KÖRFEZ ÜLKELERİNE
KONUT SATIŞ STRATEJİSİ RAPORU

Haziran 2016

İNDEKS

1. **Yönetici Özeti**

2. **Rapor**

   2.1. Kapsam
   2.2. Metodoloji
   2.3. Mevcut Durum Tespiti

   2.3.1. Yabancıya Satış Adetleri
   2.3.2. Ekonomik Güven Endeksi
   2.3.3. İnşaat Sektörü Güven Endeksi
   2.3.4. İllere Göre Yabancılara Satış Adetleri (2013-16)
   2.3.5. Ülkelere Göre Yabancılara Satış Adetleri (2015-16)

   2.4. Körfez Ülkelerine Konut Satışında Yaşanan Problemler
   2.5. Çözüm Önerileri

   2.5.1. Devletten Beklentiler
   2.5.2. Denetim
   2.5.3. Mortgage
   2.5.4. Gayrimenkul Firmalarının ve STK'ların Görevleri
   2.5.5. Aracıların Yapması Gerekenler
   2.5.6. Tanıtım Faaliyetleri

3. **Problemler ve Çözüm Önerileri için Özet Matris**
4. **Kaynaklar ve Katkıda Bulunanlar**

1. YÖNETİCİ ÖZETİ

Türkiye'deki konut satışları içinde, Körfez ülkelerine yapılan satışların payı 2013 yılından bu yana düzenli olarak artış göstermektedir. **Ancak 2016 başından itibaren artış hızı azalmıştır. Ayrıca henüz çözüm üretilememiş birçok problem, yapılan pazarlama faaliyetlerini sekteye uğratmakta**, Körfez müşterisi nezdinde güven erozyonu yaratmaktadır.

Oysa özellikle bulunduğumuz coğrafyada yaşanan büyük sıkıntılar ve Müslüman coğrafyasında demokratik yapısıyla örnek ülke olması sebebiyle Türkiye'de atılacak adımların çok hızlı netice vereceği şüphesizdir. Buna en iyi örneği, sektörde yaşadığımız son 4 yıllık gelişmeleri gösterebiliriz. **Mütekabiliyet öncesi ve sonrası yaşanan özellikle Körfez bölgesi yabancı yatırımının yoğunluğu, son dönemde nispi olarak durgunluk yaşayan sektörün önünü açacak önemli unsurlardan bir tanesi olarak görülebilir.**

2015 yılında Türkiye'de yabancıya 22.000 adet satış yapılmış ve yaklaşık 5 milyar dolar gelir (Sadece Londra için 2015 yılı yabancıya konut satışı geliri 50 milyar dolardır) **elde edilmiştir.** Alınacak aksiyonlar sayesinde şu anda %3'ler seviyesinde olan; 1. El satışlar içindeki **Yabancıya Satış Oranı orta vadede %7 ila %10 mertebesine çıkarılabilir. Bu da yılda ortalama ek 40.000 konut satışı ve 10 milyar dolar gelirin üzerine çıkmak demektir.**

Şu anda en önemli sorunlar; **denetimden uzak satış faaliyetleri, iç / dış pazar arasındaki fiyat farkının yarattığı güven kaybı, bürokratik sürecin uzunluğu ve karmaşıklığı, müşteriye sunulan finansal enstrümanların azlığı (mortgage olmaması), oturma izni / vatandaşlık / KDV muafiyeti vb. konularda yabancılar için henüz fırsatların olmaması, acente / aracı düzeninin çarpıklığı, teslim edilemeyen projeler, zayıf satış / teslim sonrası hizmetler** olarak göze çarpmaktadır.

Çözüm için Devlete, STK'lara, Konut Geliştirici firmalara, bankalara, Aracı ve Acentelere düşen görevler bu raporda detaylı olarak belirtilmektedir.

Özetle;

Devlet bir yandan **satış onay sürecini hızlandıracak** yapılanmayı sağlarken (izinler, bürokratik adımların azaltılması ve her ülke vatandaşı için yeknesak olması vb.) bir yandan da STK'ların desteğini alıp bir **denetim mekanizması** (sorunlu projeler, farklı satış fiyatı, yüksek komisyonlar, yanıltıcı tanıtım vb.) kurmalıdır. Ayrıca **yabancının Türkiye'ye yatırım yapmasını özendirecek düzenlemeler** (Daha uzun oturma izni, vatandaşlık, KDV muafiyeti, tanıtım faaliyetlerine teşvik vb.) getirmelidir.

"Yabancı'ya Mortgage" imkanı sağlanarak bireysel yabancı yatırımcının da gelmesi özendirilmelidir.

Konut Geliştiren Firmalar; Körfez ülkelerine uygun satış süreci ve teşkilatı, satış sonrası düzenlemeler, STK'lar ve sektörel dernekler desteğiyle iç denetim mekanizması ve organize tanıtım faaliyetleri oluşturmalıdır.

Rapor; özellikle Körfez ülkelerine satışın önünü açacak birçok somut öneriyi yukarıdaki kapsamda sunmaktadır.

2. RAPOR

2.1. Kapsam

Bu raporda, Türkiye'de üretilen konutların 2013 yılından bu yana Körfez ülkelerine pazarlanması ve satışı incelenmiş ve durum tespiti yapılmıştır.

Bu tespite dayanarak problemler ortaya çıkarılmış ve 2016 ve sonrasında Türkiye Gayrimenkul Sektörü'nün konut satışlarının daha yüksek bir yüzdesinin bu ülke vatandaşlarına satışının gerçekleşebilmesi için strateji önerisi yapılmıştır. 2016 ilk 4 ayında %3,3'e gerilemiş olan Yabancıya Satış Oranı'nı (Toplam 1. El Konut Satışı içindeki payı) %7 ila %10 a çıkarmak hedeflenmektedir.

2.2. Metodoloji

Rapor; bir dizi yüz yüze görüşme, istatistik araştırma ve kanun, yönetmelik ve mevzuat üzerinde çalışmalarla hazırlanmıştır.

