

18 sierpnia 2009

Światowy kryzys dla trzech ale jeden wybiera kupno auta...

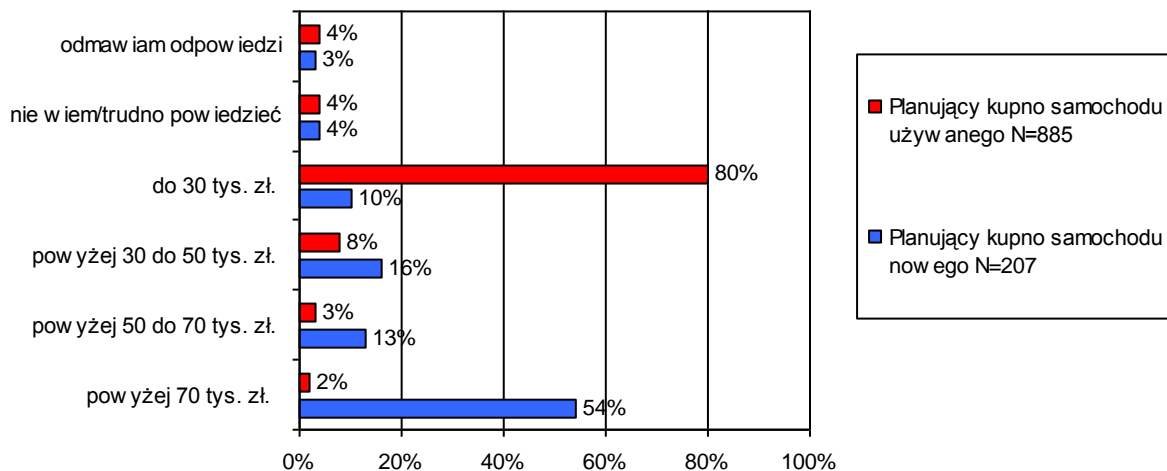
Co czwarty badany planuje kupić samochód osobowy w ciągu najbliższego roku, wynika z cyklicznego raportu sporządzonego przez firmę badawczą Gemius „Internauci a rynek samochodów nowych i używanych”. Coraz rzadziej sprowadzamy samochody używane z rynków zachodnich (spadek o 17 proc.), ale już sam zakup samochodów z rynku wtórnego pozostaje prawie na niezmiennym poziomie. Także kryzys na świecie może mieć wpływ na decyzję przy wyborze, coraz częściej rozglądamy się za autem używanym, tańszym i bardziej ekonomicznym.

Co czwarty (24 proc.) internauta zadeklarował chęć zakupu samochodu osobowego w ciągu najbliższych dwunastu miesięcy. Większość z badanych zainteresowanych kupnem samochodu decyduje się na auto używane (68 proc.). Badani, którzy chcą kupić auto nowe są w zdecydowanej mniejszości, jest ich 23 proc.

Jaka marka, ile wydać, jak zapłacić?

Badani planujący zakupić nowy samochód częściej wybierają marki z segmentu premium (Mercedes, BMW), oraz marki z segmentu średniego, takie jak Opel i Toyota. Więcej niż połowa ankietowanych zadeklarowała, że są w stanie wydać na zakup auta więcej niż 70 tys. zł, a co trzeci badany jest w stanie wyłożyć od 30 do 70 tys. zł. Prawie 2/3 respondentów chce kupić nowe auto za gotówkę.

Wykres 1. Przewidywana cena samochodu.



Źródło: „Internauci a rynek samochodów nowych i używanych”, gemiusReport, czerwiec 2009 r.

Preferencje dotyczące zakupu samochodu z rynku wtórnego pokrywają się z preferencjami badanych, chcących kupić samochód nowy. Oprócz wymienionych marek jak Opel i Mercedes, w ich odpowiedziach występują także takie marki jak Audi i Fiat. Jednak ankietowani są w stanie zapłacić za takie auta zdecydowanie mniej. Więcej niż połowa z nich (54 proc.) chce na ten wydatek przeznaczyć do 15 tys. zł. Również kupujący samochód używany w większości chcą zapłacić za niego gotówką. Warto odnotować jest to, że większość osób, która chce kupić samochód używany nosi się z zamiarem sprowadzenia go z zagranicy (53 proc.) i jest to znaczący spadek do roku ubiegłego, gdy w ten sposób auto decydowało się kupić 70 proc. badanych. Rynek skąd sprowadzane są auta się nie zmienił, nadal jest to Europa Zachodnia.

