

Elektrikli araçlar yolda...  
Dönüşüme hazır mısınız?





# Önsöz

Elektrikli araçlarda yaygınlaşma nasıl sağlanacak ve elektrikli araçlar kimler tarafından tercih edilecek? Elektrikli araçların yaygınlaşmasının önündeki engeller ve yaygınlaşmayı destekleyecek faktörler nelerdir? Otomotiv sektöründeki paydaşlara yön göstermek ve tüketicilerin elektrikli araçlardan beklentilerini anlamak üzere Deloitte 7 Avrupa ülkesini (Belçika, Fransa, Almanya, İtalya, İspanya, Türkiye ve İngiltere) kapsayan bir tüketici anketi çalışması gerçekleştirmiştir. Bu çalışmanın sonucunda, Türk tüketicilerin elektrikli araçlardan beklentileri genel Avrupa ortalamaları ile karşılaştırmalı olarak sizlere sunulmaktadır.

Araştırma sonuçları; çevresel duyarlılık, firmaların elektrikli araç satınalma maliyetine yönelik çalışmaları ve benzin fiyatlarındaki yükseliş trendi sonucunda tüketicinin elektrikli araçlara ilgisinin arttığını ortaya koymaktadır. Deloitte'un yayınladığı "Otomotiv Sektöründe Dönüşüm – 2020'ye Doğru Yeni Bir Çağ" başlıklı raporunda belirtildiği üzere 2020 itibarı ile elektrikli araçların ve diğer çevre dostu otomobillerin gelişmiş ülkelerdeki otomobil satışlarının üçte birini, gelişmekte olan ülkelerin kentsel bölgelerdeki satışlarının da beşte birine yakınına oluşturacağı tahmin edilmektedir. Ancak bu pazarın büyümesinde her ülkede karbon salınımının azaltılması konusuna verilen önem, enerji politikaları, hükümetlerin uygulayacağı politikalar, mevzuatlar ve teşvikler gibi birçok etken belirleyici olacaktır.

Çevre dostu elektrikli araçların geleceği parlak olarak öngörülmesine rağmen yaygınlaşmanın önünde çeşitli engeller de bulunmaktadır. Tüketicilerin performans ve fiyat beklentileri, sürüş menzili, şarj altyapısı ve toplam maliyet konularındaki kaygıların giderilmesine yönelik ilgili kurumlar tarafından yapılacak çalışmalar yaygınlaşmanın sağlanabilmesi açısından büyük önem arz etmektedir. Bunun yanısıra eş zamanlı olarak tüketici bilgi seviyesi ve farkındalığının geliştirilmesi de yaygınlaşma açısından kritik olarak görülmektedir.

Bu rapor kapsamında, elektrikli araçların yaygınlaşmasına yönelik olarak Türkiye ve Avrupa'daki potansiyel tüketici profilleri, Türkiye'deki tüketiciler açısından yaygınlaşmanın önündeki engeller ve beklentiler, Avrupa'daki sonuçları ile karşılaştırmalı olarak incelenmektedir.

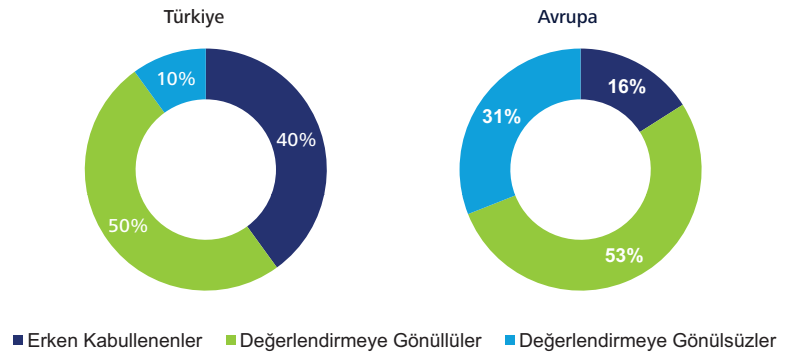


# Elektrikli araçlar kimleri hedeflemektedir?

Anket sonuçlarına göre katılımcılar elektrikli araç satınalma eğilimlerine göre "erken kabullenenler", "değerlendirmeye gönüllüler" ve "değerlendirmeye gönülsüzler" olmak üzere 3 grupta sınıflandırılmaktadır.

Elektrikli araç satınalmaya eğilimli gruplar olan "erken kabullenenler" ve bu aşamada elektrikli araç alımı düşünmeyen "değerlendirmeye gönülsüzler" gruplarının profilleri incelendiğinde gelir düzeylerinin benzer seviyede olduğu ve temel farkın tüketicilerin algısında olduğu görülmektedir. Her iki grup da kendisini "elektrikli araçlara olumlu olarak yaklaşmakta" diye nitelendirirken "değerlendirmeye gönülsüzler grubu" elektrikli araçları "fazla pahalı" olarak görmektedir.

## Satınalma eğilimlerine göre tüketici grupları



## Erken Kabullenenler Grup Profili

Elektrikli Araç Algısı	En Önemli Beklentisi	Eğitim Düzeyi	Elektrikli Araç Bilgi Seviyesi	Cinsiyet	Gelir Düzeyi	Yaş Dağılımı
Yeşil ve Temiz	Yakıt tüketimi / şarj maliyeti	%53 Üniversite ve üzeri	%10 Yüksek	%56 Erkek	%91 < 5200TL	%47 18-34 %44 35-54 %9 55+

- Kendilerini çevre konularında duyarlı, petrolde dışarıya bağımlılık konusunda endişeli, yeni teknolojileri takip eden ve düzenli olarak satın alan bireyler olarak tanımlanmaktadır.
- Elektrikli araçlara olumlu olarak yaklaşmakta ve çevre dostu, maliyetsiz ve güvenli olarak görmektedirler.