2.3. Mevcut Durum Tespiti

2012 Mayıs ayında Devlet'in aldığı karar neticesinde karşılıklılık prensibi hafifletildi.

Bu tarihten itibaren ilgili kurumlardan geçmişe göre daha hızlı cevap alınabilir hale geldi ve sonucunda yabancıya gayrimenkul satışında 2013 itibariyle aşağıdaki gibi bir artış söz konusu oldu.

2.3.1. Yabancıya satış adetleri:

2013 - 12.181 adet

2014 - 18.959 adet Artış 56%

2015 - 22.830 adet Artış 20%

2016 - 6.281 adet (İlk 4 ay) Artış 2%

2016 ilk 4 ayda yabancıya satış 6.281 adet, 2015 ilk 4 ayda 6.156 adet idi. Yani %2 artış yaşandı.

2016 Nisan ayında ise toplam konut satışı %11, yabancıya satış %14 oranında düştü.

Biraz daha detaylı incelediğimizde; ilk 4 ayda yabancıya satıştaki %2 artışın sebebi, 2016 yılı ilk 2 aydaki yüksek artış oldu. Bu tablo, Mart itibariyle eksiye döndü.

2015 ilk 2 ay - 2.680 adet

2016 ilk 2 ay - 3.077 adet / Artış %15

Tablonun eksiye dönmesindeki en önemli sebep Rusya kaynaklı oldu.

2015 ilk 4 ay – 634 adet Rusya'ya satış

2016 ilk 4 ay – 386 adet Rusya'ya satış

Rusya hariç bakarsak ilk 4 ayda %7 artış yaşandı. Ancak 2016 Mart ve Nisanda

Körfez alıcısı da azalmaya başladı. Afganistan, Körfez'den kaynaklı açığı biraz kapattı, ama gelecek için olumsuz bir görüntü var.

Özellikle bulunduğumuz coğrafyada yaşanan büyük sıkıntılar ve Müslüman coğrafyasında demokratik yapısıyla ve tarihi değerleriyle örnek ve beğenilen ülke olması sebebiyle Türkiye'de bu konuda atılacak adımların çok hızlı netice vereceği şüphesizdir. Buna en iyi örneği, sektörde yaşadığımız son 4 yıllık gelişmeleri gösterebiliriz. Mütekabiliyet'in kaldırılması sonrası yaşanan özellikle Körfez bölgesi yabancı yatırımın yoğunluğu, son dönemde nisbi olarak durgunluk yaşayan sektörün önünü açan önemli unsurlardan bir tanesi olmuştur.

2013-2016 arası Türkiye'de yapılan toplam gayrimenkul satışına baktığımızda;

Yıl Year		Toplam Total			
		Toplam Total	İlk satış[1] First sale[1]	İkinci el satış[2] Second hand	
2016	Türkiye	409 812	186 768	223 044	(4 AY)
2015	Türkiye	1 289 320	598 667	690 653	
2014	Türkiye	1 165 381	541 554	623 827	
2013	Türkiye	1 157 190	529 129	628 061	

Raporun başında “Yabancıya Satışlar artıyor” gibi görünürken; yapılan 1. EL SATIŞ’lar içinde YABANCIYA SATIŞ PAYI yıllara göre şöyle gelişmektedir:

Toplam 1. El Satışlar içinde Yabancıya Satış Payı

2013: %2,3

2014: %3,5

2015: %3,8

2016(4): %3,3

Yıllar boyu artan oran ilk 4 ayda düşüş göstermiştir.

Bununla birlikte Türkiye’de Ekonomik Güven Endeksi ve İnşaat Sektörü Güven Endeksi son dönemde düşüş göstermektedir. Bu da iç pazarda bir sıkışıklık yaşanacağına işaret etmektedir.

2.3.2. Ekonomik Güven Endeksi, Mayıs 2016

27 Mayıs 2016 tarihinde yayınlanan TÜİK verilerine göre Ekonomik Güven Endeksi %12 artmıştır. Ekonomik güven endeksi, tüketici ve üreticilerin genel ekonomik duruma ilişkin değerlendirme, beklenti ve eğilimlerini özetleyen bir bileşik endekstir. Endeks, tüketici güven göstergesi ile mevsim etkilerinden arındırılmış imalat sanayi (reel kesim), hizmet, perakende ticaret ve inşaat sektörlerine ait normalleştirilmiş alt endekslerin ağırlıklandırılarak birleştirilmesinden oluşmaktadır.

Ekonomik güven endeksi Mayıs ayında bir önceki aya göre %12 oranında artarak 73,46 değerinden 82,26 değerine yükseldi. Ekonomik güven endeksindeki artış, hizmet sektörü ve tüketici güven endekslerindeki artışlardan kaynaklandı.

Hizmet sektörü güven endeksi Mayıs ayında 94,5 değerine, tüketici güven endeksi 68,75 değerine yükseldi. Reel kesim (imalat sanayi) güven endeksi bir önceki aya göre değişmeyerek 105,7 değerinde kaldı.

