

Očekávání automobilových zákazníků při nákupu a užívání vozidel

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

Prosinec 2021

The EY logo is positioned in the bottom right corner of the image. It consists of the letters 'EY' in a bold, white, sans-serif font. A yellow triangle is integrated into the top right corner of the letter 'Y'. The background of the entire image is a futuristic car interior with a steering wheel, dashboard, and various digital displays overlaid with blue and white data visualizations, including maps, charts, and car icons.

Building a better
working world

Základní informace o provedeném průzkumu

Průzkum mezi českými 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.

Struktura prezentace

- ▶ Detaily k metodice provedeního šetření
- ▶ Významná zjištění vyplývající z průzkumu
- ▶ Výsledky průzkumu
- ▶ Kontakty

Mimo tradičních otázek, týkající se výběru vozu a prodejce, nákupu automobilu přes internet a pohled na elektromobilitu, které každoročně respondentům pokládáme, abychom monitorovali vývoj jejich preferencí a potřeb, jsme se letos detailněji zaměřili na témata elektromobility, digitalizace, online služeb, nákupu ojetých vozů a dodacích lhůt.

Jedná se o šestý ročník tohoto unikátního průzkumu.

Základní informace

Profil respondentů

Průzkumu se zúčastnilo **celkem 3 122 respondentů** z toho 568 obyvatel ČR, 533 obyvatel HU, 1 510 obyvatel RUS a 511 obyvatel TUR rozdělených do skupin dle:

- ▶ pohlaví
- ▶ věku
- ▶ vzdělání
- ▶ bydliště
- ▶ hrubého příjmu domácnosti

Další informace k průzkumu

- ▶ Podmínkami pro zařazení do průzkumu bylo vlastnictví řidičského průkazu, pravidelné užívání automobilu a věk v rozmezí 20 - 60 let.
- ▶ Průzkum probíhal v listopadu 2021.
- ▶ Průzkum obsahoval 32 otázek.

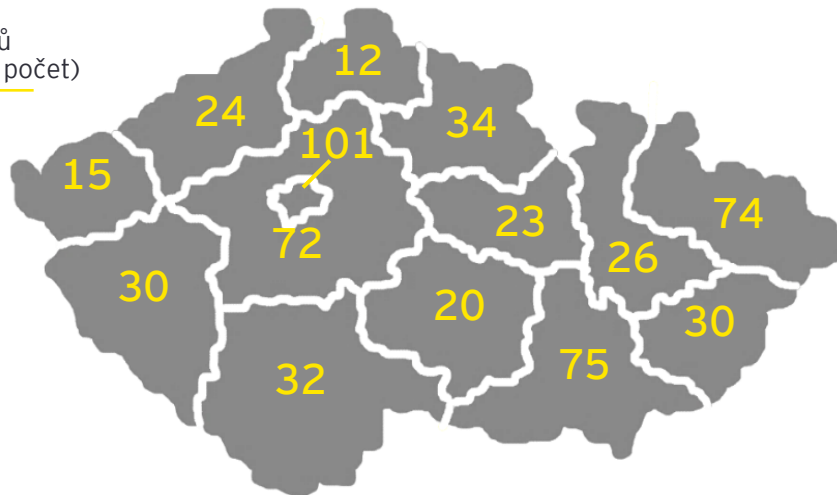
An aerial photograph of a multi-lane highway interchange during sunset. The sky is filled with vibrant orange and yellow light, which casts a warm glow over the scene. Several cars are visible on the road, their headlights and taillights illuminated. A large, semi-transparent white number '1' is overlaid on the left side of the image. Below the number, the text 'Metodika průzkumu' is written in a clean, white, sans-serif font. A thin yellow horizontal line is positioned directly under the text.

1 Metodika průzkumu

Detaily k metodice provedeného průzkumu

- ▶ V listopadu 2021 agentura InsightLab, pověřena společností EY, oslovila 568 respondentů z České republiky, 533 respondentů z Maďarska, 1 510 respondentů z Ruska a 511 z Turecka prostřednictvím online dotazníku. Společnou charakteristikou všech respondentů napříč zeměmi je vlastnictví řidičského průkazu, aktivní využívání vozu a zároveň patří do věkové kategorie 20 - 60 let.
- ▶ Vzorek respondentů byl upraven dle následujících kvót - min. 80 % už někdy kupovalo vůz, min. 80 % si koupilo vůz v posledních 5 letech, min. 35 % si plánuje pořídit nový vůz v následujících 5 letech (výsledná kvóta byla 49 %).
- ▶ Respondenti, kteří si ještě nikdy nekupovali vůz a jeho nákup plánují za více než 5 let nebo jej vůbec neplánují, byli z průzkumu vyřazeni.
- ▶ Hlavní dotazník byl sestaven ze 14 otázek pro zařazení do sociálně-ekonomických kategorií a z 32 otázek průzkumu.
- ▶ Dle typu otázky byla zvolena základna možných odpovědí buď konkrétním výčtem služeb a funkcionalit (volba jedné odpovědi nebo volba více odpovědí) nebo ohodnocením daného kritéria na stupnici od 1 do 5.

Rozdělení respondentů napříč kraji (absolutní počet)

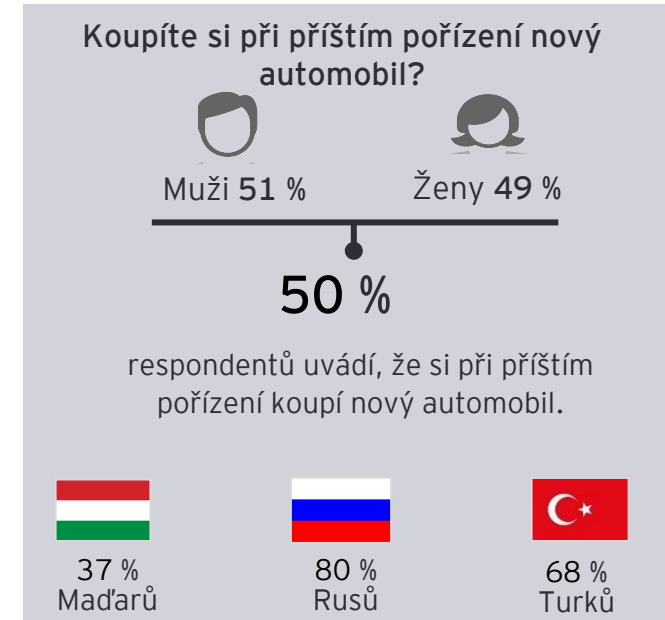
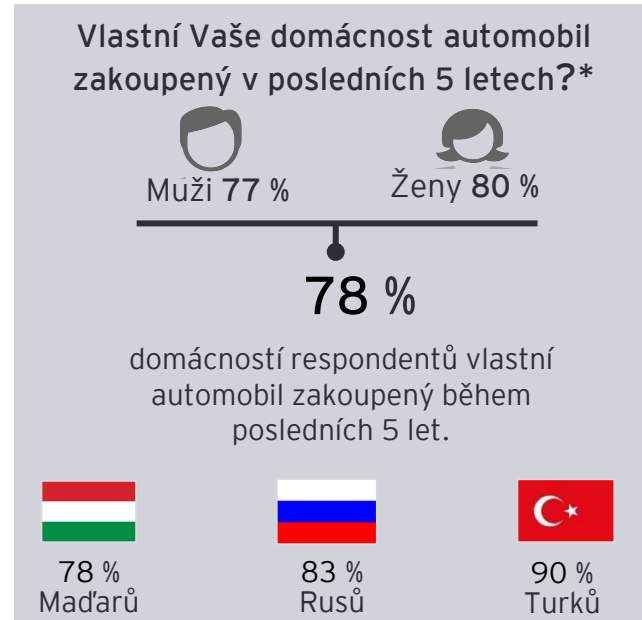


- ▶ Vzhledem k zaokrouhlení nebo vynechání některého typu odpovědi v zájmu zajištění relevantnějšího srovnání se v některých případech celkový součet zobrazovaných grafů nerovná 100 %.
- ▶ Pro potřeby tohoto dotazníku je termínem prodejce míněn podnik jako takový (prostory, zařízení, personál, vystavená vozidla atd.).
- ▶ V případě označení skupiny jako Češi, Maďaři, Rusové a Turci se nejedná o reprezentaci národa, ale o reprezentativní popis řidičů z dané země podle zadaných kritérií průzkumu. Kde nejsou výsledky porovnávány mezi respondenty jednotlivých států, vztahují se pouze k respondentům v České republice.
- ▶ Pro posouzení meziročního vývoje bylo využito údajů z šetření EY - Trendy a očekávání českých automobilových zákazníků při nákupu vozidel 2016, 2017, 2018, 2019 a 2020.

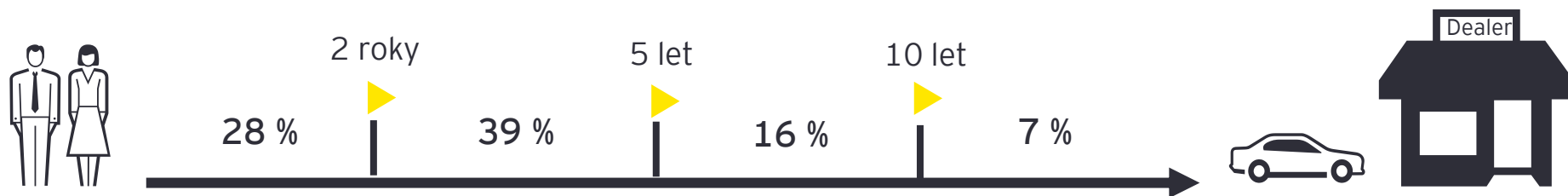
Rozdělení respondentů z ČR napříč sledovanými kategoriemi

	Absolutně	%
Pohlaví:		
Muž	311	54,8 %
Žena	257	45,2 %
Věk:		
20-29	43	7,6 %
30-44	238	41,9 %
45-60	287	50,5 %
Vzdělání:		
ZŠ, vyučen	75	13,2 %
SŠ s maturitou	261	46,0 %
VŠ	232	40,8 %

Charakteristika respondentů



V jakém časovém horizontu uvažujete o koupi Vašeho příštího automobilu?*



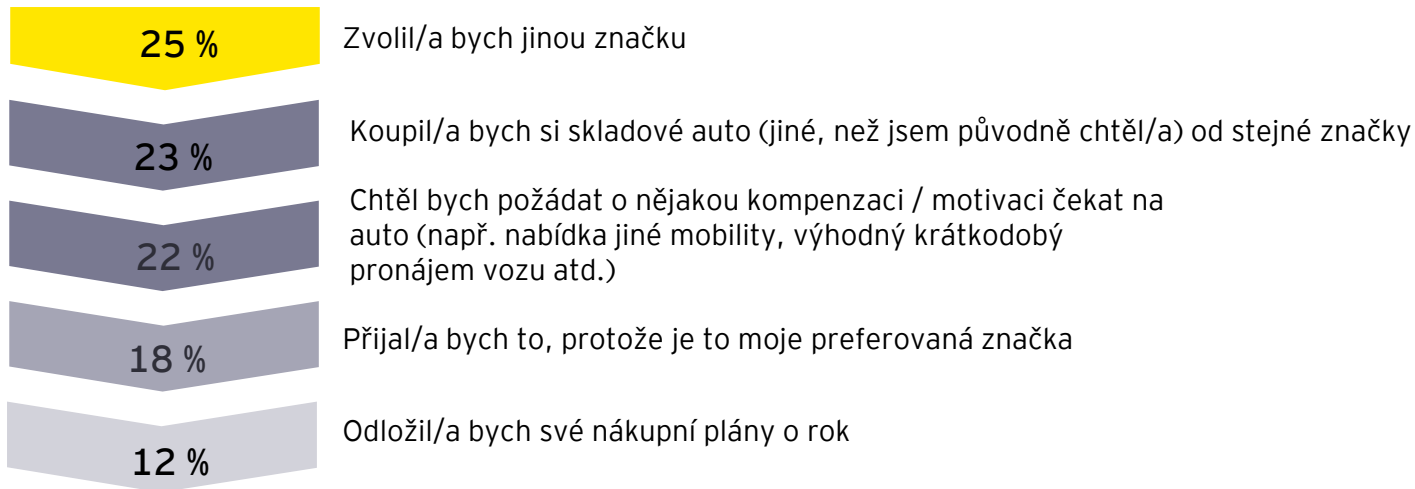
* Jedná se o nové i ojeté vozy.