## Değerlendirmeye Gönülsüzler Grup Profili

Elektrikli Araç Algısı	En Önemli Beklentisi	Eğitim Düzeyi	Elektrikli Araç Bilgi Seviyesi	Cinsiyet	Gelir Düzeyi	Yaş Dağılımı
Yeşil ve Temiz	Güvenilirlik ve Emniyet	%68 Üniversite ve üzeri	%4 Yüksek	%53 Erkek	%90 < 5200 TL	%57 18-34 %36 35-54 %6 55+

- Kendilerini çevre konularında duyarlı, petrolde dışarıya bağımlılık konusunda endişeli bireyler olarak tanımlanmaktadır.
- Elektrikli araçlara olumlu olarak yaklaşmakta ve çevre dostu, kullanırken maliyetsiz ancak fazla pahalı olarak görmektedirler.

Ankete katılan tüketicilerin Avrupa genelinde elektrikli araçlara yönelik ilgisi yüksek olmasına rağmen, çalışma kapsamındaki ülkeler bazında kabullenme düzeyi katılımcı farkındalığı, bilgi seviyesi ve ülke dinamikleri doğrultusunda farklılık göstermektedir.

Türkiye'deki katılımcıların elektrikli araçlara gösterdiği ilginin genel Avrupa ortalamasının üzerinde olduğu gözlemlenmektedir. Özellikle Türkiye'deki "erken kabullenenler" grubundaki katılımcılar %40 oranı ile Avrupa ortalamasının yaklaşık 2,5 kat üzerindedir. Bu kategoride Türkiye'den sonra en yüksek "erken kabullenenler" oranına sahip ülke olarak ön plana çıkan İspanya'da bile bu oran sadece %20 seviyelerindedir.

Türk katılımcıların elektrikli araçlar alanında farkındalığının her geçen gün artmasına rağmen bilgi seviyesinin "erken kabullenenler" grubunda bile limitli olduğu gözlemlenmektedir. "Erken kabullenenler" grubunun sadece %10'luk kısmı kendilerini yeterli bilgi seviyesine sahip olarak değerlendirirken, %40'a yakın bir kısmının elektrikli araçlar alanında kendi bilgi seviyesini düşük olarak değerlendirmesi dikkat çekicidir. Dolayısıyla tüketicilerin bilgi seviyesi ve farkındalığını arttırmaya yönelik bir ihtiyaç göze çarpmaktadır.



# Tüketicilerin elektrikli araçlardan beklentileri

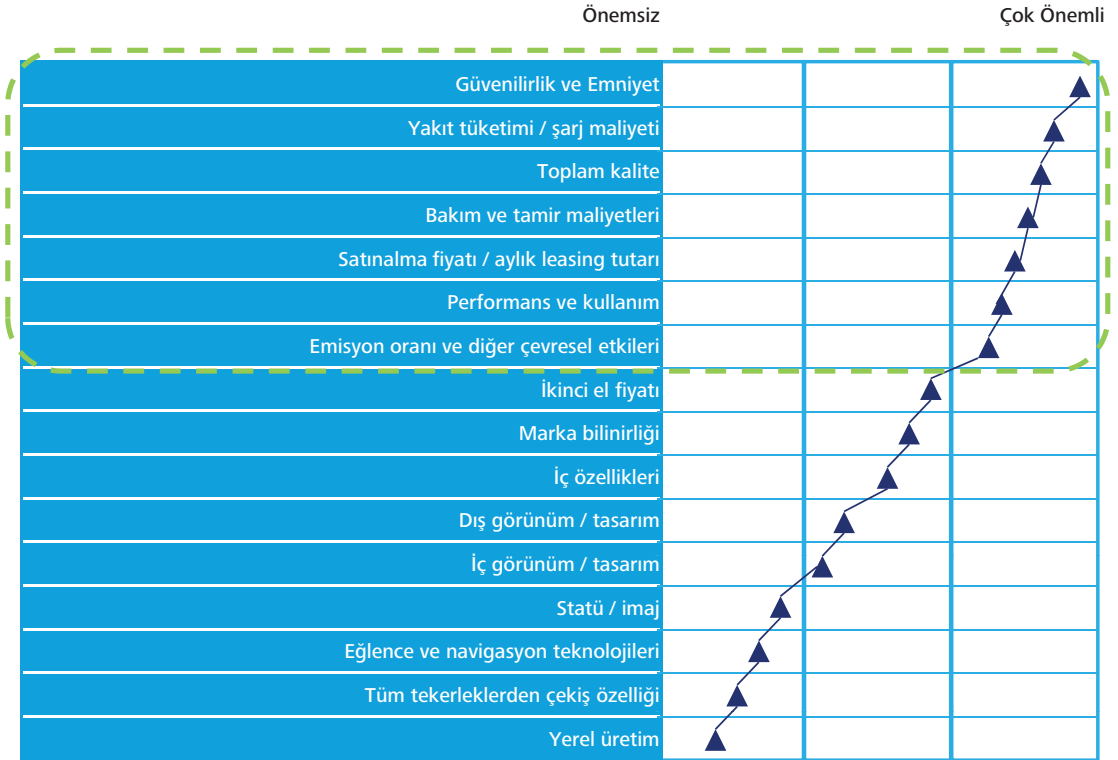
Deloitte'un gerçekleştirdiği elektrikli araçlar tüketici anketi sonuçlarına göre Türkiye'deki katılımcıların büyük bir kısmının elektrikli araçlara ilgisinin yüksek olması ile birlikte tüketicilerin elektrikli araçlardan beklentilerinin de üst seviyede olduğu gözlemlenmektedir.