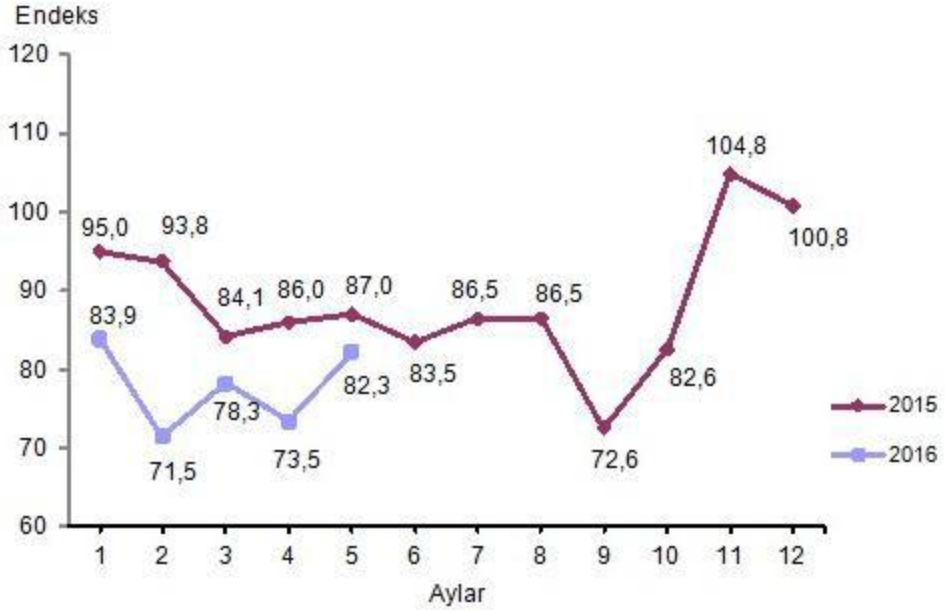
2.3.3. İnşaat Sektörü Güven Endeksi, Mayıs 2016

İnşaat sektörü ve perakende ticaret sektörü güven endeksleri ise Mayıs ayında sırasıyla 79,18 ve 103,82 değerlerine geriledi.

Ekonomik güven endeksini oluşturan endekslerden tüketici güven endeksi, Türkiye İstatistik Kurumu ve Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası işbirliği ile yürütülen tüketici eğilim anketi sonuçlarından, reel kesim (imalat sanayi) güven endeksi Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası tarafından, hizmet, perakende ticaret ve inşaat sektörü güven endeksleri ise TÜİK tarafından hesaplanmaktadır.

Ekonomik güven endeksinin 100'den büyük olması genel ekonomik duruma ilişkin iyimserliği, 100'den küçük olması ise genel ekonomik duruma ilişkin kötümserliği göstermektedir.

Ekonomik güven endeksi, Mayıs 2016



Ekonomik güven endeksi, alt kalemleri ve değişim oranları, Mayıs 2016

	Endeks		Bir önceki aya göre değişim oranı (%)	
	04/2016	05/2016	04/2016	05/2016
Ekonomik güven endeksi	**73,46**	**82,26**	**-6,1**	**12,0**
Tüketici güven endeksi	68,46	68,75	2,2	0,4
Reel kesim güven endeksi	105,70	105,70	1,5	0,0
Hizmet sektörü güven endeksi	89,93	94,50	-3,8	5,1
Perakende ticaret sektörü güven endeksi	103,95	103,82	-5,9	-0,1
İnşaat sektörü güven endeksi	81,54	79,18	0,1	-2,9

Endeks değerleri mevsim etkilerinden arındırılmış değerlerdir. Tüketici güven endeksinde mevsim etkisi bulunmamaktadır.

2.3.4. İllere Göre Yabancılara Satış Adetleri (2013 -2016)

Yabancılara yapılan konut satış sayıları, 2013-2016
House sales numbers to foreigners, 2013-2016

		Konut satış sayıları House sale numbers													
Yıl Year		**Toplam** Total	**Ocak** January	**Şubat** February	**Mart** March	**Nisan** April	**Mayıs** May	**Haziran** June	**Temmuz** July	**Ağustos** August	**Eylül** September	**Ekim** October	**Kasım** November	**Aralık** December	
2016	**Toplam** Total	**6 223**	**1 462**	**1 585**	**1 595**	**1 581**	**2%**	**İlk 4 ayda artış**							
	İstanbul	2 176	498	555	583	540									
	Antalya	1 363	315	328	360	360									
	Bursa	501	129	141	115	116									
	Yalova	311	84	90	66	71									
	Sakarya	258	51	93	48	66									
	Ankara	240	68	61	56	55									
	Aydın	238	65	57	56	60									
	Trabzon	203	54	41	41	67									
	Muğla	193	31	38	73	51									
	Mersin	169	36	45	39	49									
	Diğer iller Other provinces	571	131	136	158	146									
2015	**Toplam** Total	**22 830**	**1 289**	**1 369**	**1 610**	**1 847**	**1 982**	**2 256**	**2 027**	**2 044**	**1 768**	**2 236**	**2 119**	**2 283**	**20%**
	İstanbul	7 493	377	466	548	584	636	718	541	602	561	780	703	977	33%
	Antalya	6 072	392	356	451	507	546	610	686	518	440	567	539	460	27%
	Bursa	1 501	81	106	103	133	128	125	112	177	112	136	149	139	7%
	Yalova	1 425	95	77	119	133	104	123	127	147	126	118	138	118	6%
	Aydın	1 107	63	65	72	90	111	198	119	79	82	103	65	60	5%
	Sakarya	833	49	50	65	63	44	92	59	110	66	73	87	75	4%
	Muğla	830	45	75	35	58	79	78	89	72	85	102	61	51	4%
	Trabzon	778	11	12	45	40	90	78	72	108	105	84	69	64	3%
	Mersin	717	38	53	60	76	73	76	67	52	43	58	47	74	3%
	Ankara	599	41	33	32	52	44	40	44	51	41	66	80	75	3%
	Diğer iller Other provinces	1 475	97	76	80	111	127	118	111	128	107	149	181	190	6%
2014	**Toplam** Total	**18 959**	**1 207**	**1 071**	**1 362**	**1 554**	**1 610**	**1 703**	**1 473**	**1 774**	**1 857**	**1 806**	**1 687**	**1 855**	**56%**
	Antalya	6 542	464	400	459	563	652	586	569	591	590	612	549	507	
	İstanbul	5 580	243	301	478	489	406	600	416	511	546	556	500	534	
	Aydın	1 191	70	61	58	109	150	108	104	93	144	121	86	87	
	Muğla	1 051	75	61	64	86	90	104	75	133	112	103	69	79	
	Bursa	954	62	57	65	89	64	88	66	96	87	78	86	116	
	Mersin	783	70	49	59	50	60	40	75	70	96	72	45	97	
	Yalova	765	21	36	43	37	73	63	39	64	81	84	103	121	
	Sakarya	512	119	17	10	33	38	18	12	29	25	37	80	94	
	Ankara	369	21	21	38	33	20	14	28	38	42	32	37	45	
	Trabzon	225	9	12	8	16	14	13	17	28	29	20	23	36	
	Diğer iller Other provinces	987	53	56	80	49	43	69	72	121	105	91	109	139	
2013	**Toplam** Total	**12 181**	**888**	**716**	**962**	**947**	**938**	**783**	**1 114**	**890**	**1 025**	**1 021**	**1 456**	**1 441**	
	Antalya	5 548	448	357	495	445	476	358	505	387	482	433	622	540	
	İstanbul	2 447	138	120	198	209	188	155	192	170	156	181	345	395	
	Aydın	1 112	78	71	52	83	79	74	139	81	132	105	115	103	
	Muğla	1 053	75	55	80	75	75	87	122	72	95	98	103	116	
	Mersin	545	45	28	23	38	44	20	47	50	35	48	92	75	
	Bursa	375	23	16	19	31	16	14	33	22	28	44	73	56	
	Yalova	284	26	17	34	27	10	16	14	38	22	27	28	25	
	İzmir	194	21	14	17	8	23	15	16	16	11	17	17	19	
	Ankara	175	9	13	10	10	10	14	5	16	21	21	19	27	
	Sakarya	103	2	2	6	9	3	10	9	6	9	7	14	26	
	Diğer iller Other provinces	345	23	23	28	12	14	20	32	32	34	40	28	59	