Výběr vozu a prodejce

Automobilový průmysl prochází obtížným obdobím kvůli nedostatku čipů a dalších problémů v dodavatelském řetězci, které přináší dlouhé dodací lhůty mezi koupí a dodáním vozu

Co byste dělali, kdyby vaše preferovaná značka automobilů řekla, že musíte čekat 9-12 měsíců na nové auto?



Čekací dobu 9-12 měsíců by kvůli preferované značce přijalo



Věrnost ke značce při dlouhé dodací lhůtě a rozpočet k pořízení auta

Rozpočet do 50 tis. Kč



Rozpočet mezi 100-250 tis. Kč



Rozpočet mezi 250-1,000 tis. Kč



Rozpočet více než 1,250 tis. Kč



Respondent by zůstal značce věrný

Respondent by své nákupní plány odložil

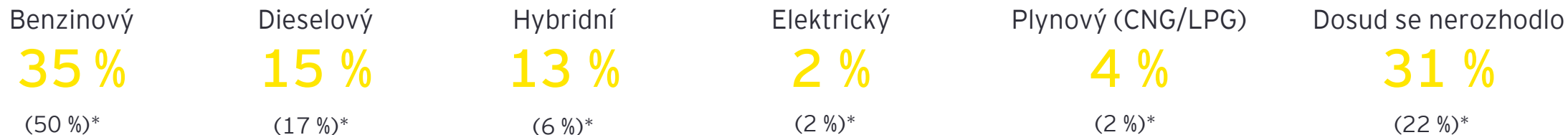
Respondent by zvolil jinou značku

Při takové čekací době by zvolilo jinou značku

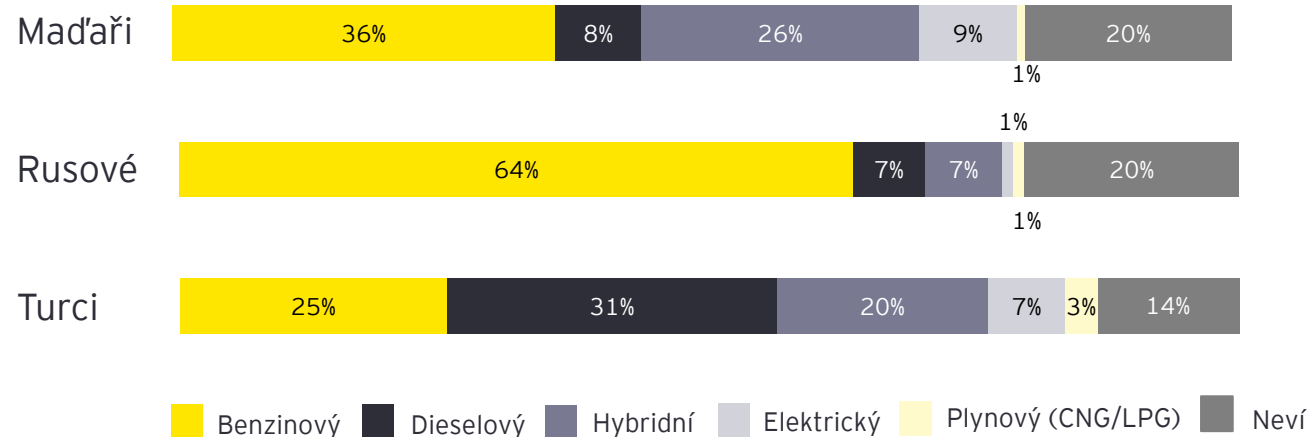
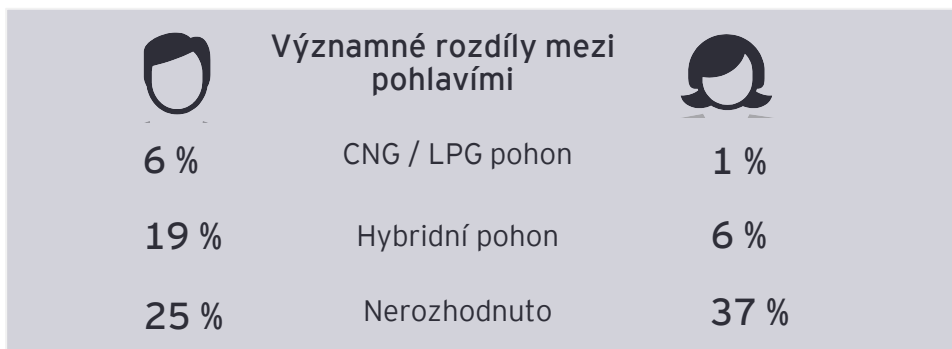


Češi by v případě dlouhé dodací lhůty vozu zvolili jinou značku vozu namísto toho, aby vyčkali na jejich preferovanou značku. Podíl řidičů, kteří by na dodání vozu vyčkali a zažádali o nějakou kompenzaci je stejný jako těch, kteří by si koupili skladové auto od stejné značky. Pouze 12 % všech respondentů by kvůli tomu odložily nákup nového vozu o rok.

Jaký pohon bude mít můj příští automobil?



* Odpověď respondentů v roce 2020.



Vůz s alternativním pohonem si chce pořídit



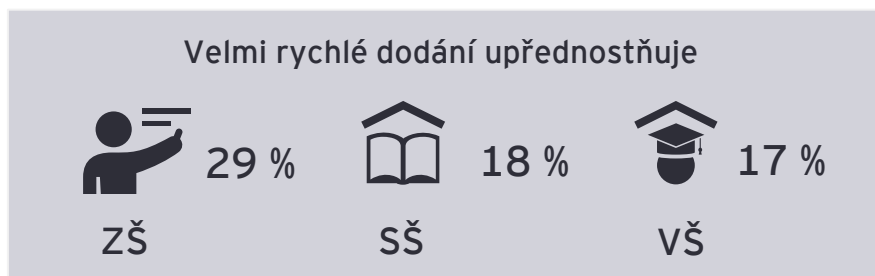
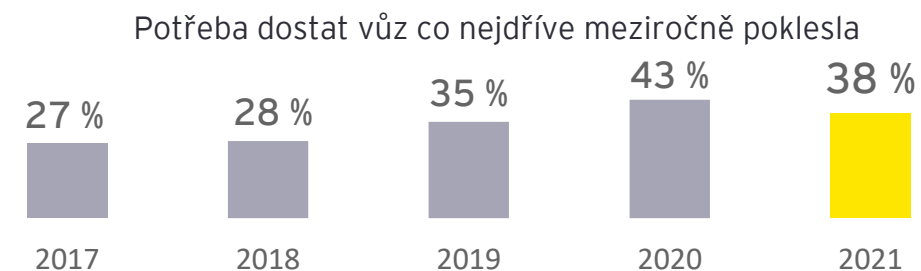
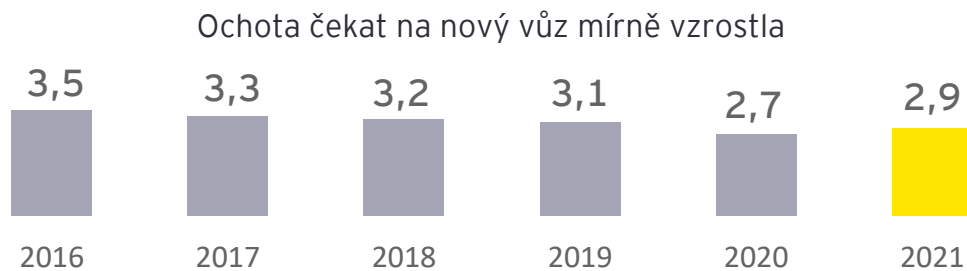
34 % domácností s hrubým příjmem nad 120 tis. Kč měsíčně preferuje u svého příštího automobilu hybridní pohon, s rostoucím příjmem domácností roste preference alternativních pohonů



Zájem o konvenční motory dlouhodobě klesá. Výrazně vzrostl počet nerozhodnutých respondentů, které do budoucna se mohou zvolit alternativní pohonem u svého příštího vozu.

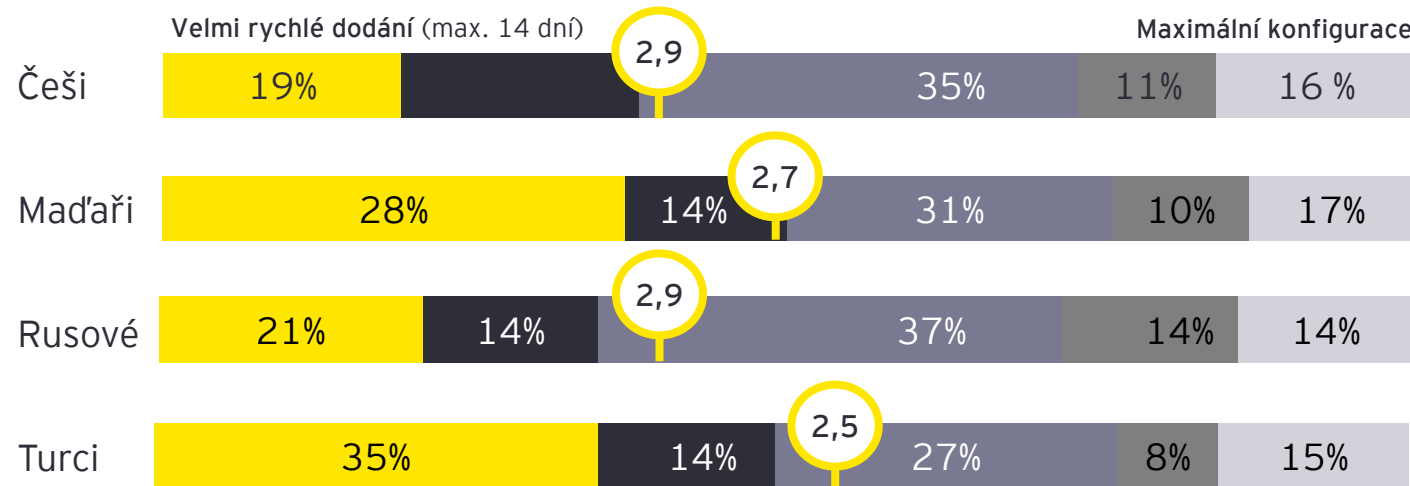
Budu na svůj nový automobil čekat?

Je pro Vás důležitější dostat vůz ihned, ale vybírat pouze z omezených možností, nebo si vůz maximálně nakonfigurovat, ale čekat na něj delší dobu (1/2 roku)?



28 % řidičů, kteří si plánují pořídit elektromobil nebo hybrid preferují možnost maximální konfigurace

Preference možnosti konfigurace roste s úrovní vzdělání, stejně jako s plánovanou hodnotou pořízeného vozů.



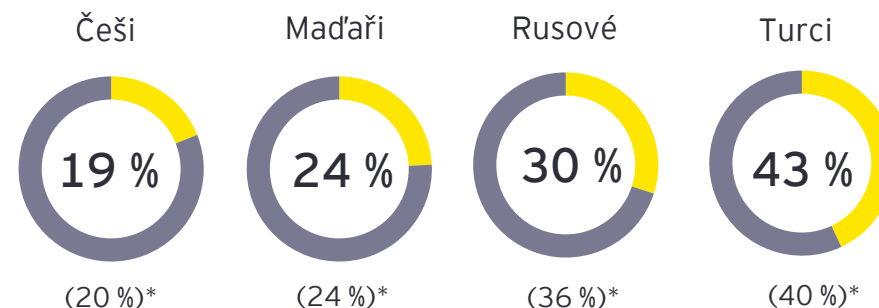
V porovnání s předchozím rokem mírně vzrostl počet řidičů ochotných si na vůz počkat, naopak preference českých řidičů velmi rychlého dodání nového auta klesla v porovnání s minulým rokem o 5 procentních bodů.

Jaký způsob financování pořízení vozu zvolím?

