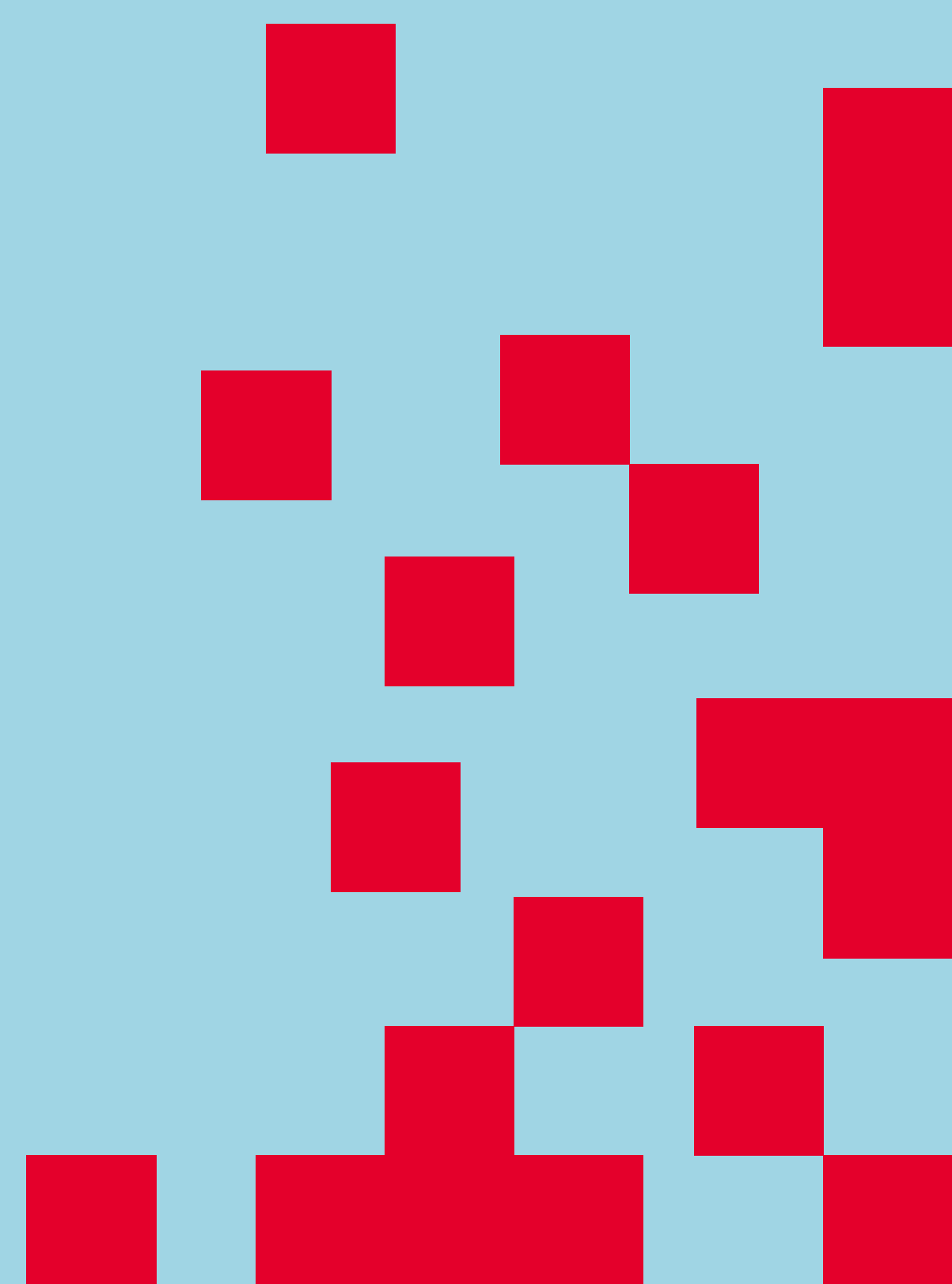




Preferencje zakupowe klientów na rynku samochodów osobowych

Lipiec 2022 





Opis badania i metodologia

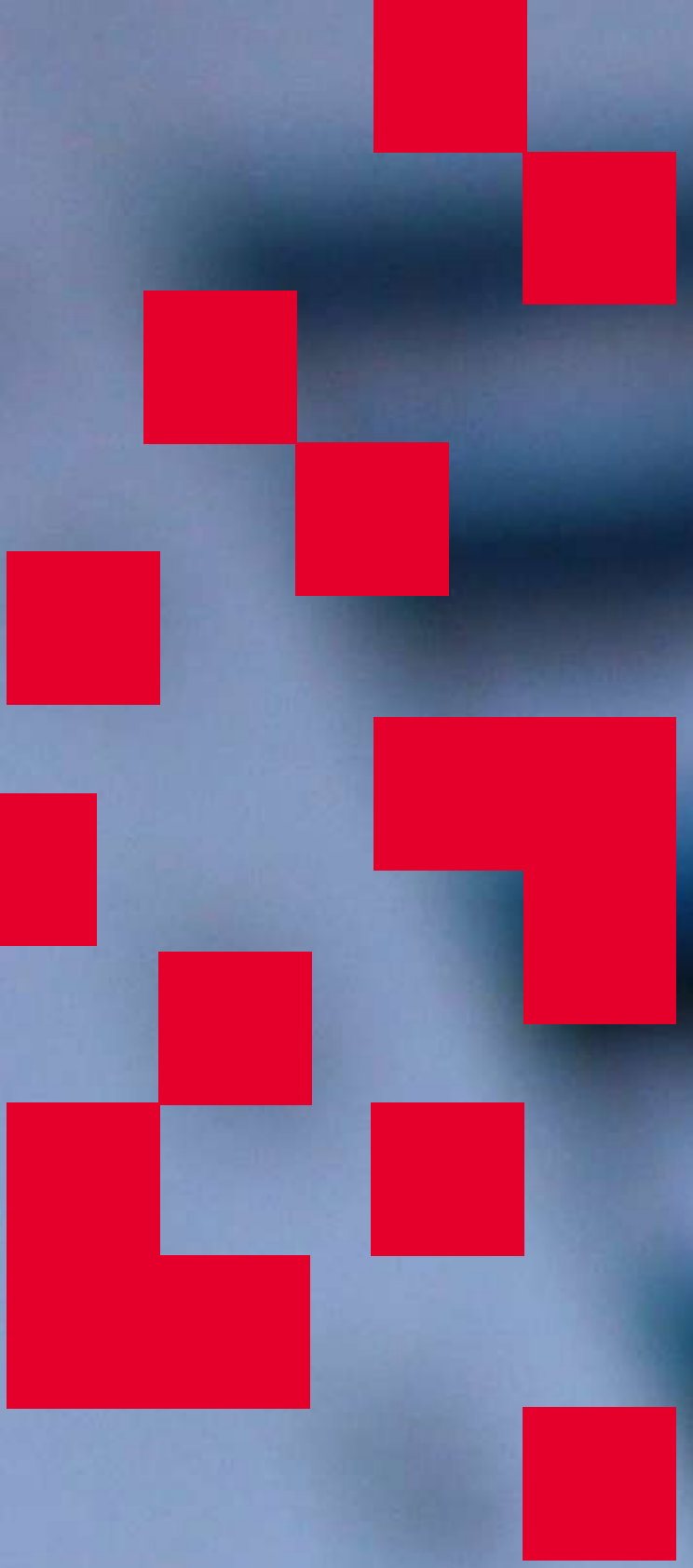
Opis badania

Analiza dokonana przez naszych specjalistów pozwala zrozumieć **preferencje klientów** kupujących samochody osobowe w Polsce. Sprawdzone również poziom świadomości dotyczący **kontroli jakości** w branży automotive.

Metodologia .

Niniejsze badanie przeprowadzono metodą ilościową za pomocą **ankiety internetowej**.