Kontakt prasowy

Zofia Bugajna
zofia.bugajna@gemius.pl
Tel. (22) 874 41 00, 728 480 882

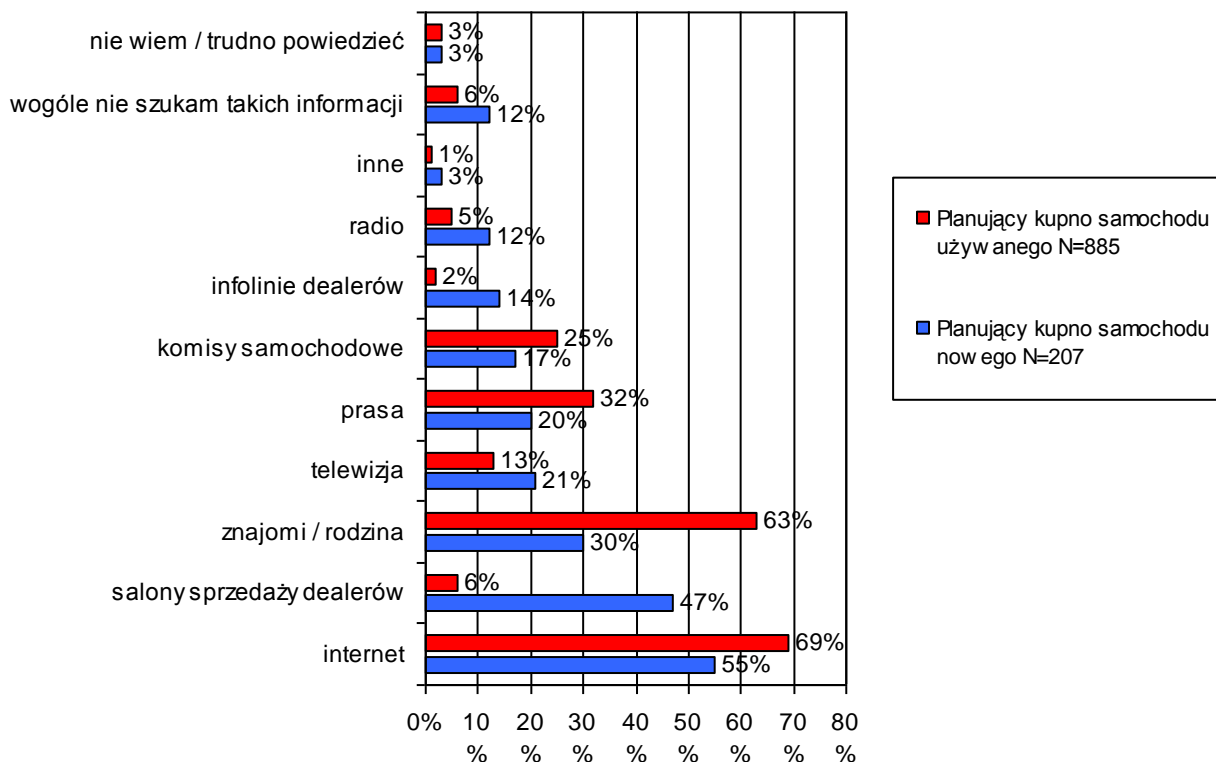
Dział Sprzedaży

Krzysztof Łopuszański
krzysztof.lopuszanski@gemius.pl
Tel. (22) 874 41 00, 669 807 007

Internet – główny pomocnik przy wyborze auta

Niezależnie od tego, czy kupowany samochód ma być nowy czy używany, najpopularniejszą formą poszukiwania informacji dotyczących kupna samochodu jest internet (55 proc. przy kupnie auta nowego i 69 proc. przy kupnie auta z drugiej ręki). Co ciekawe, oprócz informacji z internetu osoby kupujące auta używane liczą także na opinie rodziny i znajomych, a osoby kupujące samochody nowe liczą się bardziej z opiniami ekspertów w salonach sprzedaży.

Wykres 2. Poszukiwanie informacji przydatnych przy wyborze auta.



Odsetki nie sumują się do 100%, ponieważ można było zaznaczyć więcej niż jedną odpowiedź.
Źródło: „Internauci a rynek samochodów nowych i używanych”, gemiusReport, czerwiec 2009 r.

Przyszli nabywcy aut szukający opinii i informacji w internecie odwiedzają przede wszystkim popularne serwisy motoryzacyjne oraz przeglądają fora internetowe.

„Potencjalni właściciele samochodów nowych odwiedzają także oficjalne strony producentów, importera, czy dealera. Natomiast kupcy samochodów z rynku wtórnego poszukują informacji na stronach użytkowników danej marki oraz nieoficjalnych stron poświęconych danej marce. Oznacza to, że świadoma i zaplanowana obecność w sieci może mieć decydujący wpływ na pozyskanie nowych klientów i zwiększenie sprzedaży. Dlatego też warto przystosować oficjalne strony producentów, importerów, czy dealerów samochodowych do wymagań internautów, którzy zaczynają swoją przygodę z zakupem auta właśnie w internecie”, powiedział Krzysztof Łopuszyński, ekspert branży motoryzacyjnej w Gemius SA.

