



TÜRKİYE
AVM POTANSİYELİ ANALİZİ
2014-2016

eva GAYRİMENKUL
DEĞERLEME
DANIŞMANLIK

AKADEMETRE
RESEARCH & STRATEGY PLANNING

ÖNSÖZ

Bu çalışma AVM sektöründe uzun yıllardır araştırma alanında tecrübeleri olan iki profesyonel firmanın EVA Gayrimenkul Değerleme ve AKADEMETRE Araştırma firmasının ortak projesi ve analizidir.

Rapor Türkiye’de alışveriş merkezleri (AVM) sektörünü irdelemek, gerçek birikim ve potansiyeli göstermek, Türkiye’deki potansiyel yatırım bölgelerini tespit etmek ve ihtiyaç duyulan AVM tip ve büyüklüklerini ortaya koymak, sektörün genel fotoğrafını çekmek ve gelecek öngörülerini belirlemek amacı ile yapılmış, analitik ve bilimsel gerçeklerle desteklenmiştir.

AVM yatırımcıları ve perakendeciler tarafından kapsam olarak farklı ama birbiri ile ilintili talepler gelmesi iki firmanın güçlerini birleştirerek sektör açısından faydalı ve yatırımcının önünü görmesini sağlayacak bu raporun geliştirilmesine sebep olmuştur.

Gayrimenkul sektöründe veri paylaşımı konusunda ciddi sıkıntılar bulunmaktadır. Yapılan bu teknik çalışmanın sektörle profesyonelce paylaşılmasına karar verilmiştir.

Rapor; Türkiye’de AVM enflasyonu var mı? Kronolojik olarak AVM sektörü kurulduğundan bu yana nasıl bir sayı ve alan gelişimi izledi? Kapanan ve fonksiyon değiştiren AVM’ler hangileri? Bir önceki sene fonksiyonunu yitiren ancak bu sene geri kazanılan AVM’ler nerede? Hangi illerde AVM gereksinimi var? Hangi iller doygunluğa ulaşmış? İstanbul’da durum nedir? Çalışmada dikkate alınan parametreler ve bunların neden seçildikleri, metodoloji ve varılan sonuçlar izah edilmiştir. Sektörün gelişimi ile ilgili öngörüler, dünya gelişiminde Türkiye’ye gelecekte etki etmesini beklediğimiz trendler, e-ticaret, artan sanal mağaza sayıları konusundaki gelişmelere değinilmiştir.

Çalışma mevcut, proje halinde ve inşaatı devam eden ve 2016 senesine kadar açılması beklenen AVM ’leri içermektedir. Böylece sadece 2014 yılını değil, 2016 senesinde Türkiye AVM haritasının nasıl olacağını da ortaya koymaktadır. Gerçekte yatırım için uygun bölgelerin nereler olduğu, rekabetin özellikle bugün için yoğunlaştığı iller tespit edilmiştir.

Rekabetin yoğun görüldüğü ama aslında öyle olmadığı ortaya çıkan iller de göze çarpmıştır. Bugün için AVM eksiği olan ama 2016 yılında yoldaki gelişimler nedeni ile fazla AVM alanına sahip olacak iller tespit edilmiştir. Şu anda mevcut olan AVM’lere ait özellikler tek tek izah edilmiş, haritalarda yerleri ve etki alanları gösterilmiş, 2014 - 2016 projeksiyonunda geliştirilmekte olanlar da ayrıca gösterilmiştir. Bu kapsamda il bazında AVM’lerin kimler tarafından geliştirildiği, toplam kiralanabilir alanları gibi birçok detayı görmek mümkündür.

Raporumuz Mart 2014’e kadar faaliyete geçmiş ve 2016’ya kadar geliştirileceği duyurulmuş AVM’leri kapsamaktadır.

Nisan 2014

EVA Gayrimenkul Değerleme & Akademetre Araştırma

TÜRKİYE AVM POTANSİYELİ ANALİZİ RAPORU (2014-2016)

BÖLÜM 1

RAPOR VE HAZIRLAYAN ŞİRKET BİLGİLERİ

- 1.1 Rapor Türü ve Tarihi
- 1.2 Raporu Hazırlayanlar
- 1.3 Hazırlayan Şirketlerin Bilgileri

BÖLÜM 2

GENEL, ÖZEL, SEKTÖREL VERİLER

- 2.1 Türkiye Genel Veriler, Sosyal ve Ekonomik Veriler
 - 2.1.1 Mevcut Demografik Veriler
 - 2.1.2 Geleceğe Yönelik Demografik Veriler
 - 2.1.3 Nüfusun Hareketleri ile ilgili Beklenen Gelecek Veriler (2023)