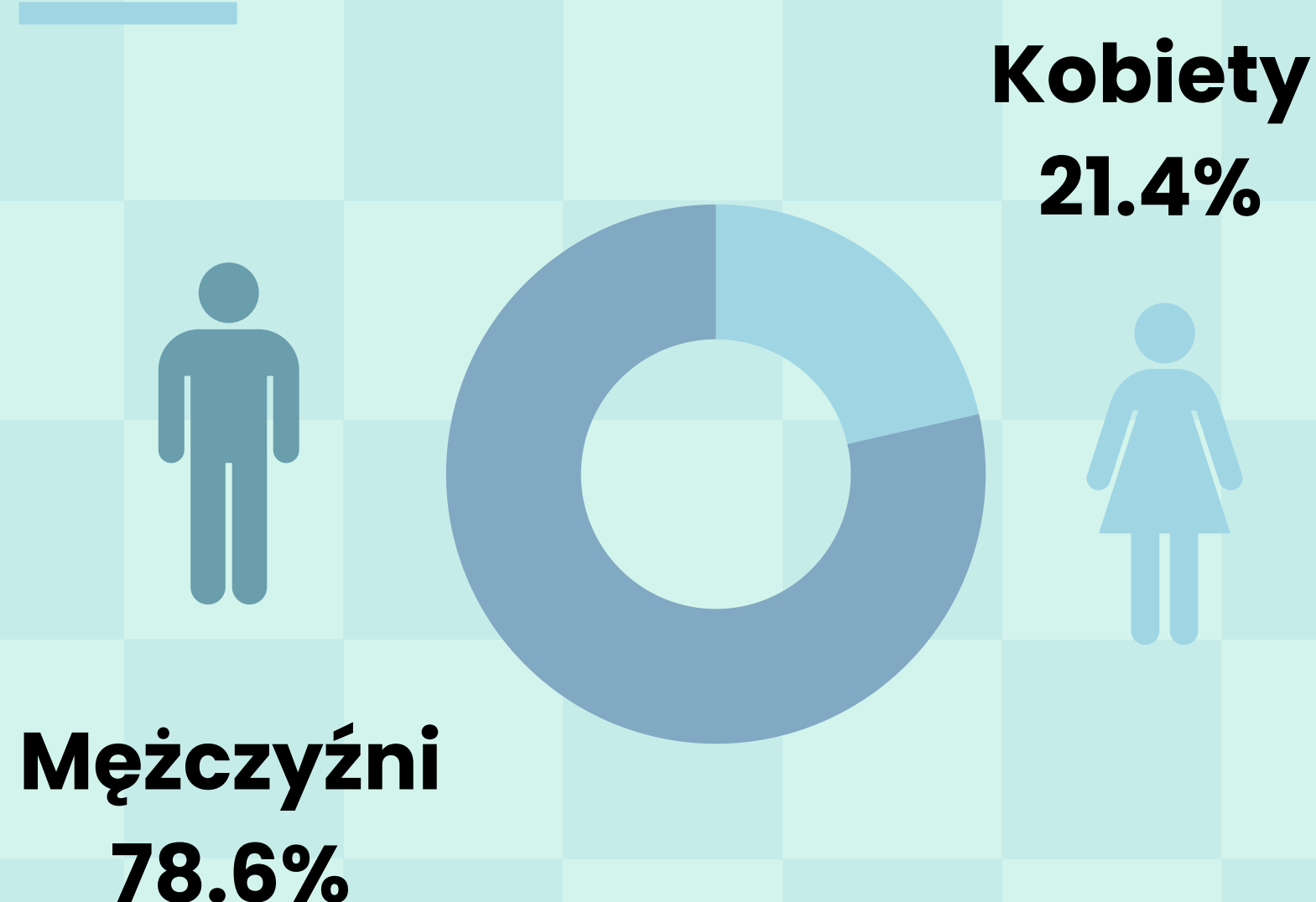


Próba statystyczna

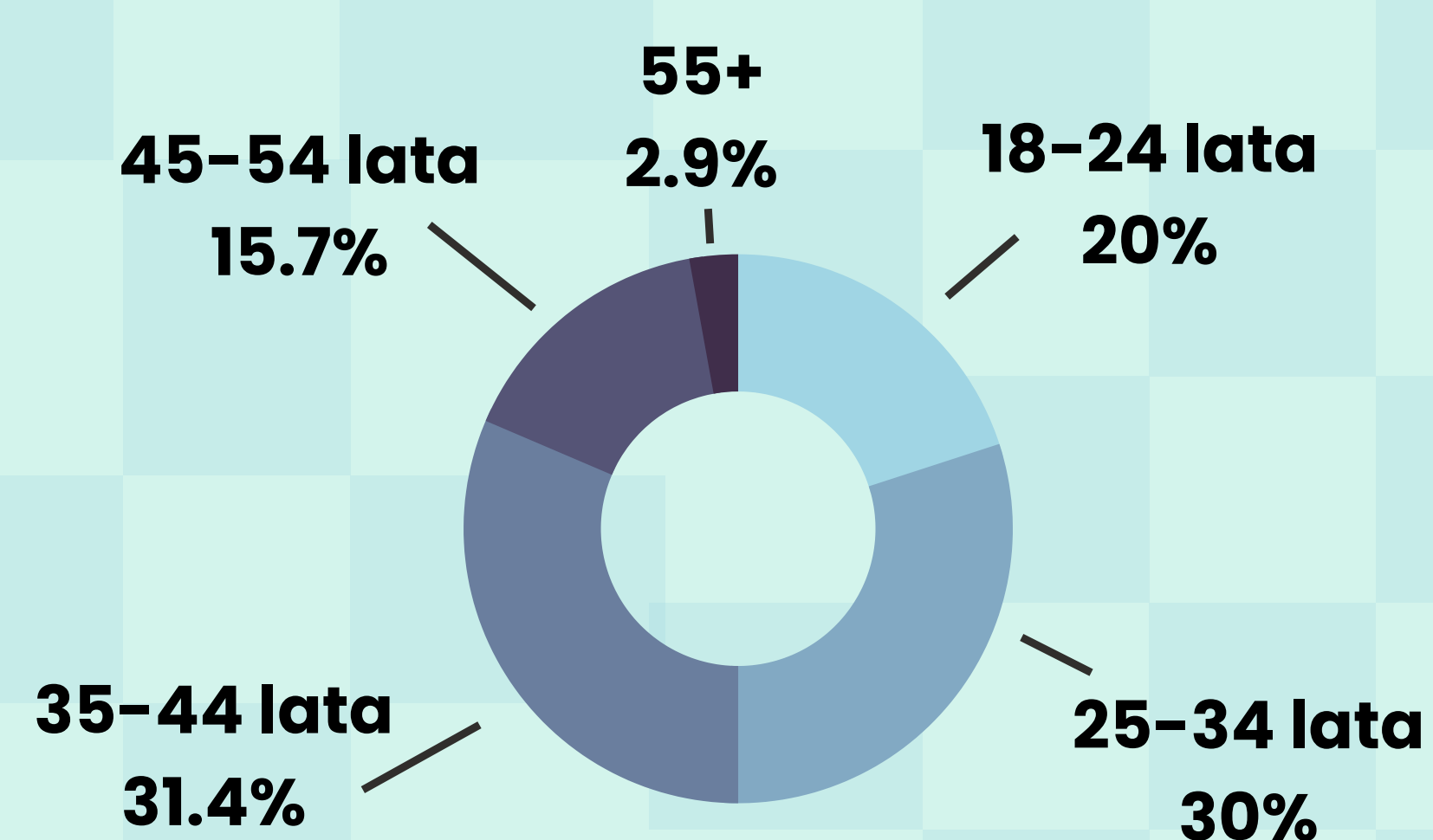
Próba statystyczna .

W badaniu wzięło udział **210 internautów**.
Grupa została wyselekcjonowana
na podstawie zainteresowań związanych
z motoryzacją.

Płeć

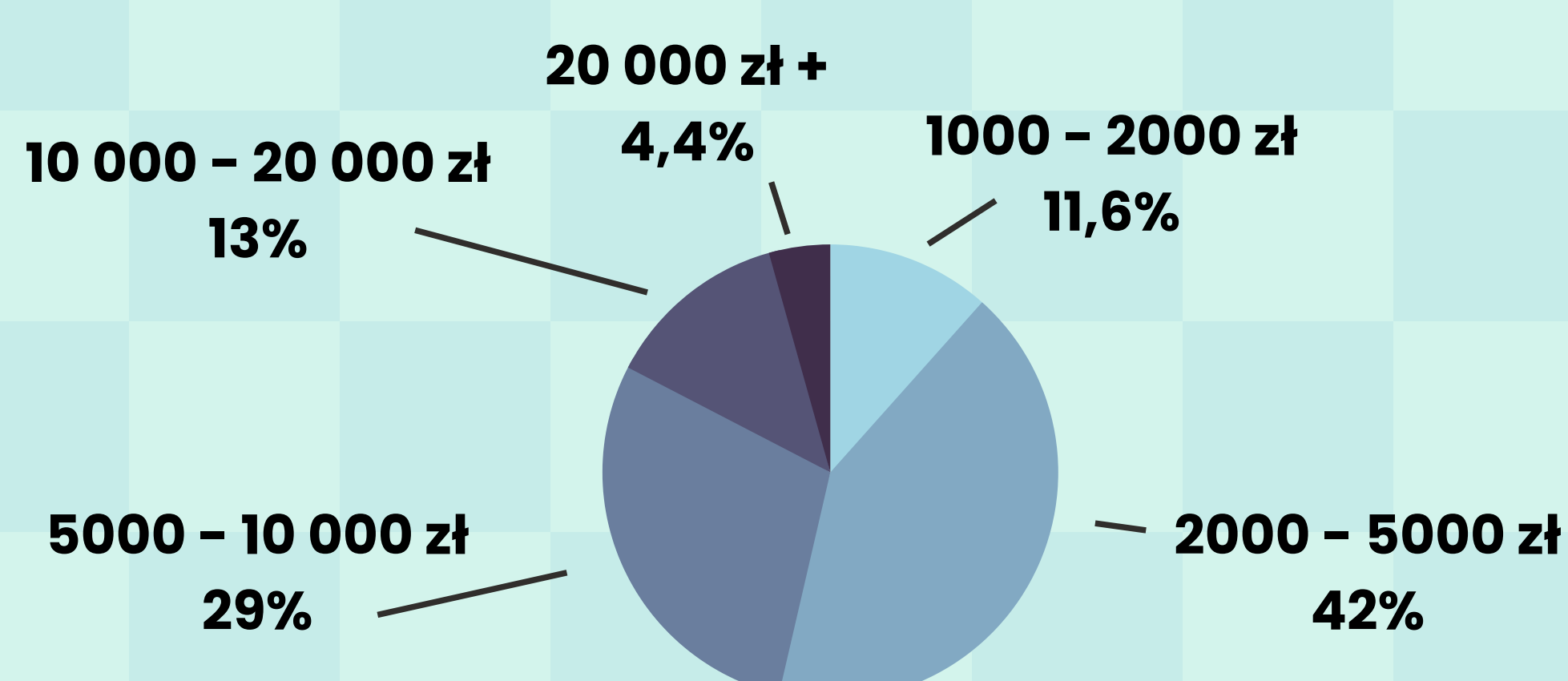


Wiek



Średnie msc. dochody

Na jednego członka gosp. domowego





**Wyniki
badania**

Wyniki badania .