Kaynak: Tapu ve Kadastro Genel Müdürlüğü (TKGM)
Source: General Directorate of Land Registry and Cadastre (GDLRC)

2.3.5. Ülkelere Göre Yabancılara Satış Adetleri (2015-2016)

Ülke uyruklarına göre yabancılara yapılan konut satış sayıları, 2015-2016
House sales numbers to foreigners by nationalities, 2015-2016

Yıl Year	Ülke Country	Konut satış sayıları[1] House sale numbers[1]												
		Toplam Total	**Ocak** January	**Şubat** February	**Mart** March	**Nisan** April	**Mayıs** May	**Haziran** June	**Temmuz** July	**Ağustos** August	**Eylül** September	**Ekim** October	**Kasım** November	**Aralık** December
2016	**Toplam** Total	**6 281**	**1 474**	**1 603**	**1 604**	**1 600**								
	Irak - Iraq	1193	308	365	244	276								
	Suudi Arabistan - Saudi Arabia	610	136	158	151	165								
	Kuveyt - Kuwait	601	134	159	136	172								
	Afganistan - Afghanistan	508	104	141	148	115								
	Rusya Federasyonu - Russia	386	106	88	96	96								
	Almanya - Germany	223	49	50	74	50								
	İngiltere - United Kingdom	221	49	45	62	65								
	İran - Iran	216	45	52	53	66								
	Azerbaycan - Azerbaijan	215	54	54	60	47								
	Kazakistan -Kazakhstan	141	46	40	28	27								
	İsveç - Sweden	127	29	25	38	35								
	Mısır - Egypt	121	26	28	39	28								
	Ukrayna - Ukraine	119	31	25	39	24								
	Norveç - Norway	99	26	22	23	28								
	Çin - China	94	23	27	24	20								
	Hollanda - Netherlands	91	21	23	15	32								
	Ürdün - Jordan	80	17	21	28	14								
	Katar - Qatar	74	12	14	17	31								
	Birleşik Arap Emirlikleri - United Arab Emirates	71	20	13	22	16								
	Belçika - Belgium	61	12	8	28	13								
	Diğer ülkeler Other countries	1 030	226	245	279	280								
2015	**Toplam** Total	**22 991**	**1 304**	**1 376**	**1 620**	**1 856**	**1 997**	**2 273**	**2 049**	**2 058**	**1 785**	**2 249**	**2 130**	**2 294**
	Irak - Iraq	4 228	240	243	297	298	276	315	362	401	359	430	495	512
	Suudi Arabistan - Saudi Arabia	2 704	112	97	187	190	276	325	233	271	204	325	226	258
	Kuveyt - Kuwait	2 130	124	144	168	187	216	214	147	226	160	142	193	209
	Rusya Federasyonu - Russia	2 036	157	143	138	196	222	238	195	155	115	191	136	150
	İngiltere - United Kingdom	1 054	54	86	48	91	103	104	101	86	109	133	74	65
	Almanya - Germany	869	66	52	40	79	73	68	84	71	68	76	84	108
	Azerbaycan - Azerbaijan	815	56	57	58	97	50	72	68	54	56	77	88	82
	İran - Iran	744	44	43	60	53	52	85	77	58	67	62	64	79
	Afganistan - Afghanistan	656	20	33	33	50	37	36	40	58	56	75	98	120
	Ukrayna - Ukraine	608	30	29	61	57	79	57	56	35	55	49	60	40
	İsveç - Sweden	541	26	33	36	37	42	50	91	60	43	48	42	33
	Kazakistan -Kazakhstan	540	44	35	52	41	46	38	54	58	34	46	53	39
	Norveç - Norway	453	17	20	46	39	29	75	65	41	36	39	31	15
	Libya -Libya	427	28	31	53	39	42	40	39	40	25	29	25	36
	Birleşik Arap Emirlikleri - United Arab Emirates	332	19	28	22	28	20	31	31	39	26	28	25	35
	Mısır - Egypt	318	11	12	19	23	21	29	15	30	21	32	54	51
	Katar - Qatar	277	18	10	25	20	32	26	22	35	24	26	20	19
	Çin - China	271	20	10	24	20	19	17	15	25	23	20	24	54
	Ürdün - Jordan	243	14	15	14	19	21	12	20	29	26	25	18	30
	Yemen -Yemen	231	10	14	15	24	28	21	12	23	23	24	15	22
	Diğer ülkeler Other countries	3 514	194	241	224	268	313	420	322	263	255	372	305	337

Kaynak: Tapu ve Kadastro Genel Müdürlüğü (TKGM)
Source: General Directorate of Land Registry and Cadastre (GDLRC)

(1) Ülke uyruklarına göre konut satış sayıları farklı uyrukluların aynı konutu alabilmesinden dolayı yabancılara yapılan toplam satıştan daha yüksek çıkabilmektedir.

