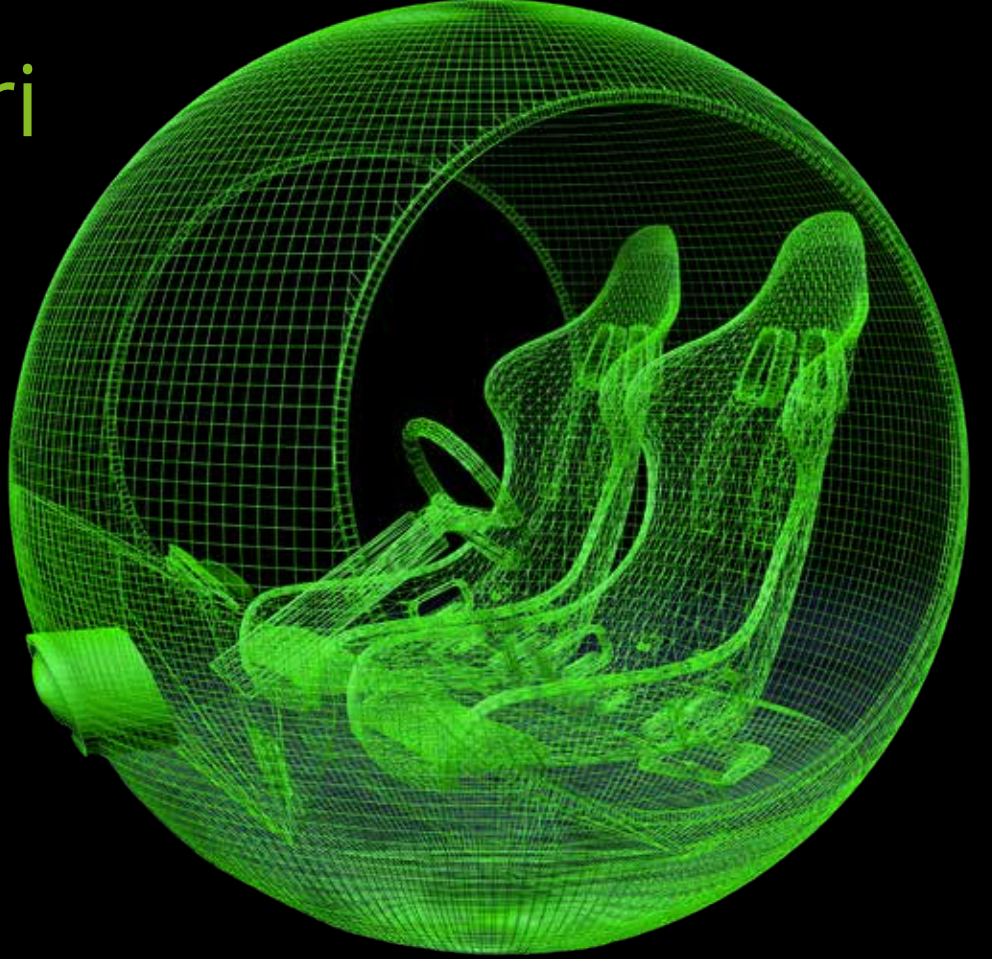


Türkiye Otomotiv Tüketicileri Araştırması: İleri araç teknolojileri

Deloitte Türkiye ve ODD işbirliği ile yapılan "Türkiye Otomotiv Tüketicileri Araştırması" yaklaşık 3000 gerçek araç tüketicisinin katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırma; mobilite ekosistemi, bağlantılı araçlar, otonom araçlar ve tüketicilerin bir sonraki araçları olmak üzere dört ana başlık altında tüketicilerin davranış ve beklentilerini ele almaktadır.



