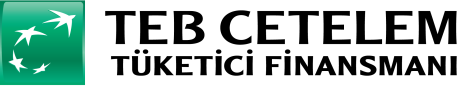
****

**Türkler, yüksek fiyata rağmen**

**az yakıt tüketen otomobilleri tercih ediyor**

**Cetelem Araştırma Merkezi tarafından hazırlanan ve aralarında Türkiye’nin de olduğu 14 ülkedeki otomotiv pazarının mercek altına alındığı raporun bir yenisi TEB Cetelem tarafından açıklandı. Yaklaşık 8000 kişinin katılımıyla hazırlanan “Otomobil Müşterilerinin Satın Alma Davranışları” konulu rapor, yüksek satış potansiyeliyle büyümeye ve yenilikçi ürünler sunmaya devam eden global otomobil pazarını detaylı bir şekilde ele alırken; değişen tüketici davranışlarını ve yeni eğilimleri de ortaya koyuyor. Araştırmaya göre, Türkiye’deki tüketicilerin otomobil satın alma sürecinde önem verdikleri kriterler arasında ‘yakıt tüketimi’ ilk sırada yer alırken, ‘fiyat’ ve ‘yakın çevrenin görüşleri’ de önemli ölçüde belirleyici oluyor.**

TEB Cetelem, Cetelem Araştırma Merkezi’nin desteğiyle hazırlanan *“Otomobil Müşterilerinin Satın Alma Davranışları”*konuluraporu açıkladı. 2012 yılından bu yana Türkiye’nin de içerisinde yer aldığı rapor, bu yıl 14 ülkeden yaklaşık 8000 kişinin görüşüne başvurularak TNS Sofres tarafından hazırlandı. Bu yılki araştırmaya Türkiye, Belçika, Almanya, İspanya, Fransa, İtalya, Polonya, Portekiz, Birleşik Krallık gibi Avrupa ülkelerinin yanı sıra, Çin, Brezilya, Güney Afrika, Japonya ve ABD de dahil edilerek araştırma sahası genişletildi.

*‘Dünya otomobil pazarları’* ve *‘Çeşitli ülkelerden sürücü portreleri’* başlıklarıyla iki ayrı bölümden oluşan raporda, yüksek satış potansiyeliyle birlikte otomobil pazarının büyümeye ve yenilikçi ürünler sunmaya devam ettiğine dikkat çekiliyor. Raporda, 80 milyonun üzerinde üretim ile otomobil satışında bu sene yeni bir dünya rekoru kırılmasının beklendiği ifade ediliyor. Yeni malzemeler ve tasarımların yanı sıra popüler bir pazarlama kanalı haline gelen e-ticaretin büyümesinin de yeni alanlar açtığının altı çizilirken, küresel otomobil pazarının 2020’de yıllık 100 milyonun üzerinde satış rakamına ulaşacağı öngörülüyor.

**Gelişmiş bölgeler doygunluk seviyesinde**

Araştırmada, gelişmiş ülkelerin pazarlarının giderek doyum noktasına ulaşırken, sekiz ülke arasında Avrupa’nın 1000 kişiye düşen 582 binek araç sahipliği oranıyla dünya sıralamasında Japonya ve ABD’nin ardında yer aldığına dikkat çekiliyor. 2020 yılına kadar 1000 kişiye düşen otomobil sayısındaki en büyük artıştan biri de Türkiye’de olacak. Ülkemizde bugün 171 olan 1000 kişiye düşen araç sayısının 2020’de 236’ya çıkması bekleniyor.

**İkinci el otomobiller popüler**

Araştırma sonuçlarına göre, pazarların çoğunda ikinci el binek otomobil piyasasının sıfır otomobil piyasasına göre daha hareketli olduğu dikkat çekiyor. Örneğin, 2013 yılında Fransa, İngiltere ve İtalya’da satılan her bir sıfır araca karşın, üç adet ikinci el araç satıldı. Öte yandan, Japonya ve Çin’de ise ikinci el araç piyasası neredeyse yok denecek kadar küçük. İkinci el araç piyasası 5,2 milyon seviyesinde olan Çin’de, satılan üç yeni binek otomobile karşın bir adet ikinci el otomobil satılıyor. Ülkenin ikinci el piyasasının bu denli küçük olması, ilk defa araç satın alan kişilerin çoğunlukta olmasından kaynaklanıyor.