(1) House sales numbers to foreigners by nationalities are higher than the total house sales to foreigners because different nationalities may buy the same houses.

2.4. KÖRFEZ ÜLKELERİNE KONUT SATIŞINDA YAŞANAN PROBLEMLER

Yüksek indirimli ön ve toplu satışlar

Bazı projeler ön finansman amacıyla lansman öncesi çok yüksek indirimlerle yabancı yatırımcılara büyük miktarda satış yapıyorlar. Bu yatırımcılar ülkesinde veya bazen de Türkiye'de bu konutları üçüncü şahıslara satıyor ve kârı kendisi alıyor. Bu tür operasyonlar ilk etapta 'yabancıya yüksek adette satış' olarak algılansa da aslında tam olarak öyle değil, birçok mahsurları var. Hal bu ki iyi bir planlamayla o ülkelere direkt perakende satış yapılarak daha karlı satış sağlanabilir. Aradaki büyük toplu yatırımcının yaratacağı eksik ve kimi zaman da zarar veren iletişim de önlenmiş olur.

Çok yüksek komisyon oranları

Bazı aracılar yüzde 15'e kadar komisyon talep ediyor. Bazı firmalar da bunu kabul ediyorlar. Bu fark müşteriye yansıtılıyor ve müşteriler niteliğine ve geliştiricisine bakılmadan bu oranı veren projeye yönlendiriliyor.

Müşterinin problemli projelere yönlendirilmesi, geç teslimler

Aracılara yüksek komisyon vaat eden projeler; genellikle satışta başarısız olmuş, teslim tarihinin gecikmesi / teslim edilememesi muhtemel, satış sonrası ve teslim sonrası bir dizi sorun içeren projeler oluyor ve bu da yabancı müşteride onarılamayacak olumsuzluklar yaratıyor.

Rayicin üzerinde fiyatla satış sonucu yatırımın geri dönüşü olmaması

Bazı projelerde iç pazara 100 liraya satılan konut yabancıya 115-120 liraya satılıyor. Müşteri ürünü yüksek fiyata aldığını ya tekrar satarken ya da kiralamada öğreniyor. Bu da yine sektörün ve ülkenin imajını olumsuz etkiliyor.

Müşteriye kısıtlı finansman imkanları sunulması

Genellikle yerel bankalar yabancı (özellikle körfez) müşteriye mortgage imkanı sunmadığı için, sadece peşin veya firmaya senetli borçlanma ile satış yapılabiliyor. Oysa yatırımcı yerel bankalardan veya katılım bankalarından mortgage kullanabilse satış hacmi büyür.

Satış sonrası hizmette yetersizlikler

Bazı aracılar satışı yaptıktan sonra müşteriye hizmet vermeyi bırakıyor. Geliştiricinin de böyle bir altyapısı yoksa müşterinin hiçbir sorun ya da ihtiyacı karşılanmıyor.

2.5. ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

2.5.1. DEVLETTEN BEKLENTİLER

1. Yabancıya gayrimenkul satışının devlet politikası olarak belirlenmesi ve aşağıda belirtilen destek ve avantajların yasalarla sağlanması gereklidir. Devlet; ilgili bakanlık altında bu konu için bir birim kurmalı, bu birim şirketlerin, aracıların, derneklerin, odaların görev ve sorumluluklarını belirleyip paylaştırmalı, denetim de yine aynı Devlet birimi vasıtasıyla yapılmalıdır. Tapu Kadastro Genel Müdürlüğü kayıtları tutan merci olarak gerekirse bu alandaki denetimi de yapabilir. (2.5.2. Denetim başlığı altında detaylar mevcuttur)
2. Teşvik mevzuatında 'döviz kazandırıcı faaliyetler' arasına 'yabancıya konut satışı' da eklenebilir. Ülkeye döviz girdisi sağlamak üzere bu avantajdan yararlanabilmek için, gerekirse belli bir 'yatırım büyüklüğü' de belirlenebilir. Hali hazırda tanıtımlar için fuar desteği bulunmaktadır, ama bütünün içinde çok küçük bir kısmı oluşturmaktadır. Eğitim, tanıtım, istihdam desteği verilebilir.
3. Siyasi iradenin, Körfez ülkeleri yönetimleriyle Türkiye'de konuta yatırımı teşvik edici görüşmeler yapması, mevcut çalışmalara liderlik etmesi uygun olur.
4. Farklı ülke vatandaşlarına farklı kısıtlamalar söz konusudur. Bunların netleşmesi, konsolide edilmesi ve sadeleştirilmesi, işlemleri kolaylaştırır. (Örneğin; İran vatandaşları İçişleri Bakanlığı'ndan izin alırken Irak vatandaşları Dışişleri Bakanlığı'ndan izin alıyor.)
5. Bürokratik işlemlerin hem içerik hem de süre olarak kolaylaştırılması uygun olacaktır. Şu anda tapu teslimine kadar uzayan süreçte birçok farklı

disiplin ve merkezden onay, evrak vb. gerekmektedir.