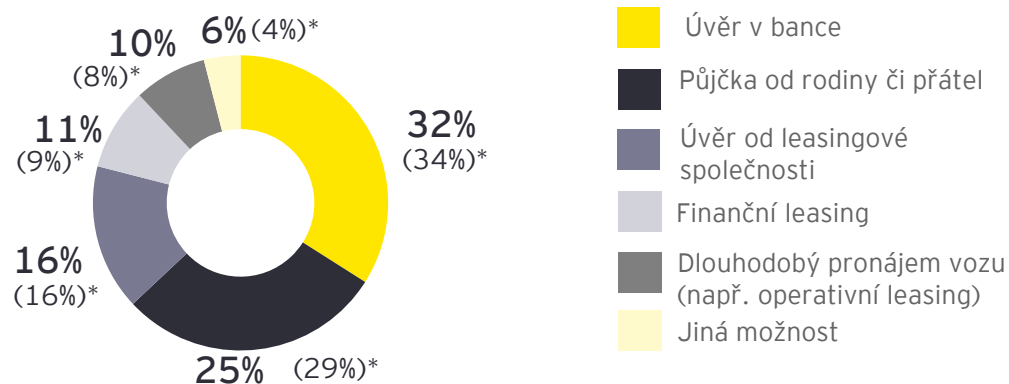
Jaký způsob financování nejpravděpodobněji zvolíte, až si budete pořizovat Váš příští vůz?



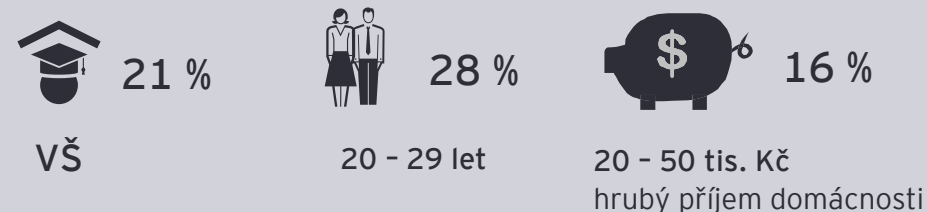
Jste ochoten/a připlatit si za službu předplatného, díky kterému byste měl/a možnost střídát vozy podle Vašich aktuálních potřeb?



Pokud byste sháněl/a financování z cizích zdrojů, jaký způsob financování byste zvolil/a?



Připlatit si až 15 % oproti operativnímu leasingu je ochotno



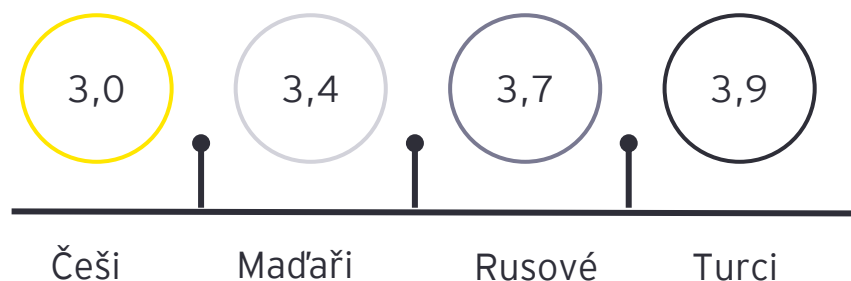
* Odpověď respondentů v roce 2020.



21 % respondentů, kteří plánují investovat do příštího vozu 250 - 500 tis. Kč, je rozhodnuto financovat koupi automobilu čistě prostřednictvím úvěru od leasingové společnosti. S dále rostoucím rozpočtem toto procento klesá.

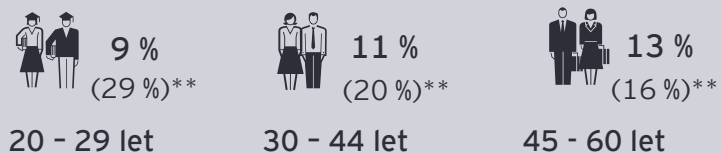
Jak je důležitá značka vozu a které faktory působí při výběru značky?

Jak důležitá je pro vás značka automobilu, který vlastníte / plánujete koupit?



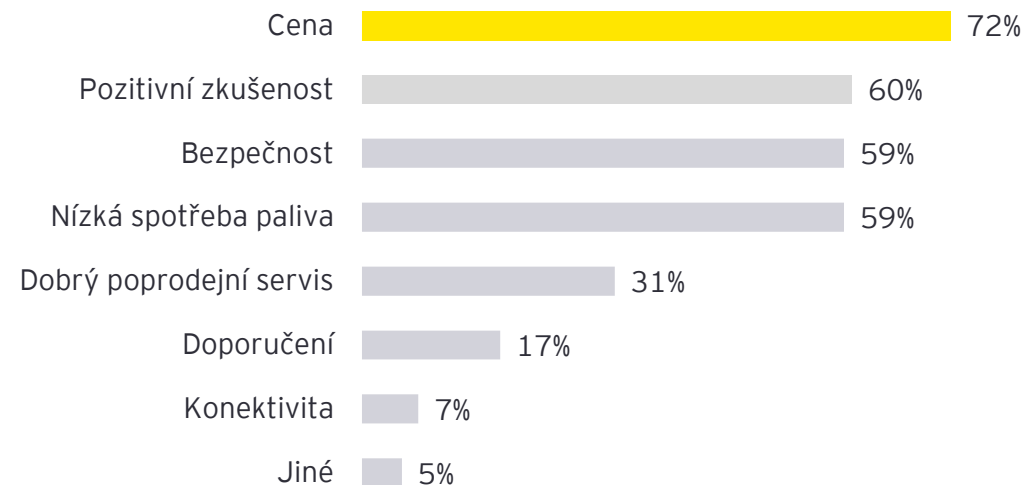
1 - vůbec ne, vnímám automobil pouze jako dopravní prostředek
5 - výrazně, automobil je pro mě odrazem mé osobnosti

Značka automobilu je pro mě maximálně důležitá, automobil je odrazem mé osobnosti



**) Odpověď respondentů v roce 2020.

Které faktory Vás při výběru značky automobilu nejvíce ovlivňují?*



* Respondenti vybírali více možností.

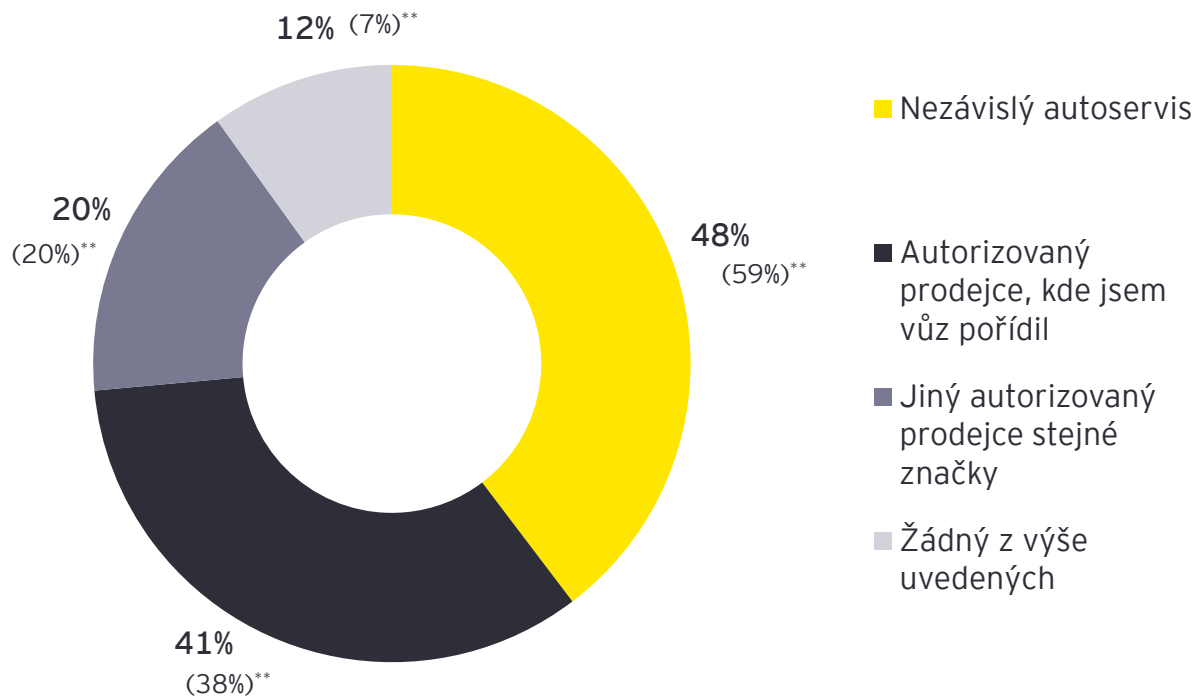
Dobrý poprodejní servis ocení



Češi si drží nejvíce neutrální postoj k významu značky ve srovnání s ostatními zeměmi průzkumu. Dobrý poprodejní servis je pro Čechy na pátém místě mezi sedmi faktory ovlivňujícími výběr vozů a tak stejně jako pro Maďary a Rusy není natolik důležitý. Dvě třetiny Turků ale uvádí, že právě kvalita poprodejního servisu je při výběru značky ovlivňuje.

Jak probíhá servis Vašeho vozidla?

Které z uvedených subjektů jste za poslední 2 roky navštívil/a za účelem servisu Vašeho vozu?*



*) Respondenti vybírali více možností.

**) Odpověď respondentů v roce 2020.

68 %

řidičů, jejichž současné vozidlo je **staré 3-4 roky**, navštívilo servis **autorizovaného prodejce**, u kterého si vůz pořídili

65 %

řidičů, jejichž současné vozidlo je **staré více než 8 let**, navštívilo **nezávislý servis**