BÖLÜM 3

SEKTÖREL VERİLER

- 3.1. Perakende Piyasasına İlişkin Veriler
- 3.2. Türkiye'deki Perakendeciler
- 3.3. Bazı Markalar ve Büyüme Hedefleri
- 3.4. Sektördeki Geliştiriciler
- 3.5. Türkiye Gayrimenkul Piyasasında Satışı Gerçekleşen Bazı Marka ve Alışveriş Merkezleri
- 3.6. Perakende Sektöründe Cadde Perakendeciliği ve Temalı AVM'ler
 - 3.6.1. Cadde Perakendeciliği Konsepti:
 - 3.6.2. Temalı Alışveriş Merkezleri:
 - 3.7. Geçmiş ve Gelecek 5 Yıllık Perspektifte Sektör Dinamikleri
 - 3.7.1. Türkiye Toptan ve Perakende Sektörünün Türkiye Ekonomisinden Aldığı Pay
 - 3.7.2. E-Ticaretin Gelişimi, Trendleri, Verileri

BÖLÜM 4

ALIŞVERİŞ MERKEZLERİ SEKTÖRÜ, GELİŞİM, TRENDLER ve DURUM

- 4.1. Alışveriş Merkezleri, Dünyada Gelişimi ve Tanımı
- 4.2. Alışveriş Merkezlerinde (AVM) Bölge Seçimi
- 4.3. Türkiye'de Alışveriş Merkezlerinde Durum, Rakamlarla Gelişim
- 4.4. Türkiye'de Alışveriş Merkezlerinde Değişen Trendler ve Tespitler
- 4.5. 2014-2015 ve 2016 Yıllarında Türkiye'de Açılacağı Duyurulan Alışveriş Merkezleri Detay Bilgileri
- 4.6. Ölçeklerle ilgili Çalışmadaki Genel Kabuller ve Varsayımlar
- 4.7. Fonksiyonunu Yitiren Alışveriş Merkezleri, Fonksiyonunu Yitirme Nedenleri
- 4.8. Şehirlere İlişkin Bilgiler
 - 4.8.1. Mevcut, İnşaat ve Proje Aşamasındaki Alışveriş Merkezleri, Etki Alanı Haritaları ve Demografik Veriler
 - 4.8.1.1. İstanbul İli
 - 4.8.1.2. Ankara İli
 - 4.8.1.3. İzmir İli
 -
 -
 -
 - Tüm İller
 -
 -
 -
 - 4.8.1.81. Zonguldak İli
 - 4.9. İstatistikî Bilgiler: Nüfus, Kiralanabilir Alan, Harcama Pariteleri

BÖLÜM 5

METODOLOJİ

5.1 Türkiye’de Alışveriş Merkezine İhtiyaç Duyan İllerin Ve Bu İllerde İhtiyaç Duyulan Alışveriş Merkezi Metrekaresinin Belirlenmesi

5.1.1 Türkiye İçin Yapılan Hesaplamalar

5.1.2 İstanbul İçin Yapılan Hesaplamalar

BÖLÜM 6

TÜRKİYE, DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

6.1. 2014 Yılı Durumu İhtiyacı

6.1.1 İhtiyaç Duyulan İller ve İller Bazında İhtiyaç Metrekaresi

6.1.2 Doygunluğa Ulaşmış Olan İller

6.2. 2016 Yılı Durumu

6.2.1. İhtiyaç duyulan İller ve İller Bazında İhtiyaç Metrekaresi

6.2.2 Doygunluğa Ulaşacak Olan İller

6.3. 2014-2016 Yılları Geliştirilen Projeler Sonrası Durum

6.4. 2014 ve 2016 Yıllarında İller Bazında İhtiyaç Duyulan Metrekareler

6.5. 5.000 m² Altında Alan İhtiyacı Olan İllerin Listesi

6.6. Türkiye Gerçeği ve AVM Sektöründe 2013’den 2014’e Değişenler

BÖLÜM 7

İSTANBUL, SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

7.1. 2014 Yılı Durumu İhtiyacı

7.1.1 İhtiyaç Duyulan İlçeler ve İlçeler Bazında İhtiyaç Duyulan Metrekare

7.1.2. Doygunluğa Ulaşmış İlçeler

7.2. 2016 Yılı Genel Görünümü

7.2.1. İhtiyaç Duyulan İlçeler ve İlçeler Bazında İhtiyaç Duyulan Metrekare

7.2.2. Doygunluğa Ulaşacak İlçeler

7.3. 2014 ve 2016 Yılları Geliştirilen Projeler Sonrası Durum

7.4. 2014 ve 2016 Yıllarında İlçeler Bazında İhtiyaç Duyulan Metrekareler

7.5 İstanbul Gerçeği ve İstanbul AVM Sektöründe 2013’den 2014’e Değişenler

BÖLÜM 8

KAPANIŞ

Rapordan alıntılar - Örnek: Bursa ili

2013 yılı "Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi"ne göre nüfusu 2.740.970'dir.