6. Yabancı bir müşteri konut satın aldığında 1 yıla kadar oturma izni alabilmektedir. Hükümetin de gündeminde olduğu gibi; oturma izni süresi uzatılabilir, çalışma izni ve bir süre sonra vatandaşlık gibi teşvikler gelebilir. Birçok gelişmiş ülke (Örn: Kanada, İspanya, İngiltere, Portekiz) sahip oldukları kanunlar gereği gayrimenkul yatırımı yapan yabancılara vatandaşlık ya da uzun süreli ikamet hakkı vermektedirler. Bu yolla ülkelerine yüksek miktarda yabancı sermaye akışı sağlamaktadırlar. Gayrimenkulün kendisi yanında 200 farklı sektöre yaptığı katkı ve istihdama sağladığı destek göz önüne alındığında, bu konu Türkiye ekonomisi için daha da önemli olmaktadır.
7. Bunun için kademeli olarak bir geçiş yapılabilir. İlk olarak vatandaşlığa yönelik yasal düzenlemeler yapılana kadar 1 yıllık alınan ikamet süresinin 3 ila 5 yıl olarak revize edilmesi uygun olacaktır. Ayrıca kolaylaştırılmış uzatma metotları ile Türkiye'den konut alımı daha da cazip hale getirilebilir. Daha sonra belirlenen bütçelerde yatırım yapan yabancılara 5 yıl süreli "ön vatandaşlık hakkı (oy kullanamayacak ancak diğer imkanlardan faydalanacak)" verilmesi gündeme alınabilir. Bu süre içinde herhangi kanunsuz bir durumun içinde bulunmazsa tam vatandaşlığa geçebilir. (Burada 500.000 USD olarak belirlenecek bir rakam uygun olacaktır.) Bunun hem cari açık hem de genel ekonomi bağlamında ülkeye sağlayacağı fayda yüksek olacaktır. Burada çok önemli bir diğer nokta da gelen belirli bir gelir seviyesi üzerindeki bu kişilerin ülkemizde yapacağı diğer harcamalar ve daha önemlisi, muhtemel yapacakları diğer yatırımların sağlayacağı ek (katlamalı etkisi olan) katkıdır.
8. Diğer bir yöntem ise İngiltere'deki uygulama gibi '99 yıl üst hakkı' vermektir. Mülkiyet bir kamu kuruluşundadır, ancak yabancı 99 yıllığına (veya 49 yıllığına) kullanım hakkına sahip olur. (Suriyeliler konusu 13. Maddede ayrıca incelenmiştir). Bu öneri yabancı açısından 7.madde

kadar rahatlatıcı ve cazip olmasa da bazı ülkeler için uygulanabilir bir yöntemdir.

9. Kredi faizinin BSMV ve KKDF muafiyeti, ile alternatiflerine göre yüksek olan faizin yatırımcıya maliyeti azaltılabilir. Mortgage yolunun açılmasıyla bu muafiyet zaten sağlanmış olur.
10. Yabancı bireysel veya kurumsal yatırımcılar için genelde ek bir maliyet kalemi olan ve yatırımın getirisini düşürdüğü için yatırım kararlarını etkileyen KDV'den istisna sağlanabilir. Sektörde bu yatırımların 'döviz kazandırıcı faaliyetler' kapsamında değerlendirilebilmesi ve bir istisna getirilmesi görüşü hâkimdir. Yatırımcı sadece konut almakla kalmamakta; aynı zamanda yıllar boyu aidat ödeyerek, mobilya, gıda, turizm, enerji vb. tüketerek ekonomiye katkıda bulunmaktadır. KDV istisnası, ev 2 sene içinde üçüncü şahıslara devredilirse kaldırılabilir.
11. Yabancı alıcının sorun yaşaması durumunda hakları, hukuki yolları gibi bilgilendirmeler 1. Maddede bahsi geçen birim tarafından yapılmalı ve güven sağlanmalıdır. Ayrıca bu konuda hukuki sistemdeki eksikler de ele alınmalıdır. 2.5.2.de detaylı açıklanan platform, yabancı yatırımcıların bu konudaki ihtiyaçlarına cevap verebilir.
12. 'Tamamlanma Sigortası' hazırlanarak, yabancıda ve yerlide oluşan endişe giderilebilir.
13. Suriye vatandaşlarının Türkiye'de konut sahibi olma imkanı kolaylaştırılmalıdır. Türkiye'de, yaklaşık 3 milyon Suriyeli bulunmaktadır. Bölge ve şehir bazında belirlenecek limitler dahilinde satışa izin verilebilir. Basit bir hesapla 3 milyon kişi; 600 bin aile içinden %4'üne satış 24.000 daire satışı demektir ki, bu da 2015 yılı yabancıya satış (22.000 adet) rakamından yüksektir.

2.5.2. DENETİM :

1. Günümüzde yabancılara yanıltıcı bilgiyle yapılan satışlara karşın Konsolosluklar vatandaşlarını koruyucu tedbirler alıyorlar. Devlet bu

inisiyatifi yukarıda bahsi geçen Birimi kurarak yabancı konsolosluklara bırakmadan çözebilir. Yatırım Promosyon Ajansının koordinatörlüğünde Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, Tapu ve Kadastro Genel Müdürlüğü, Gelir İdaresi Başkanlığı ve Adalet Bakanlığı temsilcilerinden oluşan bir platform bu konuda öncülük edebilir.

2. Ülkemizde reklamların denetlendiği gibi bu faaliyetler de böylece denetlenmiş olur.
3. İzne / denetime bağlı olması gereken kalemler:
    - Proje ruhsatı
    - Kampanyalı Satış izni
    - Firma (Geliştirici / Aracı) bilgisi / Bilanço Bilgisi
    - İnşaat durumu / Teslim Tarihi
    - 6 ayda bir güncellenen fotoğraflar
4. Denetim için kurulacak bir platform, bir WEB sitesi aracılığıyla yabancılar için Devlet Güvencesi ile veri sağlayacak, tek elden güvenilir bir ortam oluşturulacaktır. Bu platform; Devlet – Ticaret Odaları – GYODER – KONUTDER – İNDER tarafından da desteklenebilir.
5. Aşağıdaki sorulara net cevaplar burada yer alır:
    - Neden Türkiye'ye yatırım?
    - Neden gayrimenkule yatırım?
    - Türkiye'den nasıl konut alınır?
    - Sisteme tanımlı projelerin son durumları nedir?
    - Nasıl mortgage kullanılır?
    - Sıkça Sorulan Sorular
6. Bu alanda aracı olarak çalışacak kişilerden öğrenim durumu, sertifika gibi şartlar aranması uygun olur. Acente ve kişilere yabancıya satış için yeterlilik belgesi verilebilir. Yerli ve yabancı aracıların da hukuki sorumlulukları olması şartı da böylece sağlanmış olur.