Katılımcıların elektrikli araç satınalma kararı verirken "çok önemli" olarak nitelendirdiği birçok etken bulunmaktadır.

Elektrikli araçlar ve içten yanmalı motorlar karşılaştırmalı olarak bakıldığında güvenilirlik, emniyet ve toplam kalite her iki araç türü için de aynı önemde nitelendirildiğinden bu etkenler diğer bir deyişle tüketici tarafından hijyen faktörü olarak belirtilmiştir. Katılımcıların elektrikli araçlardan beklentilerinde içten yanmalı motorlar ile karşılaştırmalı olarak ön plana çıkan konulara baktığımızda enerji tüketimi ve maliyeti, bakım maliyetleri, fiyat, performans ve çevresel etkiler ön plana çıkmaktadır.

## Elektrikli araçlardan tüketici beklentilerinin önemi

**Soru:** Eğer bir elektrikli taşıt almayı düşünürseniz, aşağıdakilerden her biri kararınızda ne kadar önem teşkil eder?



Tüketicilerin elektrikli araçlardan spesifik beklentileri 3 temel başlık altında toplanarak anket sonucunda ulaşılan kantitatif ve kalitatif veriler ışığında incelenmiştir:

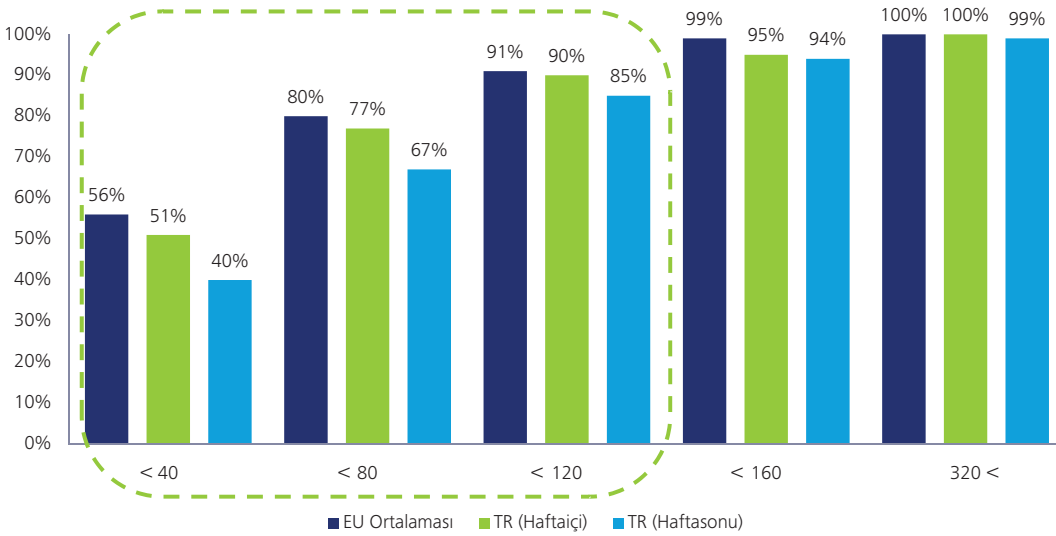
- Sürüş Menzili
- Şarj Süresi ve Altyapısı
- Fiyat ve Toplam Maliyet

### a. Sürüş Menzili

Elektrikli araçların 120 km civarındaki menzili, katılımcıların büyük çoğunluğunun günlük ulaşım ihtiyaçlarını karşılamasına rağmen, anket sonuçları katılımcıların sürüş menzili konusundaki çekincelerini ön plana çıkarmaktadır. Avrupa ortalamasına paralel olarak günlük 80 kilometre sürüş menziline, Türkiye’de de katılımcıların büyük bir kısmının günlük ulaşım ihtiyacını karşıladığı görülmektedir. Haftaiçi/haftasonu sürüş dinamikleri arasında büyük farklılık olmadığı dikkate alındığında, elektrikli araçların neredeyse tamamının yeterli olduğu 120 km’lik sürüş menziline, katılımcıların yaklaşık %90’ının günlük ulaşım ihtiyaçlarını karşılayacağı gözlemlenmektedir.

### Tüketicilerin Ulaşım İhtiyaçları

**Soru:** Ortalama olarak hafta içi (Pazartesi’den Cuma’ya) günde kaç kilometre, hafta sonu (Cumartesi ve Pazar) günde kaç kilometre taşıt kullanıyorsunuz?