Özkan Yıldırım
Otomotiv Sektörü Lideri
Deloitte Türkiye

"2019 Otomotiv Tüketicileri Araştırması, tüketicilerin gelişmiş ve ileri araç teknolojilerine ilişkin kritik konulara bakış açılarını açığa çıkartarak, şirketlerin öncelik, strateji ve yatırım kararlarının alınmasına ışık tutacak önemli soruları cevaplandırmayı amaçlamaktadır. Araştırma dört kilit bulguyu ortaya koymaktadır. İlk olarak, mobilite devrimi pruvadan esen sert rüzgârlarla karşı karşıya. Tüketiciler hala ağırlıklı olarak ulaşım için kişisel araçlarına güvenmekte. İkinci olarak, tüketiciler bağlantılı araçlar tarafından üretilen verilerin yönetimi konusunda hala şüpheci. Tüketiciler bağlantılı araçlara yüksek ilgi gösterse de veri güvenliği konusunda kafaları karışık. Üçüncü olarak, Tüketicilerin otonom araçlara olan güveni iyileştirilmeli. Otonom araçlara karşı ciddi ölçüde ilgi duymakla birlikte bu araçların güvenli olup olmadığına dair çekinceleri var; özellikle otonom araçların trafiğe açık yollarda güvenli şekilde kullanıldığına dair kayıtları görmek istiyorlar. Son olarak Hibrit ve Elektrikli araçların ölçek yaratabileceklerine dair potansiyellerini açığa çıkardığını söylemek doğru olur."

Kişisel araç kullanımı şimdi de gelecekte de popüler

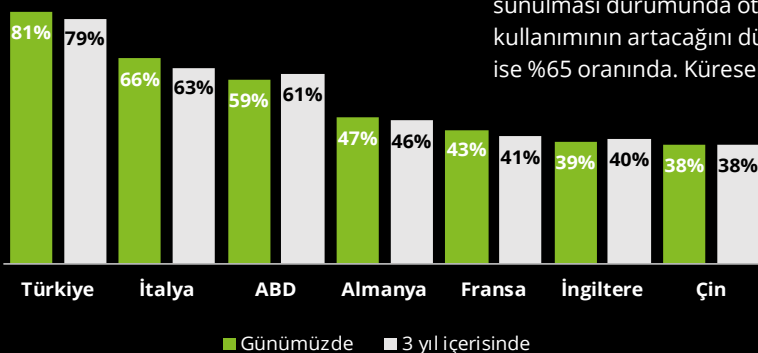
Rapora göre otomotiv kullanıcıları açısından minimum seyahat süresi mobilitenin en önemli amacıken (36%), güvenlik (%21), konfor (%15), maliyet (%14) ve diğer aktivitelere odaklanmak (%10) sırasıyla diğer önemli unsurlar olarak görülmektedir.

Mevcut mobilite opsiyonları maliyet, güvenlik, kullanılabilirlik, çevre duyarlılığı ve güvenilirlik açısından değerlendirildiğinde; kişisel araçlar maliyet ve çevreye duyarlılık dışında kalan alanlarda baskın şekilde öne çıkmaktadır ve genel tercih klasmanında en yüksek puanlara ulaşmaktadır. Sonuç olarak dünyanın her yerinde olduğu gibi Türkiye’de de kişisel araçlar en çok tercih edilen ulaşım metodu olarak yerini korumaya devam etmekte ve önümüzdeki yıllarda da bu popüleritelerinin süreceği ön görülmektedir. Diğer ülkelerle kıyaslandığında Türkiye kişisel araç kullanım konusunda en yüksek orana ulaşmış olup, Türkiye’yi İtalya, ABD, Almanya, Fransa izlemektedir. Çin ise hem günümüzde hem de 3 yıl içerisindeki tercihler ele alındığında incelenen ülkeler arasında son sırada yer almaktadır.