Nezávislý autoservis navštěvuje



59 %
Maďarů



50 %
Rusů

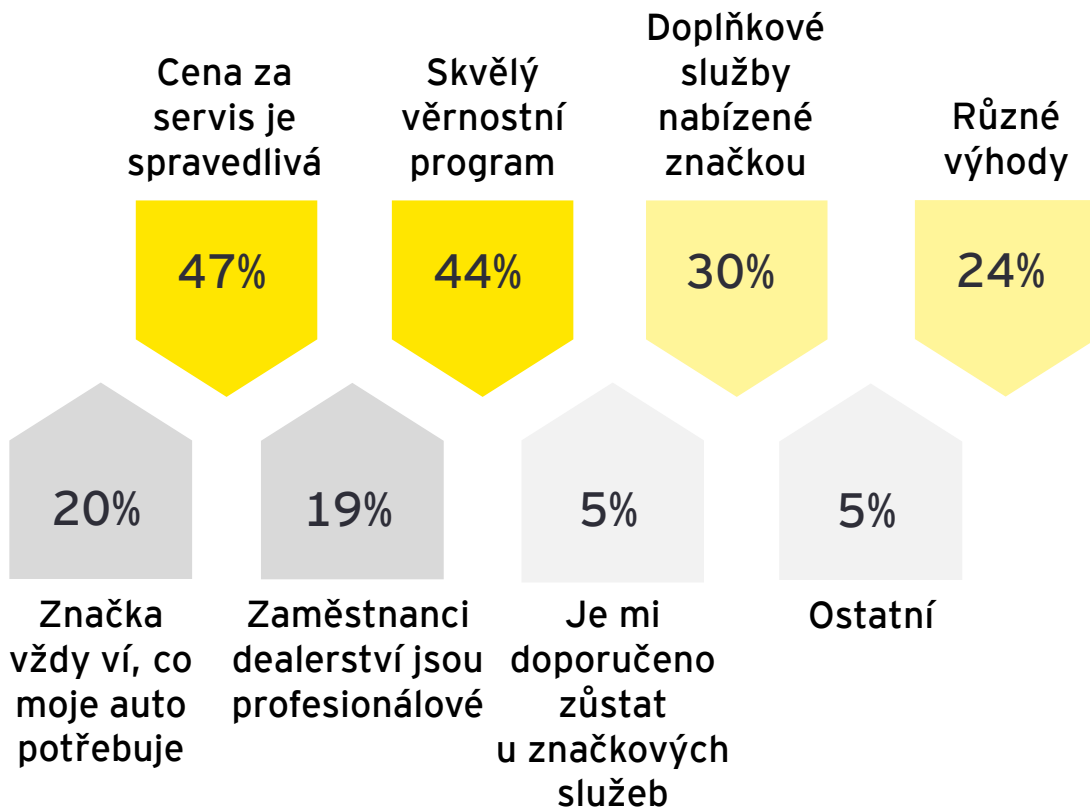


28 %
Turků

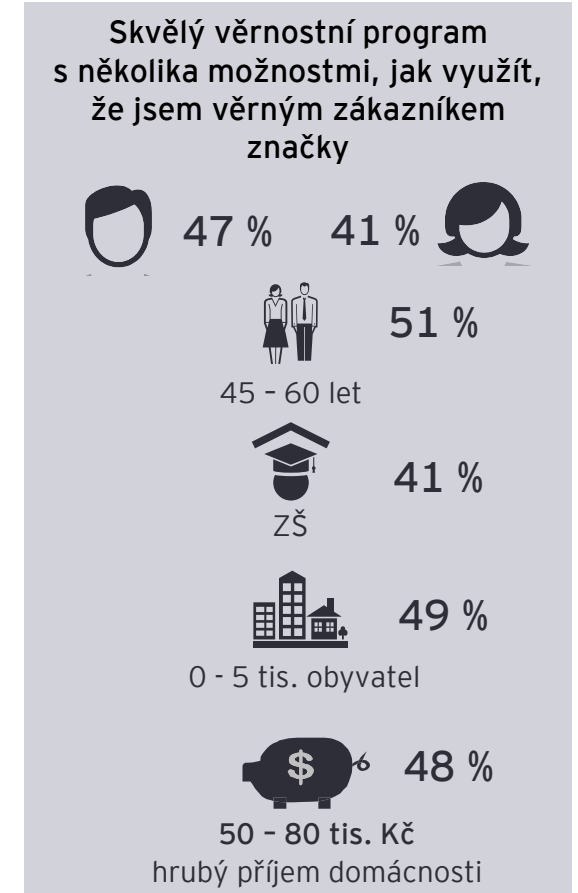
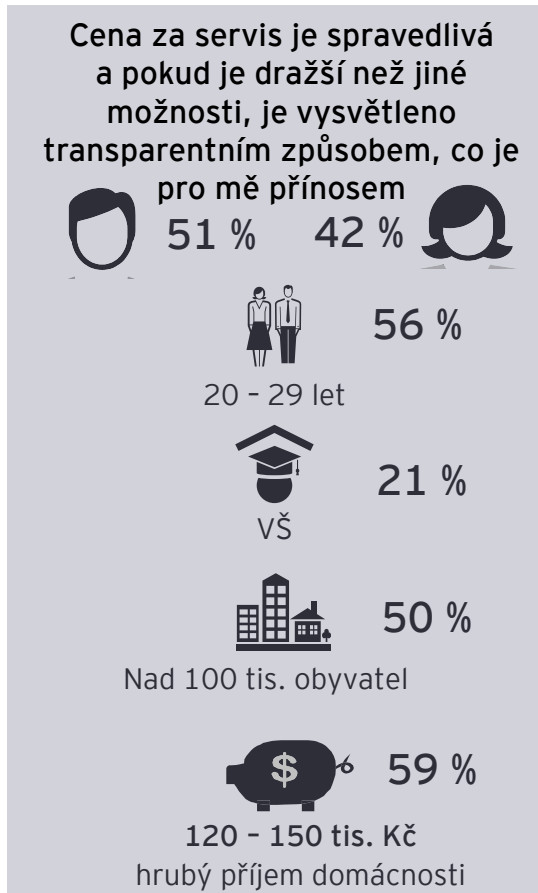


Míra preference navštívit servis autorizovaného prodejce, kde jsem vůz pořídil/a klesá se stářím automobilu. Jenom 19 % řidičů, jejichž současné vozidlo je staré více než 8 let, takový servis v posledních dvou letech navštívilo.

Co by vás motivovalo k tomu, abyste zůstali věrní své značce vozu v období po jeho koupi (servis automobilu)?*



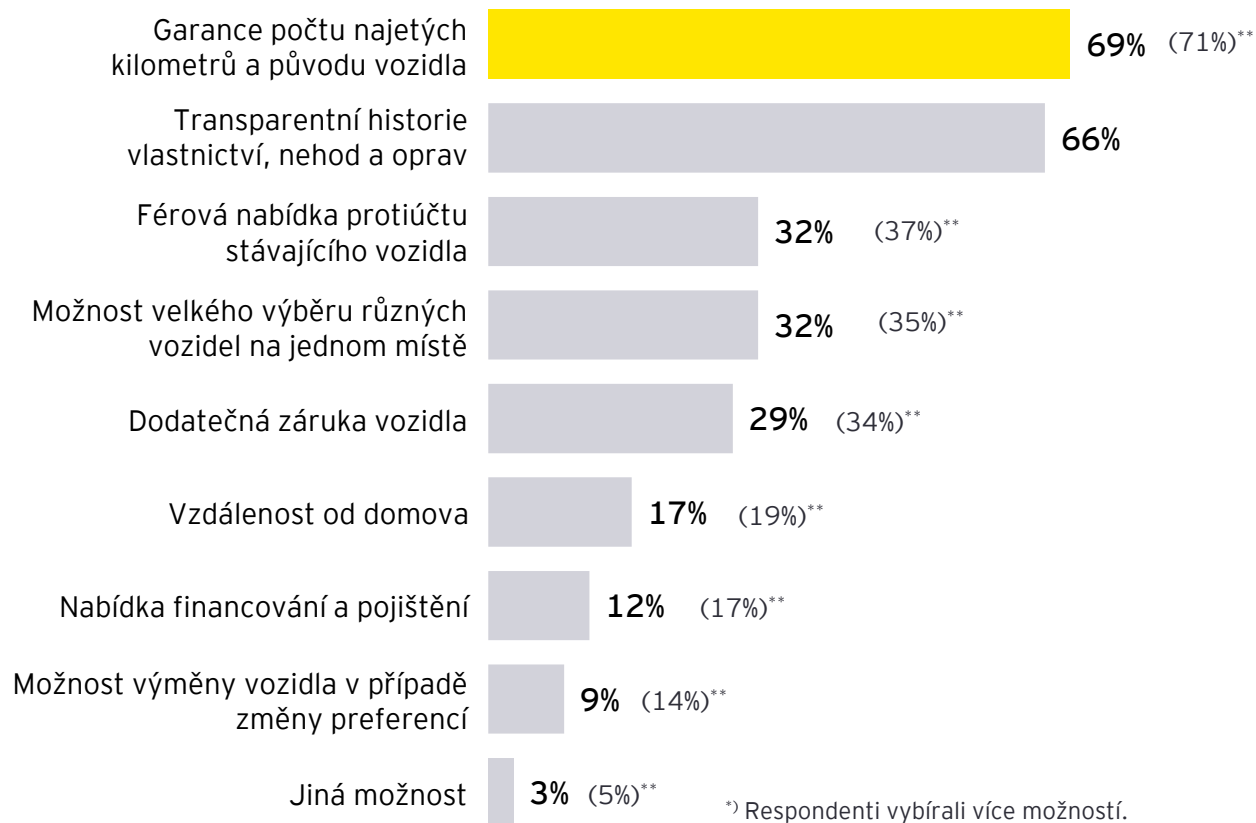
* Respondenti vybírali více možností.



Po koupi/servisu vozidla by nejvíce respondenty motivovala spravedlivá či transparentně vysvětlená cena vozidla/služby. Respondenti z menších měst a s nižším příjmem by více preferovali skvělý věrnostní program oproti transparentnímu vysvětlení ceny.

Jak se rozhodují při nákupu ojetého vozu?

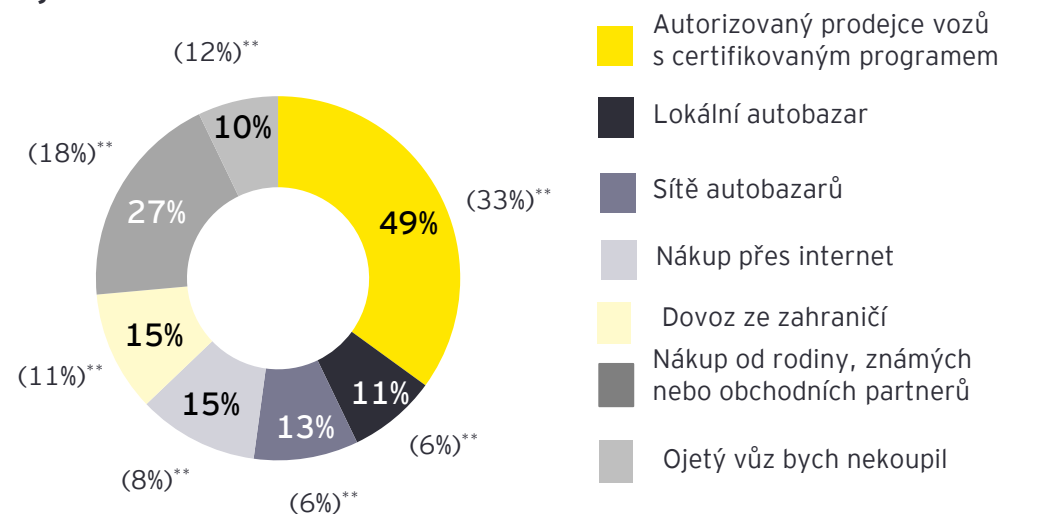
Které služby jsou pro vás klíčové při výběru prodejce ojetých vozů?*



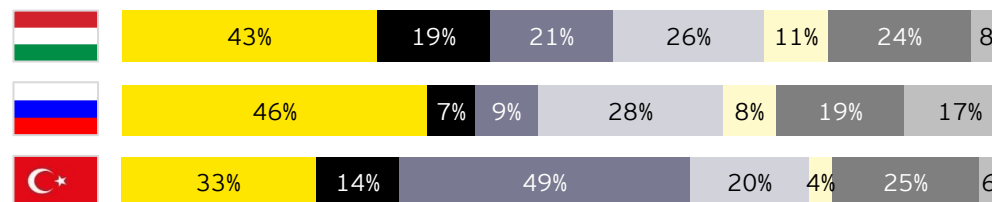
* Respondenti vybírali více možností.

** Odpověď respondentů v roce 2020.

Jakou možnost byste zvolili nejpravděpodobněji při nákupu ojetého vozu?*



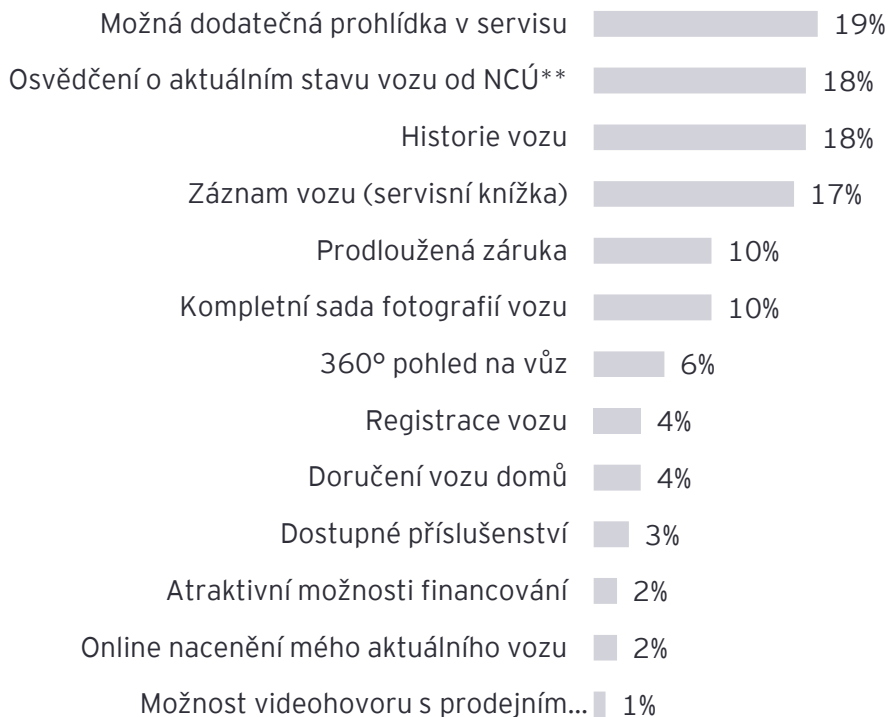
** Odpověď respondentů v roce 2020 (v roce 2020 bylo možné zvolit pouze jednu preferovanou variantu).