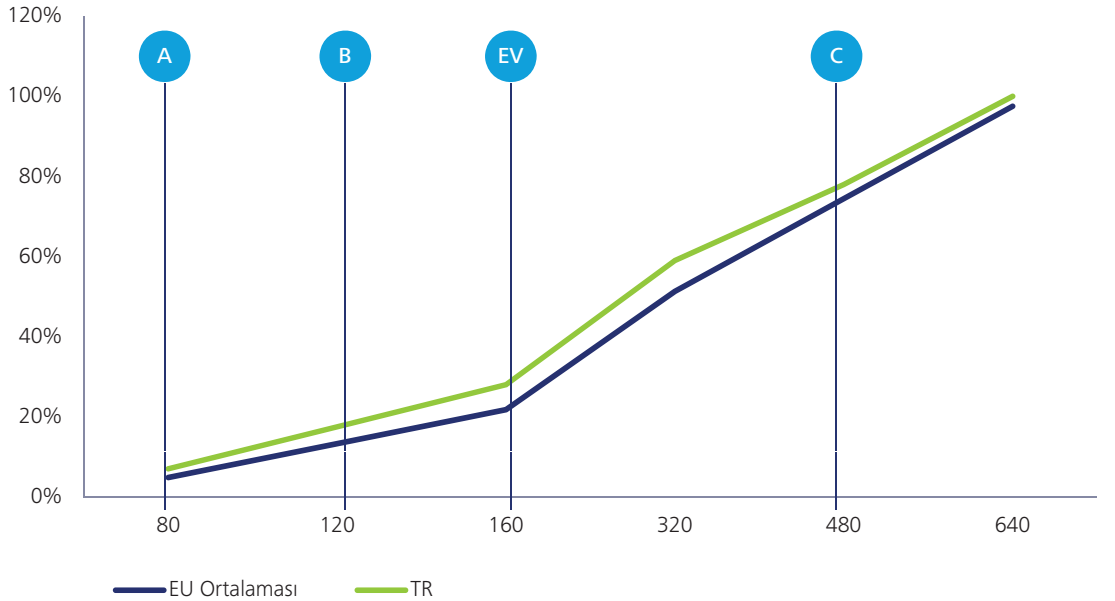


Ancak katılımcıların elektrikli araçlardan sürüş menzili beklentisi günlük ulaşım ihtiyaçlarının çok yukarisındadır. Ankete katılan ülkeler bazında sonuçlar değerlendirildiğinde, elektrikli araçlardan sürüş menzili beklentileri açısından belirgin bir farklılık bulunmadığı görülmektedir. Türkiye'deki katılımcıların büyük çoğunluğunun elektrikli araçlardan 480 km'lik sürüş menzili beklentisi bulunmaktadır. Türkiye'deki "erken kabullenenler" grubu, %57 oranında 320 km sürüş menzili sunulması durumunda elektrikli araçları tercih edeceklerini belirtirken, sürüş menzili 160 km'ye düşürüldüğünde kabullenenlerin oranı sadece %25'e düşmektedir.

Tüketicilerin sürüş menzili kaygılarının, araç menzilini uzatacak teknolojik gelişmelerin yanı sıra tüketici enerji tedarik alışkanlıklarının elektrikli araçlar doğrultusunda adaptasyonu ve şarj istasyonlarının yayılımının artırılması ile giderilebileceği öngörülmektedir. Elektrikli araçlar konusunda tüketici bilincinin artması ile tüketicilerin içten yanmalı motorlardaki ihtiyaç bazlı enerji tedarigi alışkanlıkları yerini yaşam döngüsünün bir parçası olan planlı enerji tedarigi alışkanlıklarına bırakacaktır. Tüketicilerin bu konuda bilinç seviyesinin artırılması ile menzil konusunda belirtilen kaygıların azalacağı öngörülmektedir. Mevcut bilgi seviyeleri ve araç kullanım alışkanlıkları menzil kaygısını belirginleştirmekte ve elektrikli araçların yaygınlaşmasının önünde bir engel olarak göze çarpmaktadır.

### Tüketicilerin Sürüş Menzil Beklentileri

**Soru:** Bir elektrikli taşıt satın almayı/kiralamayı düşünmeniz için minimum mesafenin ne kadar olması gerektiğini düşünüyorsunuz?



- A** Ortalama sürüş menzili (katılımcıların %80'i için)
- B** Ortalama sürüş menzili (katılımcıların %90'i için)
- EV** Elektrikli araçların ortalama menzili
- C** Sürüş menzili açısından tüketici beklentisi (katılımcıların %80'i için)



## b. Şarj Süresi ve Altyapısı

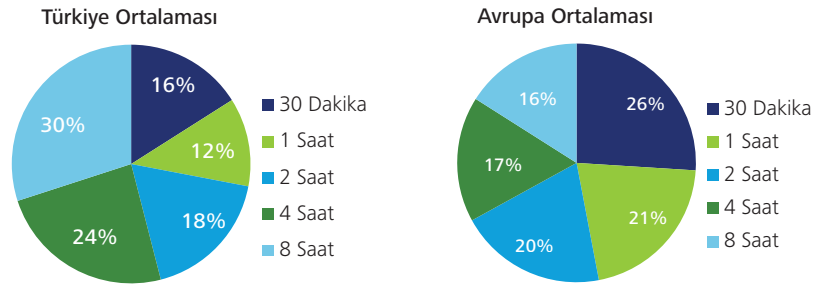
Şarj süresi ve altyapısı tüketici kaygılarının odaklandığı diğer önemli alandır. Anketin yapıldığı ülkeler bazında şarj süresi beklentileri farklılaşmasına rağmen Avrupa genelinde katılımcıların %53'ü 2 saat ve üzerinde şarj süresini kabul edilebilir olarak görürken Türkiye'de bu oran katılımcıların %72'sine karşılık gelmektedir. Bu durum Türkiye'de araç park süresinin uzun olduğu ev, işyeri ve çevre otoparklarda şarj edebilme imkanının önemini ön plana çıkarırken Avrupa'lı tüketicilerin bu imkanlar ile beraber hızlı şarj istasyonlarının bulunabilirliği konusunda daha hassas olduklarını ortaya koymaktadır.

Yukarıda belirtilen bulgulara paralel olarak Avrupa genelindeki anket sonuçlarına göre katılımcıların büyük çoğunluğu evde şarj imkanının önemine vurgu yapmaktadırlar. Ancak uzun süre şarj edebilme imkanı düşünüldüğünde önemli bir şarj noktası olarak değerlendirilen iş yerleri, en az ilgi gören opsiyon olarak gözlemlenmektedir. Bu durum planlı enerji tedarik alışkanlıkları konusunda tüketicilerin bilgi ve farkındalık seviyesinin artırılmasının önemini tekrar ortaya koymaktadır.