Kryzys a zakup auta

Co trzeci (33 proc.) badany odpowiedział twierdząco na pytanie, czy kryzys gospodarczy miał wpływ na decyzję o kupnie auta. Każdy z nich zadeklarował, że pod wpływem kryzysu, kupi samochód używany, tańszy lub bardziej ekonomiczny niż wcześniej planował. Co ciekawe, 11 proc. osób, które nie planowały kupna samochodu w ciągu

Kontakt prasowy

Zofia Bugajna
zofia.bugajna@gemius.pl
Tel. (22) 874 41 00, 728 480 882

Dział Sprzedaży

Krzysztof Łopuszański
krzysztof.lopuszanski@gemius.pl
Tel. (22) 874 41 00, 669 807 007

najbliższych dwunastu miesięcy, zakomunikowało, że to właśnie kryzys uniemożliwił im zrealizowanie planów dotyczących nabycia auta.

Rządowe dopłaty zwiększają popyt na nowe auta

Co drugi badany (54 proc.) posiadający samochód minimum 9-letni i jednocześnie nie planujący zakupu auta w ogóle lub planujący zakup auta używanego byłoby skłonny do skorzystania z programu dopłat rządowych do zakupu nowych aut - obecnego w kilku krajach europejskich instrumentu mającego w założeniach pomóc branży motoryzacyjnej. W większości krajów dopłata taka polega na pokryciu przez państwo części ceny nowego samochodu, pod warunkiem zezłomowania starego auta. Oznacza to, że z dopłat skorzystałoby 13 proc. wszystkich badanych i ponad jedna piąta (21 proc.) badanych zamierzających nabyć auto używane.

O badaniu - Celem badania przeprowadzonego w czerwcu 2009 roku, było poznanie preferencji internautów, którzy planują w ciągu 12 miesięcy kupić samochód. Raport pozwala zapoznać się ze szczegółowymi danymi o potencjalnych nabywcach - ich wieku, płci, miejsca zamieszkania, dochodów oraz stażu za kierownicą. W raporcie przeanalizowano także czynniki, które mają znaczący wpływ na decyzję o zakupie samochodu, preferowane przez kupujących marki aut, a także siłę nabywczą konsumentów. Badanie zrealizowano za pomocą ankiet emitowanych na witrynach internetowych, korzystających z bezpłatnej wersji systemu stat24 lub bezpłatnego audytu site-centric stat.pl/PBI. Ankiety były emitowane losowo w okresie od 6 do 15 czerwca 2009 roku. Analizą objęto 4 963 internautów w wieku co najmniej 16 lat, którzy wypełnili ankietę do końca. Z grupy tej wyodrębniono 1 190 osób planujących w ciągu najbliższego roku dokonać zakupu samochodu. Większość dalszych analiz obejmowała grupę zainteresowaną zakupem auta w ciągu roku od badania, w podziale na internautów planujących nabyć samochód nowy (N=207) oraz internautów planujących zakup używanego auta (N=885). Aby dane były reprezentatywne dla całej populacji internautów, odpowiedzi analizowano z wykorzystaniem wagi analitycznej, skonstruowanej na podstawie danych o płci i wieku internautów oraz o ich częstotliwości korzystania z internetu, pochodzących z badania Omnibus PBS (VIII-IX 2008).

Gemius SA - firma badawcza, lider i prekursor w dziedzinie badań internetu w Europie. Na rynku polskim istnieje od 1999 roku, oferując profesjonalne rozwiązania badawcze, usługi analityczne i doradcze dla wszystkich podmiotów tego rynku. Firma oferuje kompleksowe badania dotyczące m.in. zachowania internautów na witrynach (gemiusTraffic), ich profilu społeczno-demograficznego (gemiusProfile), czy też skuteczności prowadzonych w internecie kampanii reklamowych (gemiusEffect). We współpracy ze spółką Polskie Badania Internetu, Gemius prowadzi całościowe badanie oglądalności witryn i aplikacji internetowych - Megapanel PBI/Gemius.

Materiał : Gemius SA

<http://www.gemius.pl>

Kontakt prasowy

Zofia Bugajna

zofia.bugajna@gemius.pl

Tel. (22) 874 41 00, 728 480 882

Dział Sprzedaży

Krzysztof Łopuszański

krzysztof.lopuszanski@gemius.pl

Tel. (22) 874 41 00, 669 807 007