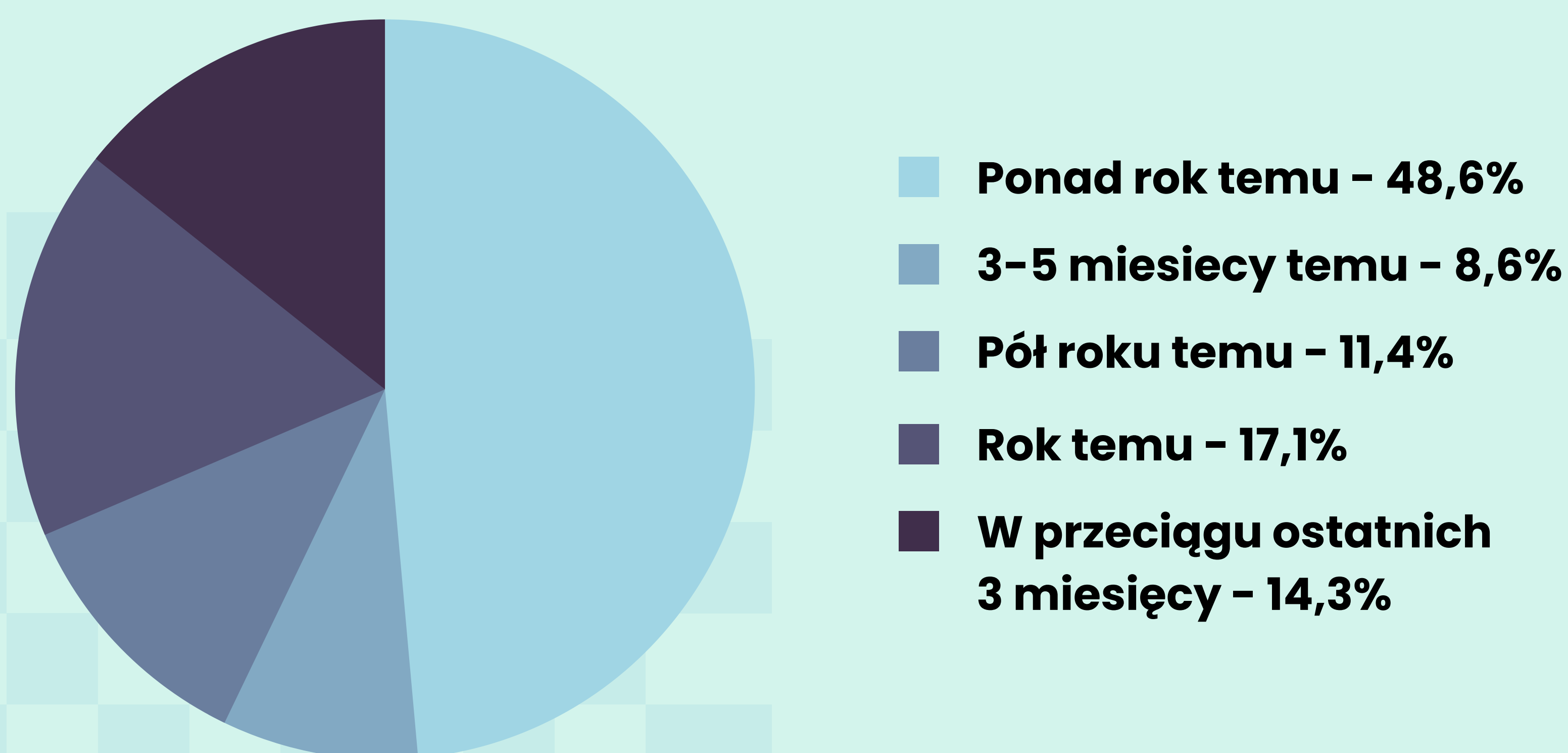
Marki samochodów

Ankietowane osoby zostały poproszone o podanie marki pojazdu, który zakupiły w ostatnim czasie. Respondenci wskazali, że w przeszłości nabyli pojazdy marek takich jak: **Audi, Volkswagen, Dacia, Peugeot, Mercedes, BMW, Seat, Ford, Subaru, Volvo, Opel, Skoda oraz Fiat.**

Czas zakupu pojazdu

Ankietowani zostali zapytani o to, kiedy ostatni raz dokonali zakupu samochodu. Większość badanych, bo **ponad 48%**, kupiło pojazd ponad rok temu.

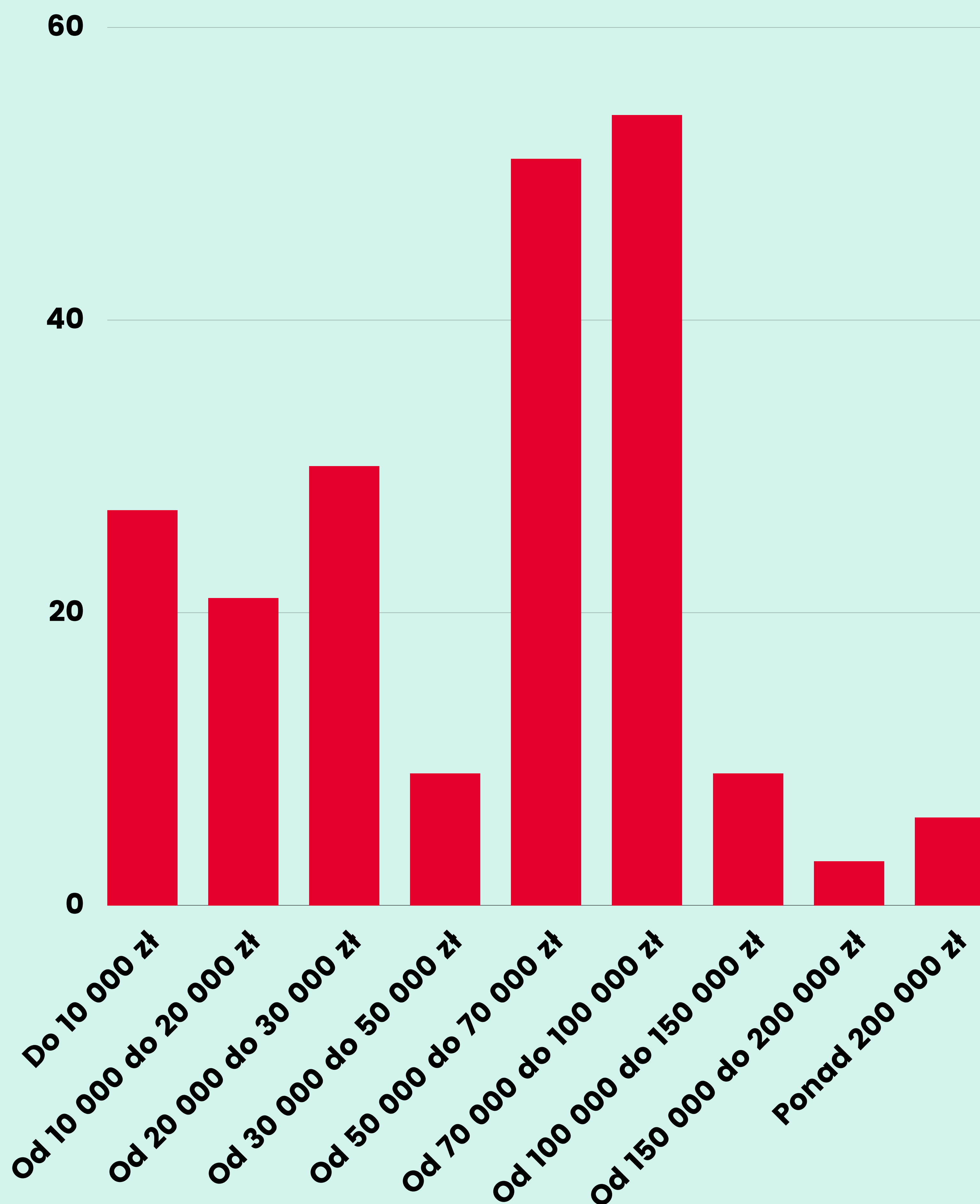
Drugą największą grupą okazali się respondenci, którzy nabyli pojazd **rok temu** - taką opcję wybrało nieco ponad **17% osób**. Więcej niż **14% respondentów** zakupiło samochód w przeciągu **ostatnich trzech miesięcy**.