Garance počtu najetých kilometrů a původu vozidla je pro české řidiče klíčové při výběru ojetého vozu a koresponduje s preferencí pořízení ojetého vozu od autorizovaného prodejce s certifikovaným programem. Oproti loňskému roku se výrazně změnili preference respondentů ve všech zemích obdobně jako v ČR.

Jaký typ online služeb by vás přesvědčil, abyste si koupili ojeté auto, aniž byste ho viděli naživo?*

Nic by mě nepřimělo koupit auto, aniž bych... **56%**



*) Respondenti vybírali více možností.

***) Nezávislý certifikační úřad

56 % řidičů by nepřesvědčil žádný typ online služeb k tomu, abys koupili ojeté vozidlo aniž by ho viděli naživo

	Historie vozu	Kompletní sada fotek	Možnost dodatečné servisní prohlídky	Nezávislá certifikace
20 - 29 let	26 %	23 %	23 %	19 %
30 - 44 let	16 %	10 %	19 %	16 %
45 - 60 let	20 %	8 %	19 %	19 %

Nic by je nepřimělo koupit si ojetý vůz bez toho, aniž by ho viděli

 52 %
Maďarů

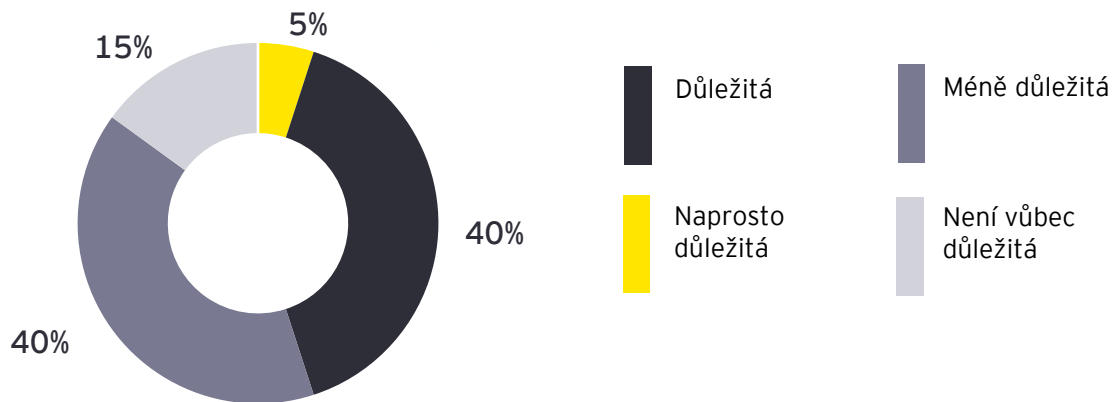
 51 %
Rusů

 27 %
Turků



Při koupi ojetého vozidla by nejvíce respondenti ocenili online záznam vozidla/servisní knížku a osvědčení o aktuálním stavu vozu od nezávislého. Největší % řidičů, kteří by si nekoupili ojeté auto aniž by ho viděli, je z České republiky.

Jak důležitá je pro vás úroveň digitalizace značky automobilů, od které si koupíte auto?



78 % řidičů co zamýšlejí koupit elektrický vůz považují úroveň digitalizace značky za **důležité kritérium** při koupi auta

64 % řidičů co zamýšlejí koupit hybridní vůz považují úroveň digitalizace značky za **důležité kritérium** při koupi auta

49 % respondentů s rozpočtem na vůz do 500 000 tisíc korun uvedlo **jedním z nejdůležitějších kritérií** stejně jako cena, výkon, bezpečnost a design

Úroveň digitalizace značky je pro mě naprosto důležitá nebo důležitá



Nad 100 tis. obyvatel 48 %

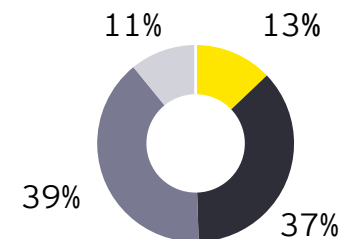
20 - 100 tis. obyvatel 52 %

5 - 20 tis. obyvatel 42 %

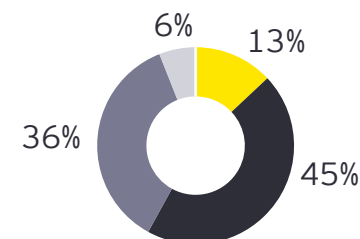
0 - 5 tis. obyvatel 39 %



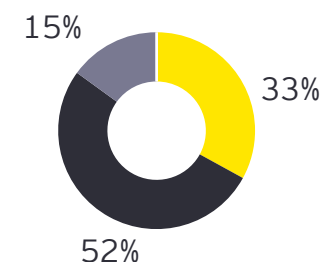
Maďaři



Rusové



Turci



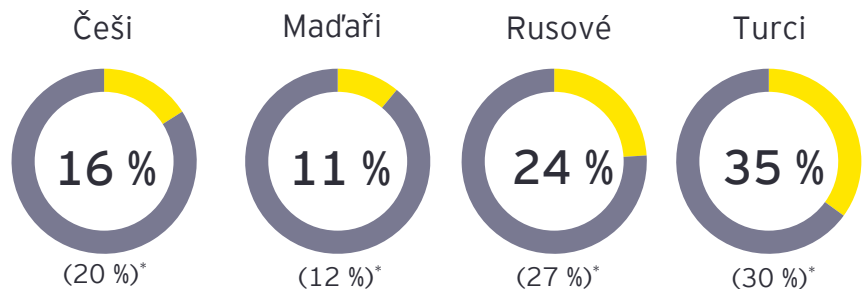
Většina respondentů ČR volila úroveň digitalizace značky automobilů jako jedno z nejdůležitějších kritérií. Čím větší mají lidé rozpočet na auto, tím více vnímají úroveň digitalizace značky jako klíčový parametr při rozhodování o koupi vozu.



Trendy a technologie

Jsem ochotný koupit svůj automobil přes internet?

Dokážete si představit nákup vozu přes internet?



* Odpověď respondentů v roce 2020.

Nedokáží si vůbec představit nákup vozu přes internet



Muži 25 %



Ženy 50 %

Dokáží si představit nákup vozu přes internet**



20 %

nad 120 tis. Kč
příjem domácností



21 %

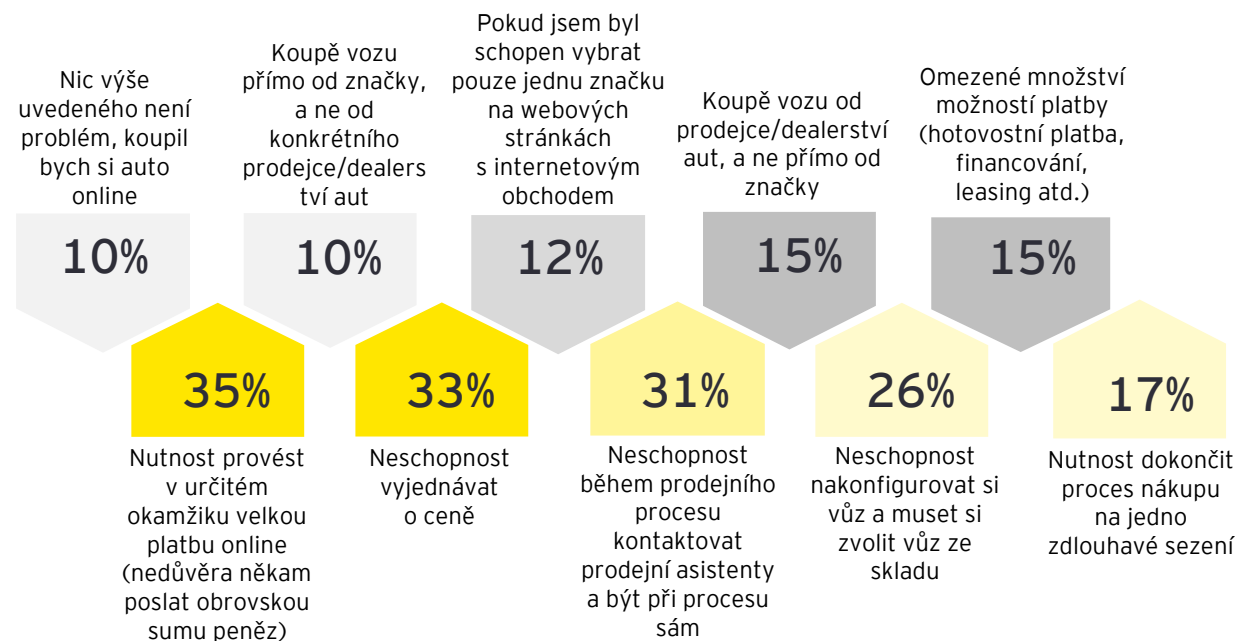
20 - 29 let



21 %

do 2 let
nákup auta

Co by vás osobně odradilo od koupě vozu online?*



* Respondenti vybírali více možností.

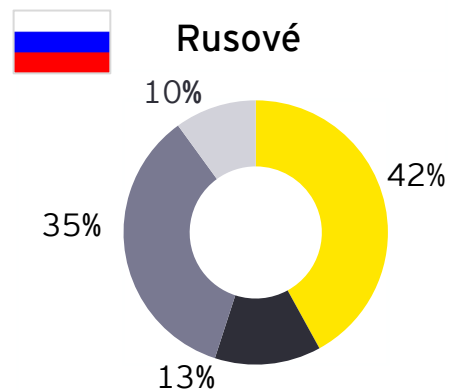
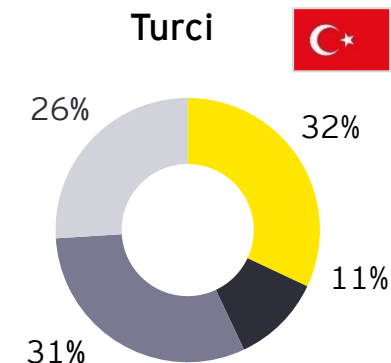
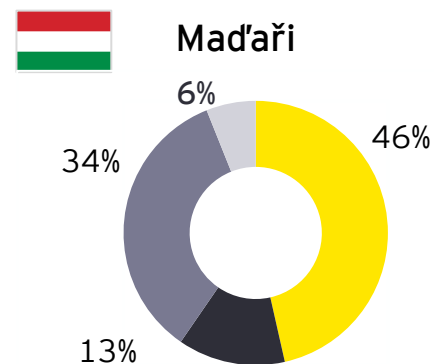
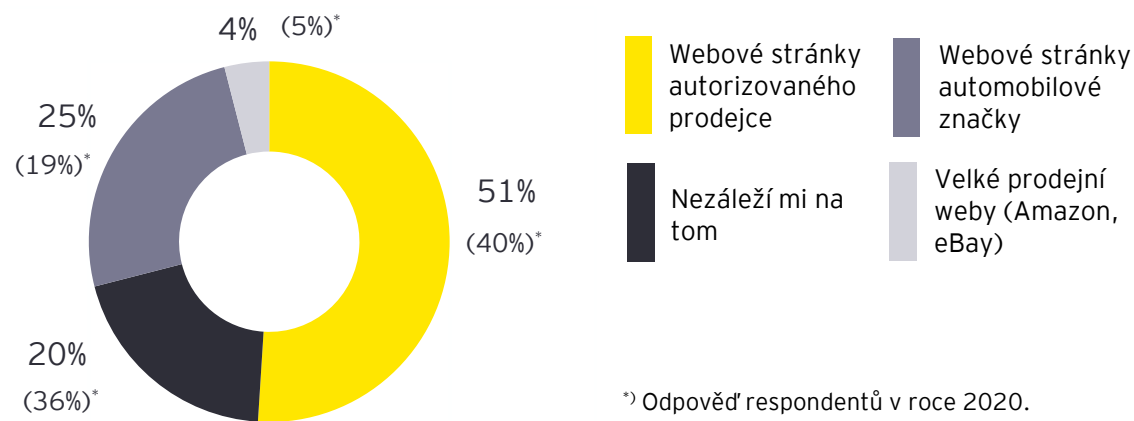
Nic výše uvedeného není problém, auto online by si koupilo



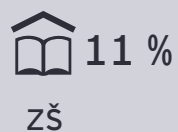
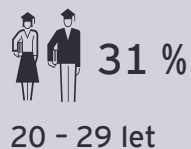
Zájem nakoupit automobil přes internet roste s úrovní vzdělání. Přibližně jednu třetinu respondentů by odradila nutnost provést v určitém okamžiku velkou platbu online.

