler Grubundaki Konut Özelliklerini Değerlendirmeleri

Kriter Grubu	Önemli Bulunma Sırası	Alan Konumu	Merkeze Yakın												Merkeze Uzak												Genel Toplam				
		Alan Kodu					A					C					B					D									
		Hedef Konutun Özellikleri	Ç Ö (%)	Ö (%)	K (%)	Ösiz %	H.Ö. D. %	Ç Ö (%)	Ö (%)	K (%)	Ösiz %	H.Ö. D. %	Ç Ö (%)	Ö (%)	K (%)	Ösiz %	H.Ö. D. %	Ç Ö (%)	Ö (%)	K (%)	Ösiz %	H.Ö. D. %	Ç Ö (%)	Ö (%)	K (%)	Ösiz %	H.Ö. D. %				
Mekansal	5	Aydınlık ve ferah olması	34	64	2	0	0	52	46	0	2	0	30	70	0	0	0	8	92	0	0	0	31	68	0,5	0,5	0				
	7	Mutfağının geniş ve kullanışlı olması (mekan büyüklüğü, masa ve beyaz eşya yerleri, dolap düzeni)	60	38	0	2	0	42	54	2	0	2	54	46	0	0	0	46	44	4	6	0	51	46	1,5	2	0,5				
	13	Evin Konumlandığı kat ve manzarası	18	76	2	4	0	44	50	4	2	0	20	74	2	4	0	44	52	2	2	0	32	63	2,5	3	0				
	14	Mimari planı	28	70	0	2	0	38	60	0	2	0	26	66	4	4	0	24	64	8	4	0	29	65	3	3	0				
	17	En az bir balkonunun olması	44	52	4	0	0	46	40	4	8	2	40	60	0	0	0	34	50	2	12	2	41	51	2,5	5	1				
	19	Büyüklüğü (m2)	16	74	10	0	0	10	76	4	10	0	10	78	4	8	0	12	82	4	2	0	12	78	5,5	5	0				
	22	Mobilyaların rahatça yerleşebilmesi	34	66	0	0	0	18	72	4	6	0	20	74	2	4	0	4	56	24	16	0	19	67	7,5	6,5	0				
	23	Dairenin banyodan ayrı bir tuvaletinin bulunması	26	58	4	12	0	24	52	10	10	4	16	74	0	8	2	20	72	2	6	0	22	64	4	9	1,5				
	27	Ortak banyo dışında bir de ebeveyn banyosunun	28	54	6	12	0	28	62	2	8	0	10	54	6	30	0	2	38	22	32	6	17	52	9	20,5	1,5				
	31	Küçük bir çamaşır odasının bulunması	26	46	12	16	0	18	60	10	12	0	12	46	18	24	0	4	8	50	38	0	15	40	23	22,5	0				
Biçimsel	9	Bulunduğu binanın mimari formu/ estetik ve kalitesi	40	58	2	0	0	28	72	0	0	0	22	74	0	4	0	4	88	4	4	0	24	73	1,5	2	0				
İşlevsel	12	Banyo ve tuvaletlerinin kullanışlı olması ve kaliteli vitrifiye ve armatürle tefriş	42	56	0	2	0	50	46	0	4	0	28	64	4	4	0	12	82	4	2	0	33	62	2	3	0				
	24	Gömme dolap ve vestiyer bulunması	46	44	4	6	0	30	58	4	8	0	14	66	6	14	0	14	62	4	18	2	26	58	4,5	11,5	0,5				
	29	Mutfağında ankastre ürünlerin verilmesi	16	44	6	28	6	4	38	18	38	2	10	34	12	44	0	4	88	4	4	0	8,5	51	10	28,5	2				
	32	Balkonlarının camekânla kapatılıp açılabilir olması	6	28	30	30	6	10	42	6	36	6	2	46	18	24	10	2	2	16	76	4	5	30	18	41,5	6,5				
Yapısal	16	Kapılarının, döşeme ve duvar kaplamalarının malzeme ve işçilik kalitesi	42	58	0	0	0	30	68	0	2	0	24	62	4	10	0	28	66	2	4	0	31	64	1,5	4	0				
	26	Binanın kat adedi	10	64	8	18	0	12	40	16	32	0	14	58	4	24	0	8	88	2	2	0	11	63	7,5	19	0				
Kullanıcı Değerlendirmeleri			Ç.Ö.: Çok Önemli				Ö.: Önemli				K.: Kararsızım				Ösiz.: Önemersiz				H.Ö.D.: Hiç Önemli Değil												

Kullanıcının genellikle alım gücüne bağlı olarak edinebildiği konutun özelliklerini benimseyerek değerlendirme yaptığı görülmektedir. Ayrıca çoğunluğu kadın olan A alanında mutfak büyüklüğü, vestiyer/dolap varlığı, kapı-döşeme-duvar malzeme ve işçiliği gibi, mekansal, işlevsel, biçimsel ve yapısal kriterlere verilen önemin çok daha fazla olması cinsiyetin mimari özellikleri değerlendirmede etken olduğunu göstermektedir. Yine “konutun bulunduğu binanın estetiği ve kalitesi” kriterine A alanında tüm örnekleme göre açık bir farkla “çok önem” verilmesi cinsiyetin “estetik” değerlere verilen önemi de arttırdığını göstermektedir (Ek 4, Çizelge 5.1.), (Çizelge 5.10.).

Estetik değ rlere C alanında da B ve D alanından daha fazla önem verilmiştir. Bu da kullanıcı gelir grubunun estetik değ rlendirmelerde etken olduğunu göstermektedir. Ayrıca eğitim düzeyinin en yüksek olduğu C alanında mekânsal özelliklere ( ok)  nem verme düzeyinin de yüksek olduğu görülmüştür. Ebeveyn banyosu ve ikinci bir tuvalet, çamaşır odası gibi mek nlara gelir düzeyinin yüksek olduğu A ve C alanlarında daha çok önem verilmiştir. *Etkisi görülen somut kullanıcı faktörleri; cinsiyet, gelir düzeyi/grubu ve eğitim düzeyidir. Etkisi görülen konut faktörleri ise; mimari özellikleri ve bunların takdimidir (Ek 4,  izelge 5.1.,  izelge 5.2.), (Ek 3,  izelge 4.3), ( izelge 5.10.).*

▪ Konut İçi İnce Yapı İmalatına Yönelik Tercihle Etkili Faktörler

Kullanıcıların büyük çoğunluğu örnek dairede gördüğü beğendiği ince yapı özelliklerine göre tamamlanmış konutu (taşınmaya hazır olarak) teslim almak istemektedir. Gelir grubu yüksek olsa dahi imalat sürecini yönetmek istemeyebilmektedir. Dekoratif niteliklerin en düşük olduğu B alanında evini dekore ettirmek isteyenlerin oranının yüksek olması, örnek konut seçeneklerinin cazip olarak sunulduğu A alanında ise gelir grubu yüksek olmasına rağmen konutun bitmiş teslim alınmak istenmesi konut sunumunun bu tercihi değ rlendirmede etkili olduğunu düşündürmektedir. Ayrıca özellikle yüzlerce kullanıcın ev sahibi olduğu toplu konut sunumlarında her kullanıcının evinin (i ) ince yapı imalatını kendisinin yaptırmasının diğer kullanıcılara oldukça rahatsız edici bir süreç yaşatması kaçınılmaz olacaktır. *Soyut ve somut kullanıcı faktörlerinin etkisi görülmemiştir. Etkili bulunan konut/sunum faktörleri ise; konutun mimari projesi ve konutun takdimi/tasviridir (Ek 3,  izelge 4.32,  izelge 4.3).*

5.2.3. Pazarlama Unsurlarını Değerlendirmede Etkili Faktörler

Katılımcılar için en önemli pazarlama unsuru konutun ne zaman teslim edileceğidir. Ardından konutun zamanla kazanacağı maddi değ r ve edinime

yönelik maddi koşullar (fiyat) gelmektedir. Konutu sunana güven duymak sunuma yönelik bilgileri anlayabilmekten daha önceliklidir. Büyük çoğunluğu ev sahibi olan kullanıcının ikamet amaçlı konut edinmek istemesine rağmen teslim tarihinden sonra konutun zamanla kazanacağı değer kriterini en çok önemsemesi konutun aynı zamanda ciddi bir yatırım aracı olarak görüldüğünün de göstergesidir. Bölüm 4.5.2. Şekil 4.33.'te haberdar olmada ve Çizelge 4.34.a.'da ortak kriterlere göre gruplanan ve sıralanan pazarlama unsurlarına yönelik kullanıcı değerlendirmelerinde etkili olabilecek faktörler irdelenmiştir.

▪ *Konuttan Haberdar Olmada Etkili Faktörler*

Kullanıcı en çok gazete ilanları yoluyla konut sunumundan haberdar olmaktadır. Ancak yakın tavsiyesinin de haberdar olmasında ve hedef konuta tutunmasında etken olduğu görülmüştür. Bu değerlendirme, (konut) üretici kurumun diğer kullanıcılar üzerinde güven ve memnuniyet duygusu uyandırdığını düşündürmektedir. Kullanıcı konut edinim sürecinde “tanıtım” faktöründen de etkilenmektedir. Çünkü araştırmanın yapıldığı dönemde her örneklem alanı için etkin olarak kullanılan tanıtım yöntemi ile o örneklem alanındaki kullanıcının haberdar olma biçimi aynıdır. *Etkili görülen konut sunum faktörü; konut/sunum tanıtımı ve konut/sunum güvenilirliğidir. (Ek 3, Çizelge 4.3, Çizelge 4.33.).*

▪ *Konutun Teslim Tarihini Değerlendirmede Etkili Faktörler*

Teslim tarihi tüm kullanıcı grupları tarafından çok yakın değerlerle önemsendiğinden kullanıcı kaynaklı etkili faktör bulunamamıştır. Ancak örneklem alanlarındaki konut teslim tarihinin etken olduğu düşünülmektedir *Etkili görülen konut sunum faktörü; konut/sunum teslim tarihidir (Ek 3, Çizelge 4.3), (Çizelge 4.34.a.).*

▪ *Konut Edinim Koşullarını ve Kazanını Değerlendirmede Etkili Faktörler*

D alanındaki kullanıcının konut ediniminden kazanç sağlama konusuna diğer örneklem alanlarından daha çok önem vermesinin, D alanında yatırım amaçlı konut almak isteyenlerin diğer alanlardan daha fazla olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Aynı zamanda D alanında sunulan konutun daha düşük fiyatta olması da bu beklentiyi arttırmaktadır. Satış fiyatı ve ödeme kolaylıkları gelir grubu farklılıklarına rağmen benzer oranlarda önemli bulunmuştur. Ancak C alanında üst gelir grubunun daha yüksek olması nedeniyle önemsiz bulanlar da olmuştur. *Etkisi görülen somut kullanıcı faktörü; gelir düzeyi/grubudur. Etkisi görülen soyut kullanıcı faktörü ise; edinim amacıdır. Etkisi görülen konut/sunum faktörü; konut sunum fiyatı ve yatırım kazancıdır. (Ek 4, Çizelge 5.1., Çizelge 5.2.), (Çizelge 4.34.a.).*

▪ *Kurum Güvenilirliğini Değerlendirmede Etkili Faktörler*

Konut sunumu yapan kurumun/firmanın kurumsal yapısı ve sunum yaptığı sürenin kullanıcının güven kriterine verdiği önemde etkili olduğu görülmektedir. C alanında 30 yıldan fazla sunum yapan bir konut üreticisi vardır. Bu alanda güven kriteri çok önemli bulunmuştur. A ve B alanları da güçlü kamu kurumlarının himayesinde geliştirilen projelerdir. Bu da bu alanlardaki kullanıcın güven kriterini önemli bulmasıyla örtüşmüştür. Ancak D alanında (sunum yapan üreticinin araştırmanın yapıldığı 2009 yılından sadece 2 yıl önce kurulmuş olmasına rağmen) düşük konut fiyatına ve spekülative kazanç sağlamaya odaklanmış kullanıcının güven kriterini göz ardı ettiği düşünülmektedir. Ayrıca D alanındaki kullanıcının ev sahipliği oranının diğer alanların tersine düşük olmasının da bunda etken olduğu düşünülmektedir. *Etkisi görülen somut kullanıcı faktörü; ev sahipliğidir. Etkisi görülen soyut kullanıcı faktörleri; edinim amacı ve edinim öncelikleridir (fiyat ve depreme dayanıklılık). Etkisi görülen konut/sunum faktörü; konut sunumu yapan kurumun güvenilirliğidir. (Ek 4, Çizelge 5.1., Çizelge 5.2.), (Ek 3, Çizelge 4.3.), (Çizelge 4.34.a.).*

▪ *Tasvir/Takdim Unsurlarını Değerlendirmede Etkili Faktörler*

Kullanıcı için sunulan konut hakkında bilgi veren temsilcinin ve sunulan konutun 1/1 örneğinin en önemli algılama unsurları olduğu anlaşılmaktadır. Kullanıcının konutu anlamaya yönelik olarak katalogları yeterince iyi okuyamadığı gözlenmemiştir. Satış ofisinin dekorasyonu ve sunulan hizmetler gelir düzeyi arttıkça daha çok önemsenmiştir. Tasvir ve takdime yönelik objeler arttıkça ve kullanıcı bunları daha kolay algıladıkça kullanıcı için önemleri de artmaktadır. *Etkisi görülen somut kullanıcı faktörleri; eğitim durumu ve gelir grubudur. Etkisi görülen konut sunum faktörlerinin; konutun/ sunumun tasviri ve takdimidir ve mimari proje özellikleri olduğu düşünülmektedir (Ek 4, Çizelge 5.1., Çizelge 5.2.), (Ek 3, Çizelge 4.3.), (Çizelge 4.34.a.).*

5.2.4. Satış Sonrası Hizmetleri Değerlendirmede Etkili Faktörler

Kullanıcı için en önemli satış sonrası hizmet, sitenin profesyonel bir işletme sistemiyle, devamlı bakımlı, temiz ve güvenli kalmasının sağlanmasıdır. Bu işletme hizmeti için verilecek aidat miktarı da önemli bulunurken; kalite garanti belgesi kriteri yeterince önemsenmemiştir. Bölüm 4.5.2. Çizelge 4.35.a.'da, satış sonrası hizmetler, kullanıcı değerlendirmelerindeki önem derecelerine göre sıralanmıştır. Buna göre;

▪ *Sitenin Temizlik-Bakım-Onarım Hizmetlerini Değerlendirmede Etkili Faktörler*

Gelir düzeyi yükseldikçe A ve C alanlarında önem kazanmıştır. *Etkisi görülen somut kullanıcı faktörü; gelir grubudur. Etkisi görülen soyut kullanıcı faktörü; hedef komşuluk düzenidir. Etkili görülen konut sunum faktörleri ise; konut /sunum komşuluğu ve konut/sunum site yönetimidir (temizlik, bakım, onarım) (Ek 4, Çizelge 5.1., Çizelge 5.2.), (Ek 3, Çizelge 4.3), (Çizelge 4.35.a.).*

▪ *Site Özel Güvenlik Hizmetini Değerlendirmede Etkili Faktörler*

A ve C alanlarında daha çok etkili bulunması gelir grubunun ve konut sunumun bu değerlendirmede etkili olduğunu düşündürmektedir. *Etkisi görülen somut kullanıcı faktörü; gelir grubudur. Etkisi görülen konut sunum faktörleri ise; konut/sunum konumu-semti, konut sunum komşuluğu ve konut/sunum site yönetimidir (güvenlik hizmeti) (Ek 4 Çizelge 5.1.), (Ek 3, Çizelge 4.3.), (Çizelge 4.35.a.).*

▪ *Aidatı Değerlendirmede Etkili Faktörler*

Çalışmayan kullanıcıların çoğunlukta olduğu A ve B alanlarında aidat kriteri daha etkili bulunmuştur. *Değerlendirmede etkisi görülen somut kullanıcı faktörü; gelir grubu ve çalışma durumudur. Etkisi görülen konut/sunum faktörü ise talep edilen aidat ücretidir (Ek 4, Çizelge 5.1.), (Çizelge 4.35.a.).*

▪ *Garanti Süresini Değerlendirmede Etkili Faktörler*

D alanında garanti süresinin en az önemsenmesi edinebilme gücünün beklentileri kıstığını düşündürmektedir. Ayrıca konut/sunum yapan üreticinin bu konudaki taahhüdünü vurgulamasının da kullanıcı değerlendirmesinde etkili olacağı düşünülmektedir. *Etkisi görülen somut kullanıcı faktörleri; gelir grubu ve eğitim düzeyidir. Etkisi görülen konut/sunum faktörü ise; taahhüt edilen yapısal garanti ve süresidir (Ek 4, Çizelge 5.1.), (Ek 3, Çizelge 4.3), (Çizelge 4.35.a.).*

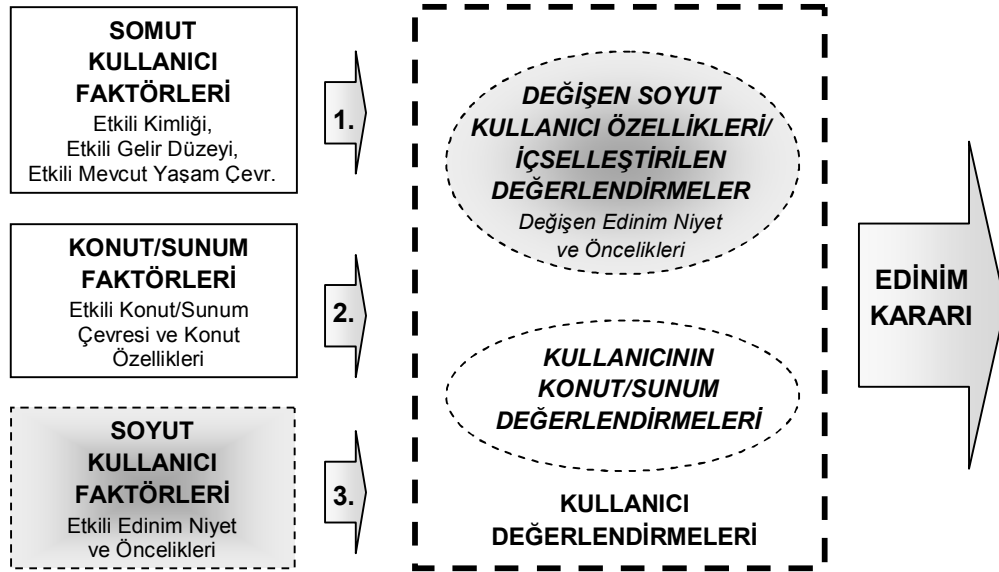
Yukarıda yapılan değerlendirmeler sonucunda etkisi görülen tüm somut ve soyut kullanıcı faktörleri ile konut/sunum faktörleri sayılmış ve etki ağırlıkları hesaplanmıştır (Çizelge 5.11.).

Çizelge 5.11. Kullanıcı Değerlendirmelerinde Etkili Görülen Faktörlerin (Özelliklerin) Toplam Etki Değerleri

Kullanıcının Konut Edinimine Yönelik Değerlendirmeleri		Kullanıcı Değerlendirmelerinde Etkili Görülen Faktörler (Özellikler)																																	
		Etkisi Görülen Somut Kullanıcı Faktörleri										Etkisi Görülen Soyut Kullanıcı Faktörleri (Niyet)										Etkisi Görülen Konut/Sunum Faktörleri													
		Cinsiyet	Yaş	Medeni Durum	Çocuk Sahipliği	Eğitim Durumu	Çalışma ve İş Durumu	Gelir Grubu	Ev Sahipliği	Oto Sahipliği	Yaşam Çevresi (Konut ve Çev.)	Edinim Amacı	Edinim Öznesi	H. Semt, Konut Uzaklığı	Hedef Komş. Düzeni	Depreme Dayanıklılık Önceliği	Konum Önceliği	Fiyat Önceliği	Mimari proje Önceliği	Sosyal İmkan Önceliği	Konut/Sunum Konumu ve Merkeziyeti	Konut/Sunum Çevre (Site) Özellikleri	Konut Teknik Özellikleri	Konut Yasal Özellikler	Konut Mimari Özellikleri	Tanıtım	Güvenilirlik	Konut Fiyatı ve Kazanç	Konut Tasvir Takdim	Konut Teslim Tarihi	Garanti Süresi	Site Yönetimi (Bakım ve Güvenlik)	Aidat		
Kullanıcının Konut Ediniminde Kişisel Niyet ve Öncelikleri	Konut Edinme Amacı		1	1	1					1				1	1	1	1	1	1		1	1		1									1		
	Edinim Öznesi (Kimin İçin Edinildiği)	1		1	1																														
	Etkin Özne	1	1					1																											
	Hedef Konutun Uzaklığı/Semti							1		1	1	1				1	1				1							1							
	Hedef Konut Merkeziyeti							1		1			1																						
	Hedef Komşuluk Düzeni									1												1											1		
	Hedef Konut Tipi-Büyüklüğü			1	1			1																				1							
	İdeal Konut Tipi							1		1																									
	Edinim Öncelikleri					1		1		1											1	1			1			1							
	Tüm Kişel Değr. Etki Değer Toplamı	2	2	3	3	1	0	6	0	0	6	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	3	1	0	2	0	0	3	0	0	0	2	0	0	
Kullanıcının Konut/Sunum Değerlendirmeleri	Kişel Değr. Faktör Grupları Değer Toplamları	23										11										13													
	Konut Çevresi-Sağlık-Temizlik	1	1			1		1			1											1											1		
	Konut Çevresi-Güvenlik							1						1	1						1	1											1		
	Konut Çevresi-Ulaşılabilirlik							1		1											1	1												1	
	Konut Çevresi-Biçim Estetik					1		1		1				1					1						1										
	Konut Çevresi-Sosyal Unsurlar		1	1	1			1		1							1			1	1	1													
	Konut Çev. Değr. Etki Değer Toplamı	1	2	1	1	2	0	5	0	1	3	0	0	0	2	1	1	0	1	1	3	4	0	0	1	0	0	0	0	0	0	2	0	0	
	Konut Teknik Özellikler-Sağlamlık						1									1							1		1				1						
	Konut Teknik Özellikler-Konfor							1															1						1						
	Konut Teknik Özellikler-Güvenlik	1						1		1													1						1						
	Konut Teknik Öz. Değ. Etki Değer Toplamı	1	0	0	0	1	0	2	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	3	0	1	0	0	0	3	0	0	0	0	0	
	Konut Yasal Özellikler						1		1															1				1							
	Konut Mimari Mekansal Özellikler	1						1																	1				1						
	Konut Mimari-Biçimsel Özellikler	1						1																	1				1						
	Konut Mimari İşlevsel Özellikler	1																							1				1						
	Konut Mimari Yapısal Özellikler					1		1																	1				1						
	Konut Mimari Öz. Değr. Etki Değer Toplamı	3	0	0	0	1	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	4	0	0	0	0	0	
	Konut İç İmalata Yönelik Teslim T.																								1				1						
	Konut Pazarlama-Tanıtım																										1	1							
	Konut Pazarlama-Teslim																														1				
	Konut Pazarlama- Fiyat-Kazanç							1			1																			1					
	Konut Pazarlama Güven								1							1		1										1							
	Konut Pazarlama-Tasvir-Takdim					1		1																	1				1						
	Konut Paznl. Öz. Değr. Etki Değer Toplamı	0	0	0	0	1	0	2	1	0	0	2	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1	1	0	0	0	0	
	Konut İşletme							1							1								1										1		
	Konut-güvenlik							1							1							1	1										1		
	Konut-aidat						1	1																											1
	Konut-garanti					1		1																									1		
	Konut Paznl. Öz. Değr. Etki Değer Toplamı	0	0	0	0	1	1	4	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	
	Tüm Konut Değr. Etki Değer Toplamı	5	2	1	1	7	1	17	1	1	4	2	0	0	4	3	1	1	1	1	4	6	3	1	8	1	3	1	9	1	1	4	1	1	
Konut Değr. Faktör Grupları Değer Toplamları	40										13										43														
Tüm Faktör Etki Değerleri Genel Toplamı		7	4	4	4	8	1	23	1	1	10	3	1	1	5	4	3	3	2	2	6	9	4	1	10	1	3	4	9	1	1	6	1		
Faktör Grupları Değerleri Genel Toplamı		63										24										56													

6. SONUÇLAR ve TARTIŞMA

Yapılan araştırma sonucunda, konut edinimine yönelik kullanıcı değerlendirmelerinde; kullanıcı odaklı somut faktörler ile soyut faktörlerin ve konut/sunum odaklı faktörlerin etkili olabildiği görülmüştür. Konut edinimi kararında en etkili faktörlerin somut kullanıcı faktörleri olduğu, konut/sunum faktörlerinin ise soyut kullanıcı faktörlerinden daha etkili olduğu hatta soyut kullanıcı faktörlerini etkileyip değiştirebileceği anlaşılmıştır. Soyut kullanıcı faktörlerinin diğer faktör gruplarından farklı olarak kendi iç dinamiklerinin olduğu ve birbirlerini etkileyebildikleri anlaşılmıştır. Bu bağlamda Çizelge 5.11’de görüldüğü gibi “değişen ve yeniden şekillenen soyut kullanıcı faktörlerinin” (konut ediniminde değişen niyet ve önceliklerin) aynı zamanda “kullanıcının içselleştirdiği değerlendirmeler” olduğu görülmüştür (Şekil 6.1.).