Dolayısıyla farkındalık seviyesinin artırılmasının yanı sıra tüketicilerin konvansiyonel enerji tedarik alışkanlıklarına uygun olarak enerjiye ulaşılabilirliği kolaylaştıracak ve öngörülmeyen durumlarda enerji ihtiyacını sağlayabilecek olan şarj istasyonlarının bulunabilirliğinin artırılması elektrikli araçların yaygınlaşmasını önemli ölçüde hızlandırabilecek etkenlerden biri olarak ortaya çıkmaktadır.

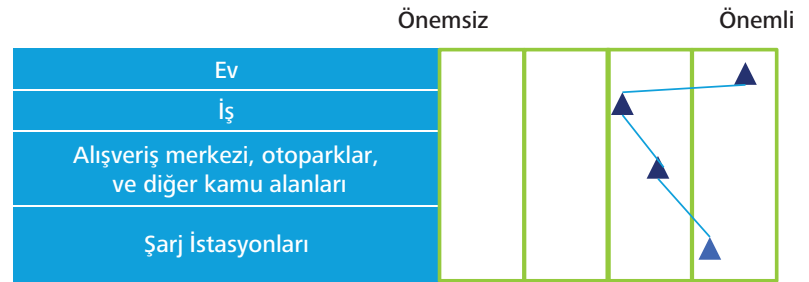
## Bataryanın Tam Şarj Edilebilmesi için Kabul Edilebilir En Uzun Süre

**Soru:** Araç kullanım sıklığınızı göz önüne aldığınızda, bir elektrikli taşıt almayı düşünürken sizin için kabul edilebilir en uzun şarj süresi ne kadardır?



## Tüketicilerin Şarj Noktası Tercihleri

**Soru:** Eğer elektrikli taşıt satın almayı düşünürseniz, aşağıdaki yerlerde taşıtınızı şarj edebilmek sizin için ne kadar önemlidir?

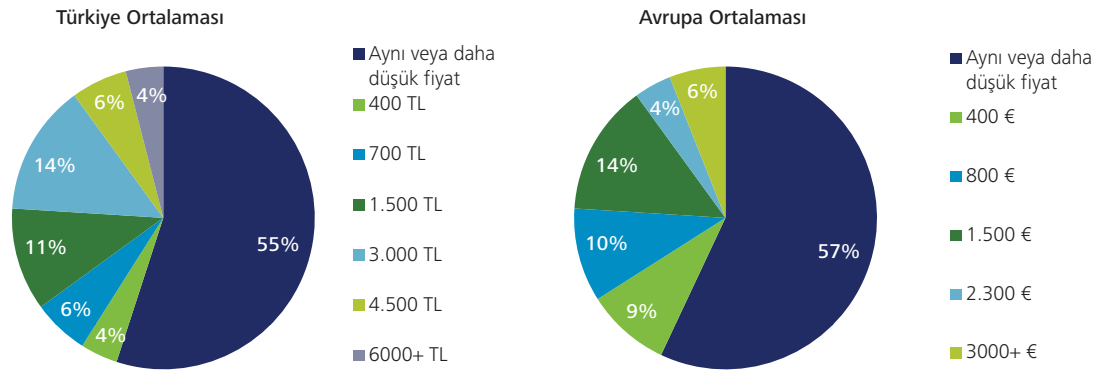


### c. Fiyat ve Sahip Olma Maliyeti

Avrupa geneline bakıldığında katılımcıların yaklaşık yarısı elektrikli araçlara, daha fazla ücret ödemek istemediklerini belirtmekte, katılımcıların büyük çoğunluğu (yaklaşık %80'i) da en fazla 800€ ek maliyete razı olmaktadır. Türkiye'de de Avrupa sonuçlarına paralel olarak katılımcıların yaklaşık yarısı daha fazla ücret ödemek istemediklerini belirtirken, büyük çoğunluğu (yaklaşık %80'i) da en fazla 1500TL ek maliyete razı olmaktadır. Bu durum genel olarak tüketicilerin elektrikli araçlar için sadece limitli ek maliyete razı olabileceklerini göstermektedir.

#### Tüketicilerin Elektrikli Araçlara Ödemeyi Kabul Edecekleri Ek Fiyat

**Soru:** Bir elektrikli taşıta, benzinle çalışan benzer bir taşıtla karşılaştırdığınızda, fazladan ne kadar ödemeyi düşünürsünüz?



Anket sonuçlarına göre benzin fiyatları elektrikli araçların yayılımını etkileyecek bir diğer önemli etken olarak ortaya çıkmaktadır. Avrupa genelinde anket katılımcılarının %63'ü benzin litre fiyatının 2,0 € bantının üstüne yükselmesinin elektrikli araç satın alma olasılığını güçlendireceğini belirtmektedir. Benzin litre fiyatlarındaki 3,0 € seviyesi ise hemen hemen tüm katılımcıların tercihlerinin elektrikli araçlara yöneleceği seviye olarak gözlemlenmiştir.

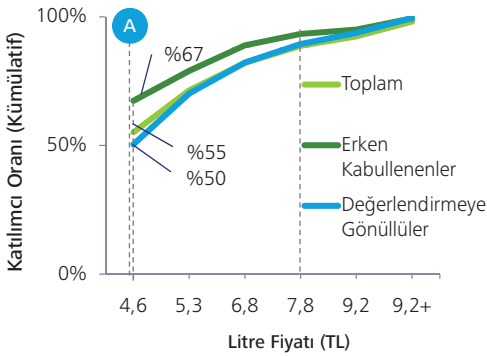


Türkiye'deki katılımcılar genel Avrupa sonuçlarına paralel olarak %55 oranında benzin litre fiyatının 4,6 TL bantının üzerine çıkmasının elektrikli araçlara yönelimi hızlandıracağını belirtmektedirler. Benzin litre fiyatlarındaki 7,8 TL seviyesi ise hemen hemen tüm katılımcıların tercihlerinin elektrikli araçlara yöneleceği seviye olarak gözlemlenmiştir.