Kde na internetu si vozidlo pořídím?

Pokud byste nakupoval/a přes internet, na jaké webové stránce byste automobil pořídil/a nejpravděpodobněji?



Nejvíce vzrostl zájem o webové stránky automobilové značky



40 % řidičů, kteří navštívili v posledních 2 letech **nezávislý servis**, by v případě pořízení automobilu online volili **webové stránky automobilové značky**



3 ze 4 respondentů ČR při nákupu přes internet nepřemýšlejí o jiné alternativě než webové stránky autorizovaného prodejce nebo automobilové značky, což je staví do výhodné pozice. V Turecku jsou velké prodejní weby relevantní alternativou.

Za jakým účelem bych využil/a připojení vozu na internet?

Které z funkcí související s připojením vozu na internet byste využil/a?*

67 %

Aktuální informace o dopravní situaci a upozornění v případě zhoršení
(68 %) **

54 %

Monitoring vozu za účelem zabezpečení a možnosti vyhledání aktuální polohy vozu
(51 %) **

40 %

Úhrada plateb za parkování, dálničních poplatků nebo plateb za tankování
(37 %) **

31 %

Automatické odeslání upozornění o nutnosti servisu Vašemu dealerovi, který by Vám nabídl prohlídku
(34 %) **

30 %

Placení pojištění podle údajů o najetých km a stylu jízdy zaslaných pojišťovně ze zařízení ve Vašem vozu
(29 %) **

10 %

Doručování zboží či zásilek do kufru vozidla na místo, kde je zaparkované (např. nákup potravin, zboží z eshopu)
(13 %) **

12 %

Zasílání upozornění na slevové akce obchodů, restaurací aj. v místě, kde se pohybují
(13 %) **

*) Respondenti vybírali více možností.

**) Odpověď respondentů v roce 2020.



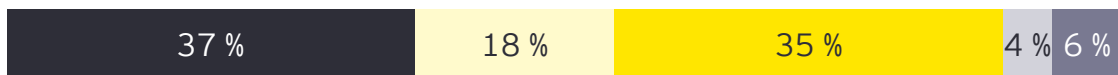
Aktuální informace o dopravní situaci by využilo



Nejvíce by řidiči využili služby související s informacemi o dopravní situaci. O doručování zboží do kufru by byl zájem především ve větších městech a mezi mladšími respondenty. Domácnosti s příjmem nad 150 tis. Kč by měli největší zájem (61%) o monitoring vozů, domácností s příjmem (do 20 tis. Kč) mají zvýšený zájem (28%) o zasílání upozornění na slevové akce.

Je pro mě elektromobilita relevantní?

Do jaké míry byste v budoucnu uvažoval/a o koupi elektromobilu nebo hybridu?



37 % Není to pro mě atraktivní záležitost a o jeho pořízení bych neuvažoval/a

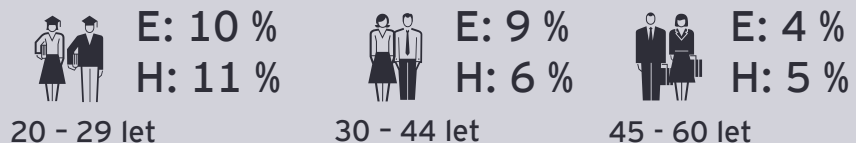
18 % V případě zajímavé cenové nabídky by pro mě pořízení elektromobilu přicházelo v úvahu

35 % V případě zajímavé cenové nabídky by pro mě pořízení hybridu přicházelo v úvahu

4 % Určitě si chci elektromobil pořídit v budoucnosti

6 % Určitě si chci hybrid pořídit v budoucnosti

Elektromobil (E) / hybrid (H) si chce určitě pořídit



Elektromobil by si pořídilo
(určitě nebo v rámci zajímavé cenové nabídky):



Hybrid by si pořídilo
(určitě nebo v rámci zajímavé cenové nabídky):



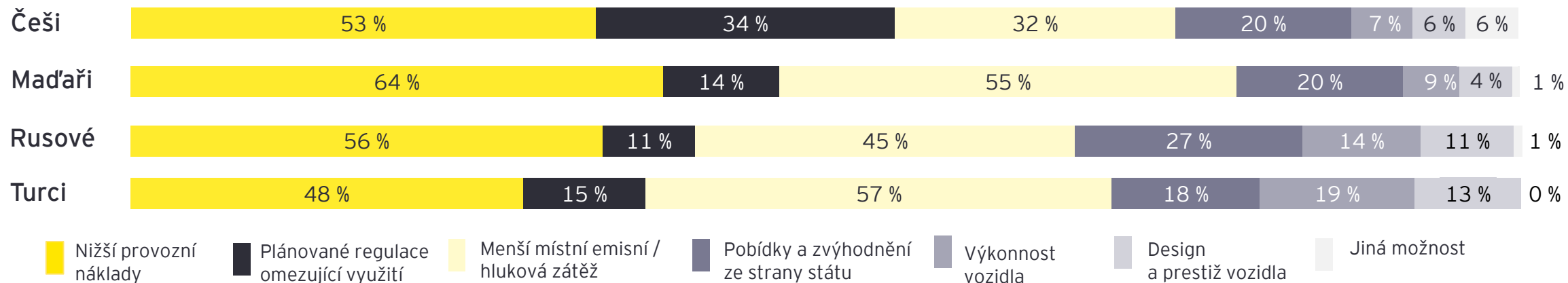
- 49 %** Respondentů z **malých měst** (5-20 tis. obyvatel) má zájem o koupi **hybridu**
- 26 %** Respondentů z **velikých měst** (nad 100 tis. obyvatel) má zájem o koupi **elektromobilu**
- 12 %** Respondentů s **příjmem domácnosti od 80 do 120 tis. Kč** definitivně si pořídí **hybrid** v budoucnu
- 11 %** Respondentů s **příjmem domácnosti nad 120 tis. Kč** definitivně si pořídí **hybrid** v budoucnu



O koupi elektromobilu uvažuje 21 % Čechů, o koupi hybridu 41 %. Oproti ostatním zemím je zájem o elektromobilitu v Čechách nejnižší.

Proč je pro mě elektromobil atraktivní záležitost?

Z jakého důvodu máte především zájem o koupi elektromobilu nebo hybridu? **



* Otázka byla položena pouze respondentům, kteří projevili o koupi elektromobilu zájem.

** Respondenti vybírali více možností.



53 % (45%)* respondentů uvažujících o koupi **elektromobilu** jsou důležité **nižší provozní náklady**

55 % (34%)* řidičů, kteří jezdí autem **téměř každý den primárně ve městě** je nakloněna **elektromobilitě** mimo jiné z důvodu **nižší emisní a hlukové zátěže**

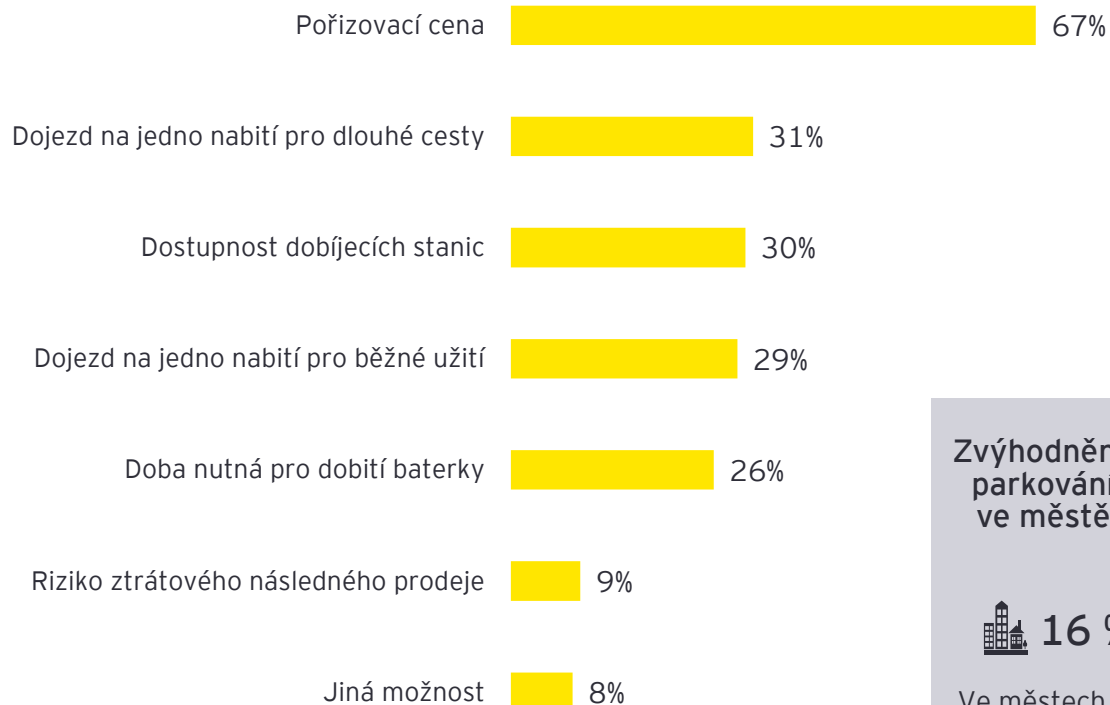
* Odpověď respondentů v roce 2020.



Nejvíce respondentů z ČR má o elektromobil zájem kvůli nižším provozním nákladům a plánovaným regulacím omezujícím využití automobilu se spalovacím motorem.

A co mě naopak od koupě elektromobilu odrazuje?

Co mě od koupě elektromobilu odrazuje?*



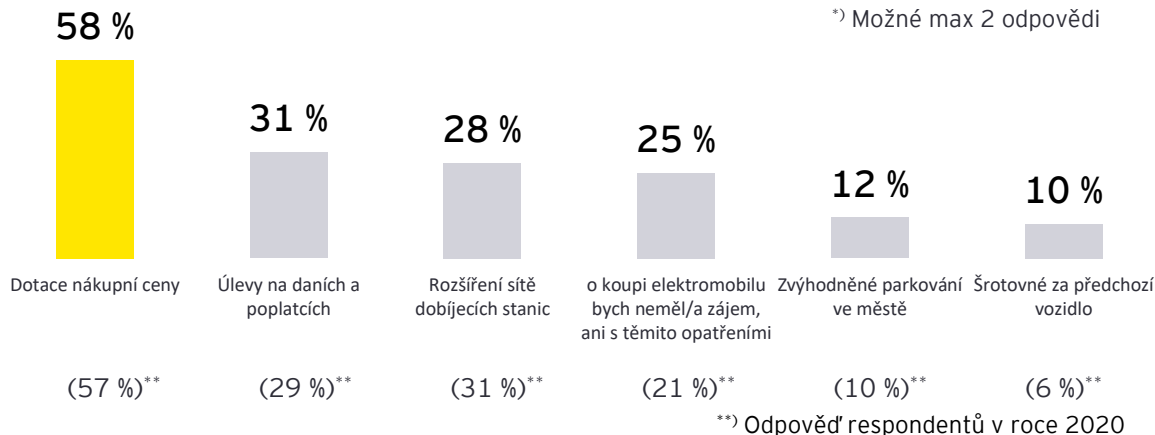
* Respondenti vybírali více možností.

