

# Očekávání automobilových zákazníků při nákupu a užívání vozidel

Výsledky průzkumu EY  
mezi českými, maďarskými,  
ruskými a tureckými řidiči

Prosinec 2021

## O průzkumu

Průzkum mezi řidiči provedla společnost EY ve spolupráci s agenturou InsightLab za účelem zjištění aktuálních trendů při nákupu nových i ojetých vozidel a zjištění názoru zákazníků na významné inovace automobilového průmyslu. Totožný průzkum probíhal paralelně také mezi řidiči v Maďarsku, Rusku a Turecku.

Výsledky demonstrují především rozdílné potřeby jednotlivých skupin zájemců o koupi automobilu. Mimo tradičních otázek týkajících se výběru vozu a prodejce, nákupu automobilu přes internet a pohledu na elektromobilitu, které každoročně respondentům pokládáme, abychom monitorovali vývoj jejich preferencí a potřeb, jsme se letos kromě ještě detailnějšího pohledu na elektromobilitu podrobněji zaměřili také na témata digitalizace, on-line služeb, nákupů ojetých vozů a dodacích lhůt.

Průzkumu se zúčastnilo celkem 3122 respondentů:

- ▶ 568 z Česka
- ▶ 533 z Maďarska
- ▶ 1510 z Ruska
- ▶ 511 z Turecka

Respondenti byli rozděleni do skupin podle pohlaví, věku, vzdělání, bydliště a hrubého příjmu domácnosti.

Podmínkami pro zařazení do průzkumu bylo vlastnictví řidičského průkazu, pravidelné užívání automobilu a věk v rozmezí 20 až 60 let.

Průzkum probíhal v listopadu 2021 a obsahoval 32 otázek.



Building a better  
working world



## Hlavní zjištění vyplývající z průzkumu

**38 %**

respondentů preferuje rychlé dodání před konfigurací vozu

42 % HU, 35 % RU, 49 % TR

**69 %**

respondentů považuje garanci najetých kilometrů a původu za klíčovou při nákupu ojetého vozu

61 % HU, 59 % RU, 61 % TR

**56 %**

respondentů využije při nákupu vozu vlastní zdroje

55 % HU, 43 % RU, 47 % TR

**58 %**

respondentů by o koupi elektromobilu mělo větší zájem, pokud by stát poskytoval dotace nákupní ceny

64 % HU, 42 % RU, 50 % TR

**82 %**

respondentů nikdy neřídilo vůz typu BEV

80 % HU, 81 % RU, 73 % TR

**45 %**

respondentů vnímá při výběru vozu digitalizaci značky jako důležité kritérium

50 % HU, 58 % RU, 85 % TR

**56 %**

respondentů by nepřesvědčil žádný typ online služeb k tomu, aby koupili ojeté vozidlo, aniž by ho viděli naživo

52 % HU, 51 % RU, 27 % TR

**18 %**

respondentů je ochotných počkat 12 měsíců na vůz své oblíbené značky

21 % HU, 22 % RU, 23 % TR

# Vliv krize v dodavatelském řetězci na dodací lhůty

Automobilový průmysl prochází obtížným obdobím kvůli nedostatku čipů a dalším problémům v dodavatelském řetězci, které mají za následek dlouhé dodací lhůty. Čtvrtina Čechů by v případě dlouhé dodací lhůty vozu zvolila jinou značku vozu místo toho, aby vyčkala na svou preferovanou značku.

**Co byste dělali, kdyby vaše preferovaná značka oznámila, že musíte na nové auto čekat 9 až 12 měsíců?**

**25 %**

Zvolil/a bych jinou značku

**23 %**

Koupil/a bych si skladové auto (jiné, než jsem původně chtěl/a) od stejné značky

**22 %**

Požádal/a bych o kompenzaci nebo motivaci k tomu, aby se mi vyplatilo na vůz počkat (např. nabídku jiné mobility, výhodný krátkodobý pronájem vozu atd.)