Koszt zakupionego pojazdu

Zapytano ankietowanych o koszt zakupionego w ostatnim czasie samochodu. Największą grupą osób okazali się posiadacze pojazdów, których koszt oscylował w granicach **od 50 000 do 70 000 zł** - taką opcję wybrało **blisko 26%** respondentów.

50% badanej grupy nabyło w ostatnim czasie samochód za **kwotę większą niż 50 000 zł**.

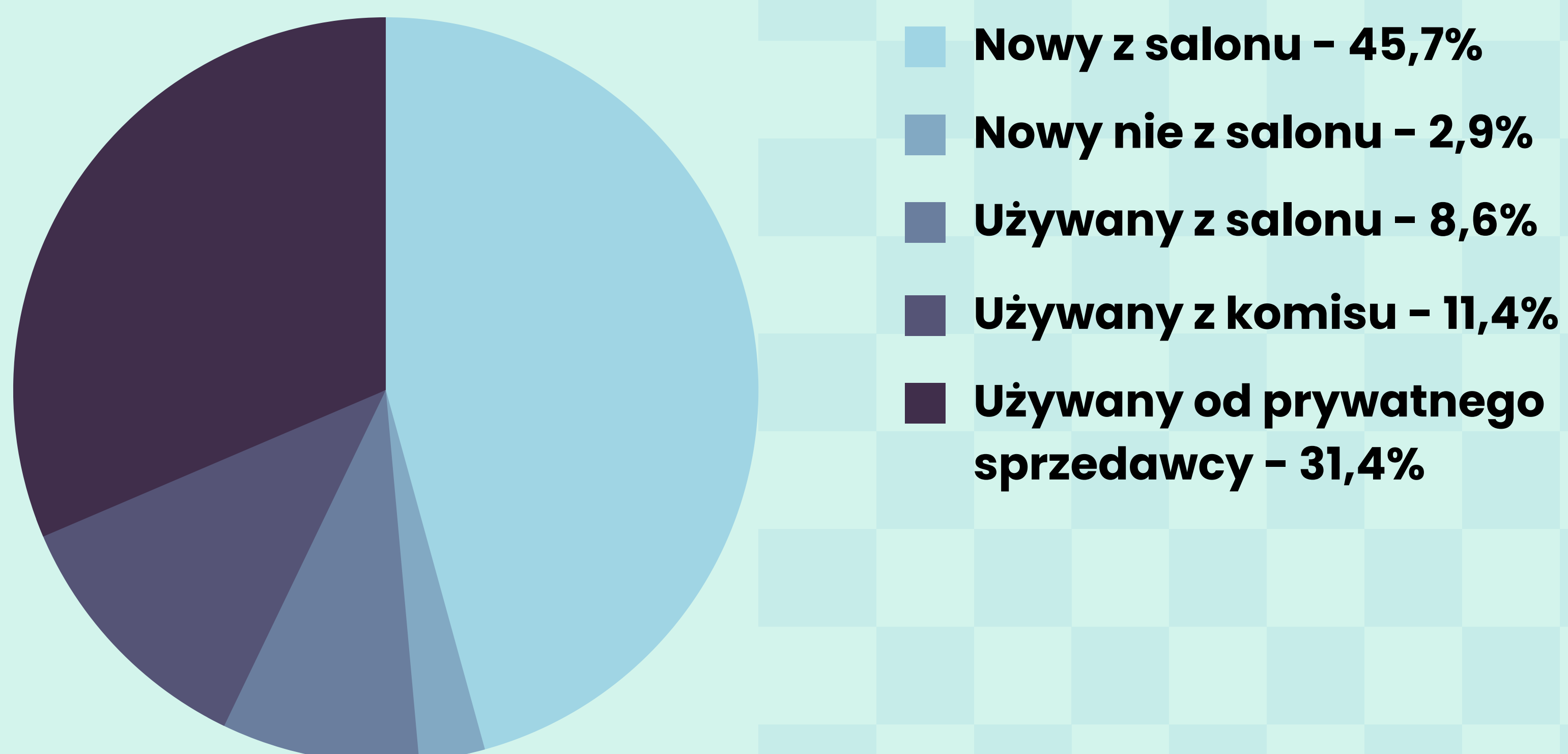


Stan pojazdu

Grupa badawcza została poproszona o wskazanie stanu i źródła pozyskania ostatnio zakupionego samochodu.

Zdecydowana większość ankietowanych osób kupiła **nowy samochód w salonie**. Grupę tę stanowiło aż **46% badanych**. Drugą największą grupą okazały się osoby, które kupiły używany pojazd od prywatnego sprzedawcy.

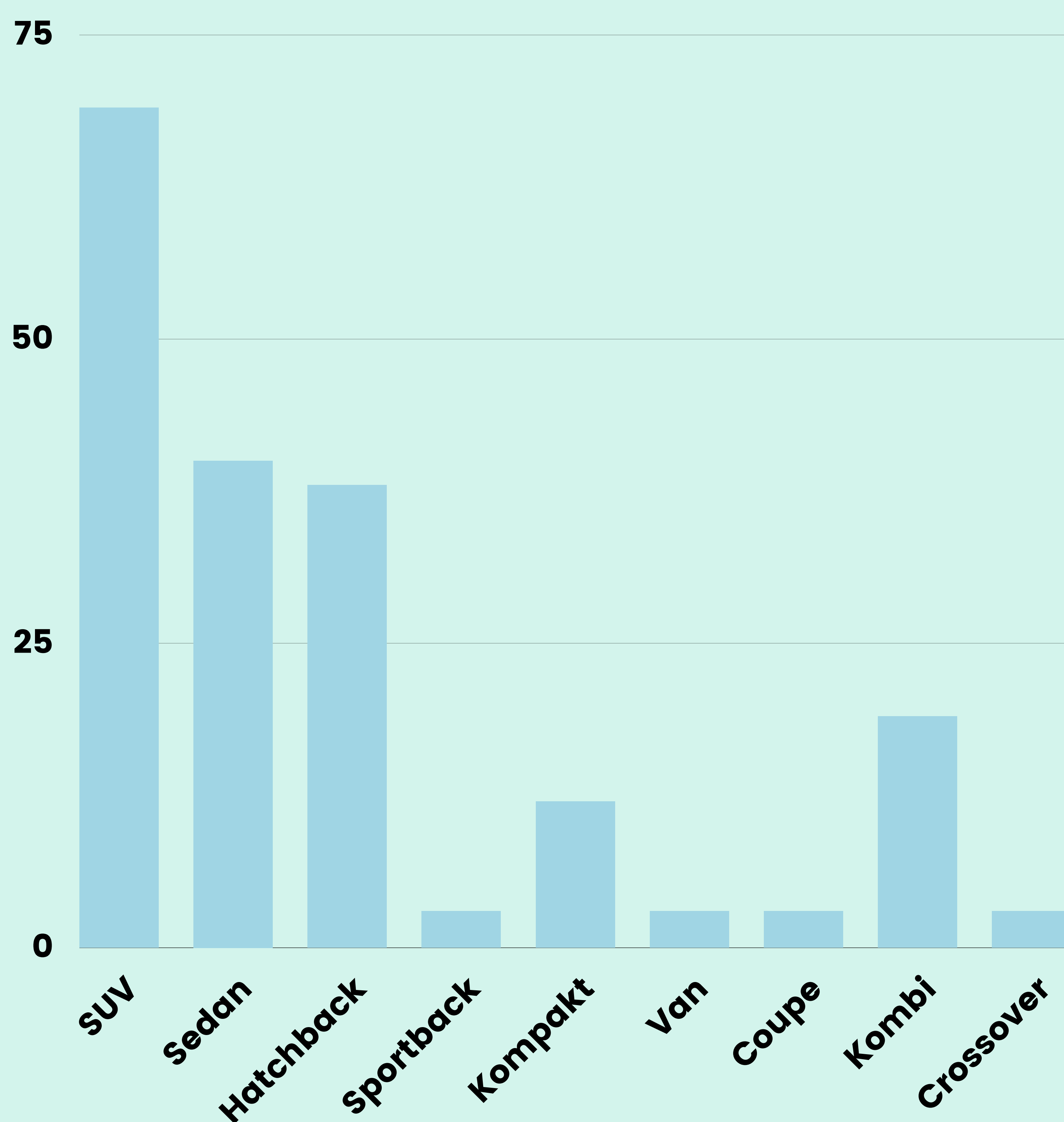
Ponad **51% respondentów** zakupiło w ostatnim czasie **samochód używany**.