2.5.3. MORTGAGE:

1. Yabancı ülke vatandaşlarının gerekli vergi numarası vb. aldıktan sonra mortgage kullanmasına bir engel yoktur. Ancak bankaların bu konuda istekli olmadıkları görülmektedir. Özellikle Körfez ülkeleri vatandaşlarına ancak Türkiye'de yerleşikse ve çalışıyorsa kredi vermeyi tercih etmektedirler. Yabancılara satışlar %90 oranında peşin veya firmaya direkt borçlanma yöntemiyle yapılmaktadır.
2. Yabancıların edindiği mülkün teminat sayılmasının yeterli olacağı yaklaşımıyla mortgage veya katılım bankaları üzerinden kredi kullandırılmasının yolu açılmalıdır. Bu aşamada sektörde yabancılar için kaldıraç etkisinden faydalanılamamaktadır.
3. Aslında yabancıya satışta TL ya da döviz cinsinden Mortgage için teminat satışın içinde mevcuttur. Teslime kadar Geliştirici garantisi; teslim sonrası ise konutun kendisi teminattır.
4. Maketten satışlarda halihazırda bir mevzuat bulunmaktadır. Tamamlama Sigortası / Teminat Mektubu / Hakediş yöntemlerini içeren bu mevzuatı işletmek yabancıya güvence vermek açısından uygun olacaktır.
5. Ayrıca yabancıya satışta Türk Lirası yerine yabancı para birimleri ile Mortgage imkanı yatırımcıyı cezbedecektir.

2.5.4. GAYRİMENKUL ÜRETİCİLERİNİN VE STK'LARIN GÖREVLERİ

1. Önemli gayrimenkul şirketlerinin GYODER, INDER ve KONUTDER çatısı altında birlikte hareket etmesi sorunların daha hızlı aşılmasını sağlayacaktır.
2. Yerliye ve yabancıya aynı fiyat uygulanması, firmaların bunun iletişimini yapması, müşterinin de bu yönde bilinçlendirmesi, "Bizi aldatıyorlar" duygusunu yenmekte çok etkili olacaktır.
3. Firmalar bu alanı sadece aracılara bırakmamalıdır. Kendileri de direkt iletişimlerini yapmalıdırlar. Birkaç fuar katılımı veya birkaç aracı ile

anlaşma yapmak sürdürülebilir bir sonuca ulaştırmamaktadır. Körfez ülkelerindeki doğru ve tarafsız mecraları kullanmak; INVEST IN TURKEY çatısı altında Ülkenin Yatırım Değeri üzerine iletişim yapmak, orta ve uzun vadede kalıcı sonuç verecektir.

4. Aracılar yanıltıcı vaatlerde bulunabilmektedirler. Bu yüzden özellikle teslim zamanı problemler ortaya çıkmaktadır. Firmaların bu konuda daha dikkatli olması gerekir. Aracıların faaliyetlerinin yakından takibi, mümkünse yapımcının direkt iletişimi ve herhangi bir sorunda devreye girmesi uygun olacaktır.
5. Yabancılar karar verirken en çok kendi vatandaşının görüşüne önem vermektedir. Yıllardır güneyde İngilizlere en çok evi İngilizler satmaktadır. Dolayısıyla Körfez ülkelerine satışta o bölgeden eleman çalıştırması; direkt ve kolay iletişim ile güven unsurunu artırmak için çok etkili olur.
6. Geliştirilen projelerde eğer yabancıya da satış hedefleniyorsa farklı pazarlara göre hedef kitle ihtiyaçları doğru belirlenmeli ve bu ihtiyaçları karşılayan projeler üretilmelidir. Bu konuda sektörel derneklerin bir şartname/mimari tercihler raporu hazırlaması önerilmektedir.
7. Aracıları denetlemek dışında tüketiciyi de bilinçlendirmek gerekir. Bunun için de direkt iletişim etkili olur. Devlet, GYODER, INDER, KONUTDER, vb. ya da geliştirici firmaların, yurt içinde yaptıkları marka yatırımının benzerini yurt dışında da yapmaları gerekir. Firmaların bu güveni tahsis etmeleri için iletişimin yanında oradaki güçlü ve güvenilir firmalarla işbirlikleri geliştirmesi süreci hızlandıracaktır. Örneğin; ortak yatırımlar ve satış işbirliği anlaşmaları etkili olacaktır. Türkiye'deki pazar, Körfez ülkelerindeki şirketlerin de iştahını kabartmaktadır.
8. Körfez kökenli turizm yatırımcılarıyla iş birlikleri için STK'ların anlaşma sağlaması gerekir.

2.5.5. ARACILARIN YAPMASI GEREKENLER

1. Yabancıların Türkiye'den markalı bir konut alacağı zaman kendini daha güvende ve rahat hissetmesi esastır. Bu yüzden aracı şirketler için, bir rating kuruluşundan güvenilirlik derecelendirme sistemi getirilebilir. Bu, alıcı tarafta güven oluşturarak satışı kolaylaştıracaktır. Bu kuruluş dernekler tarafından seçilir ve periyodik olarak yenileme yapılır. Sonuçlar iletişimde kullanılır.
2. Fiyat olarak 100.000 – 250.000 USD bandında olan konutlar için ilgi fazladır. Bu banda uygun proje üretmek; İstanbul dışında ilgi çeken şehirlerde (Örneğin; Yalova, Trabzon, Antalya gibi) yerel müteahhitlerle ortak proje geliştirmek de yeni pazar yaratmak için faydalı olacaktır.
3. Aracıların yabancı müşterinin haklarını kollaması önemlidir.
4. Aracıların; olumsuz davranışlar neticesinde bu sistemin dışında kalacaklarını anlamaları ve kurumsal yapılanması gerekir.
5. Yüksek komisyona değil; müşteriyi uzun vadede memnun edecek yatırıma yönlendirmeleri gerekir.
6. Satış sonrası hizmete ağırlık vermeleri gerekir. Gerekirse müşterinin teslim, kiralama, mobilya, okul, taşınma vb. her türlü ihtiyacını desteklemeleri gerekir.