Şekil 6.1. Faktör Grupları ve Kullanıcı Değerlendirmelerine Etki Ağırlıkları

Konut edinmek amacıyla “satış ofislerine” gelen anket katılımcılarının somut özellikleri incelendiğinde; toplam kadın ve erkek oranlarının birbirine yakın, merkeze yakın alanları ziyaret edenlerin çoğunluğunun “orta üstü” gelir

grubunda ve yaş ortalamasının yüksek, merkeze uzak alanları ziyaret edenlerin ise çoğunluğunun “orta” gelir grubunda ve yaş ortalaması düşük olduğu görülmüştür. Ortak somut özellikleri ise katılımcıların çoğunluğunun evli ve çocuklu, yüksekokul ve/veya fakülte mezunu, en az bir konut ve bir otomobil sahibi olmalarıdır. Mevcut konutları genellikle sunuma yakın konumda ve 3 odalı bir apartman dairesidir (gelir düzeyi yükseldikçe oda sayısı artıyor). Somut kullanıcı özellikleri içinde;

- Kullanıcının konut edinim değerlendirmelerinde en etkili bulunan faktör “gelir grubu” olmuştur (Çizelge 5.11.).
- Kullanıcının “mevcut yaşam çevresi”nin (yaşadığı konut ve çevresinin) de onun yeni konut hedefini şekillendirmede ağırlıklı etken olduğu görülmüştür.
- Etkili bulunan diğer somut kullanıcı faktörleri ise etki ağırlıklarına göre sırayla kullanıcının eğitim durumu, cinsiyeti, yaşı, medeni hali ve çocuk sahipliği, ev-otomobil sahipliği ve çalışma-iş durumudur (Çizelge 5.11.).

Ortak soyut özelliklerine göre (konut edinim niyetleri ve öncelikleri) anket katılımcılarının çoğu aileleriyle birlikte yaşamak için (ikamet amaçlı), aileleriyle birlikte karar vererek, mevcut çevrelerine yakın (0-5km en fazla 10km uzaklıkta) konumda, kamuya kapalı güvenli site içinde, 2 ya da 3 odalı, depreme dayanıklı bir konut sahibi olmayı planlamaktadırlar. Bütün bu tercihlere rağmen kullanıcının hayali aslında toprakla iç içe, az katlı, müstakil ve bahçeli bir evde yaşamaktır. Soyut kullanıcı özellikleri içinde;

- En etkili bulunan soyut kullanıcı faktörleri “kamuya kapalı sitede yaşama isteği” ve “depreme dayanıklı konutta yaşama önceliği”dir.

- Etkili bulunan diğer soyut kullanıcı faktörleri etki ağırlıklarına göre sırayla, konutun yaşamak için mi yoksa yatırım yapmak için mi edinildiği (edinim amacı), hedef konutun mevcut yaşam çevresine yakınlığı (konumu) ve makul fiyat önceliği, mimari projeye ve sunduğu yaşama biçimine verilen önem ve konutun kim için edinildiğidir (Çizelge 5.11.).

Kullanıcıların konut edinim amacıyla ziyaret edip değerlendirdiği dört toplu konut sunumundan ikisi kent merkezine yakın diğer ikisi de kent merkezine uzak konumlanmışlardır. Konut/sunum özellikleri incelendiğinde; kent merkezinde konumlananların orta üstü ve üst gelir grubu kullanıcıyı hedeflediği, mimari konseptin/projenin farklılığına, çeşitliliğine ve zengin argümanlarla kullanıcıya anlatılmasına önem verdiği anlaşılmıştır. Kent merkezinde konumlanan sunumlardaki konutların estetik ve yapısal (teknik) nitelikler yönünden daha gelişmiş ve daha geniş mekânsal etkiye sahip oldukları görülmüştür.

Kent merkezine uzak konumlanan sunumların ise orta gelirli kullanıcıya hitap edebildiği ve daha çok; “düşük fiyat, yüksek kazanç” vurgusuyla orta üstü gelir grubundaki yatırımcıları da çekebildiği anlaşılmıştır. Merkeze uzak alanlarda sunulan konutların genellikle estetik ve yapısal nitelikler bakımından daha zayıf, mekânsal olarak daha küçük ve az odalı oldukları ve kısıtlı çeşitte sunuldukları görülmüştür. Ancak kent merkezindeki sunumlara göre yapı yoğunluklarının daha düşük olduğu gözlemlenmiştir. Konut/sunum özellikleri içinde;

- Konut edinim değerlendirmelerinde en çok etkisi olan konut/sunum faktörlerinin “konut ve çevresinin mimari özellikleri” (site içi özellikler ve konut özellikleri) ve “bu özelliklerin kullanıcıya betimleniş biçim ve çeşitliliği” (tasviri-takdimi) olduğu anlaşılmıştır (Şekil 5.11.).

- “Sunumun konumunun ve merkeziyetinin” ve “satış sonrası site güvenlik/bakım hizmetleri varlığının” da konut edinim kararında etkili oldukları görülmüştür (Şekil 5.11.).
- Etkili bulunan diğer konut/sunum faktörleri ise (etki ağırlıklarına göre) sırayla, “konut/sunum fiyatı” ve “konutun teknik özellikleri”, “sunumu yapan kuruma duyulan güven”, “sunumun tanıtımı” ile birlikte “konutun teslim tarihi”, “yasal statüsü”, “garantisi” ve “site aidatı”dır (Şekil 5.11.).

Kullanıcının konuttan/sunumdan beklentilerinin Maslow’un ihtiyaçlar hiyerarşisiyle (Bölüm 3. sayfa 30) uyuştuğunu söyleyebiliriz. Çünkü kullanıcı değerlendirmelerinde konuta ve çevresine yönelik sağlık koşullarının sağlanması (konfor, temizlik vs) ve güvenlik (afet güvenliği ve istenmeyen kişilere karşı güvenlik) beklentileri en üst düzeydedir. Diğer; sosyal, mekânsal, biçimsel özelliklere yönelik beklentiler daha sonra gelmektedir. Çevresel özelliklere yönelik kullanıcı değerlendirmelerinde; yaş, eğitim ve gelir düzeyi faktörleri daha çok etkili olurken, konut içi özelliklere yönelik değerlendirmelerde; cinsiyet ve gelir düzeyi faktörleri daha çok etkili olmaktadır.

Kullanıcının, konut sahibi olduğu halde ikamet amaçlı yeni konut edinmek istemesinde, “sağlamlık” ön koşulunun ve sitede yaşama arzusunun etkili olduğu görülmüştür. Mevcut yaşam çevresinin (konut ve çevresinin) “konut sağlamlığı” ile “sağlık”, güvenlik”, “mahremiyet” ve estetik” ihtiyaçlarını karşılayamamasının yeni konut edinimine yönelişin kaynağını oluşturduğu düşünülmektedir. Bu yönelişte, kullanıcıya daha çok çevresel kalite, mahremiyet, güvenlik ve sosyal imkân/hizmet vaat eden “güvenlikli konut sitesi sunumu” örneklerinin çoğalması ve bunun kullanıcı tarafından benimsenmesi kadar, kentsel doku kalitesinin bozulmasının da etkili olduğu düşünülmektedir. Ancak kullanıcının alıştığı yaşam çevresinden çok da uzaklaşmak istemediği bu sunumu en yakınında aradığı görülmektedir.

Kullanıcının çoğunlukla, yatırım amaçlı konut edindiğinde mevcut çevresinden uzaklaştığı düşünülmektedir.

Konut büyüklüğüne yönelik değerlendirmelerde yaşam dönemi ve aile büyüklüğünün etkili olduğu anlaşılmıştır. Kullanıcıların, konutun aydınlık ve geniş hissettirmesini, mutfak büyüklüğü ve işlevselliğini, iç-dış mekan ilişkisini ve konutta en az bir balkon bulunmasını diğer mimari unsurlardan daha çok önemsendiği görülmüştür. Bu değerlendirmede de kadınların daha ağırlıklı olduğu görülmektedir. Ayrıca kadınlar konut ve çevresinin estetik ve biçimsel unsurlarını daha çok önemsemektedirler. Estetik ve biçimsel unsurlara yönelik bu değerlendirmede kullanıcının sosyo-ekonomik durumunun (gelir grubu, yaşam çevresi, eğitim vs) da etkisi büyüktür. Ayrıca gelir düzeyi arttıkça yapısal kaliteye verilen önem ve konut büyüklüğü talebi de artmaktadır.

Gelir düzeyinin/grubunun en etkili faktör olmasının, kullanıcının nitelikli konut/sunum çeşitleriyle daha çok karşılaşmasında, sunumda benimsediği özellikleri kendini eğiterek içselleştirmesinde ve konut edinimine yönelik yeni kişisel niyet ve öncelikler yaratmasında saklı olduğu düşünülmektedir. Bu sonuç, konut/sunum faktörlerinin, soyut kullanıcı faktörlerinden daha etkili olduğu tezini de desteklemektedir. Bu bağlamda kullanıcının ihtiyaçlarını doğru belirleyen, sunduğu yeni ve gelişmiş çözümlerle kullanıcıyı bilinçlendiren bir tasarım anlayışının, kullanıcı isteklerini şekillendirmede de önemli bir etken olduğunu söylemek mümkündür.

Yapılan bu çalışma sonucunda yeni araştırma konuları yaratan çarpıcı sorun ve sorularla karşılaşmıştır;

- Konut edinimi için konut sunumlarını ziyaret edenlerin büyük çoğunluğunun konut sahibi ve orta üstü gelir grubunda olması, konut sahibi olmayanların da edinebileceği ucuz ve nitelikli konutların yeterince

sunulmadığını açıkça göstermektedir. Orta ve orta altı gelir grubuna yönelik yeni konut politikaları ve sunum modelleri geliştirilmesinin, üst gelir grubu kullanıcının yatırım için konut edinmek yerine ikincil konut piyasalarından (borsadan) kazanç sağlamaya yönlendirilmesinin konut sorunun çözümüne katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

- Kullanıcıların aslında bahçeli ve az katlı bir konutta/evde yaşama arzusunun karşılanamaması önemli bir sorundur. Hepgüler (2010), Frank L. Wright'ın "İnsanı elli metreden yukarı çıkarmak onu ruhen öldürür" sözünü hatırlatarak, insanı geldiği ve gideceği toprak anaya yakınlaştırmının onu mutlu edeceğini ve sağlık sorunlarını en aza indireceğini ifade etmektedir. Bu bağlamda kullanıcıların bu isteğini karşılamayı hedefleyen projelerin daha çok talep göreceğini söylemek mümkündür. Araştırmanın 3.2.4. bölümünde de ifade edildiği gibi birçok bilimsel araştırmanın tespit ettiği bu "istek" son dönemde özellikle ülkemizde birbirini tekrar eden konut sunumlarının da değişmesini sağlayacak yeni tasarım önerileriyle karşılanabilir.
- Yeni konutlarına yerleşen orta üstü gelir grubundaki kullanıcıların eski konutlarının kullanıcı ve kullanım evriminin incelenmesinin, kentsel kullanıcı dinamikleri ve kentsel dokunun gelişimi hakkında ipuçları vereceği düşünülmektedir. Ayrıca kentin konut stoku, konut ihtiyacına ve kullanıcı profiline yönelik yeni tespitlere de yardımcı olacaktır.
- "Güvenlikli konut sitesi" sunumunun bu denli talep edilmesi ve yaygınlaşmasının var olan sosyoekonomik ve fiziksel sorunlara işaret etmektedir. Kentin niteliksiz dokusu içinde, ucuz arsa ve kolay ulaşım önceliğiyle yatırım yapan konut üreticisinin, çevreyi nasıl dönüştürdüğü de ayrı bir araştırma konusu olarak karşımıza çıkmaktadır.

KAYNAKLAR

- Aktan C, 1996, “Birleşmiş Milletler İnsan Yerleşimleri Konferansı Habitat II İstanbul Deklarasyonu”, http://www.canaktan.org/hukuk/insan_haklari/yirminci-yuzyilda/insan_yerlesimleri_konferansi.htm
- Altman I, 1993. “Homes, Housing, and the 21th Century: Prospects and Challenges”, *The Meaning and Use of Housing, International Perspectives, Approaches and Their Applications*, Ashgate, England
- Aşıkoğlu N. O, 2009, Konut Pazarlamasında Kullanılan Yöntemler ve Konut Finansmanı Tekniği Olarak Mortgage Sistemi, Afyon Kocatepe Ü., Yüksek Lisans Tezi, Afyon
- Ayata S, Ayata A. G, 1996, “Konut: tip, mülkiyet ve kullanım”, Konut, Komşuluk ve Kent Kültürü, Konut Araştırmaları Dizisi, **10** 27-50.
- Balamir M, 1996, “Türkiye’de ‘Apart Kent’lerin Oluşumu”, *Tarihten Günümüze Anadolu’da Konut Ve Yerleşme*, (Tarih Vakfı Yayını, İstanbul), s 335- 336
- Baran H, 2007, *Ailelerin Konut Satın Alma Tutum ve Davranışları Üzerine Bir Araştırma*, A.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara
- Bayazıt N, 1994, *Endüstri Ürünlerinde ve Mimarlıkta Tasarlama Metodlarına Giriş*, (Literatür Yayınları, İstanbul)

- Bayazıt N, 1982, *Planlama ve Tasarlamaya Katılma*, İ.T.Ü. Mimarlık Fakültesi, İstanbul
- Bayraktar E, 2009, “Zengin Yoksulu Destekledi TOKİ’den 15 Şehir Çıktı”, Hürriyet Emlak, 13 Ağustos, s 3
- BİBKM 2002, “2000-2010 Türkiye Konut İhtiyacı Araştırması”, T.C. Bayındırlık ve İskan Bakanlığı Konut Müsteşarlığı, Ankara
- Brandt J A, Olson G I, 1986, “Development Of Scales To Assess Homeownership Consumption And Investment Attitudes”, Home Economics Research Journal, **14(3)** 793-819.
- Buğday A, 1991, *Endüstrileşmiş Toplu Konutlarda Farklı Kullanıcı Gereksinimlerini Karşılama Çözümleri Doğrultusunda Bir Mimari Tasarım Araştırması*, İ.T.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul
- Cooper C, 1974, “The House as Symbol of the Self”, Lang J, Burnette C, Moleski W, Vachon D (Ed.), *Designing for Human Behavior: Architecture and Behavioral Sciences*, Pennsylvania
- Coşgun N, *İstanbul Metropolü’ndeki Toplu Konut Üretiminde Uygulanan Yapım Sistemleri ve Bir Üretim Organizasyonu Modeli*, T.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi, Edirne, s 94.
- Çelik A., 1978, *Biyoklimatik Kullanıcı İhtiyaçlarının İrdelenmesinde Bir Model*,

Delgadillo L, Dorwart J, 1998, "Home Buyer Program Assists Hispanic Families In Northern Utah", Journal of Family and Consumer Science, **90(2)** 56-59

Der V, 2005, *Konut Uygulamalarında Kaliteyi Artıcı Bir Yöntem Olarak Tasarımda Kullanıcı Katılımı: Düzce-Beyciler Evleri Örneği*, Y.T.Ü Fen Bilimleri Enstitüsü, yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul

DİE, 2001, *Bina Sayımı 2000*, (T.C. Başbakanlık DİE, Ankara)

Dökmeci V, Boduroğlu H., Akkal L B, 1995, *Cities of Emlakbank*, (Creative Yayıncılık, İstanbul)

Dönmez M, 1997, *Eskişehir'de Ailelerin Konut Değiştirmelerinde Etkili Olan Faktörlerin Belirlenmesi*, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ev Ekonomisi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

Dülgeroğlu Y, Aydın S, Pulat G, Yılmaz Z, Özgünler M, 1996, *Toplu Konutlarda Nitelik Sorunu*, Başbakanlık Toplu Konut İdaresi Başkanlığı, Konut Araştırmaları Dizisi 4, ODTÜ Basım İşliği, Ankara

Ertürk H, 1996, *Kent Ekonomisi*, (2. Baskı, Ekin Kitabevi, Bursa)

Eyyüce Ö, 1991, *Toplu Konut; Sorunlar ve Nedenleri, Konut Çevrelerinin Mekansal Gerekliliklerine Bireyin Tatmini Açısından Psikolojik Bir Yaklaşım*, Dokuz Eylül Ü., Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İzmir

Gül B, 1993, *Kullanıcı Çevre Uyum Problemlerinin Çözümlemesi*, İ.T.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul

Henretta J. C, 1987, “Family Transitions, Housing Market Context, and First Home Purchase by Young Married Households”, *Social Forces*, **66(2)** 520-536.

Hepgüler M, 2010, “ Üreyen Global Kopyalar Dünyaya Örnek Olamaz”, *Hürriyet Emlak Gazetesi Röportaj*, 1 Nisan, s 5

Hinkle T. F, Combs E. R, 1987, “Manegerial Behaviour of Home Buyers Journal of Consumer “, *Studies and Home Economics*, **11** 375-386.

Hasol D, 1998, *Ansiklopedik Mimarlık Sözlüğü*, Yapı Endüstri Merkezi Yayınları, 6. Baskı, İstanbul

İBB, 2009, 1/100.000 İstanbul Çevre Düzeni Planı Raporu (Şehir Planlama Müdürlüğü, İstanbul)

İmamoğlu V, İmamoğlu O, 1996, “İnsan Evi ve Çevresi; Ankara’da Bir Toplu Konut Araştırması”, *Konut Araştırma Dizisi* **15**, ODTÜ Basımevi, Ankara

İncedayı D, 2003. “Barınmanın Değil Yaşama Biçiminin Birimi Olarak Konut”, *Mimar.ist Üç Aylık Mimarlık Kültürü Dergisi*, 7

Karapınar A, 2008, *Gayrimenkul-Konut Değerleme Uzmanlığı*, (6.baskı, Gazi Kitabevi, Ankara)

Kellekci Ö. L, Berköz L, 2006, “Konut ve Çevresel Kalite Memnuniyetini Yükselten Faktörler”, İstanbul Teknik Üniversitesi Mimarlık, Planlama, Tasarım Dergisi, **5(2)** 165-176.

Keleş R, 1978, *Konut Sorunları ve Politikası, Şehircilik*, (Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları, Ankara)

Keleş R, 1990, *Kentleşme Politikası*, (İmge Kitabevi, Ankara)

Keleş R, 2000, *Kentleşme Politikası*, (İmge Kitabevi, 5. Baskı, Ankara)

Keleş R, 2002, *Kentleşme Politikası*, (7.Baskı, İmge Kitabevi, Ankara)

Kırşan Ç, Çağdaş G, 2005, “Etnik Kimlik ve Evsel Mekan”, *Konut Değerlendirme Sempozyumu 2004*, İ.T.Ü Mimarlık Fakültesi Yayınları, s 20

Kilerci İ, 2003, *Kar Amaçlı Toplu Konut Firmalarında Yürütülen Üretim ve Pazarlama Çalışmalarının Kullanıcı İstekleri Üzerindeki Etkileri ve Ankara Angora Evleri Uygulaması*, Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir

Krishnan V, Krotki K. J, 1983, “Life Cycle Effects on Homeownership in Canada”, *Housing Studies*, **8(2)** 120-127.

Lawrence, R.J., 1993, “The Meaning and Use of Home: Its Interior”, Arias, E.G. (Ed.), *The Meaning and Use of Housing*, Great Britain.

Maslow, A. H. 1943, *A Theory of Human Motivatio*, Psychological Review, 50, s 370-396

Özsoy A, 1995, “Toplu Konutlarda Kalite ve Sürdürülebilirliği”, Mimari ve Kentsel Çevrede Kalite Arayışları Sempozyumu, 5-7 Haziran 1995, Taşkışla, İstanbul.

Öztürk N, 1997, *Türkiye’de Konut Sektörü*, yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Cumhuriyet Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sivas

Özüerken Ş, 1996, “Kooperatifler ve Konut Üretimi”, *Tarihten Günümüze Anadolu’da Konut Ve Yerleşme*, (Tarih Vakfı Yayını, İstanbul), s 355-365

Rapoport A, 2004, *“Kültür Mimarlık Tasarım”* (Çev. S. Batur), Yapı Yayın, İstanbul

Rossi P, Weber E, 1996, “The Social Benefits of Homeownership: Empirical Evidence from National Surveys”, *Housing Policy Debate*, 7 1-35.

Sey Y, 1998, “Cumhuriyet Döneminde Kent”, 75 Yılda Değişen Kent ve Mimarlık, Türkiye İş Bankası-Tarih Vakfı Yayını, İstanbul, s273-299

Sanoff H, 1990, *Participatory Design, Theory and Techniques*, North Carolina

Şenyapılı T, 1998 “Cumhuriyet’in 75. Yılı, Gecekondunun 50. Yılı”, *75 Yılda Değişen Kent ve Mimarlık*, Y.SEY (ed.), (Türkiye İş Bankası-Tarih Vakfı Yayını, İstanbul), s 301- 315

- Şenyurt Ö. Y, 2001, *Konut Pazarlamasında Tüketicinin Satın alma Davranışları ve Bir Uygulama*, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul
- Tapan M, 1996, "Toplu Konut ve Türkiye'deki Gelişimi", *Tarihten Günümüze Anadolu'da Konut Ve Yerleşme*, (Tarih Vakfı Yayını, İstanbul), s 366-378
- Tekeli İ, 1982, *Türkiye'de Konut Sunumunun Davranışsal Nitelikleri ve Konut Kesiminde Bunalım*, Konut 81, (Kent-Koop. Yayını, Ankara) s 57-101
- Tekeli İ, 1999, "Kent Planlaması Konuşmaları", *TBMOB Mimarlar Odası Yayınları*, Ankara
- Telsiz M, 1978, Ailelerin Konut Değiştirmede Konut ve Çevre Özelliklerine İlişkin Tercihleri, Hacettepe Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Ev İdaresi ve Aile Ekonomisi Programı Bilim Uzmanlığı Yüksek Lisans Tezi, Ankara
- Thorns, D C, 2004, *Kentlerin Dönüşümü, Kent Teorisi ve Kentsel Yaşam*, (CSA Global Yayın Ajansı, İstanbul)
- Toprak Z, 2001, *Kent Yönetimi ve Politikası*, (Anadolu Matbaacılık, İzmir)
- Tosun E, 2006, "Türkiye'de Konut İhtiyacı ve Konut Finansmanı", *Paradoks Dergisi* 2 (2) (e-dergi)

Turgut H, Unügür S M, 1997, “Changing Household Patterns And The Use Of The Home, A Case Study On The Traditional Turkish House”,
Culture&Space in the Home Environment, Dünya Yayıncılık, İstanbul

UN, 1967, *Methods of Estimating Housing Needs*, (Newyork, United Nations Publications)

Yeğın M, 1993, *İstanbul Metropolünde Yapılan Toplu Konut Uygulamalarının Mekansal Alansal ve Boyutsal Analizleri*, Y.T.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul

Yanar B. Ö, 1994, *Konut ve Çevresinde Kullanıcı Tatmininin İncelenmesi*, İ.T.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul

Yazıcıoğlu Y, Erdoğan S, 2004, *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri* (Detay Yayıncılık, Ankara)

Yıldız M. Y, 2006, Bolu İli Merkezinde Hane Halkının Konut Tercihine Etki Eden Faktörler, Abant İzzet Baysal Ü., Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Bolu

Gür, -, Konutta Sosyal Belirleyiciler

<http://www.evkultur.com/mimarlik/konutsosy/konut.htm>

Konut Kredileri

<http://www.garantimortgage.com>

Pruitt-Igoe Toplu Konutları'nın Yıkılmadan Önceki Hali

(http://www.nyc-architecture.com/ARCH/Pruitt_Igoe_1955.jpg)

SPK, 2009, Sermaye Piyasası Kurulunun Oluşumu,

<http://www.spk.gov.tr/indexcont.aspx?action=showpage&menuid=0&pid=0>

T.C. Başbakanlık Toplu Konut İdaresi Tamamlanmış

ve Devam Eden Projeler

<http://www.toki.gov.tr/programlar/uygulamatakip/repsondurum.asp>

TOKİ Kayabaşı Projesi

<http://www.toki.gov.tr/html/satis/istanbul/kayabasi.htm>.