Zvýhodněné parkování ve městě

16 %

Ve městech s více než 100 tisíc obyvateli

Kterými opatřeními by stát zvýšil Váš zájem o elektromobil?*



25 % řidičů by o elektromobil nemělo zájem ani v případě podpory státu prostřednictvím výše uvedených opatření

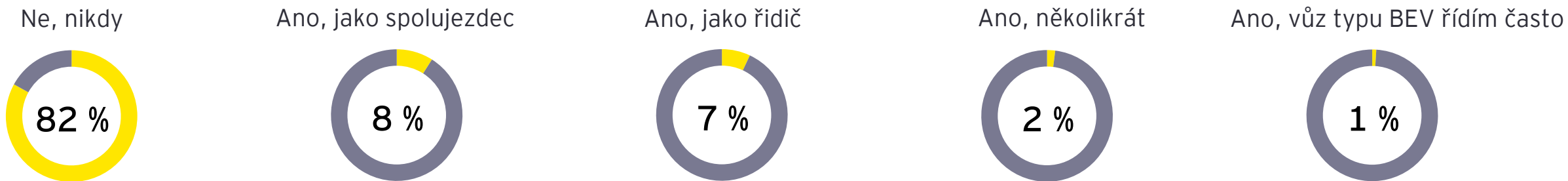
43 % řidičů s příjmem domácnosti nad 120 tis. Kč měsíčně, by měli zvýšený zájem o elektromobil v případě rozšíření sítě dobíjecích stanic

Rozšíření sítě dobíjecích stanic by ocenilo



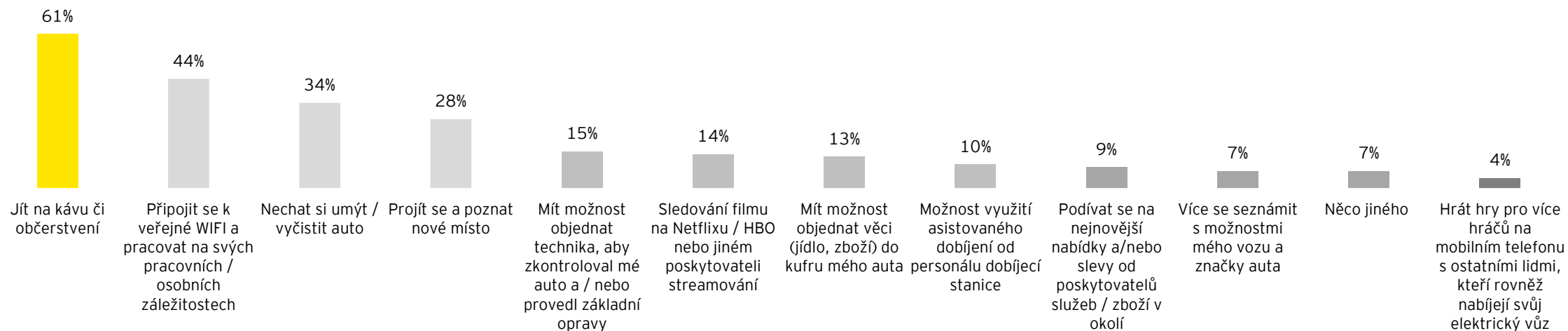
Čechy od koupě elektromobilu stále nejvíce odrazuje pořizovací cena. Více než polovina by uvítala podporu státu ve formě dotací nákupní ceny.

Už jste někdy zažili řízení vozu BEV?



Více než 80 % Čechů ještě nikdy nemělo příležitost řídit nebo se svézt BEV vozem. V Maďarsku, Rusku i Turecku je situace obdobná.

Průměrná doba nabíjení vozu BEV na veřejné nabíjecí stanici je 30 - 60 minut. Co byste ocenili, abyste si čekání na nabití co nejvíce zpříjemnili?*



* Respondenti vybírali více možností.



20 - 29 let

- 37% Připojit se k veřejné WIFI a pracovat
- 30% Sledování filmu přes streamingové platformy
- 23% Mít možnost objednat zboží do kufru
- 21% Hrát hry pro více hráčů na mobilním telefonu



30 - 44 let

- 64% Jít na kávu či občerstvení
- 47% Připojit se k veřejné WIFI a pracovat
- 18% Sledování filmu přes streamingové platformy



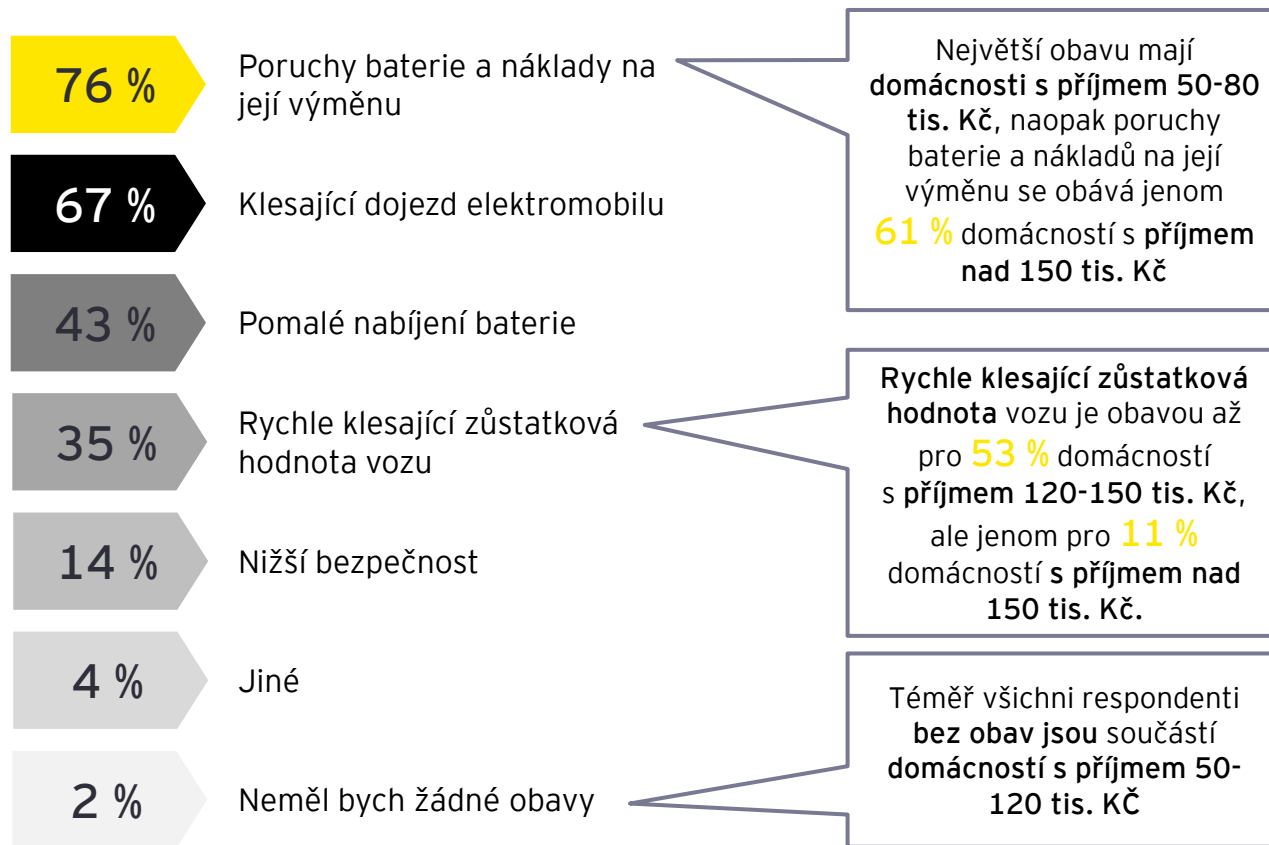
45 - 60 let

- 11% Něco jiného
- 8% Sledování filmu přes streamingové platformy
- 1% Hrát hry pro více hráčů na mobilním telefonu

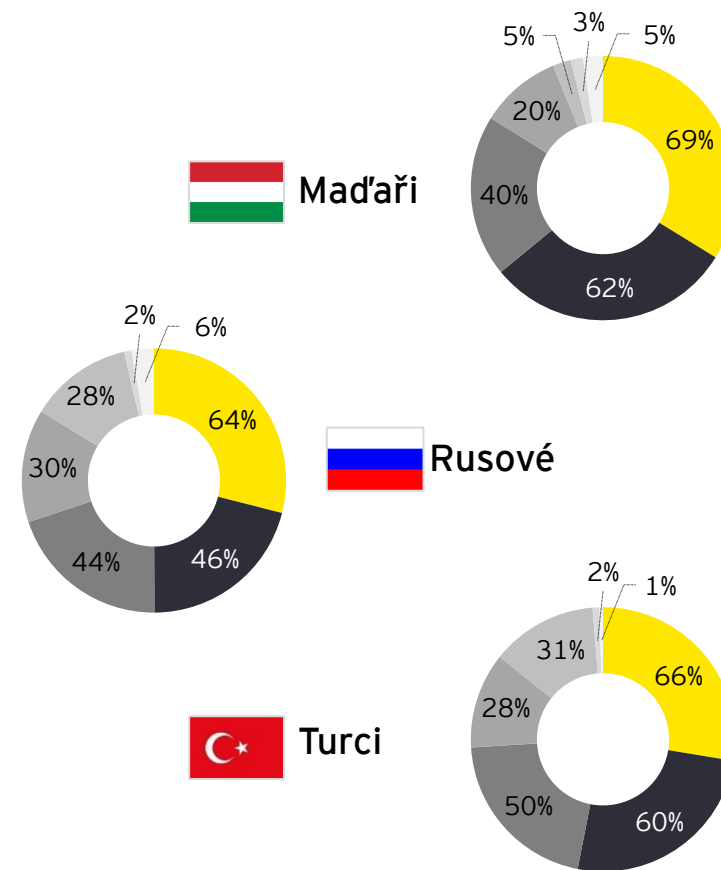


Většina Čechů by při čekání využila možnost kávy či občerstvení, stejně jako Maďaři, Rusové a Turci. Největší rozdíly mezi Čechy jsou ve věkové kategorii 20-29 let, kde respondenti nejvíce preferují multimediální prvky.

Jaké by byly vaše největší obavy při nákupu ojetého elektromobilu?*



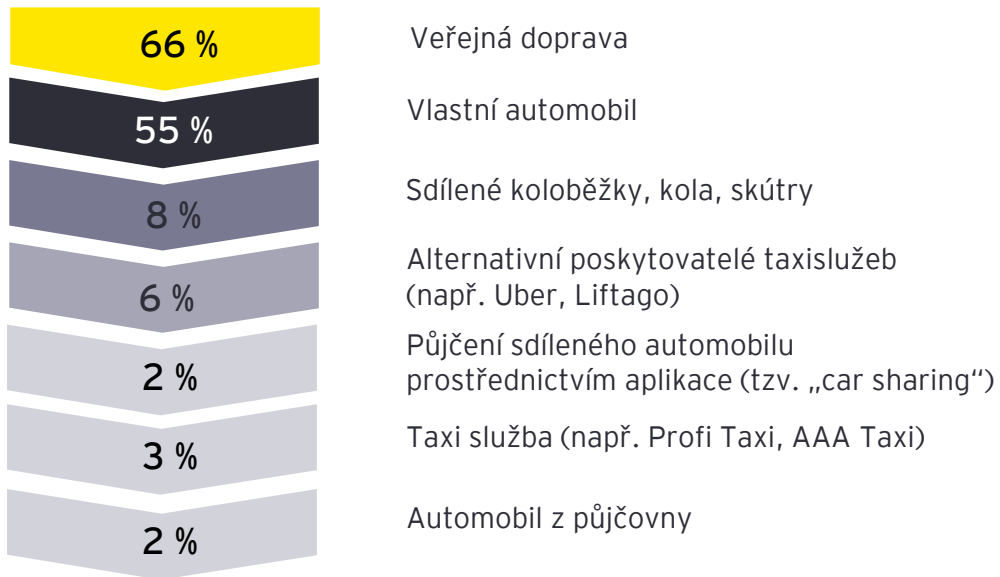
* Respondenti vybírali více možností.



Češi, Maďaři, Rusové i Turci mají největší obavy při nákupu ojetého elektromobilu z poruch baterie, nákladů na její výměnu a klesajícího dojezdu vozu. Velmi malé procento respondentů nemá žádné obavy z koupi ojetého elektromobilu.

Jak se pohybujete v rámci města?