Bağlantılı araçlar

Gelişen mobil teknolojiler, özellikle 2020 yılı ve sonrasında hayatımıza girecek olan 5G teknolojisiyle birlikte araçlarımız daha fazla bağlantılı hale gelecek. Raporda tüketicilerin %75 gibi büyük bir çoğunluğu araçlarının daha fazla bağlantılı hale gelmesinin, kendilerine daha çok fayda sağlayacağını düşünüyor. Bağlantılı araçlarla tüketiciler kendilerine sağlanacak

Kişisel araç kullanım sıklığı



Hız
36%



Güvenlik
21%



Konfor
15%



Maliyet
14%



Diğer aktiviteler
10%

faydalarından en fazla (%91) en yakın park alanına giriş imkânları ve daha sonra (%86) trafik sıkışıklığı, alternatif güzergâh ve yol güvenliği önerileri hakkında bilgilendirme konularına ilgi gösteriyor. Tüketicilere sunulacak finansal ürünler/hizmetler ile otomotiv dışındaki konular hakkında sunulacak kampanya bilgilerine göstermiş olduğu ilgi ise yüzde yetmişler seviyesinde kalıyor.

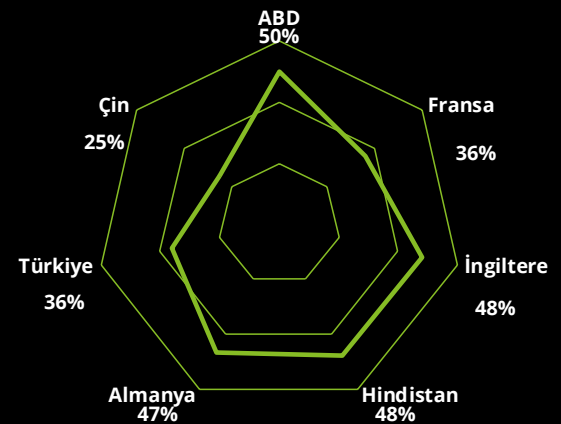
Bağlantı teknolojileri kullanıcılara ek faydalar sağlarken bunun yanında bir de bu teknolojinin getirmiş olduğu kişisel verilerin yönetilmesi/paylaşılması konusu ortaya çıkıyor. Raporda kullanıcıların bağlantılı araçların ürettiği verilerin gizliliği konusunda en fazla markalara (%52) güvendiği sonucuna ulaşıyor. Bunun yanında verilerin paylaşılması konusunda şüpheli olanların ve hiçbir tarafa güven duymayanların oranı da bir hayli yüksek (%32).

Otonom araçlar

Sürücüsüz otomobiller üzerinde yapılan çalışmalar devam etse de daha kat edilecek uzun mesafeler var fakat daha bugünden otonom araçlara tüketicilerin ilgisi bir hayli yoğun. Raporda ankete katılanların sadece %22’si otonom araçlara ilgi duymadığını belirtirken, %67’si otonom araçlarla ilgili olduğunu belirtiyor. Teknolojinin ucuzlaşması durumunda otonom araç kullanımının artacağını düşünenler ise %65 oranında. Küresel olarak

incelendiğinde otonom araçlara en yoğun ilginin %67 ile Türkiye’de olduğu görülüyor. Türkiye’yi ise sırasıyla Almanya (%54), İngiltere (%48) ve Amerika (%47) takip ediyor. Katılımcıların otonom araçlara ve faydalarına karşı tutumu da ilgileriyle tutarlılık gösteriyor. Kullanıcılar otonom araçların sağlayacağı faydaların başında zaman tasarrufu ve farklı işlere odaklanabileceklerini ayrıca seyahat anlamında da pozitif bir deneyim sunacağını düşünüyor.

Bunun yanında rapordan çıkan bir diğer sonuç ise kullanıcıların araç tipleri otonoma evrilmiş olsa dahi geleneksel otomobil markalarının bu işi sahiplenmesi gerektiğini bu şekilde otonom araçlara duyacakları güvenin daha çok olacağını gösteriyor. Güvenlik perspektifinden ülkeler karşılaştırıldığında ABD’deki katılımcıların yarısı otonom araçlara güven duymuyor. Türkiye ve Fransa’da ise her üç otomotiv tüketicisinden sadece birisi otonom araçların güvenli olmayacağını düşünüyor.



Sonuç olarak sürekli değişim içinde olan müşteri tercihleri, gelişen teknolojiler, farklılaşan mobilite ekosistemi önümüzdeki dönemde de üretilen araçların ve bu araçları kullananların da tercihlerine etki edeceği net olarak görülüyor.