Toplu Konut Listeleri

<http://www.toplukonutum.com>

Emlak Konut Gayrimenkul Yatırım Ortaklığı A.Ş. Toplu Konut Projeleri

www.emlakgyo.com.tr

Kiptaş Toplu Konut Projeleri

www.kiptas.com.tr

TÜİK, 2008, “ADNKS Nüfus Sayım Sonuçları”,

<http://tuikapp.tuik.gov.tr/adnksdagitapp/adnks.zul>

2. Bölüm Eki Çizelgeler**EK 1**

İstanbul İli'nde Son 10 Yılda Sunulan Toplu Konut Projeleri

* Nisan 2010 tarihine kadar tespit edilmiş projelerdir.

Çizelge 2.1. İstanbul İli'nde Son 10 Yılda Kamu Tarafından Sunulan Toplu Konut Projeleri; Konumları, İsimleri, Konut Kapasiteleri ve Hedef Kullanıcı Gelir Grupları

TOPLU KONUT İDARESİ PROJELERİ ve ESKİ EMLAK BANKASI PROJELERİ											
No	Yaka	İlçe	Proje Geliştiricisi	Proje Adı	Konumu	Konut Adedi	Yapı Yoğunluğu	H. Kullanıcı Gelir Grubu	Lejant	Sunum Yılı	
	Aruppa Yakası	Silivri									
1		Arnavutköy, Çatalca	TOKİ	Hadımköy 2. Bölge	Hadımköy	904	yüksek	orta	●	2007	
2			TOKİ	Hadımköy 3. Etap	Hadımköy	696	yüksek	orta altı	●	2007	
3			TOKİ	Hadımköy 1. Etap	Hadımköy	392	yüksek	orta	●	2009	
4			TOKİ	Hadımköy 4. Bölge	Hadımköy	764	yüksek	orta	●	2009	
5			TOKİ	Hadımköy Projesi-İdari Konut	Hadımköy	1520	yüksek	orta	●	2009	
6		Büyüçekmece, Beylikdüzü		Mimaroba Konutları	Büyüçekmece	2852	yüksek	orta	●	1990-1998	
7				Sinanoba Konutları	Büyüçekmece	3907	yüksek	orta	●	1990-1998	
8				Bizimkent	Beylikdüzü	3948	yüksek	orta	●	1994-1997	
9		Eski Bahçeşehir	EMLAK BANKASI	Bahçeşehir Konutları	Bahçeşehir	6272	karma	orta-ortaüstü	●	1990-2001	
10		Başakşehir- Avcılar- Esenyurt	TOKİ	Kayabaşı 1. Etap	Kayabaşı	1042	yüksek	orta-ortaaltı	●	2011	
11			TOKİ	Kayabaşı 3. Bölge	Kayabaşı	1334	yüksek	orta-ortaaltı	●	2011	
12			TOKİ	Kayabaşı 9. Bölge	Kayabaşı	888	yüksek	orta-ortaaltı	●	2011	
13			TOKİ	Kayabaşı 6. Bölge	Kayabaşı	372	yüksek	orta-ortaaltı	●	2011	
14			TOKİ	Kayabaşı 2. Bölge	Kayabaşı	384	yüksek	orta-ortaaltı	●	2011	
15			TOKİ	Kayabaşı 10. Bölge	Kayabaşı	1194	yüksek	orta-ortaaltı	●	2011	
16			TOKİ	Kayabaşı 10. Bölge	Kayabaşı	1814	yüksek	orta-ortaaltı	●	2011	
17			TOKİ	Kayabaşı 4. Bölge	Kayabaşı	720	yüksek	orta-ortaaltı	●	2011	
18			TOKİ	Kayabaşı 7. Bölge	Kayabaşı	1340	yüksek	orta-ortaaltı	●	2011	
19			TOKİ	Kayabaşı 8. Bölge	Kayabaşı	912	yüksek	orta-ortaaltı	●	2013	
20			TOKİ	Kayabaşı 11. Bölge	Kayabaşı	1130	yüksek	orta-ortaaltı	●	2013	
21			TOKİ	Kayabaşı 12. Bölge	Kayabaşı	788	yüksek	orta-ortaaltı	●	2013	
22			TOKİ	Kayabaşı 13. Bölge	Kayabaşı	948	yüksek	orta-ortaaltı	●	2013	
23			TOKİ	Kayabaşı 14. Bölge	Kayabaşı	1020	yüksek	orta-ortaaltı	●	2013	
24			TOKİ	Kayabaşı 15. Bölge	Kayabaşı	1090	yüksek	orta-ortaaltı	●	2013	
25			TOKİ	Kayabaşı 16. Bölge	Kayabaşı	764	yüksek	orta-ortaaltı	●	2013	
26			TOKİ	Kayabaşı 2.Etap	Kayabaşı	332	yüksek	orta-ortaaltı	●	2013	
27			Küçükçekmece	TOKİ	Halıkalı Konutları-Eski Etaplar	Halıkalı	11.000	yüksek	orta-orta üstü	●	1990-2003
28			Küçükçekmece	TOKİ	Halıkalı 1. Bölge	Halıkalı	1116	orta	orta-orta üstü	●	2007
29				TOKİ	Halıkalı 5. Bölge	Halıkalı	1108	orta-yüksek	orta-orta üstü	●	2007
30		TOKİ		Halıkalı 1. Kısım Kentsel Yen. Prj.	Halıkalı	912	orta-yüksek	alt gelir	●	2008	
31		TOKİ		Halıkalı 3. Kısım Kentsel Yen. Prj.	Halıkalı	1152	orta-yüksek	alt gelir	●	2008	
32		TOKİ		Halıkalı 2. Bölge	Halıkalı	1000	orta-yüksek	orta-orta üstü	●	2008	
33		TOKİ		Halıkalı 550 Ada	Halıkalı	560	orta-yüksek	orta-orta üstü	●	2008	
34		TOKİ		Halıkalı 4. Bölge	Halıkalı	784	orta-yüksek	orta-orta üstü	●	2009	
35		TOKİ		Halıkalı 3. Bölge	Halıkalı	1480	orta-yüksek	orta-orta üstü	●	2009	
36		TOKİ		Halıkalı 6. Bölge	Halıkalı	944	orta-yüksek	orta-orta üstü	●	2009	
37		TOKİ		Halıkalı 7. Bölge	Halıkalı	726	orta-yüksek	orta-orta üstü	●	2009	
38		TOKİ		Halıkalı 2. Kısım Kentsel Yen. Prj.	Halıkalı	576	orta-yüksek	alt gelir	●	2009	
39		TOKİ		Halıkalı DDY 1. Etap	Halıkalı	700	orta-yüksek	orta-orta üstü	●	2009	
40	TOKİ	Küçükçekmece/ Ayazma	Ayazma	364	Var	alt gelir	●	2009			
41	Bakırköy	EMLAK BANKASI	Ataköy Toplu Konutları	Bakırköy	14680	karma	orta-orta üstü	●	1962-Dvm.		
42		EMLAK BANKASI	Osmaniye Konutları	Bakırköy	400	düşük	orta-orta üstü	●	1990		
		Bahçelievler									
		Bağcılar									
		Güngören									
		Zeytinburnu									
		Bayrampaşa									
43	Esenler	TOKİ	Eseneler İkitelli 1. Etap	Esenler/İkitelli	678		alt gelir	●	2008		
44		TOKİ	Esenler İkitelli -Afet konutu		114		afet konutu	●	2009		
45		TOKİ	Karayolları Mah. İ.K.	Gaziosmanpaşa	162	yüksek	orta	●	2009		
46		TOKİ	Taşoluk. İ.K.	Gaziosmanpaşa	606	yüksek	orta	●	2009		
47		TOKİ	Taşoluk	Gaziosmanpaşa	750	yüksek	orta	●	2009		
		Fatih									
		Eyüp									
		Beyoğlu/Şişli									
		Kağıthane									
48		Beşiktaş	EMLAK BANKASI	Sarıkonaklar	Etiler	253	yüksek	Orta Üstü-Öst	●	1998	
49		Sarıyer	EMLAK BANKASI	Koru Evleri	Sarıyer	332	yüksek	orta-orta üstü	●	1998	
						Toplam	77724	Yeni Konut			
	Anadolu Yakası	Üsküdar									
1		Ümraniye	TOKİ	Ümraniye Projesi-İdari Konut	Ümraniye	96		Orta	●	2008	
2			TOKİ	Ümraniye Projesi	Ümraniye	100		Yoksul	●	2009	
		Çekmeköy									
		Beykoz									
3		Ataşehir	EMLAK BANKASI	Ataşehir Konutları	Kadıköy-Eski	10503	yüksek	orta-orta üstü	●	1989-2002	
		Kadıköy									
		Sancaktepe									
4		Maltepe	TOKİ	Maltepe Başbüyük	Maltepe	300	alt gelir	yüksek	●	2009	
		Kartal									
	Sultanbeyli										
5	Pendik	TOKİ	Pendik Şehli Mah. Projesi	Pendik	1056	yüksek	altgelir-592	●	2007		
6		TOKİ	Pendik Şehli Mah. Projesi	Pendik	680	Var	Orta Altı, Dar	●	2007		
7	Tuzla	TOKİ	Tuzla Kentsel Yenileme	Tuzla	760		alt gelir	●	2009		
8		TOKİ	Tuzla Aydınları Gecekondu Dönüşüm	Tuzla	984		orta Altı, Dar	●	2009		
9		TOKİ	İstanbul - Tuzla-Aydınları 3. Etap	Aydınlu/Tuzla	1360	yüksek	Orta	●	2009		
					Toplam	15839	Konut				
58	Proje				Genel Toplam	93563	konut				

Çizelge 2.2. İstanbul İlinde Son 10 Yılda Kamu İştirakleri Tarafından Sunulan Konut Projeleri; Konumları, İsimleri, Konut Kapasiteleri ve Hedef Kullanıcı Gelir Grupları

KAMU İŞTİRAKİ PROJELERİ VE GELİR PAYLAŞIMI ORTAKLI PROJELER											
No	Yaka	İlçe	Proje Geliştiricisi	Ortak Yüklenici	Proje Adı	Konumu	Konut Adedi	Yapı Yoğunluğu	Hedef Kullanıcı Gelir Grubu	Lejant	Sunum Yılı
1	Aruppa Yakası	Silivri	EMLAK GYO		Selimpaşa Emlak Konutları	Selimpaşa	820	Düşük	orta-orta üstü	■	2010
2			KIPTAŞ		Silivri Konutları	Silivri	1230	Yüksek	orta-orta üstü	■	2010
3			KIPTAŞ		Silivri Konutları 2. Etap	Silivri	2020	Yüksek	orta	■	2011
4		Amavutköy, Çatalca	KIPTAŞ		Hadımköy Evleri	Hadımköy	1012	Yüksek	Orta	■	2008
5			KIPTAŞ		Hadımköy Evleri 2	Hadımköy	2150	Yüksek	orta	■	2008
6			KIPTAŞ		Amavutköy Konutları	Amavutköy	574	Yüksek	orta-orta üstü	■	2010
7		Büyüçekmece, Beylikdüzü	EMLAK GYO	Emay	Kent Plus Mimar Sinan	Büyüçekmece	660	Yüksek	orta-orta üstü	■	2011
8			KIPTAŞ		Mimar Sinan Evleri	Sinanoba	570		orta-orta üstü	■	2005
9			KIPTAŞ		Tepecik Konutları	Tepecik	1179	Yüksek	orta-orta üstü	■	2012
10		Başakşehir-Avcılar Esenyurt	KIPTAŞ		Yakuplu Evleri	Yakuplu	304	Yüksek	orta	■	2009
11			EMLAK GYO	İhlas Holding	Bizimevler 1	Bahçeşehir	720	Yüksek	orta üstü-üst	■	2009
12			EMLAK GYO	İhlas Holding	Bizimevler 2	Bahçeşehir	522	Yüksek	orta üstü-üst	■	2009
13			EMLAK GYO	Kuzu Grup	Spradon Quartz	Bahçeşehir	1045	Yüksek	orta üstü-üst	■	2008-2010
14			TOKİ	Kuzu Grup	Spradon Evleri	Bahçeşehir	352	Yüksek	orta üstü-üst	■	2008-2010
15			TOKİ	Kuzu Grup	Spradon Teras Evler	Bahçeşehir	179	Yüksek	orta üstü-üst	■	2008-2010
16			TOKİ	Kuzu Grup	Spradon Kuleler	Bahçeşehir	394	Yüksek	orta üstü-üst	■	2008-2010
17			TOKİ	Varyap-Teknik Yapı	Uphill Court Bahçeşehir	Bahçeşehir	682	Yüksek	orta üstü-üst	■	2009
18			EMLAK GYO	Tulip	Tulip Turkuaz	Bahçeşehir	1150	Yüksek	orta üstü-üst	■	2009-2011
19			EMLAK GYO	Tulip	Tulip Towers	Bahçeşehir	478	Yüksek	orta üstü	■	2010-2012
20			TOKİ	Fiba Gayrimenkul	Manolya Evleri	Bahçeşehir	374	Yüksek	orta üstü-üst	■	2009
21			TOKİ	Kontaş Canberk	Sehr'i Bahçe	Bahçeşehir	395	Yüksek	orta-orta üstü	■	2008
22			EMLAK GYO	Bemay İnşaat	Avrupa Konakları	Bahçeşehir	38	Düşük	Üst	■	2008
23			EMLAK GYO		My Town İspartakule	Bahçeşehir	583	Yüksek	orta üstü-üst	■	2009-2011
24			EMLAK GYO	Emlak Paz. İnşaat	İspartakule	Bahçeşehir	5973	Yüksek	orta-orta üstü	■	2009
25			KIPTAŞ		Kayabaşı Evleri	Kayabaşı	1140	Yüksek	Orta	■	2009
26			KIPTAŞ		Esenyurt 1,2,3, 4 E. Konutları	Esenyurt	752	Yüksek	Orta	■	2009
27			KIPTAŞ		Başakşehir 5. Etap	İkitelli	4932	Karma	orta-orta üstü	■	2000
28			KIPTAŞ		Başakşehir 1. Etap	İkitelli	3004	Yüksek	Orta	■	1999
29			KIPTAŞ		Başakşehir 4. Etap	İkitelli	2142	Karma	orta-orta üstü	■	2002
30			KIPTAŞ		Başakşehir 2. Etap	İkitelli	2304	Yüksek	orta-orta üstü	■	2001
31			KIPTAŞ		Başakşehir 5. Etap 2. Kısım	İkitelli	276	Yüksek	orta-orta üstü	■	2009
32			KIPTAŞ		Metrokent	İkitelli	1290	Yüksek-karm	Orta Üstü	■	2011
33			KIPTAŞ		Masko Evleri	İkitelli	360	Yüksek	orta-orta üstü	■	2009
34			TOKİ	Özsaya-Güner	Avrupa Konutları Atakent 1	Halkalı	1368	Yüksek	orta üstü-üst	■	2007
35		Küçükçekmece	EMLAK GYO	Artaş-Güner	Avrupa Konutları Atakent 2	Halkalı	1108	Yüksek	orta üstü-üst	■	2007
36			EMLAK GYO	Kuzu Grup	Divan Rezidans	Halkalı	400	Yüksek	orta üstü-üst	■	2009
37			TOKİ	Albayrak	Güneşpark 1	Halkalı	578	Yüksek	orta üstü-üst	■	2009
38			TOKİ	Albayrak	Güneşpark 2	Halkalı	292	Yüksek	orta üstü-üst	■	2009
39			TOKİ	Soyak	Olimpiakent	Halkalı	3592	Yüksek	orta üstü-üst	■	2006
40			EMLAK GYO	Mehmet Çelik	Misstanbul	Başakşehir	936	Yüksek	Orta	■	2007
41			KIPTAŞ		Sefaköy Evleri	Sefaköy	860	Yüksek	orta-orta üstü	■	2008
42		Bakırköy	TOKİ	Mutlu İnşaat	Ataköy Konakları	Ataköy	950	Orta	Üst	■	2005
43		Bahçelievler	EMLAK GYO	Tasyapı	Novus Residence	Kartaltepe	285	Yüksek	Üst	■	2009
		Bağcılar									
		Güngören									
44		Zeytinburnu	KIPTAŞ		Merkez Evleri	Topkapı	322	Yüksek	Orta Üstü	■	2007
45		Zeytinburnu	KIPTAŞ		Merkez Evleri 2	Topkapı	481	Yüksek	Orta Üstü-Üst	■	2009
		Bayrampaşa									
		Esenler									
46		Gaziosmanpaşa	EMLAK GYO	Artaş-Öztaş-Doğu	Avrupa Konutları TEM	Gaziosmanpaşa	3100	Yüksek	orta üstü-üst	■	2009
		Fatih									
47		Eyüp	KIPTAŞ		Finanskent	Eyüp	850	Yüks-karma	orta üstü	■	2012
		Beyoğlu/Şişli									
48		Kağıthane	KIPTAŞ		Başak Konutları	Kağıthane	1274	Yüksek	orta	■	2000
49		Beşiktaş	KIPTAŞ		Teras Evleri	Kağıthane	283	Karma		■	2000
50		Sarıyer	KIPTAŞ		Zekeriyaköy Konutları	Zekeriyaköy	196		Üst	■	1999
					Toplam		56477	Konut			
1	Anadolü Yakası	Üsküdar	KIPTAŞ		Altunizade Hilal Konakları	Üsküdar	169	Düşük	üst	■	2005
2		Ümraniye	EMLAK GYO	Hektaş	İdealistkent	Ümraniye	883	Yüksek	orta üstü-üst	■	2007
3			KIPTAŞ		Yeşil Vadi	Ümraniye	617	Orta	üst	■	2006
		Çekmeköy		>200							
		Beykoz		>200							
4		Ataşehir	EMLAK GYO	Varyap-Teknik Yapı	Uphill Court Ataşehir	Batı Ataşehir	1742	Yüksek	üst	■	2008
5			EMLAK GYO	Ağaoğlu	My World	Batı Ataşehir	3636	Yüksek	orta üstü-üst	■	2007
6			EMLAK GYO	Emay-lpek	Kent Plus Ataşehir	Batı Ataşehir	2044	Yüksek	orta üstü-üst	■	2006
7			EMLAK GYO	Varyap Varlıbaşlar	Varyap Meridian	Batı Ataşehir	2000	Yüksek	Üst	■	2009-2011
8			EMLAK GYO	Ağaoğlu	My Towerland	Batı Ataşehir	4000	Yüksek	Üst	■	2007
9			EMLAK GYO	Or-Han	Ataşehir Rezidans	Doğu Ataşehir	180	Yüksek	orta üstü-üst	■	2005
10			KIPTAŞ		İçerenköy Konutları	İçerenköy	208	Yüksek	orta-orta üstü	■	2002
11		Kadıköy	KIPTAŞ		İçerenköy Evleri	İçerenköy	144	Yüksek	orta üstü-üst	■	2012
12			TOKİ	Baytur	Baytur-Kozyatağı	Kozyatağı	800	Yüksek	orta üstü-üst	■	2005
13		Sancaktepe	EMLAK GYO	Buket İnşaat	Neveser Konakları	Ümraniye	346	Orta	orta üstü-üst	■	2007
14		Maltepe	KIPTAŞ		Maltepe Konutları 1. Etap	Başıbüyük	878	Yüksek	orta üstü	■	2007
15			KIPTAŞ		Maltepe Konutları 2. Etap	Yıldırma	1276	Yüksek	orta üstü, üst	■	2011
16			KIPTAŞ		Dragos Konutları	Dragos	128	Orta	üst	■	2011
17		Kartal	EMLAK GYO	Kent Toplu Konut	Kent Plus Kartal	Kartal	518	Yüksek	orta-orta üstü	■	2009
18			KIPTAŞ		Niş Adalar	Başıbüyük	2200	Yüksek	orta-orta üstü	■	2010-2013
19		Sultanbeyli	KIPTAŞ		Sarmaşık Evler	Aydos	432	düşük	orta üstü-üst	■	2009
20			KIPTAŞ		Hilalşehir	Seyhli	1284	Yüksek	orta	■	2002
21			KIPTAŞ		Dolayoba Sosyal Konutları	Pendik	842	Yüksek	orta altı	■	2002
22			KIPTAŞ		Aydos Evleri	Aydos	1271	düşük	üst	■	2004-2012
23			KIPTAŞ		Tuzla Konutları	Tuzla	3060	Yüksek	orta, orta üstü	■	2006
24		Tuzla	KIPTAŞ		Tuzla Konutları 2	Tuzla	1978	Yüksek	orta-orta üstü	■	2011
25			KIPTAŞ		Tuzla Evleri	Tuzla	1332	Yüksek	orta-orta üstü	■	2011
					Toplam		31968	Konut			
75	Genel Toplam						88445	konut			

Çizelge 2.3. İstanbul İlinde Son 10 Yılda Özel Sektör Tarafından Sunulan T. Konut Projeleri; Konumları, İsimleri, Konut Kapasiteleri ve Hedef Kullanıcı Gelir Grupları