Bursa'da, mevcut durumda 10 adet, ayrıca proje halinde 7 adet alışveriş merkezi bulunmaktadır.

Buna göre gerçekleştirilmiş alışveriş merkezlerinde toplam kiralanabilir alan 366.938 m² olup, 1.000 kişi başına düşen kiralanabilir alanı 134 m²'dir. Doğrusal bakış açısı ile 1.000 kişi başına düşen kiralanabilir alan Türkiye ortalamasından yüksektir.

Bursa'da mevcut durumda bulunan alışveriş merkezleri:

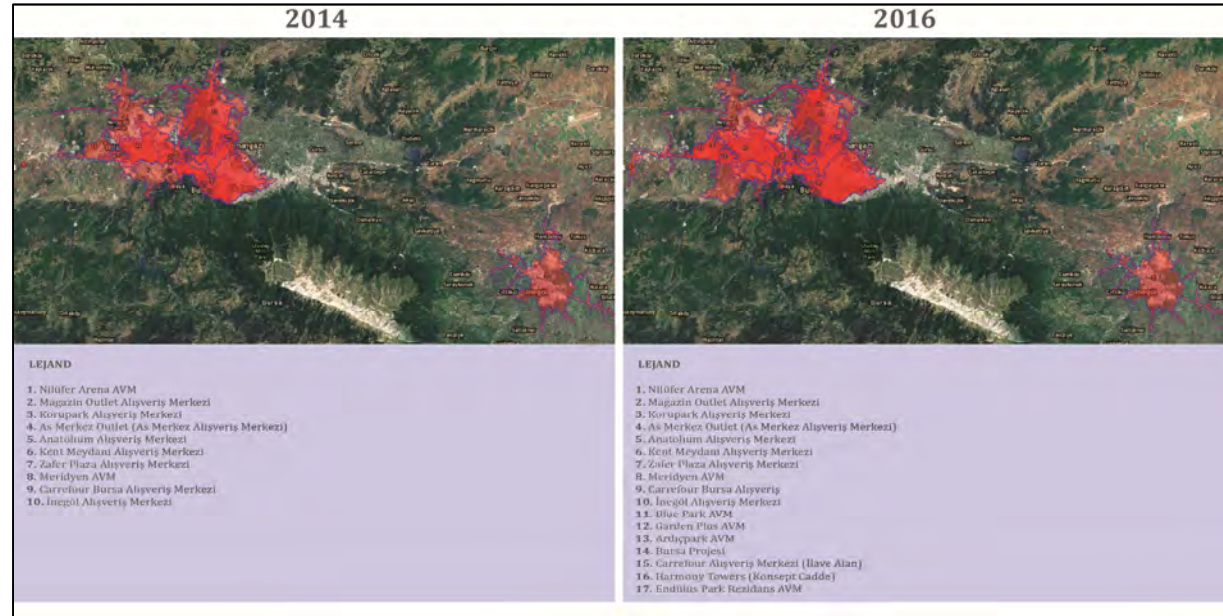
No	Mevcut Alışveriş Merkezi	İli	İlçesi	Açılış Tarihi	Yatırım Sahibi	Arsa Alanı	Kapalı Alanı	Kiralanabilir Alanı
1	Anatolium Alışveriş Merkezi	Bursa	Osmangazi	2010	Maya Grup, Corio Gayrimenkul	92.000	187.798	83.967
2	As Merkez Outlet (As Merkez Alışveriş Merkezi)	Bursa	Osmangazi	2001	Sönmez Gıda Turizm ve Ticaret A.Ş.	66.000	46.228	44.500
3	Carrefour Bursa Alışveriş Merkezi	Bursa	Nilüfer	2001	Bainbridge Gayrimenkul Yatırım Geliştirme ve İşletmecilik	100.000	123.121	54.300
4	İnegöl Alışveriş Merkezi	Bursa	İnegöl	2011	Kırcalı Yapı A.Ş.	70.000	60.000	33.000
5	Kent Meydanı Alışveriş Merkezi	Bursa	Osmangazi	2008	Küçük Çalkın İnşaat A.Ş., Sönmez Turizm Emlak A.Ş., Özipek İnşaat A.Ş.	14.761	72.774	25.511
6	Korupark Alışveriş Merkezi	Bursa	Osmangazi	2007	Torunlar GYO A.Ş.	53.186	165.286	71.267
7	Magazin Outlet Alışveriş Merkezi	Bursa	Nilüfer	2006	Bursa Gazeteciler Cemiyeti	7.972	24.000	14.444
8	Zafer Plaza Alışveriş Merkezi	Bursa	Osmangazi	1999	Torunlar GYO A.Ş.	9.622	57.122	23.449
9	Nilüfer Arena Alışveriş Merkezi	Bursa	Nilüfer	2010	Karar İnşaat	N/A	27.000	9.500
10	Meridyen AVM	Bursa	Merkez	2000	Meridyen AVM A.Ş.	N/A	N/A	7.000
Toplam								366.938

İldeki inşaat ve proje halindeki alışveriş merkezlerine bakıldığında, mevcut durumdaki kiralanabilir alana yaklaşık 2016 yılı sonuna kadar 192.728 m² alan eklenmesi beklenmektedir.