**18 %**

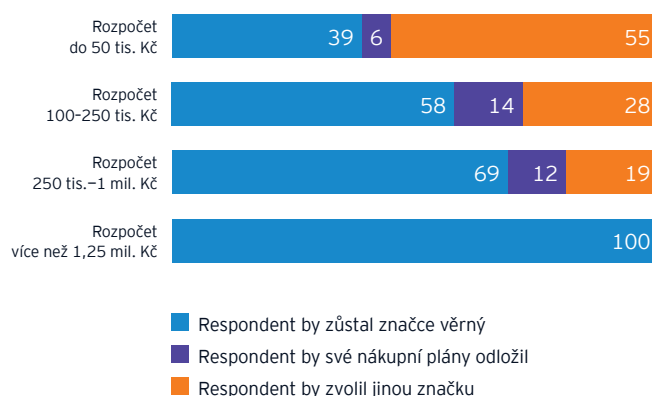
Přijal/a bych to, protože je to moje preferovaná značka

**12 %**

Odložil/a bych své nákupní plány o rok

Věrnost ke značce při dlouhé dodací lhůtě je výrazně ovlivněna příjmem domácnosti. Čím bohatší domácnost je, tím loajálnější je respondent značce.

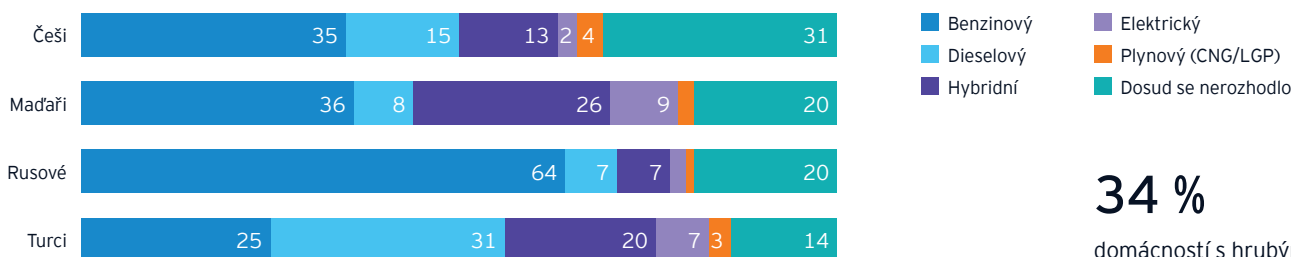
**Věrnost ke značce při dlouhé dodací lhůtě a rozpočet na pořízení auta (v %)**



## Pohon

Zájem o konvenční motory dlouhodobě klesá. Oproti loňsku výrazně poklesl počet respondentů, kteří by si v budoucnu chtěli pořídit vůz s benzínovým motorem (o 15 procentních bodů), naopak vzrostl počet nerozhodnutých respondentů. Ti si při nákupu svého příštího vozu s velkou pravděpodobností zvolí alternativní pohon.

**Jaký pohon bude mít váš příští automobil? (v %)**



**34 %**

domácností s hrubým příjmem nad 120 tisíc Kč měsíčně preferuje u svého příštího automobilu hybridní pohon. S rostoucím příjmem domácností roste preference alternativních pohonů.

**Už jste někdy zažili řízení vozu BEV?**

**82 %**

Ne

**8 %**

Ano, jako spolujezdec

**7 %**

Ano, jako řidič

**2 %**

Ano, několikrát

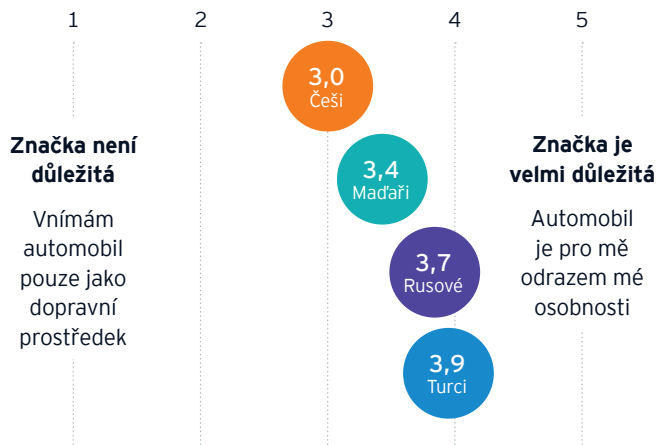
**1 %**

Ano, vůz typu BEV řídím často

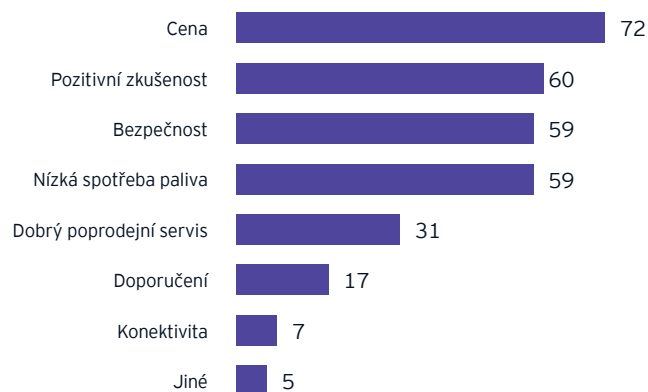
# Značka

Ve srovnání s jinými národnostmi, které se průzkumu zúčastnily, mají Češi k významu značky nejvíce neutrální, chcete-li lhostejný, postoj. To zároveň koresponduje s (ne)ochotou vyčkat na konkrétní vůz - v případě delší čekací lhůty sáhnou Češi raději po jiné značce.