Typ nadwozia

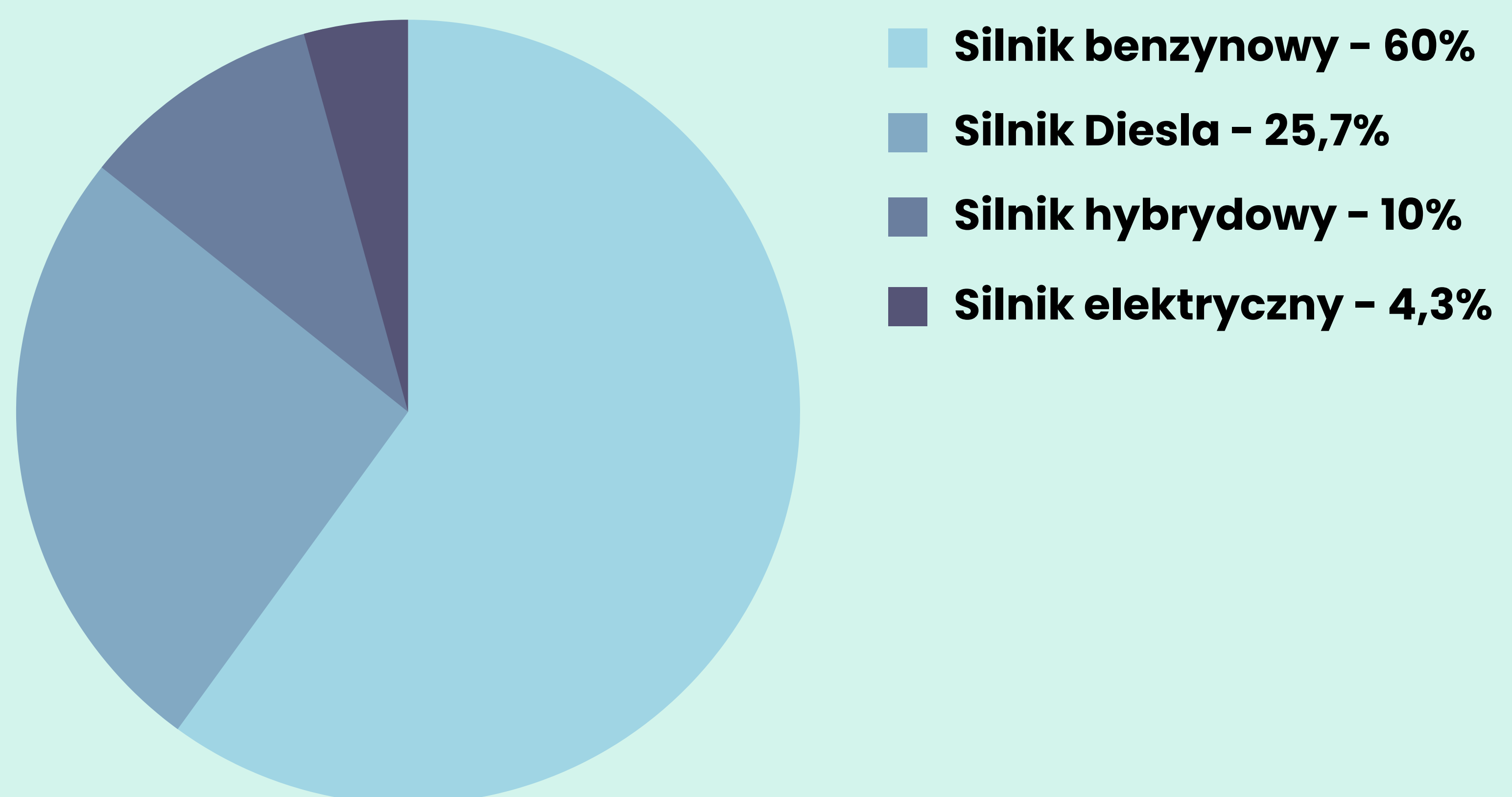
Ankietowane osoby, zgodnie z najnowszymi trendami, najchętniej wybierają samochody typu **SUV**. Blisko **32% osób** wskazało na tę odpowiedź.

Na kolejnych pozycjach uplasowały się: **Sedan** z wynikiem **19%** oraz **Hatchback** - ten typ nadwozia wybrało **18% respondentów**.



Typ napędu

Respondenci zostali poproszeni o wybranie preferowanego typu napędu w samochodzie. Zdecydowana większość ankietowanych osób - **aż 60%** - wskazała **silnik benzynowy**. Na drugim miejscu uplasował się **silnik Diesla** z **wynikiem 25,7%**.



Ankietowane osoby, które wybrały napęd elektryczny wymieniły m.in. następujące zalety elektrycznej jednostki napędowej:

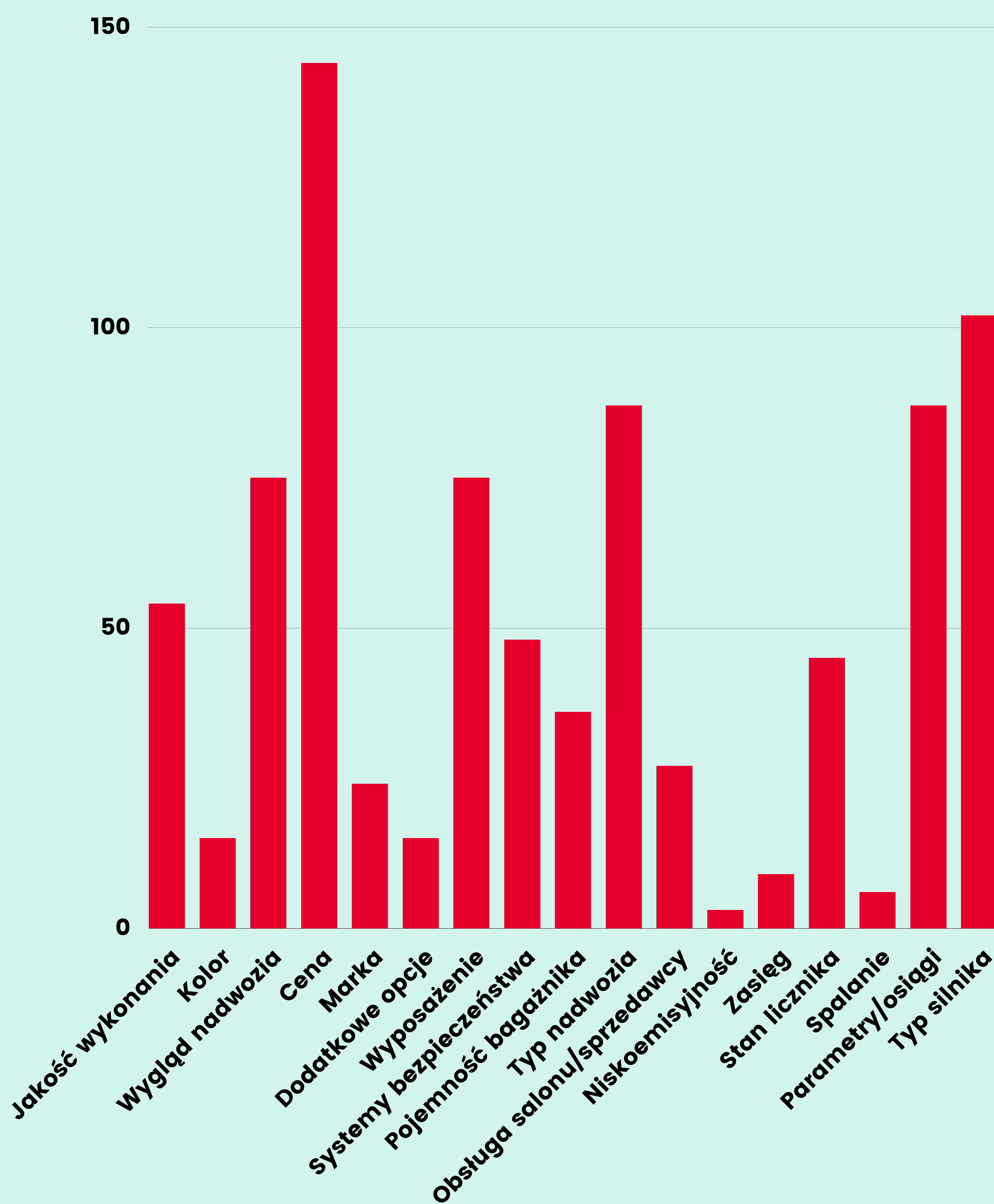
- **niskoemisyjność,**
- **ekologiczne rozwiązania,**
- **tańsze "tankowanie",**
- **możliwość korzystania z buspasów i zielonych miejsc do parkowania.**

Respondenci, którzy wybrali napędy spalinowe zostali poproszeni o wskazanie elementów, które ich zdaniem należałoby poprawić w samochodach elektrycznych. Ankietowani wymieniali najczęściej: **zasięg na jednym ładowaniu, infrastrukturę punktów ładowania pojazdów, czas ładowania oraz cenę.**