No	Yaka	Konumlandığı İlçe	Şirket İsmi	Proje İsmi	Konumu	Konut Adedi	Yapı Yoğunluğu	H. Kullanıcı Gelir Grubu	Lejant	Sunum Yılı
1	Silivri	Silivri	Sinpaş Yapı	Sealebria	Silivri	222	düşük	orta üstü-üst	▲	2006
2			Barsel İnşaat	Silivri Life	Silivri	250	yüksek	orta-orta üstü	▲	2008
		Çatalca								
		Arnavutköy								
3	B. çekmece	B. çekmece	Alarko	Alkent 2000	Yakuplu	863	düşük	üst	▲	1996-2001
4			Konak İnşaat	Güzel Şejir	Güzelve	800	düşük	üst	▲	2008
5			Hasanoğlu İnşaat	Banu Evleri	Büyüçekmece	393	orta-karma	orta üstü-üst	▲	2009
7			Acun İnşaat	Acunkent	Büyüçekmece	762	yüksek	orta	▲	2009-2011
8			Kiler	Çınarevler	Büyüçekmece	216	yüksek	orta	▲	2009
9			Gül İnşaat	Rose Marine	Sinanoba	400	orta-karma	orta-orta üstü	▲	2009-2012
10			Coldwell Banker	Stüdyo Life	Büyüçekmece	320	yüksek	orta üstü	▲	2009-2011
11			Gül İnşaat	Vista Residenza	Büyüçekmece	200	yüksek	orta üstü	▲	2009-2012
12			KKG	Pelikan Hill	Büyüçekmece	715	düşük	üst	▲	2011
13			KKG	Pelikan Hill Residence	Büyüçekmece	686	orta	orta üstü-üst	▲	2009
14	Beylikdüzü	Beylikdüzü	Nurol	Beylikdüzü	Beylikdüzü	875	yüksek	orta-orta üstü	▲	2001
15			Eston	Eston Deniz	Yakuplu	4500	düşük	orta üstü-üst	▲	2009
16			Eston	Eston Reşitpaşa Evleri	Yakuplu	1100	orta	orta üstü-üst	▲	2009
17			Fiyapı	Fi-Tower	Beylikdüzü	1725	yüksek	orta	▲	2010-2011
18			Cemtaş İnşaat	Çemtaş Konutları	Beylikdüzü	260	yüksek	orta	▲	2007
19			Han Yapı	İstHABul	Beylikdüzü	1660	yüksek	orta-orta üstü	▲	2009
20			Gül İnşaat	Perla Vista	Beylikdüzü	294	yüksek	orta üstü-üst	▲	2009-?
21			Yeşil İnşaat	Innovia	Beylikdüzü	8000	yüksek	orta	▲	2009
22			Demir İnşaat	Ayışığı Halting	Beylikdüzü	336	yüksek	orta-orta üstü	▲	2010
23			Firedevs Koop.	Firdevs Evleri	Beylikdüzü	540	yüksek	orta	▲	2011
24	Başakşehir-Avcılar-Esenyurt	Başakşehir-Avcılar-Esenyurt	Aktel İnşaat	Aktel Residence	Beylikdüzü	532	yüksek	orta üstü-üst	▲	2009-?
25			Ekinciler	Ekinciler Teras Konutlar	Beylikdüzü	286	orta	orta-orta üstü	▲	2007
26			Önay Grup	Esenbahçe Konutları	Beylikdüzü	451	yüksek	orta-orta üstü	▲	2009
27			Mavikent	Mavikent Beylikdüzü	Beylikdüzü	366	yüksek	orta	▲	2008
28			Keleşoğlu	Ginza-Lainya Park	Beylikdüzü	230	yüksek	orta-orta üstü	▲	2011
29			Keleşoğlu	Ginza-Korner	Beylikdüzü	260	yüksek	orta-orta üstü	▲	2011
30			Şenka İnşaat	Selin Evleri	Yakuplu	238	yüksek	orta	▲	2008
31			ELC Group	Beyaz City Residence	Beylikdüzü	320	yüksrk	orta-orta üstü	▲	2009-?
32			Regnum	Elitkent	Bahçeşehir	722	yüksek	orta-orta üstü	▲	2009
33			Eston	Ardıçlı Göl Evleri	Esenyurt	371	düşük	orta üstü-üst	▲	1999
34	Başakşehir-Avcılar-Esenyurt	Başakşehir-Avcılar-Esenyurt	Akkök-Akış	Akbatı	Esenyurt	348	yüksek	orta üstü-üst	▲	2012
35			Eston	Ardıçlı Evler	Esenyurt	724	düşük	orta üstü-üst	▲	2005
36			Mimart	Armina Evleri	Büyüçekmece	720	orta	orta üstü-üst	▲	2008
37			Nurol	Bahçeşehir MN	Bahçeşehir	600	yüksek	orta üstü-üst	▲	2008
38			Girişim İnş. Vd.	Bahçeşehir Boğazköy	Boğazköy	5735	karma	orta-orta üstü	▲	2007-2010
39			Eston	Eston Şehir	Bahçeşehir	813	düşük	orta üstü-üst	▲	2009
40			Fiba	Fiba Manolya	Bahçeşehir	408	yüksek	orta üstü-üst	▲	2009
41			Fiyapı	Fi-Yaka	Esenşehir	833	yüksek	orta	▲	2009
42			Fiyapı	Fi-Side	Bahçeşehir	3184	yüksek	orta	▲	2011-2012
43			Dumankaya	Dumankaya Modern	Bahçeşehir	716	yüksek	orta üstü-üst	▲	2010-2012
44	Başakşehir-Avcılar-Esenyurt	Başakşehir-Avcılar-Esenyurt	Garanti Koza	Akkoza Evleri	Esenyurt	5500	yüksek	orta üstü-üst	▲	2009-2012
45			Garanti Koza	İspartakule	Bahçeşehir	498	yüksek	orta üstü-üst	▲	2011
46			Tulip Gayrimenkul	Tulip 360	Esenyurt	2388	yüksek	orta	▲	2012
47			Oyak	Oyakent	Başakşehir	3052	yüksek	orta-	▲	2009-2010
48			Milpa	Milpark	Esenyurt	993	yüksek	orta üstü	▲	2011
49			Kumuşoğlu İnşaat	Agena Esenyurt Evleri	Esenyurt	340	yüksek	orta-orta üstü	▲	2011
50			Regnum	Astrum Towers	Esenyurt	1285	yüksek	orta-orta üstü	▲	2011
51			Pam İnşaat	Koru Bahçe Esenşehir Konutları	Esenyurt	816	yüksek	orta-orta üstü	▲	2009
52			Hasanoğlu İnşaat	Opalpark	Bahçeşehir	380	yüksek	orta-orta üstü	▲	2008-2011
53			Gavuzoğlu İnşaat	Papatya Evleri	Esenyurt	400	yüksek	orta-	▲	2006
54	K. çekmece	K. çekmece	Aydınlı Yapı	Solar Kent	Esenyurt	866	yüksek	orta-orta üstü	▲	2010
55			Topkapı	Orion Park Esenyurt	Esenyurt	406	yüksek	orta-orta üstü	▲	2009-2011
56			Sinpaş GYO	Bosphorus City	Halıka/K.Ç.	2795	yüksek/karm	orta üstü-üst	▲	2008-2011
57			Özyazıcı İnşaat	İhlamur Evleri	Halıka/K.Ç.	360	yüksek	orta-orta üstü	▲	2009-2012
58			Kayı	Ka Green	Halıka/K.Ç.	400	yüksek	orta	▲	2011
59			Akyapı	Lale Şehir Konakları	Halıka/K.Ç.	490	düşük	orta üstü-üst	▲	2009-?
60			Torunlar/Ö.	Niş İstanbul	Yeşilköy	585	yüksek	üst	▲	2010
61			Keleşoğlu	Ataköy Konakları	Ataköy	950	yüksek	üst	▲	2008
62			Keleşoğlu	My City Bahçelievler	Bahçelievler	1220	orta	orta üstü-üst	▲	2009-2011
63			Keleşoğlu	Yenibosna Yasemin	Bahçelievler	204	orta	orta üstü	▲	2011
64	Bahçelievler	Bahçelievler	Helim Kurt-Sez.	Samsun Towers	Bahçelievler	1600	yüksek	orta	▲	2012
65			Güneri	İkebana	Bahçelievler	300	orta	orta üstü-üst	▲	2009
66			Eston	Kirazlı Evler	Bağcılar	432	yüksek	Orta Üstü	▲	1999
67			Metar Grup	Çınar Olimpia Park	Bağcılar	508	yük.-kule	orta-orta üstü	▲	2008
68			Güngören	İttifak İnşaat	Real İstanbul	295	yüksek	orta-orta üstü	▲	2009-?
69			Bayrampaşa	Albayrak GYO	Kemer Park	598	yüksek	orta-orta üstü	▲	2008
70			G. osmanpaşa	Uğurgül İnşaat	Validesuyu Konutları	332	yüksek	orta üstü	▲	2008-2010
71			Fatih							
72	Eyüp	Eyüp	Kemer Yapı	Kemer Country	Göktürk	1250	düşük	üst	▲	1995-2010
73			Yapı Kredi Koray	İstanbul İstanbul	Göktürk	204	düşük	üst	▲	2002
74			Mesa	Yamaçevler	Göktürk	469	orta-karma	üst	▲	2000-2006
75			Keleşoğlu İnşaat	Cauntry Life	Göktürk	277	yüksek	orta üstü-üst	▲	1011
76			Keleşoğlu İnşaat	Arketip Evleri	Göktürk	273	orta	üst	▲	2009
77	Şişli	Şişli	Beyoğlu							
78			Kağıthane							
79			Ant Yapı	Anthill Residence	Bomonti	804	yüksek-kule	üst	▲	2008-2010
80			Taş Yapı	Mashattan	Maslak	1750	yüksek	Üst	▲	2008
81			Ofon	Elysium Fantastic B.	Bomonti	346	orta	üst	▲	2009-2011
82	Sarıyer	Sarıyer	Ofon	E. Residence Şişli	Bomonti	202	yüksek	üst	▲	2009
83			Ofon	Elysium Cool	Şişli	210	yüksek	üst	▲	2009
84			Taş Yapı	Trump Towers	Mecidiyeköy	204	yükse. kule	üst	▲	2009-?
85			Garanti Koza	Zekeriyaköy Evleri	Zekeriyaköy	706	düşük	Üst	▲	1998
86			Nurol	Tarabya	Tarabya	217	orta	orta üstü-üst	▲	1999
87	Beşiktaş	Beşiktaş	Sinpaş Yapı	Marenegro Projesi	Kilyos	239	düşük	orta üstü-üst	▲	2005
88			Acarlar	Atlantis Konutları	Zekeriyaköy	920	yüksek	orta üstü-üst	▲	2007
89			Asıcıoğlu İnşaat	Selenium 34 Twins	Fulya	240	yüksek	üst	▲	2009
90			İnanlar İnşaat	Terrace Plus	Fulya	200	yüksek	üst	▲	2011
91			İnanlar İnşaat	Terrace Fulya	Fulya	257	yüksek	üst	▲	2007
92	Toplam	Toplam	Kiler	İstanbul Sapphire	Levent	201	yüksek-kule	üst	▲	2009-2012
93						79936	konut			

Çizelge 2.3. İstanbul İlinde Son 10 Yılda Özel Sektör Tarafından Sunulan Konut Projeleri; Konumları, İsimleri, Konut Kapasiteleri ve Hedef Kullanıcı Gelir Grupları

ÖZEL SEKTÖR YATIRIMI KONUT PROJELERİ											
No	Yaka	Konumlandığı İlçe	Şirket İsmi	Proje İsmi	Konumu	Konut Adedi	Yapı Yoğunluğu	H. Kullanıcı Gelir Grubu	Lejant	Sunum Yılı	
1	Anadoluhisari	Üsküdar	Mesa	Konakları	Altunizade	228	düşük	orta üstü-üst	▲	1995	
2			Mesa	Çengelköy Evleri	Çengelköy	298	düşük	orta üstü-üst	▲	2008-2011	
3			Bilgen	Bilgen Konutları	Üsküdar	220	yüksek	orta	▲	2007	
4			Taşyapı	Almond Hill	Acıbadem	750	orta	orta üstü-üst	▲	2007	
5			Sinpaş-Akkök	Ak-asya Acıbadem	Acıbadem	1500	Yüksek-	yüksek yoğun	▲	2009-2011	
6		Ümraniye	Ağaoğlu	My City	Ümraniye	598	orta	orta üstü	▲	2000	
7			Sinpaş Yapı	Aqua City	Ümraniye	586	yüksek	orta üstü-üst	▲	2002	
8			Sinpaş Yapı	Aqua Manors	Ümraniye	326	orta-karma	orta üstü-üst	▲	2002	
9			Soyak	Soyak Yenişehir	Ümraniye	3000	yüksek	orta üstü-üst	▲	2004	
10			Ağaoğlu	My Town	Ümraniye	560	yüksek	orta üstü-üst	▲	2005	
11			Sinpaş Yapı	Central Life	Ümraniye	386	yüksek	orta üstü-üst	▲	2005	
12			A-Z Yapı	Merit Life Göl Konakları	Ümraniye	375	orta-karma	orta üstü	▲	2005	
13			Yapı Kredi Koray	Evidea	Ümraniye	473	yüksek	orta üstü-üst	▲	2004-2006	
14			Ağaoğlu	Eltes Güneşi	Ümraniye	1342	yüksek	orta-orta üstü	▲	2007	
15			Sinpaş GYO	Avangarden Projesi	Ümraniye	141	karma-kule	orta üstü-üst	▲	2006-2008	
16			Y.K. Koray	Evidea	Ümraniye	473	yüksek	orta üstü-üst	▲	2004-2006	
17			Sur Yapı	Dora Park	Ümraniye	399	yüksek	orta üstü-üst	▲	2006-2008	
18			Sur Yapı	Mahalle	Ümraniye	246	orta	orta üstü-üst	▲	2006-2008	
19			Sur Yapı	Adapark	Ümraniye	1012	yüksek	orta üstü-üst	▲	2012	
20			Ant Yapı	Antrium	Ümraniye	420	yüksek-karm	orta üstü-üst	▲	2005-2007	
21			Kapra	Life Towers	Ümraniye	501	yüksek	orta-orta üstü	▲	2009	
22			Çekmeköy	Eksioğlu	Çekmeköy Konakları	Ümraniye	1260	yüksek	orta	▲	2007
23				Atlas G.İ.	Yeşilbelde Kent	Ümraniye	432	yüksek	orta	▲	2007
24				Nazar İnşaat	Residence	Ümraniye	264	yüksek	orta üstü	▲	2009
25				Şua İnşaat	Elit Life	Ümraniye	450	yüksek	orta üstü	▲	2009
26		Koray-İş		Kasaba	Çekmeköy	750	düşük	üst	▲	2000	
27		Tuba		Optimum	Ömerli	78	düşük	üst	▲	2005	
28		Dumankaya		Çekmeköy Evleri	Çekmeköy	348	yüksek	orta	▲	2002	
29		Ağaoğlu		My Country	Çekmeköy	271	düşük	orta üstü-üst	▲	2002	
30		Aktürk		Rapsodi Evleri	Çekmeköy	555	orta-karma	üst	▲	2005-2008	
31		Kolon İnşaat		Karpe Diem Konutları	Taşdelen	540	yüksek	orta-orta üstü	▲	2009-2011	
32		Kadıköy		Canan Yapı	Canan Residence	Şerifali	269	yüksek	orta üstü	▲	2009
33			Dumankaya	Çekmeköy Evleri	Çekmeköy	348	yüksek	orta üstü	▲	2006	
34			K-C	Güven Konutları	Taşdelen	?	yüksek	orta-orta üstü	▲	2009-2007	
35			Beykoz	Acarlar	Acarkent	Beykoz	2747	karma-kule	üst	▲	2002-2009
36				Tepe Grubu	Beykoz Konakları	Soğuksu	401	düşük	üst	▲	2002
37				Sinpaş Yapı	Koru Konutları	Ataşehir	260	yüksek	orta üstü-üst	▲	1999
38			Ataşehir	Ant Yapı	Residence	Ataşehir	200	yüksek	orta üstü-üst	▲	2001-2003
39				Dündar	İncity	Ataşehir	322	yüksek	üst	▲	2007
40				Teknik Yapı	Deluxia	Batı Ataşehir	702	yüksek	orta üstü-üst	▲	2012
41				Ant Yapı	Mavisu Residence	Güney Ataşehir	220	orta-karma	orta üstü-üst	▲	2004-2006
42			Sancaktepe	Dumankaya	Kozyatağı Evleri	Kozyatağı	311	Yüksek	orta-orta üstü	▲	1995
43		Yapı Yatırım		Bostancı City	Bostancı	214	yüksek	orta üstü-üst	▲	2008	
44		Taş Yapı		Four Winds	Kadıköy	540	Yüksek	üst	▲	2012	
45		Ağaoğlu		My Towerland	Ataşehir	4000	yüksek	üst	▲	2009-2012	
46		Dumankaya		İkon	Kadıköy	1059	yüksek-kule	Orta Üstü-Üst	▲	2009-2012	
47		Ağaoğlu		My Village	Samandıra	292	düşük	orta üstü-üst	▲	2003	
48	Fiyapı	Fi-yaka Sancaktepe		Sancaktepe	242	orta	orta	▲	2008		
49	Sinpaş GYO	Lagün Konutları		Samandıra	515	düşük	orta üstü-üst	▲	2007-2010		
50	Sinpaş GYO	Aquaciyt 2010		Sarıyer	1120	yüksek	orta üstü-üst	▲	2009-2012		
51	A-Z Yapı	Merit Life Kent		Sarıyer	1032	orta	orta üstü	▲	2008-2010		
52	Maltepe	K-C		Sarıyer	?	yüksek	orta-orta üstü	▲	2008-2010		
53		Garaj İnşaat	Simplicity	Sarıyer	252	orta	orta-orta üstü	▲	2008-2010		
54		DAP Yapı	Cento Futura	Sarıyer	203	yüksek	ort üstü	▲	2008		
55		DAP Yapı	Şelale Space Center	Sarıyer	284	yüksek	orta-orta üstü	▲	2005		
56		DAP Yapı	Residence	Sarıyer	216	yüksek	orta üstü	▲	2006		
57		İntaş	Sarı Evler	Sarıyer	720	yüksek	orta-orta üstü	▲	2009		
58		OM Ortaklığı	Ovalbahçe	Sarıyer	264	orta	orta	▲	2008-2010		
59		Kartal	Tepe İnşaat	Nar City	Maltepe	1283	karma-orta	orta üstü	▲	2007-2009	
60			Soyak	Soyak Evreka	Kartal	938	yüksek	orta üstü-üst	▲	2009-?	
61			Dumankaya	D. Vizyon	Kartal	350	yüksek	orta üstü	▲	2008-2010	
62			Teknik Yapı	Uprice Elit	Kartal	750	Yüksek-karm	orta üstü-üst	▲	2009-2011	
63	Teknik Yapı		Uptwins	Kartal	312	Yüksek-kule	üst	▲	2009-2011		
64	Teknik Yapı		Upcity Flats	Kartal	340	yüksek	orta-orta üstü	▲	2011		
65	DAP Yapı		Dragos Royal Towers	Dragos	212	yüksek	üst	▲	2009		
66	Başarır İnşaat		Helenium Sun	Kartal	211	yüksek	orta üstü	▲	2007-2009		
67	Teknik Yapı		Uplife Park	Kartal	567	Yüksek-kule	orta-orta üstü	▲	2007-2009		
68	Pendik		Dumankaya	Yenişehir Evleri	Yayalar	463	yüksek	orta-orta üstü	▲	1999	
69			Dumankaya	Kelebek Vadisi Evleri	Yayalar	274	yüksek	orta	▲	2002	
70		Dumankaya	Trend+Plus	Kurtköy	1436	yüksek	orta üstü	▲	2006		
71		Dumankaya	Konsept İstanbul	Kurtköy	845	orta-karma	orta	▲	2008		
72		Dumankaya	Trend Ekstra	Kurtköy	172	yüksek	orta üstü	▲	2009-?		
73		Dumankaya	D. Minimal	Kurtköy	175	düşük	Orta üstü	▲	2009-?		
74		Vektör G	Kristal	Pendik	266	orta	Orta Üstü-Üst	▲	2008		
75		KC Grup	Binbir Evler	Pendik	1001	yüksek	orta-orta üstü	▲	2009-?		
76		Tuzla	Dumankaya	Gizli Bahçe K.	Aydınlı	680	orta-karma	Orta Üstü	▲	2002-2007	
77			Cer Yapı	Galatown	Tuzla	600	orta	orta-orta üstü	▲	2009	
78			Yapı Konut	Arkeon Evler	Akfiyat	?	orta	üst	▲	2003-2008	
79	Dumankaya		Adres Botanik-Adres	Aydınlı	992	yüksek	orta	▲	2009-?		
80	Ayyıldırım		Milenium Park	Akfiyat	219	düşük	üst	▲	2009		
81	Toplam	İstanbul Genel Toplam	Fiyapı	Fi-yaka Tuzla 1,2,3	Tuzla	508	yüksek	orta	▲	2009-?	
			48109	konut							

**GEBZE YÜKSEK TEKNOLOJİ ENSTİTÜSÜ, MÜHENDİSLİK VE FEN BİLİMLERİ
ENSTİTÜSÜ MİMARLIK ANABİLİM DALI YÜKSEK LİSANS TEZ ÇALIŞMASI**

**KONUT EDİNİMİNDE KULLANICI KARARLARINI ETKİLEYEN FAKTÖRLERİ
ARAŞTIRMA ANKETİ**

Bu çalışmada yer alan sorular, İstanbul İli'nde konut seçimine etki eden faktörlerin belirlenmesini amaçlamaktadır. Ankete vereceğiniz cevaplar, yüksek lisans tez çalışmasında kullanılacaktır. Elde edilen bilgilerin geçerliliği, sorulara vereceğiniz cevapların gerçek durumu yansıtması ile mümkün olabilecektir. Anketi cevaplayarak bu çalışmaya değerli katkılar sağladığınız için teşekkür ederim.

Sıddıka Filiz AYDIN GÖK

ANKET FORMU

A.KULLANICI ODAKLI VERİLER

I. KULLANICI KİMLİĞİ

Alan Adı:

Tarih:

No:

1.Kullanıcı/Kullanıcı grubu cinsiyet, yaş ve eğitim durumu

	Cinsiyeti	Yaşı	İlköğretim	Lise	Y.Okul/Fakülte	Y.Lisans/Doktora
Bekar Birey						
Evli Birey						
Eşi						
Çocuk						
Çocuk						
Çocuk						
Diğer						

2. Kullanıcı/Kullanıcı grubu çalışma durumu

Bekar Birey:B.B.

Evli Birey:E.B.,

Eşi:E (İşaretlemede kullanılacak harfler)

Çalışıyorum	
Kamuda İşçi/Memur/Öğretmen	
Kamuda Üst Düzey Yönetici	
Özel Sektörde İşçi	
Özel Sektörde Uzman Meslek Grubu	
Özel Sektörde Üst Düzey Yönetici	
Özel Sektörde Şirket Sahibi	
İşyeri Sahibi Uzman Meslek Grubu	
Akademisyen	
Esnaf	
Zanaatkar	
Sanatçı	
Diğer	

Çalışmıyorum	
Ev Hanımı	
Öğrenci	
Emekli	
İşsiz	

II. KULLANICI GELİRİ ve KONUT EDİNİMİNDEKİ FİNANSAL KAYNAKLARI

3.Sizce hangi gelir grubuna giriyorsunuz?

[] Üst G.G. [] Orta Üstü G.G. [] Orta G.G. [] Orta Altı G.G. [] Düşük G.G.

4. Ev ve otomobil sahipliği

	Yok	1 adet	2 adet	2'den fazla
Evim	Kiracıyım			
	Kira vermiyorum			
Otomobilim				

5. Ev satın almak için size göre önemli olan ilk 3 finansal kaynağı sırasıyla seçebilir misiniz?

- ☐ Takas Usulü
☐ Banka Kredisi
☐ Müteahhit Kredisi
☐ Mevcut Mülkü/Mülkleri Satma
☐ Bireysel Tasarruf
☐ Yakın Çevreden Borç Alma
☐ Diğer

III. KULLANICININ MEVCUT YAŞAM ÇEVRESİ

6. Hangi semtte/ilçede oturuyorsunuz?.....

7. Kullanıcı/Kullanıcı Grubu İş ve Eğitim Yerleri (İlçe Adı)

	İş Yeri	Okul Yeri
Bekar Birey		
Evli Birey		
Eşi		
Çocuk		
Çocuk		
Çocuk		
Diğer		

8. Oturduğunuz evin konumu ve komşuluk düzeni

	Kamuya Kapalı Site Düzeninde	Kamuya Açık Sokak Düzeninde
Kent Merkezinde		
Uydu Kentte		

9. Ne tip bir evde oturuyorsunuz?

	1+1	2+1	3+1	4+1 ve daha büyük
Apartman dairesi				
Tek katlı müstakil bahçeli ev				
2-3 katlı müstakil bahçeli ev				
Rezidans dairesi				

IV. YENİ KONUT EDİNİMİNDEKİ NİYET ve ÖNCELİKLERİ

IV. I. YENİ KONUT EDİNİMİNDEKİ AMAÇ ve ETKİNLİK

10. Evi kimin için satın alıyorsunuz?

- ☐ Kendim için ☐ Ailemiz için ☐ Çocuğum için ☐ Bir arkadaşım için

11. Ev almak istemenizin öncelikli sebebi nedir?

[] İkamet etmek için /Oturmak için [] Yatırım yapmak için (Oturmayacağım)

12. Satın alma kararında kimin istekleri önceliklidir?

[] Kendi isteklerim önceliklidir. [] Eşimin istekleri önceliklidir.
[] Çocuklarım istekleri önceliklidir. [] Aile bireylerinin istekleri eşit derecede etkilidir.

IV.II. EDİNİMİ HEDEFLenen KONUT ve ÇEVRESİNE YÖNELİK ÖNCELİKLERİ**13. Hangi semtte/ilçede ev almak istiyorsunuz?.....Neden?****14. Satın alacağınız evin konumu ve komşuluk düzeni sizce nasıl olmalıdır?**

	Kamuya Kapalı Site Düzeninde	Kamuya Açık Sokak Düzeninde
Kent Merkezinde		
Uydu Kentte		

15. Edinmeyi planladığınız ev aşağıdakilerden hangisidir? İdealinizdeki ev aşağıdakilerden hangisidir?

	1+1	2+1	3+1	4+1 ve daha büyük
Apartman dairesi				
Bahçe katı apartman dairesi				
Çatı katı apartman dairesi				
Tek katlı müstakil bahçeli ev				
2-3 katlı müstakil bahçeli ev				
Rezidans dairesi				

Planladığınız: P İdealiniz: İ

16. Ev alırken tercihinizi belirleyen aşağıdaki ana kriterleri önem derecesine göre 1'den 6'ya kadar sıralayabilir misiniz?

	Lokasyon/ Konum
	Depreme Dayanıklılık
	Fiyat
	Mimari proje ve kalite
	Sosyal imkanlar
	Güvenlik (Yangın, istenmeyen kişiler vb.)