**Jak důležitá je pro vás značka automobilu, který vlastníte nebo plánujete koupit? (v %)**



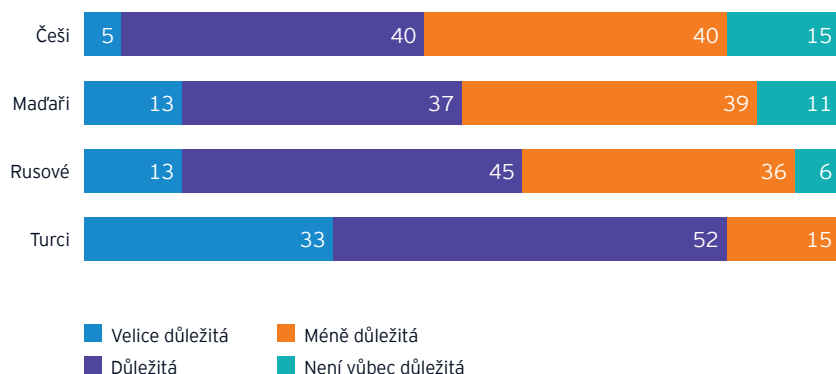
**Které faktory vás při výběru značky automobilu nejvíce ovlivňují? (v %)**  
(respondenti vybírali více možností)



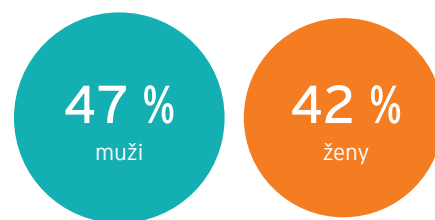
# Digitalizace

Pro většinu Čechů je úroveň digitalizace značky jedním z nejdůležitějších kritérií při výběru. Čím větší mají lidé na vůz rozpočet, tím více vnímají úroveň digitalizace značky jako klíčový parametr při rozhodování o koupi vozu.

**Jak důležitá je pro vás úroveň digitalizace značky automobilů, od které si koupíte auto? (v %)**



**Úroveň digitalizace značky je pro mě velice důležitá nebo důležitá:**



Podle velikosti města

48 %  
Nad 100 tisíc obyvatel

52 %  
20 až 100 tisíc obyvatel

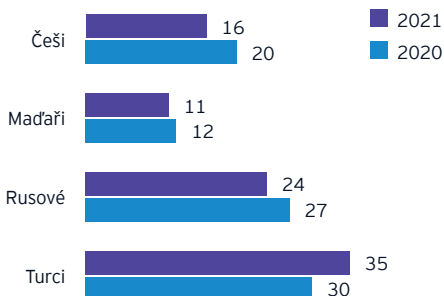
42 %  
5 až 20 tisíc obyvatel

39 %  
Do 5 tisíc obyvatel

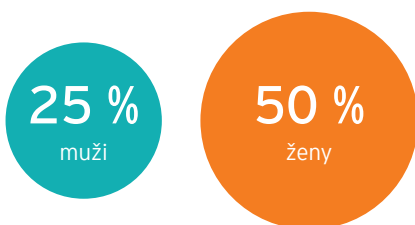
# Nákup vozů online

Pandemie covid-19 významně zasáhla retail a mnoho prodejců donutila přesunout se online prostředí. Přibližně jednu třetinu respondentů by ale odradila nutnost provést platbu vysoké částky online. Zájem o nákup automobilu přes internet pak roste s úrovní vzdělání.