Naistotniejsze czynniki wpływające na zakup pojazdu

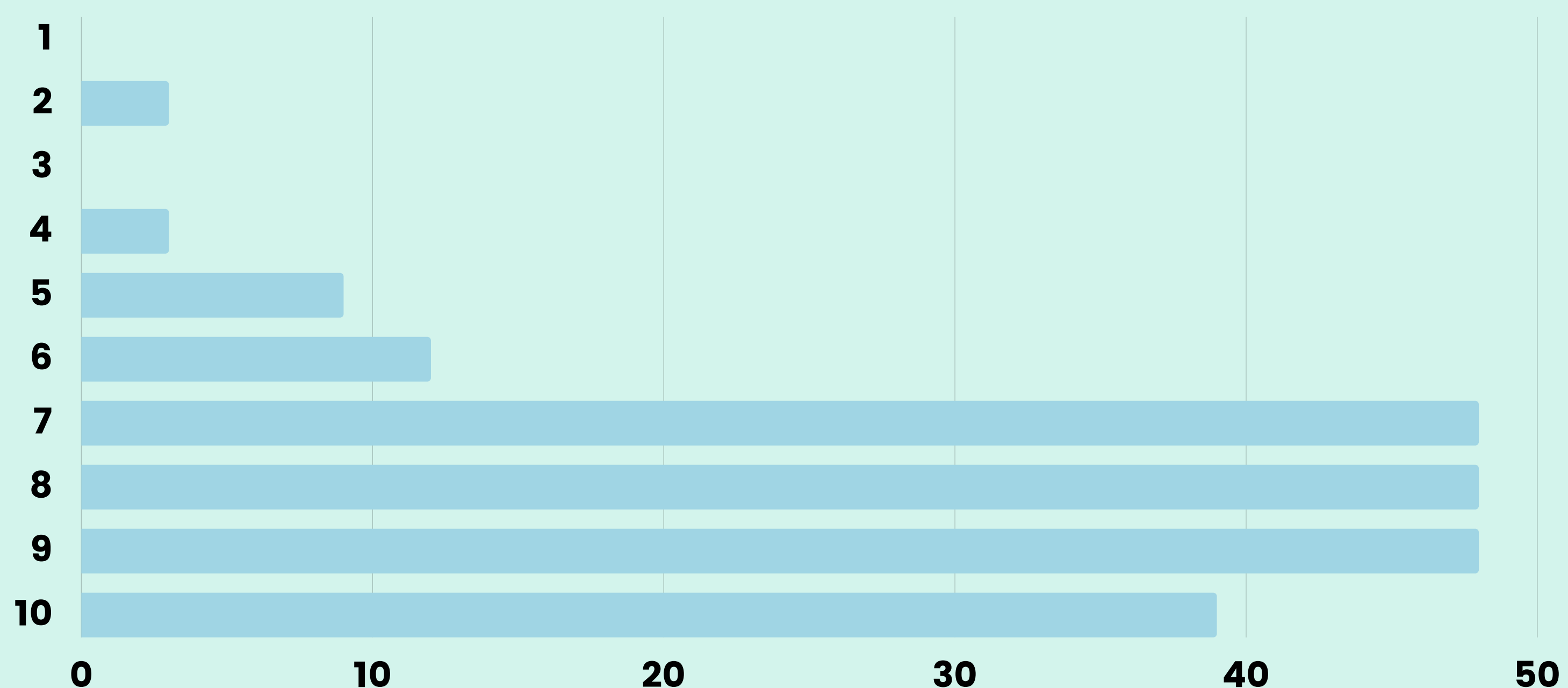
Badana grupa została poproszona o wskazanie **najważniejszych czynników** wpływających na zakup nowego samochodu. Najistotniejszym czynnikiem okazała się być **cena**. Blisko **69% respondentów** wybrało taką odpowiedź.

Ankietowani często wybierali również takie czynniki jak: **typ silnika, wygląd nadwozia, wyposażenie czy osiągi**.

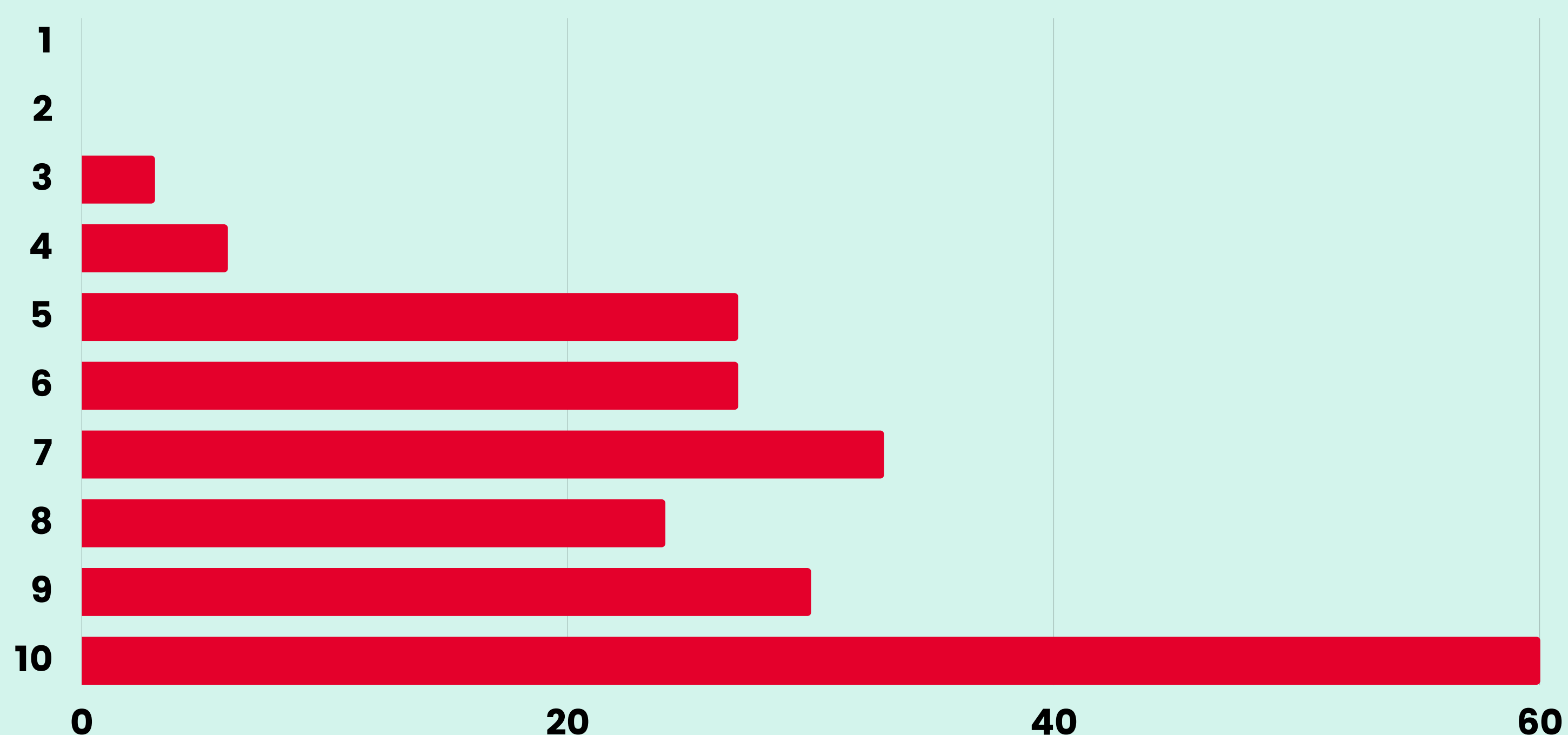


Następnie badane osoby poproszono o wskazanie poziomu istotności wybranych przez naszych specjalistów czynników w skali od 1 do 10 (gdzie 10 oznacza największą istotność).