B. KONUT/SUNUM ODAKLI VERİLER**V. KONUTUN ÇEVRESEL ÖZELLİKLERİNE YÖNELİK DEĞERLENDİRMELER****17. Ev satın almaya karar verirken aşağıdaki çevresel özellik ve koşulları nasıl değerlendirirsiniz?**

	Çok Önemli	Önemli	Karasızım	Önemsiz	Hiç Önemli Değil
Projeye ana yollardan otoyol kolay ulaşılabilmesi					
Projeye yaya olarak kolay ulaşılabilmesi					

Projenin çevresindeki oto trafiği yoğunluğu	Çok Önemli	Önemli	Kararsızım	Önemsiz	Hiç Önemli Değil
Projenin yakınında toplu ulaşım imkânı olması					
Projenin arazisinin deprem ve sel tehlikesi açısından yerleşime uygun olması					
Projenin, merkezi; hizmet, eğitim ve ticaret alanlarına (kreşe, okullara, hastaneye, camiye, alışveriş merkezlerine) yakınlığı, mümkünse bunları kapsaması					
Proje çevresinin nitelikli ve estetik binalardan oluşması					
Projedeki binaların mimari formu					
Projedeki binaların birbirine yakınlığı ve konumları					
Projenin sosyal tesisinin ve yüzme havuzunun olması					
Projenin ağaçlandırılması ve çiçeklendirilmesi/peyzajı					
Projedeki yaya, oto ve bisiklet yollarının düzeni /peyzajı					
Projenin çok sayıda çocuk oyun alanına sahip olması					
Projede tüm ortak açık ve kapalı alanların iyi aydınlatılması					
Projenin güvenli bir ortam yaratması					
Projenin sakin ve gürültüsüz bir ortam yaratması					
Projede her ev için en az bir araçlık özel otopark imkanı olması					
Projenin temiz su, pis su, kanalizasyon, elektrik, doğalgaz altyapı imalatlarının sağlıklı olması					
Projenin yeterli kapasitede su depolarına sahip olması					
Projenin arıtma tesisine sahip olması					
Olası komşularınızın sosyal statüleri ve yaşama biçimleri					

VI. KONUT ÖZELLİKLERİNE YÖNELİK DEĞERLENDİRMELER

18. Evin aşağıdaki özelliklerini satın alma kararını etkilemesi bakımından değerlendirebilir misiniz?

	Çok Önemli	Önemli	Kararsızım	Önemsiz	Hiç Önemli Değil
Bulunduğu binanın yasa ve yönetmeliklere uygun olarak inşaat ruhsatı almış olması					
Dairenin kat irtifakı/mülkiyeti tapularının çıkarılmış/çıkarılacak olması					
Binanın yeni ise deprem yönetmeliğine göre inşa edilmiş/edilecek olması					
Dairenin bulunduğu binanın mimari formu/estetik ve kalitesi					

Dairenin bulunduğu binanın kat adedi	Çok Önemli	Önemli	Karasızım	Önemsiz	Hiç Önemli Değil
Dairenin bulunduğu kat ve manzarası					
Dairenin m2'si (büyüklüğü)					
Dairenin aydınlık ve ferah olması					
Dairenin planı					
Mobilyaların rahatça yerleşebilmesi					
Dairenin mutfağının geniş ve kullanışlı olması (mekan büyüklüğü, beyaz eşya yeri ve dolapları açısından)					
Mutfağında ankastre ürünlerin verilmesi					
Banyo ve tuvaletlerinin kullanışlı olması ve kaliteli vitrifiye ve armatürle tefriş edilmiş olması					
Ortak banyo dışında bir de ebeveyn banyosunun bulunması					
Dairenin banyodan ayrı bir tuvaletinin bulunması					
Küçük bir çamaşır odasının bulunması					
Gömme dolap ve vestiyer bulunması					
En az bir balkonunun olması ve balkonun geniş olması					
Balkonlarının camekânla kapatılıp açılabilir olması					
Kapılarının, döşeme ve duvar kaplamalarının estetik ve kaliteli malzemeden olması					
Binanın inşaat yapım tekniği					
Asansörlerin gerekli sayıda, büyüklükte ve teknik özellikte olması					
Merdiven ve yangın merdivenlerinin gerekli teknik özelliklere sahip olması					
Dairede tüm tesisatının (elektrik ve mekanik) kaliteli ve dayanıklı malzemeden yapılmış olması					
Dairede yangın ve gaz kaçağı ihbar sisteminin bulunması					
Daire kombisinin yönetmeliklere uygun olarak takılmış olması					
Dairelerde yerden ısıtma olması					
Dairelere ısı ve ses yalıtımı yapılmış olması					
Pencerelerin su ve ısı geçirmez özellikte olması					
Dairelerde tüm kapıları ve bahçeyi izleyebilen görüntülü interkom sistemi olması					
Kablosuz internet erişimi sunulması					
Binada/Projede tüm kombilere, ortak alanlara ve asansörlere hizmet edebilecek kapasitede jeneratörün olması					
Binada uydu anten sisteminin bulunması					

19. Satın almayı düşündüğünüz evde nasıl bir ısıtma sistemini tercih edersiniz?

☐	Radyatörlü Merkezi Sistem-Katı Yakıt
☐	Radyatörlü Merkezi Sistem-Doğal Gaz
☐	Radyatörlü Kombili Sistem- Doğal Gaz
☐	Yerden Isıtma Kombili Sistem-Doğal Gaz
☐	Fanlı Isıtma Sistemi-Elektrik Enerjisi
☐	Radyatörlü-Solar Güneş Enerjisi

20. Yeni bir ev satın alırken;

☐ Kapılar ve pencereler takılmış kaba teslim alıp dekorasyonunu zevkime göre yaptırmak isterim.

☐ Örnek dairede taahhüt edilen şekilde standart dekorasyonu tamamlanmış teslim almak isterim.

VII. PAZARLAMA UNSURLARINA YÖNELİK DEĞERLENDİRMELER

21. Bu projeden nasıl haberdar oldunuz?

☐ Gazete İlanları ☐ İnternet İlanları ☐ Televizyon Reklamları ☐ Yakın Tavsiyesi
☐ Firmanın Önceki Projeleri ☐ Yoldan Geçerken/Reklam Panolarından Projeyi Görmem

22. Satış ofisine geldiğinizde aşağıdaki unsurlar satın alma kararınızda ne derece etkili olmaktadır?

	Çok Etkili	Etkili	Kararsızım	Etkisiz	Hiç Etkisi Yok
Satışa sunan markaya/kuruma duyulan güven					
Fiyatı ve ödeme kolaylıları (seçenekleri)					
Fiyatlara her türlü vergi ve masrafın dahil olması					
Evin tamamlanınca/zamanla kazanacağı değer					
Örnek dairelerde gördüklerim					
Maketten ve katalogdan anladıklarım					
Satış temsilcilerinin nezaketi ve güvenilirliği					
Satış ofisinin dekorasyonu					
Satış ofisinde sunulan hizmetler					
Evlerin teslim tarihi					

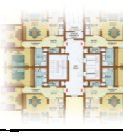
VIII. SATIŞ SONRASI HİZMETLERE YÖNELİK DEĞERLENDİRMELER

23. Aşağıda sıralanan satış sonrası unsurlar satın alma kararınızda ne derecede etkilidir?

	Çok Etkili	Etkili	Kararsızım	Etkisiz	Hiç Etkisi Yok
Garanti süresinin uzunluğu (5 yıl kanuni süre)					
7x24 saat güvenlik hizmetinin verilmesi					
Her türlü temizlik-bakım-onarım ve işletme hizmetinin profesyonel yönetim ekibi tarafından verilmesi					
Yönetim hizmetinin aidatı/aylık bedeli					

4. Bölüm Eki Çizelgeler**EK 3****Örnekleme Alanı Özellikleri ve Anket Verileri**

**Çizelge 4.3. Etkisi Değerlendirilecek Örneklem Alanı Özellikleri
(Konut/Sunum Faktörleri)**

Örneklem Alanlarının Kullanıcının Edinim Kararında Etkisi Olabilecek Özellikleri				
Projenin Kodu	A	C	B	D
Semti	Avrupa Yakası-Gaziosmanpaşa	Anadolu Yakası-Üsküdar	Avrupa Yakası-Küçükçekmece	Anadolu Yakası-Tuzla
Semtin Kentsel Yapı Dokusu	Niteliksiz-Çok Katlı-Orta Yoğun	Nitelikli-Çok Katlı-OrtaYoğunlukta	Nitelikli-Çok Katlı-Yüksek Yoğunlukta	Nitelikli-Niteliksiz Karma, Çok Katlı Az Katlı Karma, Orta Yoğun
Merkeziyeti-Ulaşabilirlik	Merkeze Yakın		Merkeze Uzak	
Çevre Ulaşım İmkanları	Ulaşım İmkanları Zengin	Ulaşım İmkanları Zengin	Ulaşım İmkanları Zengin	Ulaşım İmkanları Kısıtlı
Komşuluk Özellikleri/Konut/Sunum Çevresi Özellikleri				
Komşuluk Düzeni	Duvarlarla Kamuya Kapatılmış Güvenlikli Site	Duvarlarla Kamuya Kapatılmış Güvenlikli Site	Kamuya Açık, Güvenlikli Site	Duvarlarla Kamuya Kapatılmış Güvenlikli Site
Komşuluk Özellikleri - Arazi Güvenlik (Afet)	Yerleşime Uygun	Yerleşimde Önlemleri	Yerleşimde Önlemleri	Yerleşimde Önlemleri
Komşuluk Özellikleri - İstenmeyen Kişi	Güvenlikli	Güvenlikli	Güvenlikli	Güvenlikli
Komşuluk Özellikleri - Biçim Estetik	Benzer Yapı Bloklarından Oluşmakta, Bina ve Çevresi Estetik Değerleri Gözetilmiş	Çeşitli Yapı Bloklarından Oluşmakta, Bina ve Çevresi Estetik Değerleri Gözetilmiş	Benzer Yapı Bloklarından Oluşmakta, Bina ve Çevresi Estetik Değerleri Kısım Gözetilmiş	Benzer Yapı Bloklarından Oluşmakta, Bina ve Çevresi Estetik Değerleri Kısım Gözetilmiş
Komşuluk Özellikleri - Sosyal İmkanlar	Kapsamında; Kreş,İlköğretim Okulu, Poliklinik, Cami, Ticari Mağazalar, Market,	Kapsamında; Alışveriş Merkezi, Sinema, Tiyatro, Restoran, Spor Merkezleri, Yakınında; İlköğretim Okulu, Lise, Üniversite, Hastane, Pazar, diğer şehir donatıları	Yakınında ; 3 Kreş, İlköğretim Okulu, Lise, Hastane, 3 Sağlık Ocağı, Cami, Tematik Eğlence Parkı, 3 spor salonu, Özel Üniversite, Huzurevi ve Kentsel Hizmet Alanı (Sosyal Tesis)	Yakınında; İlköğretim Okulu, Cami Kapsamında; ticaret birimi bulunmakta, Sosyal İmkanlar Daha Zayıf
Otopark imkanı	Her konut için en az bir adet otopark imkanına sahip	Her konut için en az bir adet otopark imkanına sahip	Her konut için en az bir adet otopark imkanına sahip	Otopark planlanmış
Komşuluk Özellikleri - Çevresel Sağlık ve Temizlik K.	Sağlık ve Temizlik Kriterlerini Gözetin Alt ve Üst Yapıya Sahip	Sağlık ve Temizlik Kriterlerini Gözetin Alt ve Üst Yapıya Sahip	Sağlık ve Temizlik Kriterlerini Kısım Gözetin Alt ve Üst Yapıya Sahip	Sağlık ve Temizlik Kriterlerini Kısım Gözetin Alt ve Üst Yapıya Sahip
Projenin Kodu	A	C	B	D
Konut Özellikleri				
Teknik Özellikleri- Sağlamlık	Deprem Yönetmeliğine Göre Tünel Kalıp Sistemde İnşa Edilmekte	Deprem Yönetmeliğine Göre Konvansiyonel Sistemde İnşa Edilmekte	Deprem Yönetmeliğine Göre Tünel Kalıp Sistemde İnşa Edilmiş	Deprem Yönetmeliğine Göre Konvansiyonel Sistemde İnşa Edilecek
Teknik Özellikleri-Konfor	Tesisat Kalitesi ve Yalıtım Konusunda Güvence Vermekte	Tesisat Kalitesi ve Yalıtım Konusunda Güvence Vermekte	Tesisat Kalitesi ve Yalıtım Konusunda Güvence Vermekte	Tesisat Kalitesi ve Yalıtım Konusunda Güvence Vermekte
Teknik Öz-Konfor-Isıtma Sist.	Doğalgaz kombili radyatörlü sistem, Kombi montajlı teslim	Yaygın/Az katlı bloklarda yerden ısıtma doğalgaz kombili sistem, Yüksek kulelerde radyatörlü doğalgaz kombili sistem	Doğalgaz kombili radyatörlü sistem, Kombi verilmemekte	Merkezi sistem doğalgaz
Teknik Özellikleri- Güvenlik	Kamera ve İnterkom Sistemleri Bulunmakta, Yangın Güvenliği Önemsenmekte	Kamera ve İnterkom Sistemleri Bulunmakta, Yangın Güvenliği Önemsenmekte	Güvenlik Donanımı Yok, Yangın Güvenliği Önemsenmekte	Güvenlik Donanımı Yok, Yangın Güvenliği Önemsenmekte
Yasal Özellikler	Yapı Ruhsatı Alınmış, İskan Ruhsatı ve Tapular Alınacak	Yapı Ruhsatı Alınmış, İskan Ruhsatı ve Tapular Alınacak	Yapı Ruhsatı Alınmış, İskan Ruhsatı ve Tapular Alınmış	Yapı Ruhsatı Alınmış, İskan Ruhsatı ve Tapular Alınacak
Mimari Özellikler				
	1+1, 2+1, 3+1, 4+1 Daire Tipi Seçenekleri Sunulmakta	1+1, 1,5+1, 2+1, 2,5+1, 3+1, 3,5+1, 4+1, 4,5+1, 4+2 Tipi Tek Kat ya da Dupleks Daire Seçenekleri Sunulmakta	2+1, 3+1, 4+1 Daire Tipi Seçenekleri Sunulmakta	1+1 ve 2+1 Daire Tipi Seçenekleri Sunulmakta
Mimari Mekansal Özellikler	İç Mekanlar Geniş Tutumuş ve Dış Mekanla Bütünleşmesi Kısım Sağlanmış	İç Mekanlar Geniş Tutumuş ve Dış Mekanla Bütünleşmesi Sağlanmış	İç Mekanlar Küçük Tutumuş ve Daha İçe Kapalı Tasarlanmış	İç Mekanlar Küçük Tutumuş ve Dış Mekanla Bütünleşmesi Kısım Sağlanmış
Mimari İşlevsel Özellikler	Alışılmış İşlevsel Şemalar ve Tefrisler Kullanılmış	Farklı ve Çeşitli İşlevsel Şemalar ve Tefrisler Kullanılmış	Alışılmış İşlevsel Şemalar ve Tefrisler Kullanılmış	Küçük Mekanlar Nedeniyle Farklı İşlevsel Şemalar ve Tefrisler Kullanılmış
Mimari Yapısal Özellikler	Yapısal Kalite ve Sağlamlığa Önem Verilmiş	Yapısal Kalite ve Sağlamlığa Önem Verilmiş	Yapısal Kalite ve Sağlamlığa Kısım Önem Verilmiş	Yapısal Kalite ve Sağlamlığa Kısım Önem Verilmiş
Mimari Biçimsel Özellikler	Bina Estetik Değerleri Gözetilmiş	Bina Estetik Değerleri Gözetilmiş	Estetik Değerler Gözetilmemiş	Bina Estetik Değerler Kısım Gözetilmiş
Konut Teslim Şartları	Vestiyer dolabı ve gömme dolap olarak tanımlanan dekoratif unsurlar dışında iç işi tümüyle bitmiş olarak daireler teslim edilmekte, Kombisi ve mutfak ankastre gereçleri de teslim kapsamında	Yatay/Az Katlı bloklardaki konutlar kaba olarak teslim edilmekte, Kule/çok katlı bloklardaki konutlar ince işi bitmiş teslim edilmekte	Vestiyer dolabı ve gömme dolap olarak tanımlanan dekoratif unsurlar dışında tümüyle bitmiş olarak daireler teslim edilmekte- Kombisi verilmemekte	Vestiyer dolabı ve gömme dolap olarak tanımlanan dekoratif unsurlar dışında tümüyle bitmiş olarak daireler teslim edilmekte- Kombisi verilmemekte

Çizelge 4.3. Etkisi Değerlendirilecek Örneklem Alanı Özellikleri
(Konut/Sunum Faktörleri) (Devam)

Örneklem Alanlarının Kullanıcının Edinim Kararında Etkisi Olabilecek Özellikleri (Devam)				
Projenin Kodu	A	C	B	D
Pazarlama Özellikleri				
Etkin Tanıtım Biçimi	Televizyon ve Gazete Reklamları	Gazete Reklamları	Gazete ve İnternet İlanları	Televizyon ve Gazete Reklamları
Sunum Yapan Kurumun Güvenilirliği/Özgeçmişi	Kamu iştiraki olan kurum 1926 yılında kurulmuş. Onbinlerce konut üretmiş.	Şirket olarak 1974 yılında kurulmuş ve binlerce konut üretmiş.	Kamu İdaresi, 1984 yılında kurulmuş. Yüzbinlerce konut üretmiş.	Şirket olarak 2007 yılında kurulmuş. İki projesini tamamlamak üzere.
Fiyat (M ² PeşinSatış Fiyatı)	2009 Nisan döneminde 2.500-2.800 TL/m ² aralığında	2009 Eylül döneminde 5.600-10.600 TL	2009 Haziran döneminde 1.167-1.550 TL/m ²	2009 Aralık döneminde 990-1.150TL arası
Ödeme Koşulları ve Muafiyetler	120 aya kadar vadeli esnek ödeme seçenekleri sunuyor. Peşin alımlarda cazip indirimler uygulanmakta, KDV ve Masraflar Dahil, Tapu Harcı Kullanıcı yükümlülüğünde	Birlikte çalışan bankanın ile esnek ödememe seçenekleri sunulmakta, KDV ve Masraflar Dahil, Tapu Harcı Kullanıcı yükümlülüğünde	120 aya kadar vadeli esnek ödeme seçenekleri sunuyor. %50'sini ödeyenleri cazip indirimler uygulanmakta, KDV Kullanıcı Yükümlülüğünde	Senetle sabit vadeli satış yapıyor. 60 aya kadar sabit ödeme seçeneği bulunmakta, KDV Kullanıcı Yükümlülüğünde
Tasvir/Takdim	6 satış temsilcisi, cazip ve estetik örnek evleri, anlaşılır maket ve katalogları , işlevsel ve estetik satış ofisi ile başarılı bir sunum yapmakta	11 satış temsilcisi, cazip ve estetik örnek evleri, anlaşılır maket ve katalogları , işlevsel ve estetik satış ofisi ile başarılı bir sunum yapmakta	3 satış temsilcisi, tamamlanmış konutlarla , bir maket üzerinde,işlevsel bir satış ofisi ile sunum yapmakta	3 satış temsilcisi ile, maketsiz ve katalogsuz, tamalmak üzere olduğu başka bir projesinde satış yapmakta
Teslim Tarihi	2009	2012	Hemen teslim	2012
Satış Sonrası Özellikleri				
Site Yönetimi (Bakım ve Güvenlik)	Bakım ve Güvenlik Hizmeti veren özel bir site yönetimi yapılandırılmakta	Bakım ve Güvenlik Hizmeti veren özel bir site yönetimi yapılandırılmakta	Bakım ve Güvenlik Hizmeti veren özel bir site yönetimi yapılandırılmakta	Bakım ve Güvenlik Hizmeti veren özel bir site yönetimi yapılandırılmakta
Aidat	Belirtilmemekte	Belirtilmemekte	50 TL-80 TL	100 TL
Garanti	Satış sözleşmesinde 2 yıl garanti veriliyor.	Satış sözleşmesinde 2 yıl garanti veriliyor.	Satış sözleşmesinde 2 yıl garanti veriliyor.	Satış sözleşmesinde 2 yıl garanti veriliyor.

Çizelge 4.4. Anket Katılımcılarının Cinsiyeti

Alan Konumu	Merkeze Yakın				Merkeze Uzak				Genel Toplam	
Alan Kodu	A		C		B		D			
Kullanıcı Cinsiyeti	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %
Kadın	31	62	16	32	20	40	14	28	81	40,5
Erkek	19	38	34	68	30	60	36	72	119	59,5
Toplam	50	100	50	100	50	100	50	100	200	100

Çizelge 4.5. Anket Katılımcılarının Yaşı

Alan Konumu	Merkeze Yakın				Merkeze Uzak				Genel Toplam	
Alan Kodu	A		C		B		D			
Yaş Aralığı	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %
20 altı	0	0	1	2	0	0	0	0	1	0,5
21-29	2	4	4	8	10	20	15	30	31	15,5
30-39	17	34	9	18	15	30	15	30	56	28
40-49	12	24	18	36	10	20	10	20	50	25
50-59	11	22	11	22	11	22	10	20	43	21,5
59 üstü	8	16	7	14	4	8	0	0	19	9,5
Toplam	50	100	50	100	50	100	50	100	200	100

Çizelge 4.6. Anket Katılımcılarının Medeni Durumu

Alan Konumu	Merkeze Yakın				Merkeze Uzak				Genel Toplam	
Alan Kodu	A		C		B		D			
Evlilik Durumu	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %
Bekar	8	16	13	26	9	18	11	22	41	20,5
Evli	42	84	37	74	41	82	39	78	159	79,5
Toplam	50	100	50	100	50	100	50	100	200	100

Çizelge 4.7. Anket Katılımcılarının Çocuk Sahipliği ve Çocuk Sayısı

Alan Konumu		Merkeze Yakın								Merkeze Uzak								Genel Toplam			
Alan Kodu		A				C				B				D							
Kullanıcı Çocuk Sahipliği		Sayı		Yüzde %		Sayı		Yüzde %		Sayı		Yüzde %		Sayı		Yüzde %		Sayı	Yüzde %		
Çocuksuz Bekar		5		10		12		24		9		18		10		20		36	18		
Çocuklu Bekar	≤2 çocuk	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
	2≤5 çocuk	0		0		0		0		0		0		0		0		0			
Çocuksuz Aile		9		18		5		10		3		6		6		12		23	11,5		
Çocuklu Aile	≤2 çocuk	19	22	38	44	17	18	34	36	24	24	48	48	21	21	42	42	81	41		
	2≤5 çocuk	3		6		1		2		0		0		0		0		4	2		
Yetişkin Çocuklu Çift		11		22		14		28		13		26		12		24		50	25		
Yetişkin Çocuklu Bekar		3		6		1		2		1		2		1		2		6	3		
Toplam		50		100		50		100		50		100		50		100		200	100		

Çizelge 4.8. Anket Katılımcılarının Eğitim Durumu

Alan Konumu	Merkeze Yakın				Merkeze Uzak				Genel Toplam	
Alan Kodu	A		C		B		D			
Eğitim Durumu	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %
Okur-yazar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
İlköğretim	11	22	2	4	15	30	10	20	38	19
Lise	15	30	5	10	11	22	8	16	39	19,5
Y.O./Fakülte	20	40	29	58	21	42	22	44	92	46
Y.Lisans/Doktora	4	8	14	28	3	6	10	20	31	15,5
Toplam	50	100	50	100	50	100	50	100	200	100

Çizelge 4.9. Anket Katılımcıları Eşlerinin Eğitim Durumu

Alan Konumu	Merkeze Yakın				Merkeze Uzak				Genel Toplam	
Alan Kodu	A		C		B		D			
Eşin Eğitim Durumu	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %
Bekar	8	16	13	26	9	18	11	22	41	20,5
Okur-yazar	0	0	0	0	2	4	3	6	5	2,5
İlköğretim	9	18	1	2	12	24	3	6	25	12,5
Lise	14	28	10	20	12	24	14	28	50	25
Y.O./Fakülte	17	34	21	42	12	24	16	32	66	33
Y.Lisans/Doktora	2	4	5	10	3	6	3	6	13	6,5
Toplam	50	100	50	100	50	100	50	100	200	100