**Türkiye’deki sürücülerin tercihi ‘sedan’**

Piyasa yapısı, motor ve araç tipi ülkeden ülkeye önemli farklılıklar gösteriyor. Avrupa, Japonya, Brezilya ve Güney Afrika motor ve yolcu bölümünden oluşan “iki bölmeli” yani Hatchback otomobilleri tercih ederken; ABD, Çin ve Türkiye motor ve yolcu bölümlerinin yanı sıra bagajın da olduğu “üç bölmeli” yani Sedan tasarımları tercih ediyor. SUV’lar (Spor Arazi Araçları) ABD, Çin ve Avrupa’da yaygınken; Güney Afrika, ABD ve Brezilya pazarları geniş açık alanlara uygun pick-upların sayısının çokluğu ile öne çıkıyor. Mini vanlar ise Fransa ve Belçika’da oldukça yaygın.

**Hafif ticari araçlar dünya’da en çok ABD’de, ikinci sırada ise Türkiye’de seviliyor**

İncelenen 14 ülkedeki otomobil satışları içinde sedan ve hatchback tipi araçların toplam satışların yüzde 80’ini oluşturduğu ve bu kasa tiplerinin araç pazarlarına egemen olduğu görülüyor. Avrupa’da hafif ticari araçlar çoğunlukla işletmeler tarafından tercih edilirken, ABD’de arazi aracı olarak sınıflanan pickuplar çoğunlukla ortalama sürücüler tarafından tercih ediliyor. ABD pazarının yüzde 49’unu, Türkiye pazarının ise yüzde 28’ini hafif ticari araçlar oluşturuyor.

**Elektrikli araçların yollara çıkma süreci yavaş ilerliyor**

Daha az ses ve karbon emisyonu üreterek çevreye duyarlı özellikleriyle öne çıkan elektrikli araçların kullanım oranındaki artış ise yavaş seyrediyor. Kirlilikle mücadelede bir çözüm olarak sunulan ve pazarda gelişmekte olan bir alan olduğu vurgulanan elektrikli araçların yola çıkışındaki gecikmenin nedenleri arasında; mevcut ürün gamının sınırlı olması, fiyatların eşdeğerdeki bir içten yanmalı motorlu araçtan çok daha yüksek olması, pil ömrünün yetersizliğine dair kaygılar ve şarj istasyonlarının olması durumunda bile şarj süresinin uzun olması yer alıyor.

**Yaşlı nüfus otomobil kullanmaya devam ederken, gençler başlamakta zorlanıyor**

Gelişmiş ülkelerde ehliyet sahibi olmak yaygınken (Almanya’da yüzde 84), gelişmekte olan ülkelerde bu oran hala düşük seviyelerde (Çin’de yüzde 18). Nesil etkisi, Avrupa’da yaşlı nüfusun önemli oranda ehliyet sahibi olduğunu gösteriyor. Diğer taraftan ehliyet sahibi olan gençlerin sayısı da azalıyor. ABD’de 20-24 yaş arasında ehliyet sahibi olanların payı 1983’te yüzde 92 iken, 2011’de yüzde 79’a geriledi. Öte yandan, ehliyet sahibi kadınların sayısı da artmaya devam ediyor. Örneğin, İngiltere’de ehliyet sahibi kadınların oranı 1975’te yüzde 29 iken, 2012’de yüzde 66’ya yükseldi.

**Türkiye’deki otomobil müşterisi profili genç**

Araştırma sonuçları, 8 Avrupa ülkesinde yeni otomobil satın alan müşterilerin yaş ortalamasının 2007’de 48 iken, 2012’de 52’ye yükseldiğini ortaya koyuyor. ABD’de yeni araç satın alanların yaş ortalaması 52 ve Avrupalılara göre daha yüksek. Yeni otomobil almaya en yatkın grup 55-64 yaş aralığındaki müşterilerken, gençlerin çok ilgi göstermediği görülüyor. Türkiye, Çin ve Güney Afrika gibi gelişmekte olan ülkelerdeki otomobil müşterileri ise daha genç. Bu ülkelerde otomobil müşterileri 45 yaşın altında. En genç müşteriler, 35 ile Çin, 40 ile Güney Afrika ve 41 yaş ile Türkiye’de.

**İngiltere ve Japonya pazarında otomobil satın alan kadın oranı daha yüksek**

İngiltere, yüzde 35 ile otomobil satın alan kadın sayısının en fazla olduğu ülke. ABD’de, yeni otomobil müşterileri içinde kadınların payının yüzde 50’nin üzerinde olduğu tahmin ediliyor. Japonya’da ise kadınların yaklaşık yüzde 40’ı otomobil müşterisi. Otomobil müşterileri içinde kadınlarının payının en düşük olduğu ülke Türkiye. Avrupa’daki araç sahiplerinin yüzde 31’ini kadınlar oluştururken, Türkiye’de bu oran yüzde 11’e düşüyor. Türkiye’ye en yakın oranı olan Polonya’da bile bu oran yüzde 22 seviyesinde.