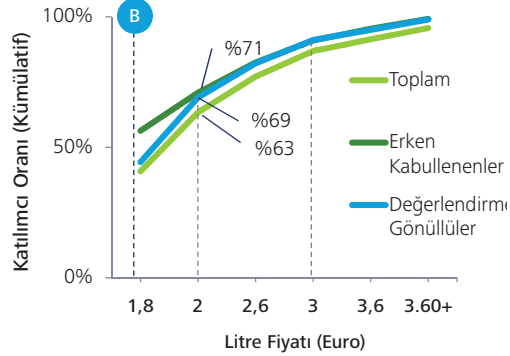
### Benzin Fiyatlarının Tüketici Üzerindeki Etkisi

**Soru:** Benzin fiyatları ne kadar olduğunda elektrikli taşıt alma olasılığını daha fazla olarak değerlendirirsiniz?

#### Türkiye



#### Avrupa Ortalaması



**A** Nisan 2011 Türkiye Ortalama Benzin Litre Fiyatı ~4,2 TL/Lt. <sup>(1)</sup>

**B** Nisan 2011 Avrupa Ortalama Benzin Litre Fiyatı ~1,5 €/Lt. <sup>(2)</sup>

#### Kaynaklar:

1. Petrol Ofisi A.Ş. Tavsiye edilen akaryakıt satış fiyatları - İstanbul, Nisan 2011

2. IEA, Son kullanım petrol ürün fiyatları ve ortalama ham petrol ithalat maliyeti, Nisan 2011 (Nisan 2011 vergiler dahil ortalama tüketici satınalma fiyatları Fransa 1,539 €/lt; Almanya 1,658 €/lt; İtalya 1,546 €/lt; İspanya 1,357 €/lt; İngiltere 1,344 €/lt alınmıştır.)

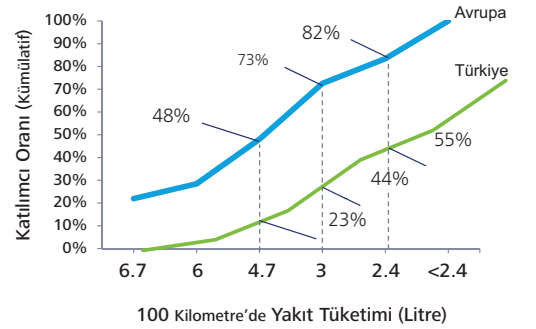
Bu sonuçlar doğrultusunda, yakıt maliyetleri dikkate alındığında, benzin fiyatlarındaki olası artışın elektrikli araçlara yönelimi hızlandıracığı görülmektedir.

Yakıt maliyetlerini etkileyen bir diğer unsur olan yakıt tüketimi verimliliğine yönelik içten yanmalı motor teknolojisindeki gelişmeler de elektrikli araçların yayılımını etkileyecek kritik faktörlerdendir. Petrol fiyatlarının yukarı yönlü trendi ve çevresel sürdürülebilirlik konusundaki devlet politikaları sonucunda üreticiler mevcut içten yanmalı motorlarda yakıt verimliliğini arttırmaya ve dolayısıyla yakıt maliyetlerini düşürmeye yönelik teknolojilere odaklanmaktadır. Avrupa genelindeki anket sonuçları incelendiğinde içten yanmalı motorlarda 100 kilometrede ortalama 2,4 litre yakıt tüketimi seviyesinin yakalanması katılımcıların %82'sinin tercihlerini içten yanmalı motorlu araçlardan kullanma olasılıklarını arttırmaktadır. Türkiye'de ise bu oran sadece %55 oranında kalmaktadır. Türkiye'deki tüketicilerin içten yanmalı motorlarda yüksek enerji verimliliğinin sağlandığı durumda bile Avrupalı tüketicilere göre daha yüksek oranda elektrikli araçları tercih ettikleri gözlemlenmektedir.

Tüketicilerde elektrikli araçlara toplam sahip olma maliyetinin etkenleri üzerindeki farkındalığın artması ve benzin fiyatlarındaki potansiyel artış trendinin devam etmesinin elektrikli araçlara geçişi hızlandıracaktır.

## Yakıt Verimliliğinin Tüketici Üzerindeki Etkisi

**Soru:** Eğer sizin isteklerinize uygun boyuta, performansa ve diğer özelliklere sahip benzinle çalışan taşıtlar aşağıdaki yakıt verimliliğine ulaşırsa, hangi noktada elektrikli taşıt alma olasılığınızı daha az olarak değerlendirirsiniz?