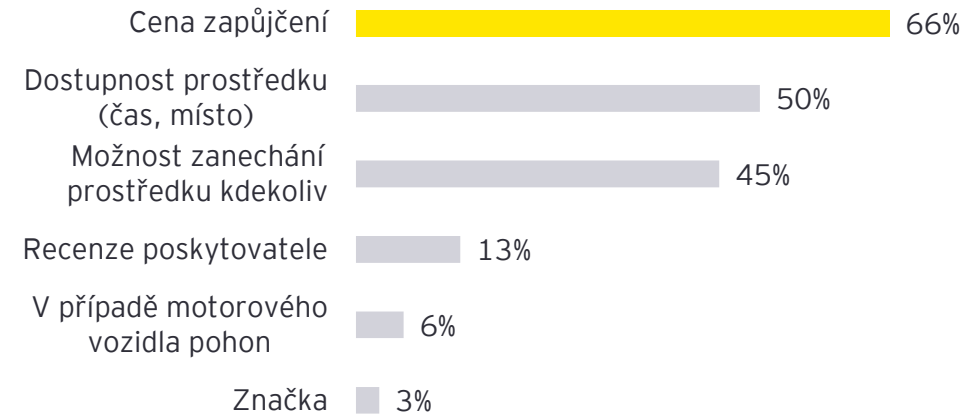
Jakou formu dopravy preferujete pro pohyb v rámci hlavního města, popř. regionální metropole?*



Půjčení sdíleného automobilu (tzv. „car sharing“) preferuje

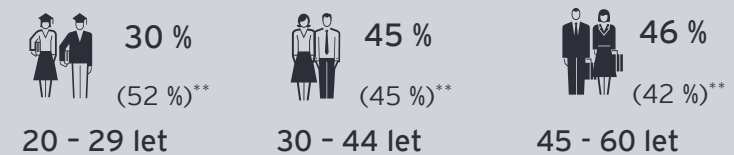


Které faktory jsou pro Vás při půjčení sdíleného prostředku (taxi, kolo, koloběžka, car sharing) nejdůležitější?*



*) Respondenti vybírali více možností.

Možnost zanechání prostředku kdekoli je při půjčení sdíleného prostředku nejdůležitější

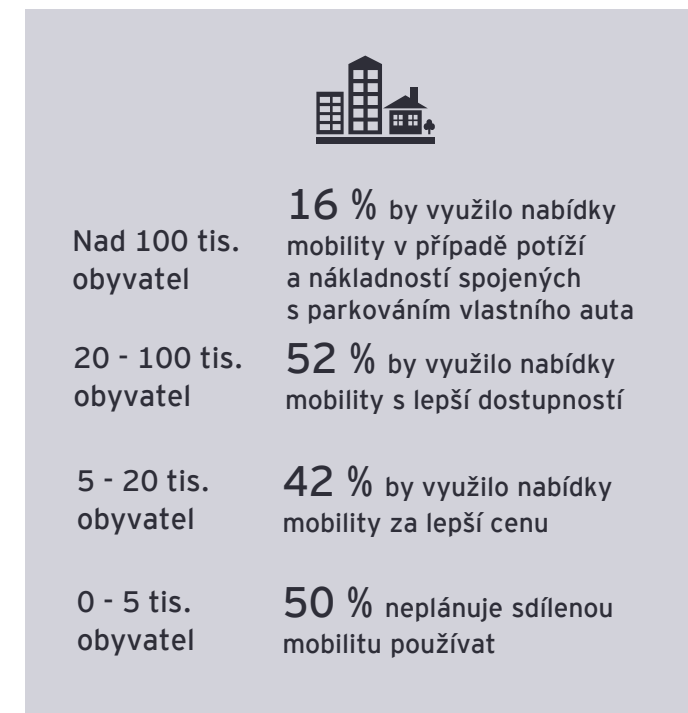
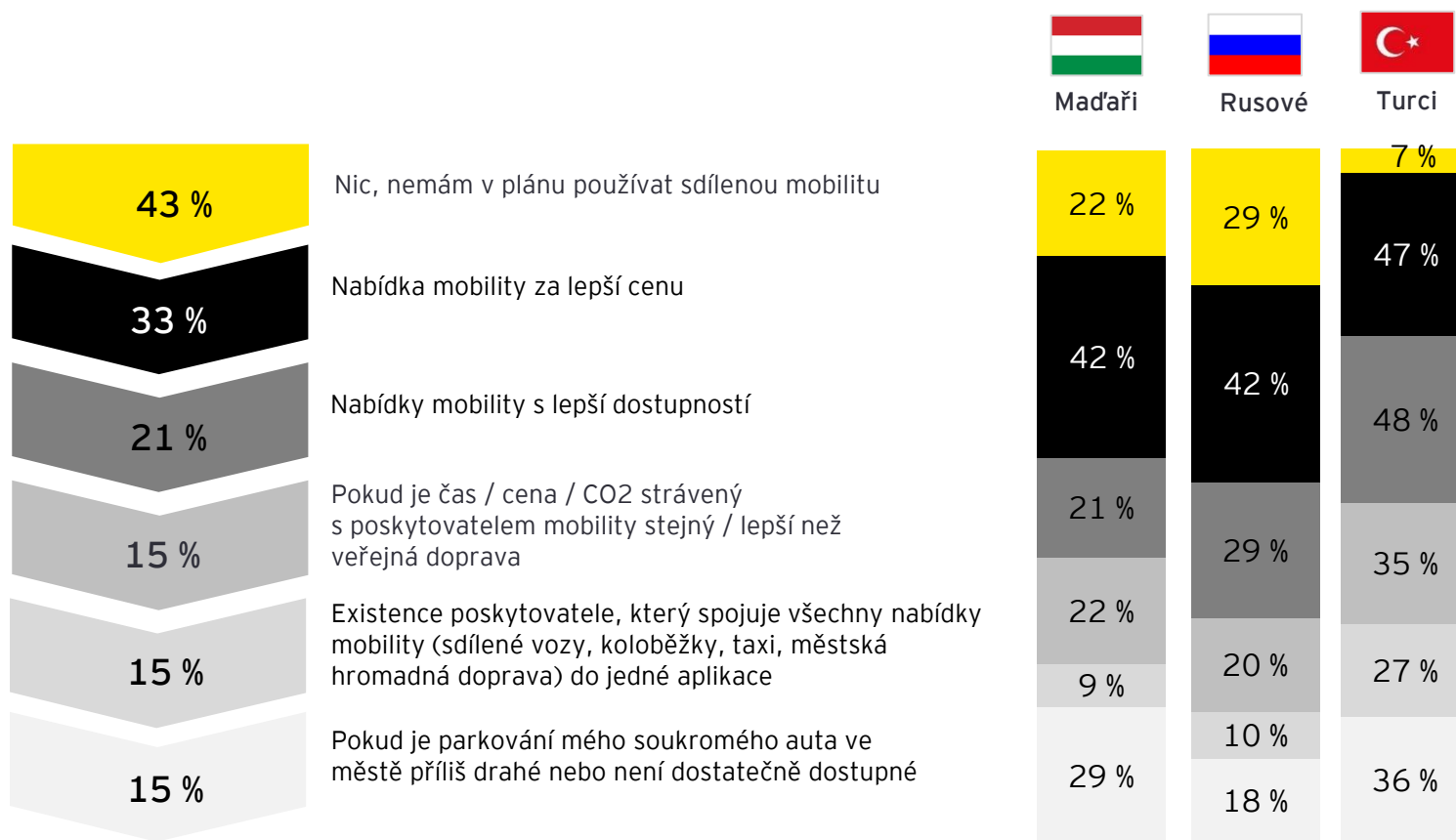


***) Odpověď respondentů v roce 2020



Češi a Maďaři upřednostňují pohyb v rámci většího města veřejnou dopravou oproti respondentům z ostatních zemí, kteří staví na první místo vlastní automobil. Car sharing je v rámci zemí nejatraktivnější v Maďarsku.

Co by vás motivovalo k častějšímu používání sdílené mobility (skútry, sdílení automobilů)?*



* Respondenti vybírali více možností.



V Česku stále není téma sdílené mobility tak atraktivní, proto pro téměř polovinu Čechů není výrazný motivátor k jejímu využívání. Pro Maďary, Rusy i Turky je motivátorem nabídka mobility za lepší cenu.

An aerial photograph of a multi-lane highway at sunset. The sun is low on the horizon, creating a warm, golden glow that illuminates the sky and the road. Several cars are visible on the highway, their headlights and taillights glowing. The road curves to the right in the distance. The overall scene is a mix of warm and cool tones, with the blue of the twilight sky contrasting with the orange and yellow of the sunset.

4 Základní zjištění

Významná zjištění vyplývající z průzkumu

38 %

respondentů preferuje rychlé
dodání před konfigurací vozu
43 % v roce 2020, 35 % v roce 2019

42 % HU, 35 % RU, 49 % TR

69 %

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

71 % v roce 2020
61 % HU, 59 % RU, 61 % TR

56 %

respondentů využije při
nákupu vozu vlastní zdroje
54 % v roce 2020, 49 % v roce 2019

55 % HU, 43 % RU, 47 % TR

35 %

respondentů si při příští
koupi vybere vůz
s benzinovým pohonem
50 % v roce 2020, 43 % v roce 2019

36 % HU, 64 % RU, 25 % TR

82 %

respondentů nikdy neřídilo
vůz typu BEV

80 % HU, 81 % RU, 73 % TR

45 %

respondentů při výběru vozu
vnímají digitalizaci značky
jako důležité nebo
naprosto důležité kritérium

50 % HU, 58 % RU, 85 % TR

56 %

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

52 % HU, 51 % RU, 27 % TR

18 %

respondentů jsou ochotni
počkat 12 měsíců na vůz své
oblíbené značky

21 % HU, 22 % RU, 23 % TR

Zajímavosti

Pro **78 %** respondentů, kteří uvažují o koupi dalšího auta s **elektrickým** pohonem je úroveň **digitalizace značky** velmi důležitá anebo důležitá.

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**.

44 % domácností s příjmem **do 20 tis. Kč** by financovalo nákup auta pomocí půjčky od člena rodiny nebo kamaráda, téměř **40 %** domácností s příjmem **80-120 tis. Kč** by financovalo nákup auta pomocí bankovní půjčky, až **22 %** domácností s příjmem **nad 150 tis. Kč** by si nové auto pořídilo na operativní leasing.

57 % z respondentů, kteří si chtějí jako svůj příští vůz pořídít elektromobil v současnosti vlastní vůz s **benzinovým** pohonem.



Respondenti, kteří **plánují koupit elektromobil**, nekladou při výběru značky velkou váhu **poprodejním službám** - naopak si více potrpí na **konektivitu**.

91 % respondentů, kteří nepovažují hybrid nebo elektroauto za vhodnou alternativu, **nikdy v elektroautu nesedělo**. Téměř **polovina** z těch, kteří si plánují v budoucnu elektromobil koupit už má s BEV vozem **nějakou zkušenost**.

Až **37 % mladých** ve věku 20-29 let by nemělo problém čekat 9-12 měsíců na auto své preferované značky, v porovnání s jen **16 % starších respondentů** 30-60

13 % respondentů, kteří v současnosti **vlastní hybrid** nebo **elektromobil** si plánují nakoupit **elektromobil jako své příští vozidlo**.

Děkujeme za pozornost + těšíme se na Vaše dotazy

Kontakty



Petr Knap

CESA Advisory Automotive &
Transportation Leader

petr.knap@cz.ey.com

+420 731 627 215



Zdeněk Dušek

Associate Partner
CESA Mobility Leader

zdenek.dusek@cz.ey.com

+420 731 619 074



Naše motto

Building a better working world



EY | Assurance | Tax | Strategy and Transactions | Consulting

Informace o EY

EY je předním celosvětovým poskytovatelem odborných poradenských služeb v oblasti auditu, daní, transakčního a podnikového poradenství. Znalost problematiky a kvalita služeb, které poskytujeme, přispívají k posilování důvěry v kapitálové trhy i v ekonomiky celého světa. Výjimečný lidský a odborný potenciál nám umožňuje hrát významnou roli při vytváření lepšího prostředí pro naše zaměstnance, klienty i pro širší společnost.

Název EY zahrnuje celosvětovou organizaci a může zahrnovat jednu či více členských firem Ernst & Young Global Limited, z nichž každá je samostatnou právníkou osobou. Ernst & Young Global Limited, britská společnost s ručením omezeným garancí, služby klientům neposkytuje. Informace o tom, jak EY shromažďuje a používá osobní údaje, a popis práv, která mají fyzické osoby podle právních předpisů o ochraně osobních údajů, jsou k dispozici na adrese ey.com/privacy. Pro podrobnější informace o naší organizaci navštivte prosím naše webové stránky ey.com.

© 2021 Ernst & Young, s.r.o. | Ernst & Young Audit, s.r.o. | E & Y Valuations s.r.o. | EY Law advokátní kancelář, s.r.o.
Všechna práva vyhrazena.

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