



VIII. Ulaştırma ve Lojistik Ulusal Kongresi

13-14 Aralık 2024 | Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi

<https://www.ulk.ist/>



İkinci El E-Scooter Fiyatlarını Etkileyen Faktörlerin İncelenmesi

Burak Can Altay

Dr. Öğr. Üyesi,

İstanbul Üniversitesi

canaltay@istanbul.edu.tr

Özet

Mikro-mobilite son dönemde birçok ülkede teşvik edilen ve desteklenen bir fenomen olmuştur. Mikro-mobilite alanında yapılan yatırımlar ve bu yatırımların beraberinde getirdiği imkanlar ulaşımdaki aksama ve gecikmelerin azalmasına önemli katkılar sağlamıştır. Mikro-mobilite alanında yapılan yatırımların önemli bir kısmı teknoloji alanında faaliyet gösteren özel firmalar marifetiyle gerçekleştirilmektedir. Bu alanda yaygın kabul gören iş modellerinden birisi ortak paylaşımlı e-skuter iş modelidir. E-skuterler bu iş modellerinde merkezi öneme sahip bir vasıta olarak yaygınlık kazanarak tüketiciler tarafından benimsenmiştir. Bununla birlikte herhangi bir firmadan hizmet almak istemeyen ve bu ulaşım aracına sahip olarak istedikleri zaman istedikleri yere ücretsiz olarak seyahat etmek isteyen tüketicilerin bir kısmı ise şahsi kullanım amacıyla e-skuter satın almayı tercih etmektedir. Bu çalışmada fiyatları etkileyen faktörleri belirlemek ve etki güçlerini saptamak amacıyla regresyon analizi yapılmıştır. Çalışmanın modeli kilometre (km), model, e-scooter'ların ekstra özellikleri ve satış aciliyeti olmak üzere dört değişkenden oluşmaktadır. Analizde kullanılan veriler ikinci el pazarında bulunan 145 adet e-scooter verisini içermektedir. Regresyon analizi sonuçları önerilen modelin fiyattaki varyansın 'ünü açıkladığını ortaya koymuştur. Ayrıca model ve ekstra özelliklerin fiyatları önemli ölçüde etkilediği, km'nin ise fiyatları az da olsa etkilediği bulunmuştur. Ancak satış aciliyetinin fiyatlar üzerinde bir etkisi yoktur. Gelecekteki çalışmalarda daha geniş bir veri seti ile çok sayıda markanın karşılaştırmalı olarak incelenebileceği değerlendirilmektedir.

Anahtar Kelimeler:

İkinci El, E-skuter, Fiyat, Mikro Hareketlilik



Exploring Factors Influencing the Pricing of Second-Hand E-Scooters

Abstract

Micro-mobility has recently become a phenomenon that has been encouraged and supported in many countries. Investments in this field and the opportunities that come with these investments have made significant contributions to the reduction of disruptions and delays in transportation. A significant portion of the investments in micro-mobility are carried out by private technology companies. One of the widely accepted business models in micro-mobility is the shared e-scooter business model. E-scooters have become widespread as a vehicle of sharing systems and have been adopted by consumers. However, some consumers who do not want to receive service from any company and want to travel freely to any destination at their convenience prefer to buy e-scooters for personal use. This study aims to explore the factors that are effective in determining the prices of second-hand e-scooters and the influence of these factors. The literature review conducted for the study showed that the main factors affecting the price of second-hand e-scooters are the scooter's year of manufacture, condition, and level of damage and maintenance. Additionally, technical and performance features such as battery capacity, motor power, and speed, as well as the brand of the vehicle, economic conditions like inflation and exchange rates, pricing strategies, and legal regulations have also been found to affect prices. This study conducted a regression analysis to identify the factors affecting the prices and determine the strength of their influence. The model of the study includes four variables: kilometer (km), model, extra feature of the e-scooters, and sales urgency. The data used for the analysis includes 145 e-scooter data available in the second-hand market. The regression analysis results revealed that the proposed model explains 84% of the variance in the price. Additionally, it was found that the model and extra features significantly affect the prices, while km slightly influences the prices. However, sales urgency does not have any effect on the prices. It is considered that in future studies, a larger data set and a larger number of brands can be examined comparatively.

Keywords:

Second Hand, E-scooter, Price, Micro Mobility