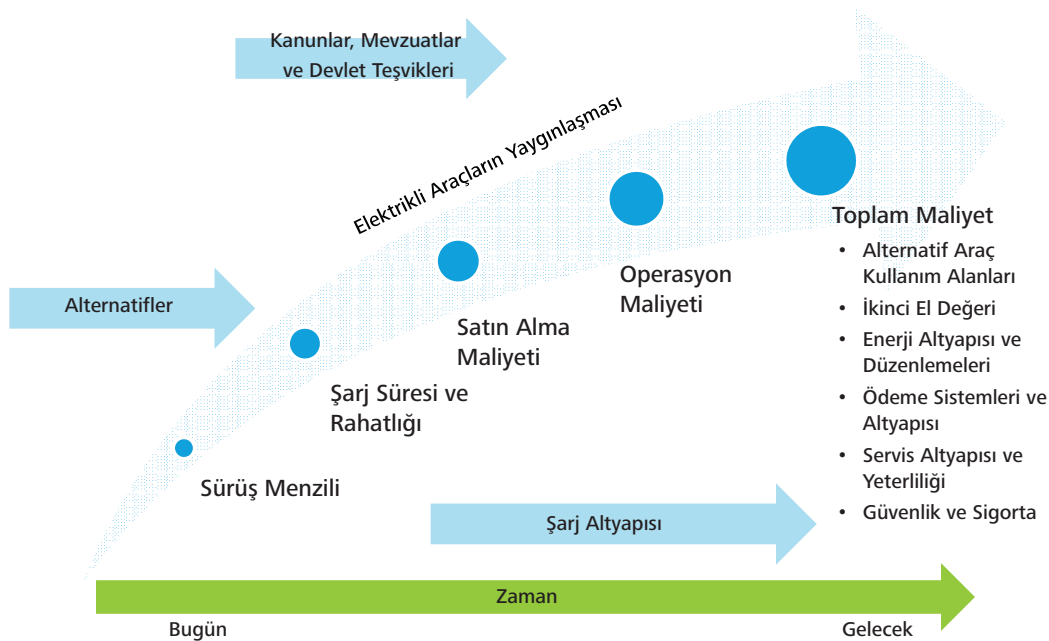
# Sonuç

Türkiye'deki tüketiciler elektrikli araçlara yüksek oranda ilgi göstermelerine rağmen elektrikli araçların yaygınlaşması tüketicilerin bilgi ve farkındalık seviyelerinin artırılmasının yanısıra tüketici kaygılarını giderecek aksiyonların hayata geçirilebilmesi ile mümkün olacaktır. Gerekli şarj altyapısı çalışmalarında, vergi, mevzuat ve düzenlemelerin tamamlanmasında, tüketicinin menzili, araç güvenilirliği ve emniyet, performans, satınalma maliyeti gibi kaygılarının aşılanmasında ve tüketicilerin elektrikli araçlar konusundaki bilgi seviyesi ve farkındalığının artırılmasında ilgili tüm kamu kurumları, otomotiv sanayi kuruluşları, otomotiv dernekleri ve özel sektörde elektrikli araçların yaygınlaşmasını sağlayacak diğer kurumlara (şarj aleti sağlayıcılar, enerji sağlayıcılar vb.) görevler düşmektedir.

Bu belirtilen aksiyonlarla birlikte belediye ve kamu araçlarında (çöp kamyonları, belediye otobüsleri, polis araçları vb.) taksilerde, özel şirket filolarında elektrikli araçların kullanımı, "Araç Paylaşımı – Car Sharing" gibi uygulamaların alternatif elektrikli araçlar ile hayata geçirilmesi yaygınlaşmayı hızlandıracak diğer önemli etkenlerdir.

Bu gelişmelere paralel olarak, elektrikli araçların kullanıma alınabilmesi için enerji altyapısı ve düzenlemeleri, tüm şarj istasyonlarındaki enerji tüketiminin izlenebilmesi ve tüketicinin enerji tedarik edeceği değişik noktalarda ödeme yapabilmesini sağlayacak altyapı, elektrikli araç servis yeterliliği, araçlardaki güvenlik ve sigorta mevzuatlarının uygulamaya alınması gibi konuların da tatminkar bir seviyede tamamlanmış olması gerekmektedir.