İnşaatı devam eden veya proje halindeki alışveriş merkezleri:

No	İnşaat ve Proje Halindeki Alışveriş Merkezleri	İli	İlçesi	Yatırımcı Firma	Açılış Tarihi	Arsa Alanı	Kapalı Alanı	Kiralanabilir Alanı
1	Ardıçpark AVM	Bursa	Nilüfer	Ardıç İnşaat	2014	6.009	26.000	13.000
2	Bursa Projesi	Bursa	Nilüfer	Rönesans Gayrimenkul Yatırım A.Ş.	2016	25.000	90.000	42.500
3	Carrefour Alışveriş Merkezi (İlave Alan)	Bursa	Nilüfer	Bainbridge Holding A.Ş.	2016	100.000	58.551	16.150
4	Blue Park AVM	Bursa	Osmangazi	Çaltıdere Denizcilik	2014	225.000	198.960	70.000
5	Endülüs Park Rezidans AVM	Bursa	Nilüfer	Endülüs Gayrimenkul Yatırım Harfatiy İnşaat San. ve Tic. A.Ş.	2015	50.500	94.000	26.000
6	Harmony Towers (Konsept Caddesi)	Bursa	Nilüfer	Eroğlu Yapı	2014	42.663	118.908	16.078
7	Garden Plus AVM	Bursa	Nilüfer	Enyap İnşaat	2014	6.500	11.500	9.000
Toplam								192.728

Bursa İli Alışveriş Merkezleri Yoğunluk Haritası:



EVA GAYRİMENKUL DEĞERLEME HAKKINDA:



EVA, Sermaye Piyasası Kurulu'nun (SPK) Lisanslı Değerleme Şirketleri Listesinde ve Bankalara değerlendirme hizmeti verme yetkisi de bulunmaktadır. EVA Değerleme, sektöründe çok itibarlı bir kuruluş olan; İngiltere orijinli Royal Institution of Chartered Surveyors (RICS) tarafından Türkiye'nin ilk "Regulated by RICS" statüsüne getirilmiş kurumdur. EVA, özel sektör ve kamu kurumları için; her türlü Gayrimenkulün ve Gayrimenkule Dayalı Hak ve Faydaların Değerleme çalışmalarını, Gayrimenkul Sektörü Pazar ve Sektör Analiz Raporları, Gayrimenkul Projeleri Finansal Fizibilite ve Yapılabilirlik Analizleri Çalışmaları hazırlamakta, Lokasyon Analizleri, En İyi ve En Verimli Kullanım Etüdü Çalışmaları hizmetleri sunmaktadır. Şirket 2011 senesinde İngiltere'nin en önemli yayın kurumlarından bir olan Euromoney tarafından Türkiye'nin en iyi değerlendirme şirketi, 2013 yılında ise en iyi Değerleme ve en iyi Danışmanlık şirketi seçilmiştir. Avrupa'nın prestij ödülü 2013 European Property Awards tarafından Avrupa'nın ve Türkiye'nin en iyi danışman ödülüne layık görülmüştür. Şirketin gayrimenkul sektörü ile ilgili düzenli çıkarttığı birçok araştırma analiz ve yayınları, sektör raporları bulunmaktadır.

AKADEMETRE HAKKINDA:



Türkiye'nin yerli sermaye ile kurulu en büyük araştırma şirketi olan Akademetre Araştırma & Stratejik Planlama, kalıplaşmış yaklaşımlara son vererek, bilginin daha etkin ve yetkin kullanımına olanak tanımak, yaratıcı ve sonuç odaklı araştırma yöntemleri geliştirmek amacıyla 2000 yılında kurulmuştur. Akademetre, 26 ilde kendisine bağlı bölge ofisleri olmak üzere, 81 ilde hizmet vererek yurtiçinde ve yurtdışında -özellikle Türkiye Cumhuriyeti ile Ortadoğu Bölgesinde- etkin saha alt yapısıyla müşterilerine hizmet vermektedir. Akademik araştırma yöntemlerini yaşama geçirerek, araştırma sonuçlarını sahip olduğu sektörel know-how ile karşılaştırabilmekte ve Türkiye ve bölgesel değerlendirmelerle desteklemektedir.