2.5.6. TANITIM FAALİYETLERİ

1. Türk Konut sektörünün yurt dışında tanıtımı merkezi olarak yürütülmelidir.
2. Bu merkez, tanıtım stratejisini oluşturmalı ve firma ve aracılar bu stratejiye sadık kalmalıdır.
3. 2.500 USD/m2 altındaki projelerde yatırımcılara toplu iletişim, lokal basın ve TV kullanımı uygundur.
4. 2.500 USD/m2'den pahalı projeler için birebir pazarlama yapmak gerekir.
5. Körfez Bölgesi kökenli bir satış elemanı ile Körfez Bölgesi'nden müşteri direkt iletişim içinde olmalı, gerekirse aylarca birebir takip sürmelidir.

Körfezli müşteri; önce tanımalı, güvenmelidir. Ardından 1 müşteri 10 müşteri daha getirebilir. Batılı müşteri daha bireysel hareket ederken, Körfez Bölgesi müşterisi gruplar halinde hareket etmektedir.

6. Türk dizileri önemli bir tanıtım aracı olabilir. O bölgede çok sevilen oyuncuların yeni çekilecek dizileriyle iş birliği yapılabilir. Bölgede yayın yapan bazı TV kanallarında dizi/magazin programlarında bu oyuncular kullanılarak reklam verilebilir. ‘Invest In Turkey’ ve ‘Buy Property IN Turkey’ başlığı altında GYODER, INDER ve KONUTDER çatısı altında tanıtım organize edilebilir.
7. Ev alan Körfezlilerin bir diğer problemi de kullanmadıkları zaman evin masrafıdır. Kullanmadıkları zaman yine kendi vatandaşlarına kiraya verecek Körfez şirketleriyle anlaşma yapılabilir.
8. Yatırımdan ziyade Türkiye'de yaşam iletişimle teşvik edilmelidir. Böylece Türkiye'de kalma süreleri ve kişi başı harcamalar da artacaktır.

3. KÖRFEZ ÜLKELERİNE KONUT SATIŞI - PROBLEMLER / ÇÖZÜM ÖNERİLERİ - ÖZET MATRİS

Strateji:	**Türkiye'den Körfez Ülkelerine yapılacak Konut Satışlarını artırmak için; Devlet, Denetim Mekanizması, Mortgage, Geliştirici Firmalar, Aracılar ve STK ların koordinasyon içinde mevcut problemlerin çözümüne odaklanması**

Problemler:	**Yabancılar için Yatırım Cazibesi Eksikliği**	**Denetimden Uzak Satış / Aracılık Faaliyetleri**	**Uzun ve Karmaşık Bürokratik Süreç**	**Finansal Enstrüman Eksikliği**
Çözümler:	Yabancıya Gayrimenkul Satışının Devlet Politikası olarak Belirlenmesi	Devlet eliyle Denetim Platformu kurulması	Adımların azaltılması	Mortgage imkanının sağlanması
	"Döviz Kazandırıcı Faaliyetler" altında görülmesi	Yabancılar için güven ortamı sağlayacak Devlet destekli WEB sitesi	Kısıtlamaların konsolide edilmesi ve her ülke için yeknesak olması	Yabancılar için TL dışındaki Para Birimleri ile de Mortgage imkanı
	Oturma İzni ve Vatandaşlık Şartlarının yeniden düzenlenmesi ve cazip hale getirilmesi	Geliştiricilerin kendi satış / pazarlama ekiplerini kurması	İşlem hızının artırılması	Mortgage yolunun açılması ile BSMV ve KKDF Muafiyeti
	KDV İstisnası	Satış Sonrası hizmetlerde iyileştirme		
	Eğitim, Tanıtım, İstihdam Faaliyetlerine Teşvik	Yerli / Yabancı müşteri için tek fiyat uygulaması		
	Suriye Vatandaşlarına (şartlı) konut sahibi olma imkanı	Yüksek komisyon oranlarının sınırlandırılması		
		Körfez kökenli yatırımcılarla iş birlikleri		
		STK'lar vasıtasıyla yabancı basında organize tanıtım yapılması		

4.KAYNAKLAR ve KATKIDA BULUNANLAR

Hazırlayan

Tarık ONGUN, Soyak Yapı A.Ş.

Katkıda Bulunanlar

Ersun BAYRAKTAROĞLU, PwC Turkey, Partner

Mahmut Sefa ÇELİK, SERVET GYO, Genel Müdür/SİNPAŞ GYO, YK Üyesi

Tevfik TÜREL, DKY İnşaat ve Gayrimenkul Yatırım A.Ş.,Genel Müdür

Musa YETİMOĞLU, Urbanist

Burak KUTLUĞ, AĞAOĞLU Şirketler Grubu, İcra Kurulu Üyesi

Murat AKSOY,EGE YAPI, Satış & Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı

Ahmet TEMELTAŞ, NOVA PROPERTY, Yönetim Kurulu Başkanı

Dr. M. Emre ÇAMLIBEL – Soyak Holding, CEO

Danışman

Onur YILMAZ, realestatenewsturkey.com

Kaynaklar

Tapu ve Kadastro Genel Müdürlüğü WEB Sitesi

TÜİK Verileri

Ekonomik Güven Endeksi İnşaat Sektörü Güven Endeksi

Basında Yer Alan Haberler