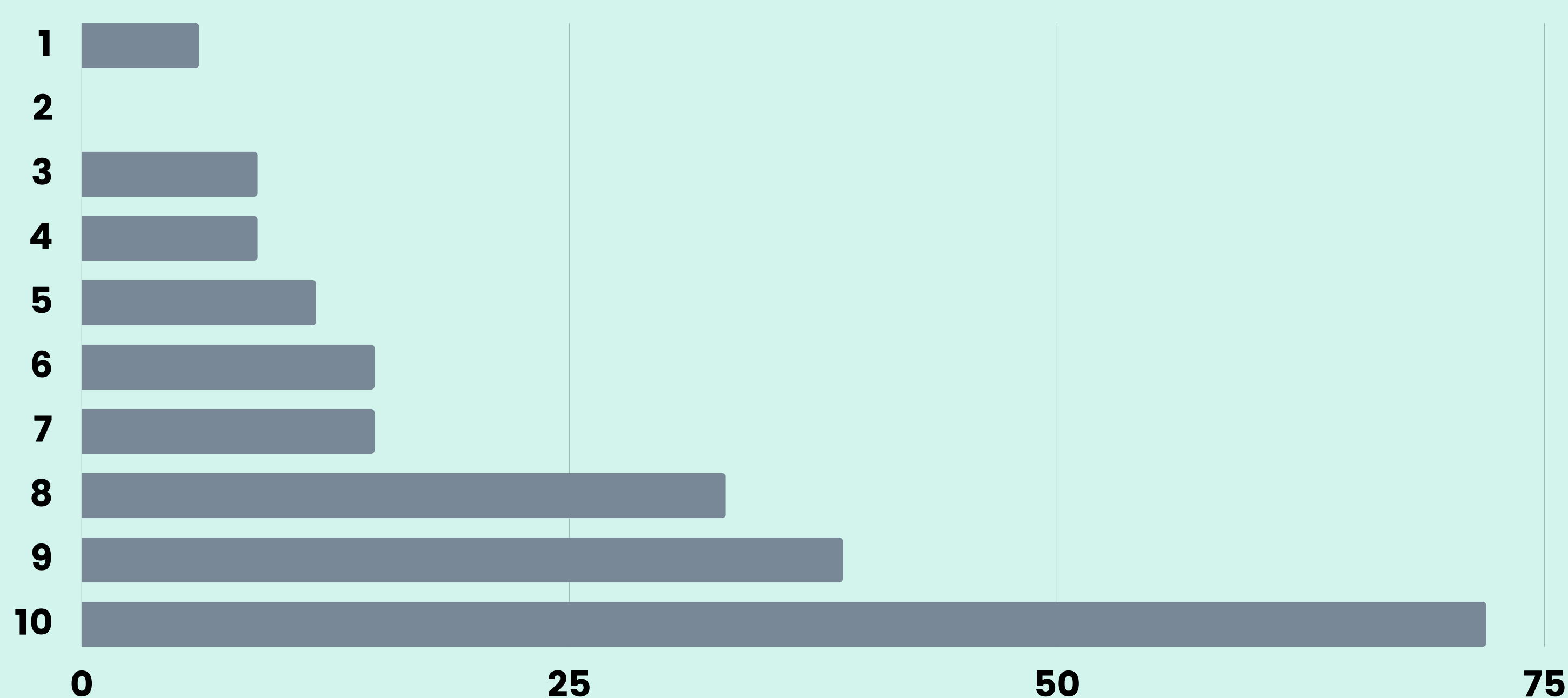
Jakość wykonanego samochodu



Niska cena kupowanego pojazdu



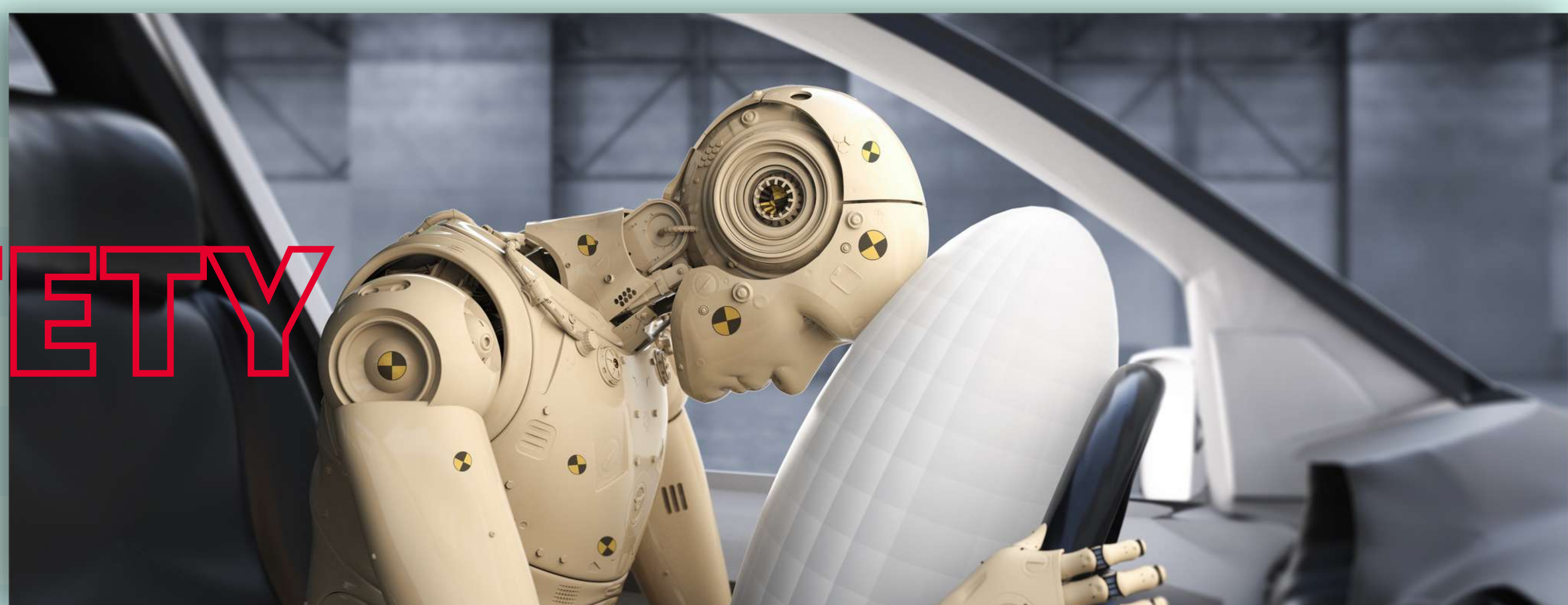
Wysoki poziom obsługi sprzedawcy



Bezpieczeństwo

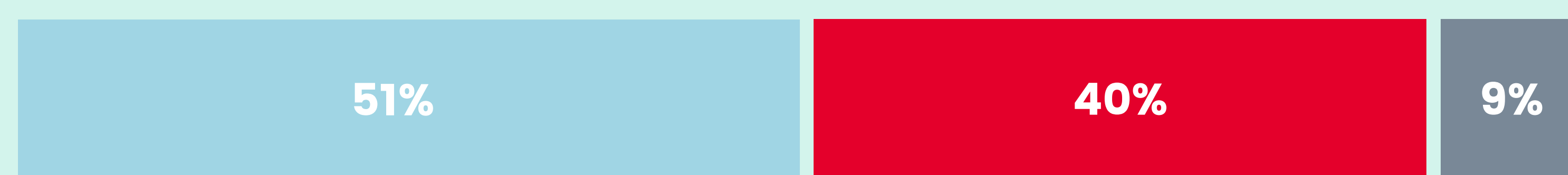
W dalszej części badania ankietowane osoby zostały poproszone o wskazanie preferencji dotyczących kwestii związanych z bezpieczeństwem.

SAFETY



Czy ważne są dla Pana/Pani wyniki testów pojazdu związanych z bezpieczeństwem?

☐ Tak ☒ Nie ☐ Nie wiem



Czy ważna jest dla Pana/Pani ilość przyznanych pojazdowi gwiazdek Euro NCAP?

☐ Tak ☒ Nie ☐ Nie wiem



Czy przy wyborze pojazdu kieruje się Pan/Pani ilością przebytych przez niego kontroli jakości?

☐ Tak ☒ Nie ☐ Nie wiem



Świadomość konsumencka

Rynek pierwotny

Badaną grupę zapytano o egzekwowanie podstawowych czynności związanych z weryfikacją sprawności **pojazdu z rynku pierwotnego** przed ewentualnym zakupem.

Respondenci zgodnie wskazali, że przed kupnem samochodu np. z salonu dokonaliby weryfikacji sprawności wyposażenia pojazdu - aż **77% ankietowanych osób** dokonuje kontroli tych elementów. Zdecydowana większość, bo aż **94% badanej grupy** przy zakupie samochodu z rynku pierwotnego wykonałoby jazdę próbną.

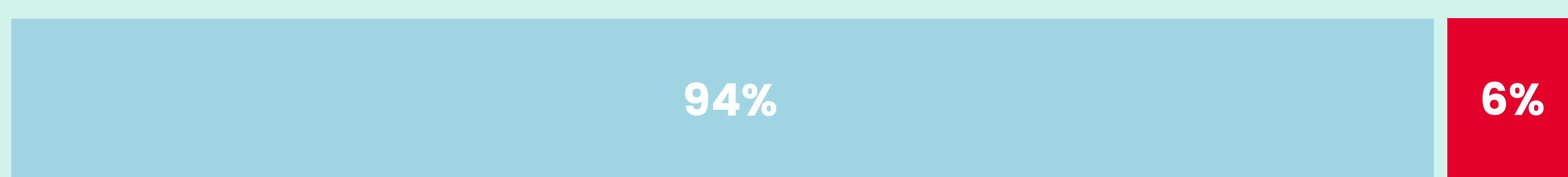
Czy przed zakupem pojazdu sprawdziłby/sprawiłaby Pan/Pani sprawność podstawowych elementów wyposażenia?

■ Tak
 ■ Nie
 ■ Nie wiem



Czy przed zakupem wykonałby/wykonałaby Pan/Pani jazdę próbną?