Çizelge 4.10. Anket Katılımcılarının Çalışma ve İş Durumu

Alan Konumu		Merkeze Yakın								Merkeze Uzak								Genel Toplam			
Alan Kodu		A				C				B				D							
Çalışma Durumu	İş Durumu	S	Y %	S	Y %	S	Y %	S	Y %	S	Y %	S	Y %	S	Y %	S	Y %	S	Y %	S	Y %
Çalışıyor	Kamuda İşçi Memur/ Öğretmen	18	36	1	2	36	72	1	2	24	48	7	14	37	74	2	4	115	58	11	5,5
	Kamuda Üst Düzey Yönetici			2	4			0	0			0	0			0	0			2	1
	Özel Sektörde İşçi			1	2			0	0			3	6			0	0			4	2
	Özel Sektörde Uzman Meslek			2	4			6	12			6	12			16	32			30	15
	Özel Sektörde Üst Düzey Yönetici			4	8			7	14			1	2			0	0			12	6
	Şirket Sahibi			4	8			13	26			3	6			1	2			21	11
	Serbest Uzman Meslek Grubu			2	4			9	18			0	0			5	10			16	8
	Akademisyen			1	2			0	0			1	2			3	6			5	2,5
	Esnaf/ Zanaatkar			1	2			0	0			3	6			6	12			10	5
	Sanatçı			0	0			0	0			0	0			0	0			0	0
	Diğer			0	0			0	0			0	0			4	8			4	2
Çalışmıyor	Ev Hanımı	32	64	20	40	14	28	5	10	26	52	12	24	13	26	6	12	85	43	43	22
	Öğrenci			1	2			2	4			1	2			0	0			4	2
	Emekli			11	22			7	14			13	26			4	8			35	18
	İşsiz			0	0			0	0			0	0			3	6			3	1,5
Toplam	Toplam	50	100	50	100	50	100	50	100	50	100	50	100	50	100	50	100	200	100	200	100

Çizelge 4.11. Anket Katılımcıları Eşlerinin Çalışma ve İş Durumu

Alan Konumu		Merkeze Yakın								Merkeze Uzak								Genel Toplam			
Alan Kodu		A				C				B				D							
Eş Çal. Durum	Eş İş Durumu	S	Y %	S	Y %	S	Y %	S	Y %	S	Y %	S	Y %	S	Y %	S	Y %	S	Y %	S	Y %
	Bekar	8	16	8	16	13	26	13	26	9	18	9	18	11	22	11	22	41	21	41	21
Çalışıyor	Kamuda İşçi Memur/ Öğretmen			4	8			2	4			7	14			2	4			15	7,5
	Kamuda Üst Düzey Yönetici			0	0			2	4			0	0			3	6			5	2,5
	Özel Sektörde İşçi			0	0			0	0			1	2			4	8			5	2,5
	Özel Sektörde Uzman Meslek			4	8			3	6			2	4			2	4			11	5,5
	Özel Sektörde Üst Düzey Yönetici	22	44	5	10	19	38	6	12	16	32	0	0	20	40	2	4	77	39	13	6,5
	Şirket Sahibi			7	14			3	6			0	0			0	0			10	5
	Serbest Uzman Meslek Grubu			1	2			3	6			1	2			6	12			11	5,5
	Akademisyen			0	0			0	0			2	4			0	0			2	1
	Esnaf/ Zanaatkar			1	2			0	0			3	6			1	2			5	2,5
	Sanatçı			0	0			0	0			0	0			0	0			0	0
	Diğer			0	0			0	0			0	0			0	0			0	0
Çalışmıyor	Ev Hanımı			7	14			11	22			19	38			16	32			53	27
	Öğrenci	20	40	0	0	18	36	0	0	25	50	0	0	19	38	0	0	82	41	0	0
	Emekli			13	26			7	14			6	12			3	6			29	15
	İşsiz			0	0			0	0			0	0			0	0			0	0
Toplam	Toplam	50	100	50	100	50	100	50	100	50	100	50	100	50	100	50	100	200	100	200	100

Çizelge 4.12. Anket Katılımcılarının Gelir Grubu

Alan Konumu	Merkeze Yakın				Merkeze Uzak				Genel Toplam	
Alan Kodu	A		C		B		D			
Gelir Grubu	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %
Üst Gelir	4	8	15	30	0	0	0	0	19	9,5
Orta Üstü Gelir	20	40	28	56	9	18	12	24	69	34,5
Orta Gelir	26	52	6	12	37	74	37	74	106	53
Orta Altı Gelir	0	0	1	2	4	8	1	2	6	3
Dar Gelir	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Toplam	50	100	50	100	50	100	50	100	200	100

Çizelge 4.13. Anket Katılımcılarının Ev ve Otomobil Sahipliği

Alan Konumu			Merkeze Yakın								Merkeze Uzak								Genel Toplam			
Alan Kodu			A				C				B				D							
Ev ve Otomobil Sahipliği			S	Y %	S	Y %	S	Y %	S	Y %	S	Y %	S	Y %	S	Y %	S	Y %	S	Y %		
Evi	Yok	Kirasız	8	16	1	2	1	2	0	0	14	28	4	8	30	60	3	6	53	27	8	4
		Kiracı			7	14			1	2			10	20			27	54			45	22,5
	Var	Kiracı_1adet	42	84	6	12	49	98	2	4	36	72	2	4	20	40	3	6	147	74	13	6,5
		Kiracı_2adet			0	0			3	6			0	0			0	0			3	1,5
		Kiracı_2'den fazla			3	6			0	0			0	0			0	0			3	1,5
		1 adet			10	20			7	14			19	38			6	12			42	21
		2 adet			10	20			12	24			9	18			10	20			41	20,5
		2'den fazla			13	26			25	50			6	12			1	2			45	22,5
		Toplam			50	100			50	100			50	100			50	100			50	100
Otomobilji	Yok		6	12	6	12	4	8	4	8	14	28	14	28	15	30	15	30	39	20	39	19,5
		Yok																				
	Var	Var_1 adet	44	88	29	58	46	92	17	34	36	72	32	64	35	70	31	62	161	81	109	54,5
		Var_2 adet			10	20			17	34			4	8			4	8			35	17,5
Var_2'den fazla		5			10	12			24	0			0	0			0	17			8,5	
Toplam			50	100	50	100	50	100	50	100	50	100	50	100	50	100	50	100	200	100	200	100

Çizelge 4.14. Anket Katılımcılarının Kullanacağı Finansal Kaynaklar

Alan Konumu	Merkeze Yakın												Merkeze Uzak										Genel Toplam								
Alan Kodu	A					C					B					D															
Finansal Kaynak Sıralaması	1. S	1. Y %	2. S	2. Y %	3. S	3. Y %	1. S	1.Y %	2. S	2. Y %	3. S	3. Y %	1. S	1. Y %	2. S	2. Y %	3. S	3. Y %	1. S	1. Y %	2. S	2. Y %	3. S	3. Y %	1. S	1. Y %	2. S	2. Y %	3. S	3. Y %	
	Takas Usulü	0	0	1	2	0	0	0	0	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1	0	0
	Banka Kredisi	8	16	24	48	7	14	5	10	21	42	9	18	8	16	26	52	1	2	2	4	5	10	26	52	23	12	76	38	43	22
	Müteahhit Kredisi	0	0	2	4	2	4	2	4	11	22	11	22	1	2	3	6	2	4	2	4	27	54	2	4	5	2,5	43	22	17	9
	Mevcut Mülkü/ Mülkleri Satma	5	10	6	12	3	6	1	2	3	6	3	6	2	4	2	4	0	0	2	4	1	2	0	0	10	5	12	6	6	3
	Bireysel Tasarruf	37	74	9	18	3	6	42	84	5	10	2	4	36	72	10	20	1	2	42	84	3	6	0	0	157	79	27	14	6	3
	Yakın Çevreden Borç Alma	0	0	4	8	1	2	0	0	3	6	1	2	3	6	6	12	1	2	2	4	9	18	0	0	5	2,5	22	11	3	2
	Diğer	0	0	0	0	26	52	0	0	0	0		0	0	0	0	0	42	84	0	0	1	2	16	32	0	0	1	1	84	42
	Toplam	50	100	46	92	42	84	50	100	44	88	26	52	50	100	47	94	47	94	50	100	46	92	44	88	200	100	183	92	159	80

Çizelge 4.15. Anket Katılımcılarının İkametlerinin Örneklem Alanına Uzaklıkları

Alan Konumu	Merkeze Yakın				Merkeze Uzak				Genel Toplam	
Alan Kodu	A (Avrupa Y.)		C (Anadolu Y.)		B (Avrupa Y.)		D (Anadolu Y.)			
İkametin Projeye Uzaklığı (km)	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %
0-5 km arası	7	14	27	54	13	26	16	32	63	31,5
5-10 km arası	24	48	9	18	25	50	9	18	67	33,5
5-10 km arası, Karşı Y.	0	0	1	2	0	0	0	0	1	0,5
10- 20 Km arası	10	20	3	6	0	0	2	4	15	7,5
10- 20 km arası, Karşı Y.	1	2	3	6	0	0	0	0	4	2
20-40 Km arası	1	2	0	0	2	4	14	28	17	8,5
20-40 km arası, Karşı Y.	2	4	4	8	5	10	0	0	11	5,5
40 Km Üstü	1	2	0	0	0	0	0	0	1	0,5
40 Km Üstü, Karşı Y.	0	0	1	2	1	2	0	0	2	1
İl/Şehir Dışı	4	8	2	4	4	8	9	18	19	9,5
Toplam	50	100	50	100	50	100	50	100	200	100

Çizelge 4.16. Anket Katılımcılarının İş Yerlerinin Örneklem Alanına Uzaklıkları

Alan Konumu	Merkeze Yakın				Merkeze Uzak				Genel Toplam	
Alan Kodu	A (Avrupa Y.)		C (Anadolu Y.)		B (Avrupa Y.)		D (Anadolu Y.)			
İşinin Projeye Uzaklığı (km)	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %
Ailede Hiç Kimse Çalışmıyor	10	20	4	8	4	8	4	8	22	11
0-5 Km Arası	11	22	20	40	12	24	14	28	57	28,5
5-10 km Arası	22	44	1	2	19	38	8	16	50	25
5-10 km Arası, Karşı Yaka	0	0	6	12	0	0	0	0	6	3
10- 20 km Arası	4	8	5	10	9	18	0	0	18	9
10- 20 km Arası, Karşı Yaka	0	0	9	18	0	0	0	0	9	4,5
20-40 km Arası	0	0	1	2	1	2	10	20	12	6
20-40 km Arası, Karşı Yaka	1	2	1	2	3	6	0	0	5	2,5
40 km Üstü	1	2	0	0	0	0	0	0	1	0,5
40 km Üstü, Karşı Yaka	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
İl/Şehir Dışı	1	2	3	6	2	4	14	28	20	10
Toplam	50	100	50	100	50	100	50	100	200	100

Çizelge 4.17. Anket Katılımcılarının İkametlerinin Merkeze Göre Konumu

Alan Konumu	Merkeze Yakın				Merkeze Uzak				Genel Toplam	
Alan Kodu	A		C		B		D			
İkamet Konumu	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %
Kent Merkezinde	43	86	40	80	21	42	20	40	124	62
Uydu Kentte	7	14	10	20	29	58	30	60	76	38
Toplam	50	100	50	100	50	100	50	100	200	100

Çizelge 4.18. Anket Katılımcılarının İkametlerinin Komşuluk Düzeni

Alan Konumu	Merkeze Yakın				Merkeze Uzak				Genel Toplam	
Alan Kodu	A		C		B		D			
İkametin Komşuluk Düzeni	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %
Kamuya Kapalı Site	17	34	32	64	13	26	15	30	77	38,5
Kamuya Açık Sokak	33	66	18	36	37	74	35	70	123	61,5
Toplam	50	100	50	100	50	100	50	100	200	100

Çizelge 4.19. Anket Katılımcılarının İkamet Ettiği Konut Tipi

Alan Konumu	Merkeze Yakın				Merkeze Uzak				Genel Toplam	
Alan Kodu	A		C		B		D			
Yaşanan Konut Tipi	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %
1+1 Apartman Dairesi	3	6	1	2	4	8	2	4	10	5
2+1 Apartman Dairesi	10	20	2	4	23	46	15	30	50	25
3+1 Apartman Dairesi	22	44	26	52	15	30	22	44	85	42,5
4+1 ve üstü Apartman	11	22	13	26	3	6	8	16	35	17,5
1+1 Tek Katlı Müstakil Ev	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2+1 Tek Katlı Müstakil Ev	0	0	0	0	0	0	1	2	1	0,5
3+1 Tek Katlı Müstakil Ev	0	0	0	0	1	2	1	2	2	1
4+1 ve üstü Tek Katlı Müstakil	0	0	0	0	1	2	0	0	1	0,5
1+1 2-3 Katlı Müstakil Ev	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2+1 2-3 Katlı Müstakil Ev	0	0	1	2	1	2	0	0	2	1
3+1 2-3 Katlı Müstakil Ev	0	0	1	2	1	2	1	2	3	1,5
4+1 ve üstü 2-3 Katlı Müstakil	3	6	4	8	1	2	0	0	8	4
1+1 Rezidans Dairesi	0	0	1	2	0	0	0	0	1	0,5
2+1 Rezidans Dairesi	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3+1 Rezidans Dairesi	1	2	0	0	0	0	0	0	1	0,5
4+1 ve üstü Rezidans	0	0	1	2	0	0	0	0	1	0,5
Toplam	50	100	50	100	50	100	50	100	200	100

Çizelge 4.20. Anket Katılımcılarının Konutun Kim/Kimler İçin Edindiği

Alan Konumu	Merkeze Yakın				Merkeze Uzak				Genel Toplam	
Alan Kodu	A		C		B		D			
Kimin İçin Edinildiği	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %
Kendim İçin	7	14	16	32	9	18	14	28	46	23
Ailem İçin	35	70	26	52	30	60	26	52	117	58,5
Çocuğum İçin	7	14	7	14	9	18	9	18	32	16
Bir Yakınım İçin	1	2	1	2	2	4	1	2	5	2,5
Toplam	50	100	50	100	50	100	50	100	200	100

Çizelge 4.21. Anket Katılımcılarının Konut Edinme Amacı

Alan Konumu	Merkeze Yakın				Merkeze Uzak				Genel Toplam	
Alan Kodu	A		C		B		D			
Edinme Amacı	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %
İkamet	42	84	31	62	42	84	27	54	142	71
Yatırım	8	16	19	38	8	16	23	46	58	29
Toplam	50	100	50	100	50	100	50	100	200	100

Çizelge 4.22. Konut Edinim Kararındaki Etkinlik

Alan Konumu		Merkeze Yakın								Merkeze Uzak								Genel Toplam			
Alan Kodu		A				C				B				D							
Konut Edinme Kararında	Medeni Hal/ Cinsiyet	S	Y %	S	Y %	S	Y %	S	Y %	S	Y %	S	Y %	S	Y %	S	Y %	S	Y %	S	Y %
Ben etkinim	Bekar-K	13	26	3	6	20	40	2	4	11	22	2	4	10	20	1	2	54	27	8	4
	Bekar-E			0	0			8	16			1	2			1	2			10	5
	Evli-K			7	14			3	6			5	10			5	10			20	10
	Evli-E			3	6			7	14			3	6			3	6			16	8
Eşim daha çok etkilidir	Evli-K	7	14	1	2	6	12	1	2	4	8	1	2	7	14	2	4	24	12	5	2,5
	Evli-E			6	12			5	10			3	6			5	10			19	9,5
Çocuklarım daha çok etkilidir	Bekar-K	3	6	1	2	0	0	0	0	4	8	0	0	3	6	0	0	10	5	1	0,5
	Bekar-E			1	2			0	0			0	0			0	0			1	0,5
	Evli-K			1	2			0	0			1	2			1	2			3	1,5
	Evli-E			0	0			0	0			3	6			2	4			5	2,5
Aile üyeleri eşit derecede etkilidir	Bekar-K	27	54	1	2	24	48	1	2	31	62	3	6	30	60	3	6	112	56	8	4
	Bekar-E			1	2			2	4			3	6			2	4			8	4
	Evli-K			17	34			9	18			8	16			7	14			41	20,5
	Evli-E			8	16			12	24			17	34			18	36			55	27,5
Toplam	Toplam	50	100	50	100	50	100	50	100	50	100	50	100	50	100	50	100	200	100	200	100

Çizelge 4.23. Anket Katılımcılarının İkamet Etmek/Yaşamak İstediği Semt ile Ziyaret Ettiği Örneklem Alanın Arasındaki Uzaklık

Alan Konumu	Merkeze Yakın				Merkeze Uzak				Genel Toplam	
Alan Kodu	A		C		B		D			
Hedef İkamet Konum Tercihi (km)	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %
0-5 Km Arası	7	14	25	50	22	44	27	54	81	40,5
5-10 Km arası	26	52	14	28	16	32	9	18	65	32,5
5-10 Km arası, Karşı Yaka	11	22	0	0	0	0	0	0	11	5,5
10- 20 Km arası		0	4	8	2	4	2	4	8	4
10- 20 Km arası, Karşı Yaka	1	2	5	10	0	0	0	0	6	3
20-40 Km arası	1	2	0	0	2	4	11	22	14	7
20-40 km arası, Karşı Yaka	3	6	2	4	5	10	0	0	10	5
40 Km Üstü	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
40 Km Üstü, Karşı Yaka	0	0	0	0	1	2	0	0	1	0,5
İl/Şehir Dışı	1	2	0	0	2	4	1	2	4	2
Toplam	50	100	50	100	50	100	50	100	200	100

Çizelge 4.24. Anket Katılımcılarının Yaşamak İstediği Semtin Merkeziyeti

Alan Konumu	Merkeze Yakın				Merkeze Uzak				Genel Toplam	
Alan Kodu	A		C		B		D			
Hedef İkamet Konumu	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %
Kent Merkezinde	40	80	47	94	13	26	18	36	118	59
Uydu Kentte	10	20	3	6	37	74	32	64	82	41
Toplam	50	100	50	100	50	100	50	100	200	100

Çizelge 4.25. Anket Katılımcılarının Komşuluk Düzeni Tercihi

Alan Konumu	Merkeze Yakın				Merkeze Uzak				Genel Toplam	
Alan Kodu	A		C		B		D			
Hedef İkamet Komşuluğu	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %
Kamuya Kapalı Site	49	98	47	94	41	82	43	86	180	90
Kamuya Açık Sokak	1	2	3	6	9	18	7	14	20	10
Toplam	50	100	50	100	50	100	50	100	200	100

Çizelge 4.26. Anket Katılımcılarının Edinmeyi Planladığı Konut Tipi

Alan Konumu	Merkeze Yakın				Merkeze Uzak				Genel Toplam	
Alan Kodu	A		C		B		D			
Edinilmesi Planlanan Konut Tipi	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %
1+1 Apartman Dairesi	4	8	1	2	1	2	26	52	32	16
2+1 Apartman Dairesi	12	24	5	10	27	54	21	42	65	32,5
3+1 Apartman Dairesi	17	34	20	40	20	40	3	6	60	30
4+1 ve üstü Apartman Dairesi	14	28	9	18	2	4	0	0	25	12,5
1+1 Tek Katlı Müstakil Ev	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2+1 Tek Katlı Müstakil Ev	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3+1 Tek Katlı Müstakil Ev	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4+1 ve üstü Tek Katlı Müstakil Ev	1	2	0	0	0	0	0	0	1	0,5
1+1 2-3 Katlı Müstakil Ev	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2+1 2-3 Katlı Müstakil Ev	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3+1 2-3 Katlı Müstakil Ev	1	2	0	0	0	0	0	0	1	0,5
4+1 ve üstü 2-3 Katlı Müstakil Ev	0	0	1	2	0	0	0	0	1	0,5
1+1 Rezidans Dairesi	1	2	0	0	0	0	0	0	1	0,5
2+1 Rezidans Dairesi	0	0	8	16	0	0	0	0	8	4
3+1 Rezidans Dairesi	0	0	4	8	0	0	0	0	4	2
4+1 ve üstü Rezidans Dairesi	0	0	2	4	0	0	0	0	2	1
Toplam	50	100	50	100	50	100	50	100	200	100

Çizelge 4.27. Anket Katılımcılarının İdeallerindeki Konut Tipi

Alan Konumu	Merkeze Yakın				Merkeze Uzak				Genel Toplam	
Alan Kodu	A		C		B		D			
Kullanıcının İdeal Konut Tipi	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %
1+1 Apartman Dairesi	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2+1 Apartman Dairesi	0	0	0	0	1	2	4	8	5	2,5
3+1 Apartman Dairesi	1	2	1	2	2	4	6	12	10	5
4+1 ve üstü Apartman Dairesi	3	6	3	6	2	4	0	0	8	4
1+1 Tek Katlı Müstakil Ev	1	2	0	0	0	0	0	0	1	0,5
2+1 Tek Katlı Müstakil Ev	0	0	1	2	0	0	0	0	1	0,5
3+1 Tek Katlı Müstakil Ev	3	6	1	2	6	12	11	22	21	10,5
4+1 ve üstü Tek Katlı Müstakil Ev	9	18	4	8	11	22	14	28	38	19
1+1 2-3 Katlı Müstakil Ev	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2+1 2-3 Katlı Müstakil Ev	0	0	0	0	1	2	0	0	1	0,5
3+1 2-3 Katlı Müstakil Ev	6	12	4	8	9	18	2	4	21	10,5
4+1 ve üstü 2-3 Katlı Müstakil Ev	23	46	23	46	16	32	12	24	74	37
1+1 Rezidans Dairesi	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2+1 Rezidans Dairesi	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3+1 Rezidans Dairesi	1	2	4	8	0	0	0	0	5	2,5
4+1 ve üstü Rezidans Dairesi	3	6	9	18	2	4	1	2	15	7,5
Toplam	50	100	50	100	50	100	50	100	200	100

Çizelge 4.28. Anket Katılımcılarının Konut Edinim Kararındaki Öncelikleri
(Toplam)

Çizelge 4.29. Anket Katılımcılarının Hedef Konutun Çevresel Özelliklerine Yönelik Değerlendirmeleri (A ve C Alanları)

Alan Konumu	Merkeze Yakın																			
Alan Kodu	A										C									
Hedef Konut Çevresinin/Sitenin Fiziksel ve Sosyal Özellikleri	Ç. Ö. (S)	Ç Ö (%)	Ö. (S)	Ö (%)	K (S)	K (%)	Ösüz (S)	Ösüz %	H. Ö. D. (S)	H. Ö. D. %	Ç. Ö. (S)	Ç Ö (%)	Ö. (S)	Ö (%)	K (S)	K (%)	Ösüz (S)	Ösüz %	H. Ö. D. (S)	H. Ö. D. %
Ana yollardan otoyola kolay ulaşılabilmesi	17	34	32	64	0	0	1	2	0	0	23	46	23	46	1	2	3	6	0	0
Yaya olarak kolay ulaşılabilmesi	4	8	25	50	6	12	15	30	0	0	10	20	27	54	2	4	10	20	1	2
Çevresindeki oto trafiği yoğunluğu	9	18	34	68	1	2	6	12	0	0	15	30	28	56	2	4	4	8	1	2
Yakınında toplu ulaşım imkanı olması	15	30	32	64	1	2	2	4	0	0	16	32	26	52	2	4	5	10	1	2
Arazisinin deprem açısından yerleşime uygun olması	28	56	21	42	0	0	1	2	0	0	28	56	22	44	0	0	0	0	0	0
Sosyal hizmet, eğitim ve ticaret alanlarına (kreşe, okullara, hastaneye, camiye, alışveriş merkezlerine) yakınlığı, mümkünse bunları kapsaması	14	28	29	58	2	4	4	8	1	2	9	18	30	60	2	4	8	16	1	2
Site dışındaki bina dokusunun nitelikli ve estetik binalardan oluşması	7	14	36	72	1	2	6	12	0	0	15	30	31	62	3	6	1	2	0	0
Sitedeki binaların mimari formu	9	18	37	74	2	4	2	4	0	0	19	38	26	52	4	8	1	2	0	0
Sitedeki binaların birbirine yakınlığı ve konumları	15	30	34	68	0	0	1	2	0	0	23	46	25	50	2	4	0	0	0	0
Sitenin Sosyal tesisinin ve yüzme havuzunun olması	12	24	29	58	2	4	6	12	1	2	11	22	26	52	4	8	6	12	3	6
Sitenin ağaçlandırılması ve çiçeklendirilmesi/peyzajı	24	48	26	52	0	0	0	0	0	0	28	56	22	44	0	0	0	0	0	0
Sitenin yaya, oto ve bisiklet yollarının düzeni /peyzajı	9	18	38	76	3	6	0	0	0	0	10	20	37	74	1	2	2	4	0	0
Sitenin çok sayıda çocuk oyun alanına sahip olması	13	26	25	50	2	4	10	20	0	0	3	6	25	50	5	10	15	30	2	4
Sitenin tüm ortak açık ve kapalı alanların iyi aydınlatılması	11	22	38	76	1	2	0	0	0	0	6	12	36	72	5	10	2	4	1	2
Sitenin güvenli bir ortam yaratması	17	34	33	66	0	0	0	0	0	0	22	44	27	54	1	2	0	0	0	0
Sitenin sakin ve gürültüsüz bir ortam yaratması	15	30	32	64	2	4	1	2	0	0	24	48	21	42	4	8	1	2	0	0
Sitenin her ev için en az bir ad. özel otopark imkanı olması	22	44	27	54	1	2	0	0	0	0	27	54	21	42	1	2	1	2	0	0
Sitenin temiz su, pis su, kanalizasyon, elektrik, doğalgaz altyapı imalatlarının sağlıklı olması	33	66	17	34	0	0	0	0	0	0	41	82	9	18	0	0	0	0	0	0
Sitenin yeterli kapasitede su depolarına sahip olması	33	66	17	34	0	0	0	0	0	0	24	48	25	50	0	0	1	2	0	0
Sitenin arıtma tesisine sahip olması	14	28	30	60	4	8	2	4	0	0	18	36	25	50	3	6	4	8	0	0
Olası komşularınızın sosyal statüleri ve yaşama biçimleri	23	46	20	40	3	6	3	6	1	2	26	52	21	42	1	2	1	2	1	2