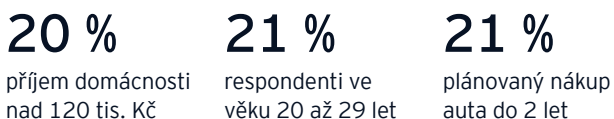
## Dokážete si představit nákup vozu přes internet? (v %)



## Nedokážu si vůbec představit nákup vozu přes internet:



## Dokážu si představit nákup vozu přes internet:



## Co by vás odradilo od koupě vozu online? (v %) (respondenti vybírali více možností)



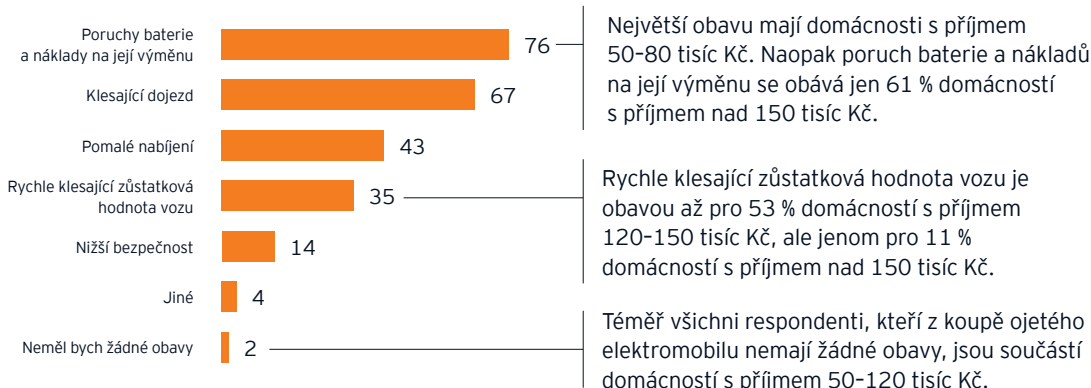
## Online by si automobil bez problémů koupilo:



# Nákup ojetého elektromobilu

S narůstajícím trendem elektromobility se na trhu bude objevovat čím dál více ojetých elektrovozů. Průzkum ukazuje, že tento fakt může u potenciálních kupujících vyvolávat určité obavy. Češi, Maďaři, Rusové i Turci mají největší strach z vadných baterií, nákladů na jejich výměnu a z klesajícího dojezdu vozu. Velmi malé procento respondentů nemá z koupě ojetého elektromobilu žádné obavy.

## Jaké by byly vaše největší obavy při nákupu ojetého elektromobilu? (v %) (respondenti vybírali více možností)



## Poruchy baterie a náklady na její výměnu uvedlo jako největší obavu:

69 %  
Maďarů

64 %  
Rusů

66 %  
Turků

# Zajímavosti

## 78 %

respondentů, kteří si plánují koupit auto s elektrickým pohonem, považuje úroveň digitalizace značky za důležitou.

## 44 %

domácností s příjmem do 20 tisíc Kč by financovalo nákup auta pomocí půjčky od člena rodiny nebo kamaráda.

## 40 %

domácností s příjmem 80–120 tisíc Kč by financovalo nákup auta pomocí bankovní půjčky a 22 % domácností s příjmem nad 150 tisíc Kč by si nové auto pořídilo na operativní leasing.

## 57 %

respondentů, kteří si chtějí jako svůj příští vůz pořídit elektromobil, v současnosti vlastní vůz s benzínovým pohonem.

## 78 %

respondentů, kteří by byli ochotní čekat 9–12 měsíců na auto od preferované značky, navštěvuje autorizované servisy dané značky. Naopak až 58 % respondentů, kteří by si v případě nutnosti čekat 9–12 měsíců na auto od preferované značky zvolili auto jiné značky, navštěvuje nezávislé servisy.

## 91 %

respondentů, kteří považují hybrid nebo elektroauto za nevhodnou alternativu, nikdy v elektroautu nesedělo. Téměř polovina z těch, kteří si plánují v budoucnu elektromobil koupit, už má s BEV vozem nějakou zkušenost.

## 37 %

respondentů vě v věku 20–29 let by nemělo problém čekat 9–12 měsíců na auto své preferované značky, v porovnání s jen 16 % respondentů ve věku 30–60 let.

## Konektivita

Respondenti, kteří si plánují koupit elektromobil, nepřipisují při výběru značky velkou váhu poprodejním službám. Naopak si víc potrpí na konektivitu.

# Kontakty



**Petr Knap**  
CESA Advisory Automotive  
& Transportation Leader  
petr.knap@cz.ey.com  
+420 731 627 215



**Zdeněk Dušek**  
Senior Partner  
CESA Mobility Leader  
zdenek.dusek@cz.ey.com  
+420 731 619 074

EY | Building a better working world

© 2021 Ernst & Young, s.r.o. | EY Law advokátní kancelář, s.r.o. Všechna práva vyhrazena. ED None.

Tento materiál má pouze všeobecný informační charakter, na který není možné spoléhat se jako na poskytnutí účetního, daňového ani jiného odborného poradenství. V případě potřeby se prosím obraťte na svého konkrétního poradce.

ey.com