**Türkiye’de ‘yakıt tüketimi’ otomobil satın alırken en önemli faktör**

Tüketicilerin otomobil satın alma sürecinde önem verdikleri kriterler değerlendirildiğinde ise çarpıcı sonuçlar ortaya çıkıyor. Araştırmaya katılan ülkelerde ‘fiyat’ otomobil seçiminde bir numaralı belirleyici unsur olma özeliğini muhafaza ederken, ikinci sırada ‘yakıt tüketimi’, üçüncü sırada ise ‘güvenlik ve yol tutuş’ gibi özellikler yer alıyor. Türkiye’de sürücüler de otomobil satın alırken bu üç kriteri göz önünde bulunduruyor. Fakat Türklerin tercihinde, yakıt tüketimi yüzde 58 ile otomobil tercihinde birinci kriter olarak öne çıkarken, fiyat ve güvenlik ise 2’ci ve 3’cü sırayı paylaşıyor.

**Satın alma kararında test sürüşü belirleyici, yakın çevrenin görüşleri önemli**

Otomobil satın almadan önce, farklı ve çok sayıda bilgi kaynağı kullanılıyor. İnternet önemli bir yere sahip olmakla beraber, karar vermedeki esas faktör test sürüşleri oluyor. Sürücülerin ortalama yüzde 41’i test sürüşü yaptıklarını ve bunun kendileri için en önemli unsur olduğunu belirtiyor. Otomobil konusunda uzmanlaşmış internet siteleri de bir diğer popüler bilgi kaynağını oluşturuyor. Tüketiciler, en çok danıştıkları kaynakları sıralarken uzmanlaşmış internet sitelerini, otomobil üreticisinin dahi önünde üçüncü sıraya konumlandırıyor. Yakın çevre ve profesyoneller karşılaştırmasında aile ve arkadaşlar kazanıyor. Yakın çevrenin önerileri, profesyonellerin önerilerinden daha önemli.

**Yeni otomobil finansmanı giderek önem kazanıyor**

Otomobil alımında nakit ödeme şekli yaygın olarak tercih edilirken, kredi ile satın alma da giderek önem kazanıyor. Kredili finansman ortalama olarak sürücülerin üçte birinden fazlasına cazip geliyor. Bu seçenek, Güney Afrika (yüzde 58), ABD (yüzde 52) ve Brezilya’da (yüzde 45) öne çıkıyor. Belçikalılar (yüzde 41), İspanyollar (yüzde 40) ve İtalyanlar (yüzde 37) da otomobil satın alımı için kredi kullanmayı tercih ediyor.

**Didier Engelhard: “Cetelem Gözlemevi, 1985’ten bu yana otomobil sektörü için düşük maliyetli araçların ön plana çıkmasında olduğu gibi yeni trendleri öngören paha biçilemez bir araç ve referans görevi görüyor”**

Raporun, otomotiv sektörünün mevcut durumunu analiz eden önemli veriler içerdiğine dikkat çeken TEB Cetelem Genel Müdürü Didier Engelhard şunlar söyledi: “Gözlemevi Sonuçları, Cetelem tarafından 1985 yılından beri yayınlanıyor. Rapor, Avrupa ülkeleriyle birlikte, Brezilya, Çin, Güney Afrika, Japonya ve ABD gibi sektöre yön veren ülkeleri kapsıyor. 2012 yılından beri Türkiye de Gözlemevi Çalışması’na dahil ediliyor. 2015 yılında, dünya genelinde 80 milyon adet otomobil satışı ile bir rekor kırılırken, Türkiye’de sektörün büyüme oranı da buna paralel olarak ilerledi. Türkiye’nin önümüzdeki yıllarda da sektöre önemli derecede katkıda bulunması bekleniyor. Şu anda Türkiye’de 1000 kişiye düşen araç sayısı 171 iken, Avrupa’da bu rakam 582. Bununla birlikte 2020 yılında Avrupa’da artışın neredeyse durması beklenirken, Türkiye’de 1000 kişiye düşen araç sayısının 236’ya çıkacağı öngörülüyor. İkinci el sektörünün de, fiyat avantajının yanı sıra, üreticilerin ve bayilerin marjlardan dolayı daha fazla bu alana önem vermesi ile daha da büyümesi bekleniyor. Cetelem Gözlemevi 2015 Sonuçları gösteriyor ki, Türk otomobil kullanıcıları için, otomobiller ve otomobil sahibi olmak fikri pozitif bir algı yaratmaya devam ediyor. Bu, otomobil sektörü için oldukça umut verici bir durum. Rapor aynı zamanda, Cetelem’in sadece bir tüketici finansman şirketi olmadığını, sektörün tüm oyuncuları için bir iş ortağı konumunda olduğunu kanıtlıyor”.