Çizelge 4.29. Anket Katılımcılarının Hedef Konutun Çevresel Özelliklerine Yönelik Değerlendirmeleri (B ve D Alanları)

Alan Konumu	Merkeze Uzak																			
Alan Kodu	B										D									
Hedef Konut Çevresinin/Sitenin Fiziksel ve Sosyal Özellikleri	Ç. Ö. (S)	Ç Ö (%)	Ö. (S)	Ö (%)	K (S)	K (%)	Ösüz (S)	Ösüz %	H. Ö. D. (S)	H. Ö. D. %	Ç. Ö. (S)	Ç Ö (%)	Ö. (S)	Ö (%)	K (S)	K (%)	Ösüz (S)	Ösüz %	H. Ö. D. (S)	H. Ö. D. %
Ana yollardan otoyola kolay ulaşılabilmesi	16	32	34	68	0	0	0	0	0	0	17	34	30	60	0	0	3	6	0	0
Yaya olarak kolay ulaşılabilmesi	8	16	33	66	2	4	7	14	0	0	2	4	35	70	4	8	9	18	0	0
Çevresindeki oto trafiği yoğunluğu	4	8	44	88	1	2	1	2	0	0	3	6	43	86	2	4	2	4	0	0
Yakınında toplu ulaşım imkanı olması	15	30	35	70	0	0	0	0	0	0	15	30	32	64	1	2	2	4	0	0
Arazisinin deprem açısından yerleşime uygun olması	29	58	19	38	2	4	0	0	0	0	6	12	40	80	0	0	4	8	0	0
Sosyal hizmet, eğitim ve ticaret alanlarına (kreşe, okullara, hastaneye, camiye, alışveriş merkezlerine) yakınlığı, mümkünse bunları kapsaması	20	40	28	56	1	2	1	2	0	0	5	10	38	76	7	14	0	0	0	0
Site dışındaki bina dokusunun nitelikli ve estetik binalardan oluşması	9	18	30	60	5	10	6	12	0	0	1	2	32	64	4	8	13	26	0	0
Sitedeki binaların mimari formu	3	6	41	82	0	0	6	12	0	0	6	12	36	72	6	12	2	4	0	0
Sitedeki binaların birbirine yakınlığı ve konumları	11	22	37	74	1	2	1	2	0	0	14	28	27	54	6	12	3	6	0	0
Sitenin Sosyal tesisinin ve yüzme havuzunun olması	6	12	17	34	6	12	19	38	2	4	9	18	28	56	1	2	12	24	0	0
Sitenin ağaçlandırılması ve çiçeklendirilmesi/peyzajı	19	38	27	54	3	6	1	2	0	0	9	18	36	72	2	4	3	6	0	0
Sitenin yaya, oto ve bisiklet yollarının düzeni /peyzajı	13	26	34	68	3	6	0	0	0	0	1	2	30	60	16	32	3	6	0	0
Sitenin çok sayıda çocuk oyun alanına sahip olması	9	18	25	50	8	16	8	16	0	0	4	8	30	60	4	8	12	24	0	0
Sitenin tüm ortak açık ve kapalı alanların iyi aydınlatılması	4	8	40	80	3	6	3	6	0	0	2	4	46	92	1	2	1	2	0	0
Sitenin güvenli bir ortam yaratması	17	34	33	66	0	0	0	0	0	0	16	32	34	68	0	0	0	0	0	0
Sitenin sakin ve gürültüsüz bir ortam yaratması	14	28	34	68	2	4	0	0	0	0	12	24	32	64	6	12	0	0	0	0
Sitenin her ev için en az bir ad. özel otopark imkanı olması	9	18	39	78	0	0	2	4	0	0	16	32	26	52	7	14	1	2	0	0
Sitenin temiz su, pis su, kanalizasyon, elektrik, doğalgaz altyapı imalatlarının sağlıklı olması	28	56	22	44	0	0	0	0	0	0	26	52	24	48	0	0	0	0	0	0
Sitenin yeterli kapasitede su depolarına sahip olması	11	22	35	70	2	4	1	2	1	2	13	26	22	44	12	24	3	6	0	0
Sitenin arıtma tesisine sahip olması	9	18	32	64	5	10	3	6	1	2	4	8	18	36	24	48	4	8	0	0
Olası komşularınızın sosyal statüleri ve yaşama biçimleri	22	44	21	42	0	0	7	14	0	0	8	16	37	74	4	8	1	2	0	0

Çizelge 4.29. Anket Katılımcılarının Hedef Konutun Çevresel Özelliklerine Yönelik Değerlendirmeleri (Toplam)

Alan Konumu	Genel Toplam									
Alan Kodu										
Hedef Konut Çevresinin/Sitenin Fiziksel ve Sosyal Özellikleri	Ç. Ö. (S)	Ç. Ö. (%)	Ö. (S)	Ö. (%)	K (S)	K (%)	Ösüz (S)	Ösüz %	H. Ö. D. (S)	H. Ö. D. %
Ana yollardan otopla kolay ulaşılabilmesi	73	37	119	60	1	0,5	7	3,5	0	0
Yaya olarak kolay ulaşılabilmesi	24	12	120	60	14	7	41	21	1	0,5
Çevresindeki oto trafiği yoğunluğu	31	16	149	75	6	3	13	6,5	1	0,5
Yakınında toplu ulaşım imkanı olması	61	31	125	63	4	2	9	4,5	1	0,5
Arazisinin deprem açısından yerleşime uygun olması	91	46	102	51	2	1	5	2,5	0	0
Sosyal hizmet, eğitim ve ticaret alanlarına (kreşe, okullara, hastaneye, camiye, alışveriş merkezlerine) yakınlığı, mümkünse bunları kapsaması	48	24	125	63	12	6	13	6,5	2	1
Site dışındaki bina dokusunun nitelikli ve estetik binalardan oluşması	32	16	129	65	13	6,5	26	13	0	0
Sitedeki binaların mimari formu	37	19	140	70	12	6	11	5,5	0	0
Sitedeki binaların birbirine yakınlığı ve konumları	63	32	123	62	9	4,5	5	2,5	0	0
Sitenin Sosyal tesisinin ve yüzme havuzunun olması	38	19	100	50	13	6,5	43	22	6	3
Sitenin ağaçlandırılması ve çiçeklendirilmesi/peyzajı	80	40	111	56	5	2,5	4	2	0	0
Sitenin yaya, oto ve bisiklet yollarının düzeni /peyzajı	33	17	139	70	23	12	5	2,5	0	0
Sitenin çok sayıda çocuk oyun alanına sahip olması	29	15	105	53	19	9,5	45	23	2	1
Sitenin tüm ortak açık ve kapalı alanların iyi aydınlatılması	23	12	160	80	10	5	6	3	1	0,5
Sitenin güvenli bir ortam yaratması	72	36	127	64	1	0,5	0	0	0	0
Sitenin sakin ve gürültüsüz bir ortam yaratması	65	33	119	60	14	7	2	1	0	0
Sitenin her ev için en az bir ad. özel otopark imkanı olması	74	37	113	57	9	4,5	4	2	0	0
Sitenin temiz su, pis su, kanalizasyon, elektrik, doğalgaz altyapı imalatlarının sağlıklı olması	128	64	72	36	0	0	0	0	0	0
Sitenin yeterli kapasitede su depolarına sahip olması	81	41	99	50	14	7	5	2,5	1	0,5
Sitenin arıtma tesisine sahip olması	45	23	105	53	36	18	13	6,5	1	0,5
Olası komşularınızın sosyal statüleri ve yaşama biçimleri	79	40	99	50	8	4	12	6	2	1

Çizelge 4.30. Anket Katılımcılarının Hedef Konut Özelliklerine Yönelik Değerlendirmeleri (A ve C Alanları)

Alan Konumu	Merkeze Yakın																			
Alan Kodu	A										C									
Hedef Konut Özellikleri	Ç. Ö. (S)	Ç Ö (%)	Ö. (S)	Ö (%)	K (S)	K (%)	Ösüz (S)	Ösüz %	H. Ö. D. (S)	H. Ö. D. %	Ç. Ö. (S)	Ç Ö (%)	Ö. (S)	Ö (%)	K (S)	K (%)	Ösüz (S)	Ösüz %	H. Ö. D. (S)	H. Ö. D. %
Bulunduğu binanın yasa ve yönetmeliklere uygun olarak inşaat ruhsatı almış olması	21	42	28	56	1	2	0	0	0	0	33	66	17	34	0	0	0	0	0	0
Kat irtifakı/mülkiyeti tapularının çıkarılmış/ çıkarılacak olması	21	42	29	58	0	0	0	0	0	0	31	62	18	36	1	2	0	0	0	0
Deprem yönetmeliğine göre inşa edilmiş/edilecek olması	24	48	26	52	0	0	0	0	0	0	38	76	12	24	0	0	0	0	0	0
Bulunduğu binanın mimari formu/ estetik ve kalitesi	20	40	29	58	1	2	0	0	0	0	14	28	36	72	0	0	0	0	0	0
Binanın kat adedi	5	10	32	64	4	8	9	18	0	0	6	12	20	40	8	16	16	32	0	0
Evin Konumlandığı kat ve manzarası	9	18	38	76	1	2	2	4	0	0	22	44	25	50	2	4	1	2	0	0
Büyüklüğü (m2)	8	16	37	74	5	10	0	0	0	0	5	10	38	76	2	4	5	10	0	0
Aydınlık ve ferah olması	17	34	32	64	1	2	0	0	0	0	26	52	23	46	0	0	1	2	0	0
Mimari planı	14	28	35	70	0	0	1	2	0	0	19	38	30	60	0	0	1	2	0	0
Mobilyaların rahatça yerleşebilmesi	17	34	33	66	0	0	0	0	0	0	9	18	36	72	2	4	3	6	0	0
Mutfağının geniş ve kullanışlı olması (mekan büyüklüğü, masa ve beyaz eşya yerleri, dolap düzeni)	30	60	19	38	0	0	1	2	0	0	21	42	27	54	1	2	0	0	1	2
Mutfağında ankastre ürünlerin verilmesi	8	16	22	44	3	6	14	28	3	6	2	4	19	38	9	18	19	38	1	2
Banyo ve tuvaletlerinin kullanışlı olması ve kaliteli vitriye ve armatürle tefiş edilmiş olması	21	42	28	56	0	0	1	2	0	0	25	50	23	46	0	0	2	4	0	0
Ortak banyo dışında bir de ebeveyn banyosunun bulunması	14	28	27	54	3	6	6	12	0	0	14	28	31	62	1	2	4	8	0	0
Dairenin banyodan ayrı bir tuvaletinin bulunması	13	26	29	58	2	4	6	12	0	0	12	24	26	52	5	10	5	10	2	4
Küçük bir çamaşır odasının bulunması	13	26	23	46	6	12	8	16	0	0	9	18	30	60	5	10	6	12	0	0
Gömme dolap ve vestiyer bulunması	23	46	22	44	2	4	3	6	0	0	15	30	29	58	2	4	4	8	0	0
En az bir balkonunun olması	22	44	26	52	2	4	0	0	0	0	23	46	20	40	2	4	4	8	1	2
Balkonlarının camedkâna kapatılıp açılabilir olması	3	6	14	28	15	30	15	30	3	6	5	10	21	42	3	6	18	36	3	6
Kapılarının, döşeme ve duvar kaplamalarının malzeme ve işçilik kalitesi	21	42	29	58	0	0	0	0	0	0	15	30	34	68	0	0	1	2	0	0
İnşaat yapım tekniği	20	40	27	54	1	2	2	4	0	0	24	48	16	32	2	4	8	16	0	0
Asansörlerin gerekli sayıda, büyüklükte ve teknik özellikte olması	22	44	25	50	2	4	1	2	0	0	23	46	24	48	0	0	3	6	0	0
Merdiven ve yangın merdivenlerinin gerekli teknik özelliklere sahip olması	24	48	25	50	0	0	1	2	0	0	22	44	24	48	3	6	1	2	0	0
Tüm tesisatının (elektrik ve mekanik) kaliteli ve dayanıklı malzemeden	28	56	22	44	0	0	0	0	0	0	28	56	21	42	0	0	1	2	0	0
Yangın ve gaz kaçağı ihbar sisteminin bulunması	21	42	28	56	1	2	0	0	0	0	16	32	32	64	1	2	1	2	0	0
Kombili ise kombisinin yönetmeliklere göre takılmış olması	28	56	22	44	0	0	0	0	0	0	20	40	27	54	1	2	2	4	0	0
Yerden ısıtma olması	3	6	16	32	10	20	18	36	3	6	2	4	13	26	13	26	20	40	2	4
Isı ve ses yalıtımı yapılmış olması	22	44	26	52	2	4	0	0	0	0	30	60	19	38	1	2	0	0	0	0
Pencerelerin su ve ısı geçirmez özellikte olması	22	44	28	56	0	0	0	0	0	0	23	46	27	54	0	0	0	0	0	0
Tüm kapıları ve bahçeyi izleyebilen görüntülü interkom sistemi olması	11	22	30	60	4	8	5	10	0	0	8	16	29	58	4	8	8	16	1	2
İnternet erişimi sunulması	12	24	27	54	5	10	6	12	0	0	9	18	25	50	6	12	9	18	1	2
Isıtma sistemine, ortak alanlara ve asansörlere hizmet edebilecek jeneratörlerin bulunması	21	42	27	54	0	0	2	4	0	0	29	58	19	38	2	4	0	0	0	0
Uydu anten sisteminin bulunması	8	16	33	66	7	14	2	4	0	0	11	22	25	50	1	2	11	22	2	4

Çizelge 4.30. Anket Katılımcılarının Hedef Konut Özelliklerine Yönelik Değerlendirmeleri (B ve D Alanı), (Devam)

Alan Konumu	Merkeze Uzak																			
Alan Kodu	B									D										
Hedef Konut Özellikleri	Ç. Ö. (S)	Ç. Ö. (%)	Ö. (S)	Ö. (%)	K (S)	K (%)	Ösüz (S)	Ösüz %	H. Ö. D. (S)	H. Ö. D. %	Ç. Ö. (S)	Ç. Ö. (%)	Ö. (S)	Ö. (%)	K (S)	K (%)	Ösüz (S)	Ösüz %	H. Ö. D. (S)	H. Ö. D. %
Bulunduğu binanın yasa ve yönetmeliklere uygun olarak inşaat ruhsatı almış olması	21	42	27	54	1	2	1	2	0	0	23	46	26	52	1	2	0	0	0	0
Kat irtifakı/mülkiyeti tapularının çıkarılmış/ çıkarılacak olması	13	26	35	70	2	4	0	0	0	0	12	24	34	68	4	8	0	0	0	0
Deprem yönetmeliğine göre inşa edilmiş/edilecek olması	21	42	29	58	0	0	0	0	0	0	16	32	34	68	0	0	0	0	0	0
Bulunduğu binanın mimari formu/ estetik ve kalitesi	11	22	37	74	0	0	2	4	0	0	2	4	44	88	2	4	2	4	0	0
Binanın kat adedi	7	14	29	58	2	4	12	24	0	0	4	8	44	88	1	2	1	2	0	0
Evin Konumlandığı kat ve manzarası	10	20	37	74	1	2	2	4	0	0	22	44	26	52	1	2	1	2	0	0
Büyüklüğü (m2)	5	10	39	78	2	4	4	8	0	0	6	12	41	82	2	4	1	2	0	0
Aydınlık ve ferah olması	15	30	35	70	0	0	0	0	0	0	4	8	46	92	0	0	0	0	0	0
Mimari planı	13	26	33	66	2	4	2	4	0	0	12	24	32	64	4	8	2	4	0	0
Mobilyaların rahatça yerleşebilmesi	10	20	37	74	1	2	2	4	0	0	2	4	28	56	12	24	8	16	0	0
Mutfağının geniş ve kullanışlı olması (mekan büyüklüğü, masa ve beyaz eşya yerleri, dolap düzeni)	27	54	23	46	0	0	0	0	0	0	23	46	22	44	2	4	3	6	0	0
Mutfağında ankastre ürünlerin verilmesi	5	10	17	34	6	12	22	44	0	0	2	4	44	88	2	4	2	4	0	0
Banyo ve tuvaletlerinin kullanışlı olması ve kaliteli vitrifiye ve armatürle tefiş edilmiş olması	14	28	32	64	2	4	2	4	0	0	6	12	41	82	2	4	1	2	0	0
Ortak banyo dışında bir de ebeveyn banyosunun bulunması	5	10	27	54	3	6	15	30	0	0	1	2	19	38	11	22	16	32	3	6
Dairenin banyodan ayrı bir tuvaletinin bulunması	8	16	37	74	0	0	4	8	1	2	10	20	36	72	1	2	3	6	0	0
Küçük bir çamaşır odasının bulunması	6	12	23	46	9	18	12	24	0	0	2	4	4	8	25	50	19	38	0	0
Gömme dolap ve vestiyer bulunması	7	14	33	66	3	6	7	14	0	0	7	14	31	62	2	4	9	18	1	2
En az bir balkonunun olması	20	40	30	60	0	0	0	0	0	0	17	34	25	50	1	2	6	12	1	2
Balkonlarının camekâna kapatılıp açılabilir olması	1	2	23	46	9	18	12	24	5	10	1	2	1	2	8	16	38	76	2	4
Kapılarının, döşeme ve duvar kaplamalarının malzeme ve işçilik kalitesi	12	24	31	62	2	4	5	10	0	0	14	28	33	66	1	2	2	4	0	0
İnşaat yapım tekniği	12	24	35	70	2	4	0	0	1	2	9	18	33	66	2	4	6	12	0	0
Asansörlerin gerekli sayıda, büyüklükte ve teknik özellikte olması	15	30	34	68	0	0	1	2	0	0	13	26	35	70	1	2	1	2	0	0
Merdiven ve yangın merdivenlerinin gerekli teknik özelliklere sahip olması	15	30	35	70	0	0	0	0	0	0	10	20	36	72	4	8	0	0	0	0
Tüm tesisatının (elektrik ve mekanik) kaliteli ve dayanıklı malzemeden	19	38	31	62	0	0	0	0	0	0	14	28	36	72	0	0	0	0	0	0
Yangın ve gaz kaçağı ihbar sisteminin bulunması	14	28	32	64	2	4	2	4	0	0	5	10	28	56	17	34	0	0	0	0
Kombili ise kombisinin yönetmeliklere göre takılmış olması	15	30	29	58	3	6	3	6	0	0	4	8	44	88	1	2	1	2	0	0
Yerden ısıtma olması	2	4	16	32	8	16	20	40	4	8	0	0	6	12	2	4	40	80	2	4
Isı ve ses yalıtımı yapılmış olması	11	22	36	72	2	4	1	2	0	0	4	8	44	88	1	2	1	2	0	0
Pencerelerin su ve ısı geçirmez özellikte olması	11	22	38	76	1	2	0	0	0	0	25	50	24	48	1	2	0	0	0	0
Tüm kapıları ve bahçeyi izleyebilen görüntülü interkom sistemi olması	7	14	29	58	4	8	10	20	0	0	4	8	14	28	14	28	16	32	2	4
İnternet erişimi sunulması	7	14	27	54	6	12	10	20	0	0	0	0	7	14	21	42	21	42	1	2
Isıtma sistemine, ortak alanlara ve asansörlere hizmet edebilecek jeneratörlerin bulunması	19	38	24	48	4	8	3	6	0	0	11	22	33	66	2	4	4	8	0	0
Uydu anten sisteminin bulunması	6	12	34	68	3	6	6	12	1	2	4	8	38	76	1	2	7	14	0	0

Çizelge 4.30. Anket Katılımcılarının Hedef Konut Özelliklerine Yönelik Değerlendirmeleri (Toplam)

Alan Konumu	Genel Toplam									
Alan Kodu										
Hedef Konut Özellikleri	Ç. Ö. (S)	Ç. Ö. (%)	Ö. (S)	Ö. (%)	K (S)	K (%)	Ösüz (S)	Ösüz %	H. Ö. D. (S)	H. Ö. D. %
Bulunduğu binanın yasa ve yönetmeliklere uygun olarak inşaat ruhsatı almış olması	98	49	98	49	3	1,5	1	0,5	0	0
Kat irtifakı/mülkiyeti tapularının çıkarılmış/ çıkarılacak olması	77	39	116	58	7	3,5	0	0	0	0
Deprem yönetmeliğine göre inşa edilmiş/edilecek olması	99	50	101	51	0	0	0	0	0	0
Bulunduğu binanın mimari formu/ estetik ve kalitesi	47	24	146	73	3	1,5	4	2	0	0
Binanın kat adedi	22	11	125	63	15	7,5	38	19	0	0
Evin Konumlandığı kat ve manzarası	63	32	126	63	5	2,5	6	3	0	0
Büyüklüğü (m2)	24	12	155	78	11	5,5	10	5	0	0
Aydınlık ve ferah olması	62	31	136	68	1	0,5	1	0,5	0	0
Mimari planı	58	29	130	65	6	3	6	3	0	0
Mobilyaların rahatça yerleşebilmesi	38	19	134	67	15	7,5	13	6,5	0	0
Mutfağının geniş ve kullanışlı olması (mekan büyüklüğü, masa ve beyaz eşya yerleri, dolap düzeni)	101	51	91	46	3	1,5	4	2	1	0,5
Mutfağında ankastre ürünlerin verilmesi	17	8,5	102	51	20	10	57	28,5	4	2
Banyo ve tuvaletlerinin kullanışlı olması ve kaliteli vitribye ve armatürle tefiş edilmiş olması	66	33	124	62	4	2	6	3	0	0
Ortak banyo dışında bir de ebeveyn banyosunun bulunması	34	17	104	52	18	9	41	20,5	3	1,5
Dairenin banyodan ayrı bir tuvaletinin bulunması	43	22	128	64	8	4	18	9	3	1,5
Küçük bir çamaşır odasının bulunması	30	15	80	40	45	23	45	22,5	0	0
Gömme dolap ve vestiyer bulunması	52	26	115	58	9	4,5	23	11,5	1	0,5
En az bir balkonunun olması	82	41	101	51	5	2,5	10	5	2	1
Balkonlarının cemekekle kapatılıp açılabilir olması	10	5	59	30	35	18	83	41,5	13	6,5
Kapılarının, döşeme ve duvar kaplamalarının malzeme ve işçilik kalitesi	62	31	127	64	3	1,5	8	4	0	0
İnşaat yapım tekniği	65	33	111	56	7	3,5	16	8	1	0,5
Asansörlerin gerekli sayıda, büyüklükte ve teknik özellikte olması	73	37	118	59	3	1,5	6	3	0	0
Merdiven ve yangın merdivenlerinin gerekli teknik özelliklere sahip olması	71	36	120	60	7	3,5	2	1	0	0
Tüm tesisatının (elektrik ve mekanik) kaliteli ve dayanıklı malzemeden	89	45	110	55	0	0	1	0,5	0	0
Yangın ve gaz kaçağı ihbar sisteminin bulunması	56	28	120	60	21	11	3	1,5	0	0
Kombili ise kombisinin yönetmeliklere göre takılmış olması	67	34	122	61	5	2,5	6	3	0	0
Yerden ısıtma olması	7	3,5	51	26	33	17	98	49	11	5,5
Isı ve ses yalıtımı yapılmış olması	67	34	125	63	6	3	2	1	0	0
Pencerelerin su ve ısı geçirmez özellikte olması	81	41	117	59	2	1	0	0	0	0
Tüm kapıları ve bahçeyi izleyebilen görüntülü interkom sistemi olması	30	15	102	51	26	13	39	19,5	3	1,5
İnternet erişimi sunulması	28	14	86	43	38	19	46	23	2	1
Isıtma sistemine, ortak alanlara ve asansörlere hizmet edebilecek jeneratörlerin bulunması	80	40	103	52	8	4	9	4,5	0	0
Uydu anten sisteminin bulunması	29	15	130	65	12	6	26	13	3	1,5