## Elektrikli Araçların Yaygınlaşmasını Etkileyecek Faktörler



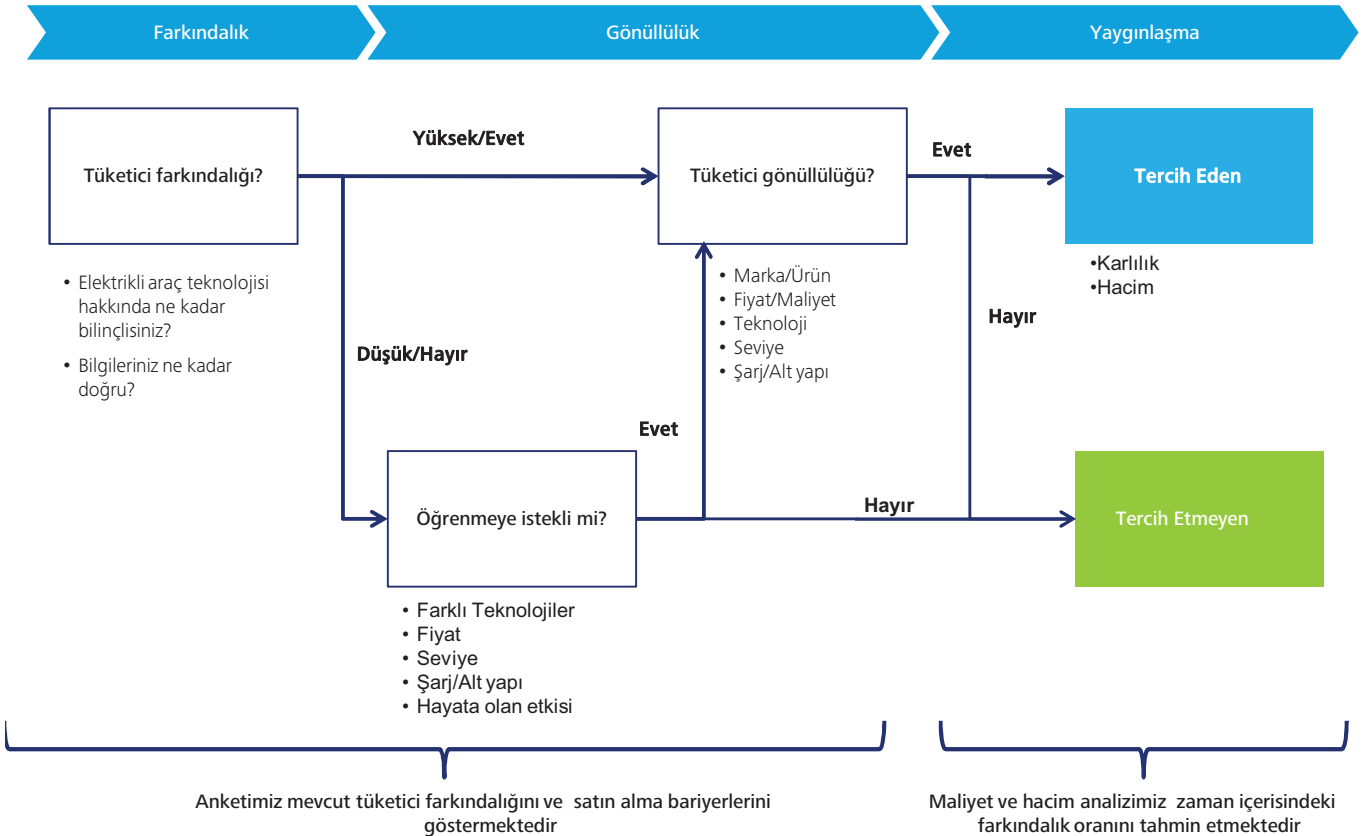
# Çalışma yaklaşımı

Deloitte Global Üretim Sektör Grubu tarafından, tüketicilerin elektrikli araçlara yaklaşımını ortaya koymak için küresel bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Online olarak düzenlenen küresel araştırma, Amerika, Asya ve Avrupa'da 10.000'den fazla tüketicinin görüşlerini kapsamaktadır.

Bu raporda ise Deloitte'un 7 Avrupa ülkesinde (Belçika, Fransa, Almanya, İtalya, İspanya, Türkiye ve İngiltere) 4760 tüketicinin katılımı ile gerçekleştirdiği online anket çalışmasının sonuçları sunulmaktadır. Anket sonucunda toplanan veriler Deloitte'un Talep Odaklı Analitik Yaklaşımı ile incelenerek Avrupa ve Türkiye'deki tüketicilerin elektrikli araçlar ile ilgili farkındalıkları ve tercihleri ortaya konmuştur.

Araştırmaya 18 yaşını geçmiş ve sürücü belgesine sahip tüketiciler katılmıştır. Ülke bazında toplanan veriler ülkelerin toplam yetişkin nüfusuna göre normalize edilmiş ve ülke bazında örneklem büyüklüğündeki farklılıklar ve olası sapmalar temizlenerek Avrupa genelini temsil eden demografik örneklem oluşturulmuştur. Bu nedenle yetişkin nüfusu yüksek olan ülkelerin genel Avrupa istatistiklerinin üzerindeki etkisi daha yüksektir. Genel Avrupa sonuçları için ortalama hata marjı +% 1.4 olarak belirlenmiştir.

## Deloitte'un talep odaklı analitik yaklaşımı





Daha fazla bilgi için

### **Deloitte Türkiye**

Sun Plaza  
Maslak Mah. Bilim Sok. No:5  
34398 Şişli, İstanbul  
Tel: 90 (212) 366 60 00  
Fax: 90 (212) 366 60 30

Armada İş Merkezi  
A Blok Kat:7 No:8  
06510, Söğütözü, Ankara  
Tel: 90 (312) 295 47 00  
Fax: 90 (312) 295 47 47

Punta Plaza  
1456 Sok. No:10/1  
Kat:12 Daire: 14 – 15  
Alsancak, İzmir  
Tel: 90 (232) 464 70 64  
Fax: 90 (232) 464 71 94

**[www.deloitte.com.tr](http://www.deloitte.com.tr)**  
**[www.verginet.net](http://www.verginet.net)**  
**[www.denetimnet.net](http://www.denetimnet.net)**

Deloitte, faaliyet alanı bir çok endüstriyi kapsayan özel ve kamu sektörü müşterilerine denetim, vergi, danışmanlık ve kurumsal finansman hizmetleri sunmaktadır. Küresel bağlantılı 140'tan fazla ülkedeki üye firması ile Deloitte, nerede faaliyet gösterirse gösterebilir, başarılarına katkıda bulunmak için müşterilerine birinci sınıf kapasitesini ve derin yerel deneyimini sunar. Deloitte'un yaklaşık 170.000 uzmanı, mükemmeliğin standardı olmayı kendilerini adanmıştır.

Deloitte uzmanları; ortak kültürün sağladığı birlik, pazar ve müşterilere sağlanan katma değer, birbirlerine olan bağlılık ve kültürel çeşitliliğin gücü ile tek bir bütündür. Uzmanlar, sürekli öğrenim, mücadele isteyen deneyimler ve zengin kariyer olanakları sunan bu çevrede çalışır. Deloitte uzmanları kurumsal sorumluluğu güçlendirmeye, kamu güvenini oluşturmaya ve toplumlarında pozitif bir etki yaratmaya kendilerini adanmışlardır.

Deloitte; bir veya birden fazla, ayrı ve bağımsız birer yasal varlık olan, İngiltere mevzuatına göre kurulmuş olan Deloitte Touche Tohmatsu Limited ve üye firma ağına atfedilmektedir. Deloitte Touche Tohmatsu Limited ve üye firmalarının yasal yapısının detaylı açıklaması için lütfen [www.deloitte.com/about](http://www.deloitte.com/about) adresine bakınız.