■ Tak
 ■ Nie



Świadomość konsumencka

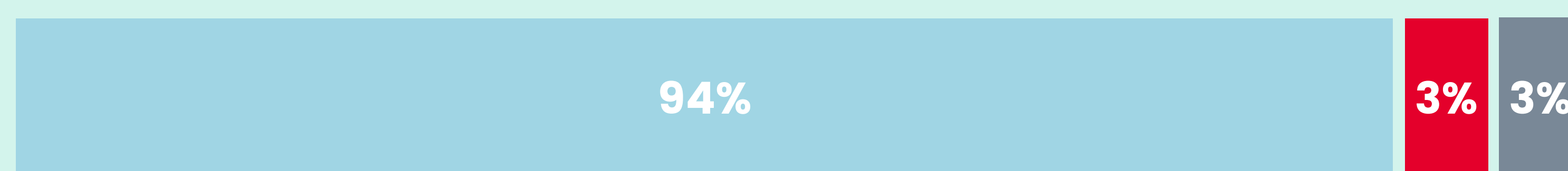
Rynek wtórny

Respondentów zapytano również o egzekwowanie podstawowych czynności związanych z weryfikacją sprawności pojazdu z **rynku wtórnego** przed ewentualnym zakupem.

Zdecydowana większość respondentów dokonałaby **dokładnych oględzin samochodu z rynku wtórnego**.

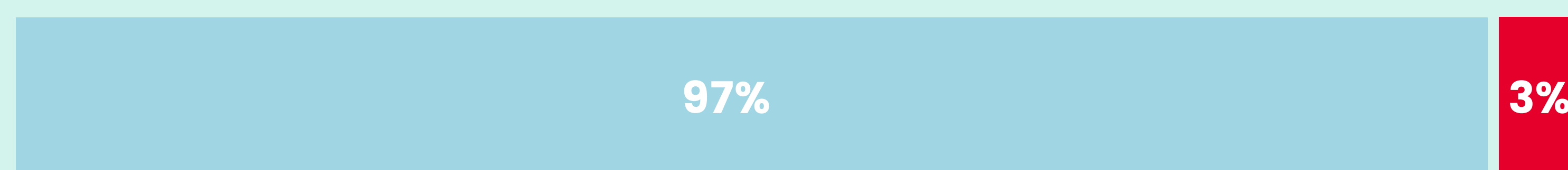
Czy przed zakupem pojazdu sprawdziłby/sprawiłaby Pan/Pani sprawność podstawowych elementów wyposażenia?

■ Tak ■ Nie ■ Nie wiem



Czy przed zakupem wykonałby/wykonałaby Pan/Pani jazdę próbną?

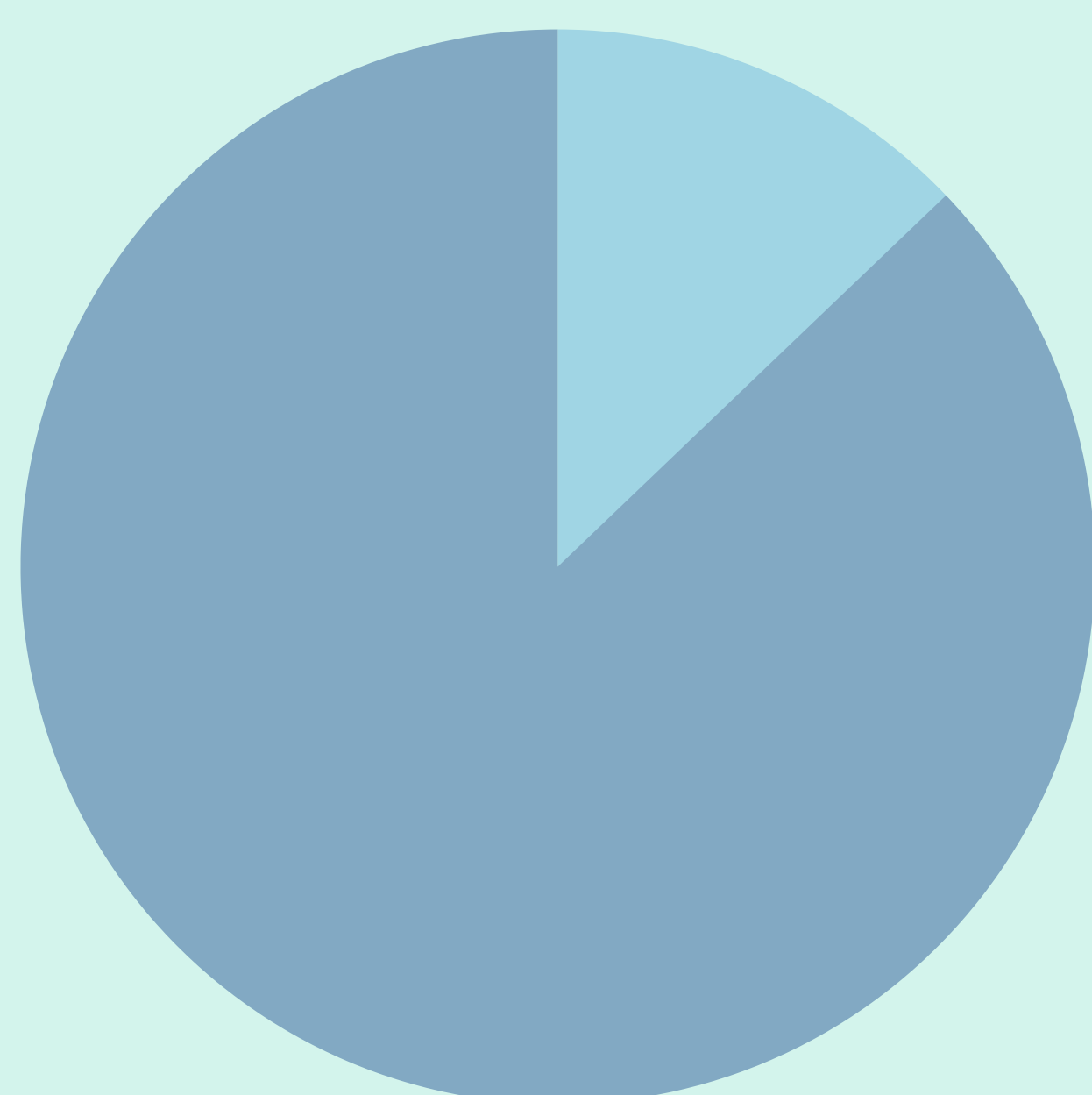
■ Tak ■ Nie





Wpływ reklamy na decyzje zakupowe

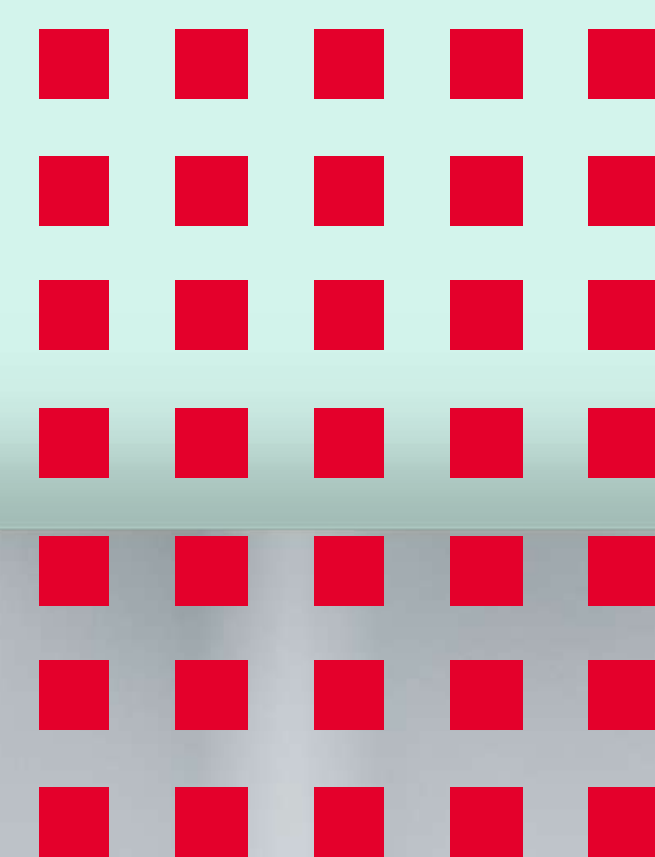
Zapytano respondentów czy **rozważali zakup lub zakupili pojazd bezpośrednio po wyświetleniu lub zetknięciu się z reklamą danego samochodu**. Zdecydowana większość ankietowanych - **aż 87,1%** - stwierdziła, że materiały reklamowe nie mają wpływu na ich decyzje zakupowe.



Czy rozważał(a) Pan/Pani zakup samochodu bezpośrednio po zetknięciu się z reklamą pojazdu?

- Tak – 12,9%
- Nie – 87,1%

QSense – lider innowacyjnych rozwiązań w kontroli jakości



Oferujemy outsourcing pracowniczy w obszarach:

- wsparcia jakości,
- wsparcia produkcji,
- wsparcia logistyki,

QSense to elastyczne rozwiązania jakościowe na miarę **przemysłu 4.0.**

Rekrutujemy na stanowiska:

- kontroler jakości,
- operator zautomatyzowanej linii produkcyjnej,
- operator wózka widłowego,
- pracownik produkcyjny,
- inżynier jakości,
- technolog/technik analityk.



601 297 686



www.qsense.pl