Çizelge.4.31. Anket Katılımcılarının Isıtma Tipi Tercihi

Alan Konumu	Merkeze Yakın				Merkeze Uzak				Genel Toplam	
Alan Kodu	A		C		B		D			
Tercih Edilen Isıtma Tipi	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %
Radyatörlü-Merkezi Sistem-Katı Yakıt	1	2	1	2	0	0	0	0	2	1
Radyatörlü-Merkezi Sistem-Doğal Gaz	6	12	15	30	9	18	26	52	56	28
Radyatörlü-Kombili Sistem- Doğal Gaz	26	52	11	22	27	54	16	32	80	40
Yerden Isıtma-Kombili Sistem-Doğal Gaz	13	26	20	40	9	18	6	12	48	24
Üflemeli Isıtma -Elektrik Enerjisi	1	2	1	2	0	0	0	0	2	1
Radyatörlü-Solar Güneş Enerjisi	3	6	2	4	5	10	2	4	12	6
Toplam	50	100	50	100	50	100	50	100	200	100

Çizelge 4.32. Anket Katılımcılarının Konut İçi İmalata Yönelik Tercihi

Alan Konumu	Merkeze Yakın				Merkeze Uzak				Genel Toplam	
Alan Kodu	A		C		B		D			
Konut İçi İnce Yapı İmalatı Teslim Tercihi	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %
Örnek dairede gösterilen şekilde tamamlanmış isterim	42	84	36	72	34	68	36	72	148	74
İçinin ince imalatı tamamlanmamış teslim alıp kendim yaptırmak isterim	8	16	14	28	16	32	14	28	52	26
Toplam	50	100	50	100	50	100	50	100	200	100

Çizelge 4.33. Anket Katılımcılarının Konut Sunumlarından Haberdar Olma Yolu

Alan Konumu	Merkeze Yakın				Merkeze Uzak				Genel Toplam	
Alan Kodu	A		C		B		D			
Projeden Haberdar Olma Yolu	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %	Sayı	Yüzde %
Gazete İlanları	6	12	30	60	9	18	16	32	61	30,5
İnternet İlanları	1	2	3	6	18	36	4	8	26	13
Televizyon Reklamları	15	30	0	0	5	10	20	40	40	20
Yakın Tavsiyesi	15	30	12	24	6	12	8	16	41	20,5
Firmanın önceki projeleri	2	4	3	6	3	6	1	2	9	4,5
Yoldan geçerken görmek/İlan Panoları	11	22	2	4	9	18	1	2	23	11,5
Toplam	50	100	50	100	50	100	50	100	200	100

Çizelge 4.34. Anket Katılımcılarına Göre Pazarlama Unsurlarının Konut Edinim Kararındaki Etkisi (A ve C Alanları)

Alan Konumu	Merkeze Yakın																			
Alan Kodu	A										C									
Pazarlama Faktörleri	Ç. E. (S)	Ç E (%)	E. (S)	E (%)	K (S)	K (%)	Esiz (S)	Esiz %	H. E. D. (S)	H. E. D. %	Ç. E. (S)	Ç E (%)	E. (S)	E (%)	K (S)	K (%)	Esiz (S)	Esiz %	H. E. D. (S)	H E D. %
Satışa sunan markaya /kuruma duyulan güven	13	26	33	66	2	4	2	4	0	0	23	46	24	48	1	2	1	2	1	2
Satış fiyatı ve ödeme kolaylıları	15	30	33	66	0	0	2	4	0	0	12	24	30	60	1	2	7	14	0	0
Vergi ve masrafların fiyata dahil edilmesi	7	14	37	74	3	6	3	6	0	0	11	22	32	64	1	2	5	10	1	2
Evin tamamlandığı zaman kazanacağı değer	15	30	32	64	1	2	2	4	0	0	20	40	25	50	1	2	4	8	0	0
Örnek dairelerin dekorasyonu	24	48	23	46	2	4	1	2	0	0	7	14	25	50	6	12	8	16	4	8
Maket ve kataloglar	5	10	32	64	7	14	5	10	1	2	4	8	38	76	3	6	5	10	0	0
Satış temsilcilerinin nezaketi ve güvenilirliği	6	12	34	68	4	8	5	10	1	2	19	38	26	52	1	2	4	8	0	0
Satış ofisinin dekorasyonu	3	6	24	48	7	14	16	32	0	0	13	26	20	40	7	14	9	18	1	2
Satış ofisinde sunulan hizmetler	4	8	25	50	4	8	16	32	1	2	9	18	22	44	5	10	13	26	1	2
Evin teslim tarihi	26	52	22	44	1	2	1	2	0	0	23	46	22	44	2	4	3	6	0	0

Çizelge 4.34. Anket Katılımcılarının Pazarlama Unsurlarına Yönelik Değerlendirmeleri (Devam)

Alan Konumu	Merkeze Uzak																			
Alan Kodu	B										D									
Pazarlama Faktörleri	Ç. E. (S)	Ç E (%)	E. (S)	E (%)	K (S)	K (%)	Esiz (S)	Esiz %	H. E. D. (S)	H. E. D. %	Ç. E. (S)	Ç E (%)	E. (S)	E (%)	K (S)	K (%)	Esiz (S)	Esiz %	H. E. D. (S)	H. E. D. %
Satışa sunan markaya /kuruma duyulan güven	14	28	32	64	1	2	3	6	0	0	4	8	24	48	17	34	4	8	1	2
Satış fiyatı ve ödeme kolaylıları	13	26	35	70	1	2	1	2	0	0	16	32	33	66	1	2	0	0	0	0
Vergi ve masrafların fiyata dahil edilmesi	9	18	36	72	1	2	4	8	0	0	11	22	37	74	1	2	1	2	0	0
Evin tamamlandığı zaman kazanacağı değer	9	18	38	76	2	4	1	2	0	0	31	62	17	34	1	2	1	2	0	0
Örnek dairelerin dekorasyonu	6	12	33	66	2	4	9	18	0	0	1	2	40	80	7	14	2	4	0	0
Maket ve kataloglar	3	6	21	42	6	12	19	38	1	2	1	2	23	46	16	32	6	12	4	8
Satış temsilcilerinin nezaketi ve güvenilirliği	7	14	31	62	5	10	6	12	1	2	1	2	41	82	4	8	4	8	0	0
Satış ofisinin dekorasyonu	0	0	14	28	7	14	28	56	1	2	1	2	9	18	4	8	35	70	1	2
Satış ofisinde sunulan hizmetler	2	4	18	36	6	12	23	46	1	2	1	2	10	20	4	8	25	50	10	20
Evin teslim tarihi	24	48	24	48	1	2	1	2	0	0	26	52	22	44	1	2	1	2	0	0

Çizelge.4.34. Anket Katılımcılarının Pazarlama Unsurlarına Yönelik Değerlendirmeleri (Toplam)

Alan Konumu	Genel Toplam									
Alan Kodu										
Pazarlama Faktörleri	Ç. E. (S)	Ç E (%)	E. (S)	E (%)	K (S)	K (%)	Esiz (S)	Esiz %	H. E. D. (S)	H. E. D. %
Satışa sunan markaya /kuruma duyulan güven	54	27	113	57	21	11	10	5	2	1
Satış fiyatı ve ödeme kolaylıları	56	28	131	66	3	1,5	10	5	0	0
Vergi ve masrafların fiyata dahil edilmesi	38	19	142	71	6	3	13	6,5	1	0,5
Evin tamamlandığı zaman kazanacağı değer	75	38	112	56	5	2,5	8	4	0	0
Örnek dairelerin dekorasyonu	38	19	121	61	17	8,5	20	10	4	2
Maket ve kataloglar	13	6,5	114	57	32	16	35	17,5	6	3
Satış temsilcilerinin nezaketi ve güvenilirliği	33	17	132	66	14	7	19	9,5	2	1
Satış ofisinin dekorasyonu	17	8,5	67	34	25	13	88	44	3	1,5
Satış ofisinde sunulan hizmetler	16	8	75	38	19	9,5	77	38,5	13	6,5
Evin teslim tarihi	99	50	90	45	5	2,5	6	3	0	0

Çizelge.4.35. Anket Katılımcılarının Satış Sonrası Hizmetlere Yönelik Değerlendirmeleri (A ve C Alanları)

Alan Konumu	Merkeze Yakın																			
Alan Kodu	A										C									
Satış Sonrası Hizmetler	Ç. E. (S)	Ç E (%)	E. (S)	E (%)	K (S)	K (%)	Esiz (S)	Esiz %	H. E. Y. (S)	H. E. Y. %	Ç. E. (S)	Ç E (%)	E. (S)	E (%)	K (S)	K (%)	Esiz (S)	Esiz %	H. E. Y. (S)	H. E. Y. %
Garanti süresinin uzunluğu	11	22	26	52	3	6	10	20	0	0	7	14	24	48	2	4	17	34	0	0
7x24 saat güvenlik hizmetinin verilmesi	21	42	26	52	0	0	3	6	0	0	16	32	31	62	2	4	1	2	0	0
İşletme hizmetinin profesyonel bir yönetim tarafından verilmesi	13	26	29	58	2	4	6	12	0	0	15	30	32	64	1	2	1	2	1	2
Hizmet aidat ücreti	26	52	19	38	3	6	2	4	0	0	13	26	25	50	4	8	8	16	0	0

Çizelge.4.35. Anket Katılımcılarının Satış Sonrası Hizmetlere Yönelik Değerlendirmeleri (B ve D Alanları)

Alan Konumu	Merkeze Uzak																			
Alan Kodu	B										D									
Satış Sonrası Faktörler	Ç. E. (S)	Ç E (%)	E. (S)	E (%)	K (S)	K (%)	Esiz (S)	Esiz %	H. E. Y. (S)	H. E. Y. %	Ç. E. (S)	Ç E (%)	E. (S)	E (%)	K (S)	K (%)	Esiz (S)	Esiz %	H. E. Y. (S)	H. E. Y. %
Garanti süresinin uzunluğu	8	16	31	62	1	2	9	18	1	2	4	8	8	16	4	8	32	64	2	4
7x24 saat güvenlik hizmetinin verilmesi	7	14	31	62	5	10	6	12	1	2	9	18	32	64	3	6	5	10	1	2
İşletme hizmetinin profesyonel bir yönetim tarafından verilmesi	7	14	35	70	3	6	4	8	1	2	11	22	35	70	3	6	1	2	0	0
Hizmet aidat ücreti	12	24	31	62	3	6	4	8	0	0	1	2	41	82	2	4	5	10	1	2

Çizelge.4.35. Anket Katılımcılarının Satış Sonrası Hizmetlere Yönelik Değerlendirmeleri (Toplam)

Alan Konumu	Genel Toplam										
Alan Kodu											
Satış Sonrası Faktörler	Ç. E. (S)	Ç E (%)	E. (S)	E (%)	K (S)	K (%)	Esiz (S)	Esiz %	H. E. Y. (S)	H. E. Y. %	
Garanti süresinin uzunluğu	30	15	89	45	10	5	68	34	3	1,5	
7x24 saat güvenlik hizmetinin verilmesi	53	27	120	60	10	5	15	7,5	2	1	
İşletme hizmetinin profesyonel bir yönetim tarafından verilmesi	46	23	131	66	9	4,5	12	6	2	1	
Hizmet aidat ücreti	52	26	116	58	12	6	19	9,5	1	0,5	

Çizelge 5.1. Anket Katılımcılarının Somut Faktör Çoğunluk Verileri

Konumu	Merkeze Yakın		Merkeze Uzak		Toplam Ortalama
Örneklem Alanı	A (Avrupa Yakası)	C (Anadolu Yakası)	B (Avrupa Yakası)	D (Anadolu Yakası)	
Kullanıcı Kimliği					
Cinsiyeti	%62 Kadın 	%68 Erkek 	% 60 Erkek 	%72 Erkek 	%59,5 Erkek 
Yaşı	%34 30-39 *	%36 40-49 *	%30 30-39 *	%60 21-39 *	%28 30-39 *
	%80 30-59 Arası**	%58 30-59 Arası**	%92 21-59 Arası**	%100 21-59 Arası**	%74,5 30-59 Arası**
Medeni Durumu	%84 Evli *	%74 Evli *	%82 Evli *	%78 Evli *	%79,5, Evli *
Çocuk Sahipliği	%44 Genç Çocuklu * %22 Yetişkin Çocuklu***	%36 Genç Çocuklu * %28 Yetişkin Çocuklu***	%48 Genç Çocuklu * %26 Yetişkin Çocuklu***	%42 Genç Çocuklu* %24 Yetişkin Çocuklu***	%43 Genç Çocuklu * %25 Yetişkin Çocuklu***
Eğitim Durumu	%40 Y.O/Fakülte %22 ilköğretim, %30 Lise	%58 Y.O/Fakülte %28 Y.L. Doktora	%42 Y.O/Fakülte %30 ilköğretim, %22 Lise ***	%44 Y.O/Fakülte %20 ilköğretim, %20 Y.L./Doktora ***	%46 Y.O/Fakülte % 46 Fakülte (Diğerleri %20'lik dilimin altında)
Çalışma D.	%64 Çalışmıyor	%72 Çalışıyor	%52 Çalışmıyor, %48'i Çalışıyor	%74 Çalışıyor	%58 Çalışıyor
İş Durumu	%40 Ev Hanımı %22 Emekli	%26 Şirket Sahibi %18 Serbest Uzman M.	%26 Emekli %24 Ev Hanımı %14 Kamu Çalışanı	%32 Özel Sektörde Uzman Meslek	%15 Özel Sektörde Uzman Meslek, %22 Ev Hanımı
Eşinin Eğitim Durumu	%34 Fakülte , %28 Lise	%42 Fakülte, %20 Lise	%24 Fakülte, %24 Lise, %24 ilköğretim	%32 Fakülte, %28 Lise	%33 Fakülte, %25 Lise
Eşinin Çalışma Durumu	%44 Çalışıyor, %40 Çalışmıyor	%38 Çalışıyor, %36 Çalışmıyor	%50 Çalışmıyor	%40 Çalışıyor, %38 Çalışmıyor	%41 Çalışmıyor, %39 Çalışıyor
Eşinin İş Durumu	%26 Emekli, %14 Şirket Sahibi %14 Ev Hanımı,	%22 Ev Hanımı, %14 Emekli %12 Üst Düzey Yönetici	%38 Ev Hanımı	%38 Ev Hanımı, %12 Serbest Uzman Meslek	%27. Ev Hanımı, %15 Emekli
Kullanıcı Gelir Durumu ve Finansal Kaynakları					
Gelir Grubu	%52 Orta, %40 Orta Üstü	%56 Orta Üstü, %30 Üst	%74 Orta	%74 Orta, %24 Orta Üstü	%53 Orta, %34,5 Orta Üstü
Ev Sahipliği	%84 Min. 1 Ev %46 Min. 2 Ev %26 Min. 3 Ev	%98 Min. 1 Ev %74 Min. 2 Ev %50 Min. 3 Ev	%72 Min. 1 Ev %30Min. 2 Ev %12 Min. 3 Ev	%60 Evi Yok, %40 Min. 1 Ev %22 Min. 2 Ev %2 Min. 3 Ev	%26 Evi Yok, %74 Min. 1 Ev %43 Min. 2 Ev %22,5 Min. 3 Ev
Otomobil Sahipliği	%88 Min. 1 Oto %30 Min. 2 Oto %10 Min. 3 Oto	%92 Min.1 Oto %58 Min.2 Oto %24 Min. 3 Oto	%72 Min.1 Oto %8 Min.2 Oto (3 oto sahibi yok)	%70 Min.1 Oto %8 Min.2 Otom (3 oto sahibi yok)	%81 Min.1 Oto %26 Min.2 Oto %8,5 Min. 3 Oto
Edinim Finansmanı	1.%74 Tasarruf 2.%48 Banka Kredisi 3.%52 Diğer	1.%84 Tasarruf 2.%42 Banka Kredisi 3.%22 Müteahhit Kredisi	1.%52 Tasarruf 2.%72 Banka Kredisi 3.%84 Diğer	1.%84 Tasarruf 2.%54 Müteahhit Kredisi 3.%52 Banka Kredisi	1.%79 Tasarruf 2.%38 Banka Kredisi 3.%42 Diğer

Çizelge 5.1. Anket Katılımcılarının Somut Özellikleri Çoğunluk Verileri

Kullanıcının Yaşadığı Konut ve Çevresi					
İkametinin Örneklem Alanına Uzaklığı	%48 5-10 km, %20 10-20 km	%54 0-5 km, %18 5-10 km	% 50 5-10 km, %26 0-5 km	%32 0-5 km, %18 5-10 km, %28 20-40 km, %18 Şehir Dışı	%33,5 5-10km, %31,5 0-5 km
Merkeze Göre İkamet Konumu	%86 Kent Merkezinde	%80 Kent Merkezinde	%58 Uydu Kentte Merkezden Uzakta	%60 Uydu Kentte Merkezden Uzakta	%62 Kent Merkezinde
Yaşadığı Komşuluk	%66 Kamuya Açık Sokak	%64 Kamuya Kapalı Site	%74 Kamuya Açık Sokak	%70 Kamuya Açık Sokak	%61,5 Kamuya Açık Sokak
Yaşadığı Ev	%44 3+1, %22 4+1, %20 2+1 Apartman Dairesi	%52 3+1, %26 4+1 Apartman Dairesi	%46 2+1, %30 3+1 Apartman Dairesi	%44 3+1, %30 2+1 Apartman Dairesi	%42,5 3+1, %25 2+1 Apartman Dairesi
İşinin Örneklem Alanına Uzaklığı	%44 5-10 km, %22 0-5 km	%40 0-5 km, %18 10-20km Karşı Yaka	%38 5-10 km, %24 0-5 km	%28 0-5 km, %28 Şehir Dışı %20 20-40 km	%28,5 0-5 km, %25 5-10 km

* Çizelgede çoğunluk verileri kalın (bold) yazı karakteriyle ifade edilmiştir.

** Yaş, ev ve otomobil sahipliği gibi bazı değişkenlerde değerlendirmenin daha sağlıklı yapılabilmesi veri değerleri için aralıklar genişletilerek ya da daraltılarak eğik (italik) yazı karakteriyle ifade edilmiştir.

*** Çizelgede çoğunluk verilerinden sonra ikinci ve üçüncü sırada değerdeki veriler de örneklem alanlarındaki arasındaki farkları ifade edebilmek ve kullanıcıyı daha iyi betimleyebilmek için verilmiştir.

Çizelge 5.2. Anket Katılımcılarının Soyut Faktör Çoğunluk Verileri
(Anket Katılımcılarının Konut Edinim Niyeti ve Öncelikleri Çoğunluk Verileri)

Konumu	Merkeze Yakın	Merkeze Uzak	Merkeze Yakın	Merkeze Uzak	Örneklem Bütünü Ortalaması
Örneklem Alanı	A (Avrupa Yakası)	C (Anadolu Yakası)	B (Avrupa Yakası)	D (Anadolu Yakası)	
Konut Edinim Amacı, İsteği ve Öncelikleri					
Konut Edinme Amacı	%84 İkamet Etmek	%62 İkamet Etmek	%84 İkamet Etmek	%54 İkamet Etmek %46 Yatırım İçin	%71 İkamet Etmek
Kimin İçin Edinildiği	1.Aile (%70) 2.Kendisi (%14) 3.Çocuğu (%14)	1.Aile (%52) 2.Kendisi (%32) 3.Çocuğu (%14)	1.Aile (%60) 2.Kendisi (%18) 2.Çocuğu (%18)	1.Aile (%52) 2.Kendisi (%28) 3.Çocuğu (%18)	1.Aile (%58,5) 2.Kendisi (%23) 3.Çocuğu (%16)
Edinim Kararında Etkili Kişi	%54 Aile Üyeleri Eşit Derecede Etkilidir, %26 Ben Etkinim	%48 Aile Üyeleri Eşit Derecede Etkilidir, %40 Ben Etkinim	%62 Aile Üyeleri Eşit Derecede Etkilidir, %22 Ben Etkinim	%60 Aile Üyeleri Eşit Derecede Etkilidir, %20 Ben Etkinim	%56 Aile Üyeleri Eşit Derecede Etkilidir, %27 Ben Etkinim
Hedef Semt Uzaklığı	%52'si 5-10km %22'si 5-10 km Karşı Yaka	%50'si 0-5km %28'si 5-10 km	%44'ü 0-5km %32'si 5-10 km	%54'ü 0-5km %22'si 20-40 km	%40,5'i 0-5km %32,5'i 5-10 km
İstenen Konumun Merkeziyeti	%80'i Merkeze Yakın İsterim	%94'ü Merkeze Yakın İsterim	%74'ü Uydu Kent İsterim	%64'ü Uydu Kent İsterim, %36'sı Merkeze Y.	%59'u Merkeze Y. %41'i Uydu Kent
İstenen Komşuluk Düzeni	%98'i Kamuya Kapalı Site İsterim	%94'ü Kamuya Kapalı Site İsterim	%82'si Kamuya Kapalı Site İsterim	%86'sı Kamuya Kapalı Site İsterim	%90'ı Kamuya Kapalı Site İsterim
Edinimi Planlanan Konut Tipi	%34'ü 3+1 apt. %28'i 4+1 apt. %24'ü 2+1 apt.	%40'ı 3+1 apt. %18'i 4+1 apt. %16'sı 2+1 rez.	%54'ü 2+1 apt. d %40'ı 3+1 apt.	%52'si 1+1 apt. %42'si 2+1 apt.	%32,5'i 2+1 apt. %30'i 3+1 apt. %16'sı 1+1 apt. %12,5'i 4+1 apt
Hayal Edilen Konut Tipi	%46'sı 2-3katlı 4+1 müst. ev	%46'sı 2-3katlı 4+1 müst. ev	%32'si 2-3katlı 4+1 müst. ev %22'si tek katlı 4+1 müst. ev	%28'i tek katlı 4+1 müst. ev %24'ü 2-3katlı 4+1 müst. ev	%37'si 2-3katlı 4+1 müst. ev %19'u tek katlı 4+1 müst. ev
Edinimde Öncelikli Kriterleri	1. Depreme Dayanıklılık %40 2. Konum %24 3. Mimari Prj. ve Kalite %38 4. Fiyat %20 5. Güvenlik %36 6. Sosyal İmkanlar %30	1. Depreme Dayanıklılık %44 2. Konum %38 3. Mimari Prj. ve Kalite %30 4. Fiyat %34 5. Sosyal İmkanlar %34 6. Güvenlik %40	1. Depreme Dayanıklılık %50 2. Fiyat %24 3. Konum %26 4. Sosyal İmkanlar %26 5. Mimari Prj. ve Kalite %22 6. Güvenlik %24	1. Fiyat %44 2. Depreme Dayanıklılık %38 3. Konum %42 4. Mimari Prj. ve Kalite %52 5. Sosyal İmkanlar %48 6. Güvenlik %48	1. Depreme Dayanıklılık %40 2. Konum %25 3. Mimari Prj. ve Kalite %24 4. Fiyat %20 5. Sosyal İmkanlar %33 6. Güvenlik %40

ÖZGEÇMİŞ

Sıddıka Filiz AYDIN GÖK 25 Temmuz 1971 tarihinde Mersin'in Anamur ilçesinde doğmuştur. Lise eğitimini Anamur Lisesi'nde tamamlamıştır. 1994 yılında Selçuk Üniversitesi Müh. Mim. Fak. Mimarlık Bölümü'nden mezun olmuştur. 1994 yılında ilk olarak mimarlık bürolarında çalışarak iş hayatına başlayan Sıddıka Filiz AYDIN GÖK, Bahçeşehir Emlak Pazarlama ve Proje Yönetimi (1996), Apek İnşaat (2000) ve Sinpaş GYO'da (2008) proje yönetimi ve proje geliştirme hizmetleri vermiştir. Ayrıca 1996-1997, 2000-2002 yılları arasında serbest mimarlık yapmış ve 11 konut projesine imza atmıştır. 2007 yılında dünyaya gelen kızının bakımı ve gelişimi için çalışma hayatına geçici bir süre ara vermiştir.