

İleri araç teknolojilerinde otonom ve elektrikli araçların yeri

İlkay Çakır

Analist

Pazarlama ve Araştırmalar

Deloitte Türkiye



Küresel alanda giderek yaygınlaşan otonom ve elektrikli araçlar fikri bizim ütopyik hayallerimizi gerçeğe dönüştürmek için yeterli mi?

Otomotiv sektörü ile ilgili yayınlarda karşımıza sıklıkla çıkan otonom ve elektrikli araç fikri üreticiler, tedarikçiler ve teknoloji şirketlerinin de odağında ve bu fikirleri gerçeğe dönüştürmek için yaptıkları yatırım da inanılmayacak miktarlarda büyük. Bu büyük yatırımların sebebi araştırma geliştirme politikasının arkasındaki sürücü hatalarını neredeyse sıfıra indirip sürüş güvenliğini zirveye çıkaran teknolojiler ve elektrikli araçların çevreye olumlu katkısı sayılabilir. Fakat her şeyi optimize etmesi beklenen ileri araç teknolojisine erişimimiz beklenenden daha zorlu olabilir.

Bu teknolojiler için sermaye arttırılıyor fakat...

Gelecekte bir yerde otonom ve elektrikli araçların hayatımızın bir parçası olacağı konusunda analistler hemfikir fakat bu geleceğin ne kadar yakın olduğu konusunda fikir ayrılıkları var. Bu doğrultuda çoğu üretici, tedarikçi ve teknoloji firması yıllara bağlı olarak yapılacak yatırım miktarı konusunda çekimser bir tutuma sahip olsa da örneğin Volkswagen 2022'ye kadar elektrikli araç yatırımlarının 86 milyar doları bulacağını net olarak açıklamıştır.



Deloitte Küresel Otomotiv Tüketici Araştırması'nda karşımıza çıkan sonuçlardan biri tüketicilerin otonom araç teknolojisi konusunda bir miktar güvensiz olduğu, fakat sonuçlar geçen yıl ile kıyaslandığında (2017), bu güvensizlik tablosunun iyi yönde değişim gösterdiği. Ayrıca Almanya (%50), ABD (%38), Japonya (%31) gibi ülkelerdeki tüketicilerin bu teknolojiler için fazla harcama yapmak istememesi de bir diğer sonuç. Tüketicilerin harcamayı göze aldığı miktar ile teknolojinin geliştirilmesi ve uygulanması için gerekli olan fiyat kıyaslandığında üreticiyi zorlayacak bir tablo ortaya çıkıyor. Elektrikli araçlar teknolojisi konusunda da tüketici eğilimi aynı yönde. Genel anlamda dünyada yaşanan ekonomik toparlanma otomotiv sektöründe de kıpırdanmalar yaratsa da, örneğin Avrupa'da Brexit talep beklentilerinin azalmasına neden olmuştur. Küresel piyasaların bu seyri üretici ve tedarikçileri daha temkinli olmaya itmekte, bu da ileri araç teknolojilerinin uygulamaya dönüşmesi aşamasında yapılacak stratejik ortaklıkları belirsizliğe götürmektedir.

Araştırmada ortaya konan bir diğer konu ise artan ortak araç (paylaşımlı araç/car sharing) kullanımı. Kişisel araç kullanımının yüksek olduğu ABD'de tüketicilerin %23'ü haftada en az bir kere ortak araçla seyahat ettiklerini ve %22'si de bu deneyimi daha önce yaşadıklarını belirtmiştir. Daha çarpıcı olan sonuç ise, katılımcıların %52'sinin kişisel araca sahip olmanın gerekli olup olmadığını sorguladığını belirtmesi. Bu rakamlar Hindistan'a bakıldığında daha yüksek olarak karşımıza çıkıyor; katılımcılar %85 oranında "ortak araç kullanıyorum" derken, %61 oranında "kişisel araca ihtiyacım var mı?" sorusunu soruyor. Klasik araç üreticileri ve ileri araç teknolojilerini destekleyenler ortak araç kullanımına otonom araçları dâhil etmek konusunda aynı tarafta olsalar da, düzenlemelerdeki belirsizlikler sermaye yatırımı konusunda üreticileri çekimser olmaya itmekte.

Günümüzde tüketicilerin araç sahibi olmak için kiralama ve uzun vadeli kredi yollarını çokça tercih ettiği görülmekte, bu da fiyatları yüksek olması beklenen otonom ve elektrikli

araçlara tüketicilerin temkinli yanaşacağına sinyali vermektedir. **Deloitte Küresel Otomotiv Tüketici Araştırması da göstermektedir ki tüketiciler bir sonraki araçları için büyük oranda yine tercihlerini benzinli ve dizel araçlardan yana kullanacaklar.**

Tüketicilerin yanı sıra devlet politikalarına bakacak olursak, ülkelerin bu konuda radikal kararlar almaya daha yakın olduğunu görüyoruz. Norveç, İngiltere, Fransa, Hollanda, Çin ve Hindistan benzinli ve dizel araç satışını yasaklamak üzere ilk harekete geçmiş bulunan ülkeler olarak karşımıza çıkmaktadır. Fakat devletlerin hedefleri doğrultusunda ilerleyebilmesinin en önemli unsurlarından biri de altyapı. Elektrik şarj istasyonlarının kurulması ve tüm araçlara yetebilecek şekilde dizaynı yatırım gerektirmekte ve bu noktada devlet ve özel sektör ortaklıkları gündeme gelmektedir.

Peki, ileri teknolojiyle üretilmiş bu otonom ve elektrikli araçları kullanacak olan tüketicilerin aklına gelen ilk konular neler? Güvenlik, marka güveni ve maliyet! Araştırmaya katılan Amerikalı tüketicilerin %63'ü bu araçları güvendikleri bir markadan olması halinde tercih edebileceklerini belirtmişler. Kuşaklar bazında ise rakamlar genç kuşakların otonom araçlara daha sıcak baktığını göstermekte; Y/Z kuşağında oran %70, X kuşağında %62 ve Boomer/Pre-Boomer ise %56.

Tüm bu beklentiler, yenilikler ve gelişmeler çerçevesinde otonom ve elektrikli araçlara tam anlamıyla bir geçiş için bir süre daha beklememiz gerekecek gibi görünüyor. Çünkü tüketiciler için önemli olan güvenlik, ulaşılabilirlik, maliyet gibi kriterler zamanla olgunlaşacak. Bunların olgunlaşması ise üreticilerin yeni iş modelleri geliştirmesine, yeni ortaklıklar kurmasına ve Ar-Ge'ye yaptığı yatırımlarla doğru orantılı olarak değişecek. Son olarak üreticilerin gelecekte bu teknolojilerle var olabilmesinin gerekliliklerinden biri de bugünün gelişmelerini ve geleceğin teknolojilerini yakın takipten geçmektedir. ●