

Očekávání automobilových zákazníků při nákupu a užívání vozidel

Výsledky průzkumu EY
mezi českými řidiči

Prosinec 2022

O 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. Obdobný průzkum byl proveden společností EY na globální úrovni, kterého se zúčastnilo ~13 000 respondentů. Porovnání vybraných ukazatelů obou průzkumů je rovněž součástí této prezentace.

Výsledky demonstrují především rozdílné potřeby jednotlivých skupin zájemců o koupi automobilu. Mimo tradičních otázek týkajících se výběru vozu, prodejce, nákupu automobilu přes internet, pohledu na elektromobilitu, které každoročně respondentům pokládáme, jsme se letos detailněji zaměřili na témata prodeje čínských automobilů, mobility, multimodality a servisních preferencí či věrnosti značce.

Průzkumu se zúčastnilo celkem 514 obyvatel ČR, rozdělených do skupin dle pohlaví, věku, vzdělání, bydliště a hrubého příjmu domácnosti. Podmínkami pro zařazení do průzkumu bylo vlastnictví řidičského průkazu, pravidelné užívání automobilu a věk v rozmezí 20–75 let (v roce 2021 20-60 let) .*

*Průzkum probíhal v prosinci 2022 a obsahoval 44 otázek. Jedná se o sedmý ročník tohoto unikátního průzkumu.



Významná zjištění vyplývající z průzkumu

67 %

respondentů by si jako další auto pořídilo vůz stejné značky jako je jejich současný

27 % respondentů si koupí stejnou značku tak jako tak aniž by obdrželi zvýhodnění během nákupu

21 %

respondentů by si koupilo auto od čínské značky

61 %

respondentů využije při nákupu vozu vlastní zdroje

56 % v roce 2021, 54 % v roce 2020

Očekávání automobilových zákazníků při nákupu a užívání vozidel 2022

30 %

respondentů neví jaký typ paliva bude používat jejich další automobil

31 % v roce 2021, 22 % v roce 2020

72 %

respondentů nikdy neřídilo vůz typu BEV

82 % v roce 2021

46 %

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

58 %

respondentů si dokáže představit nákup příštího automobilu přes internet

23 %

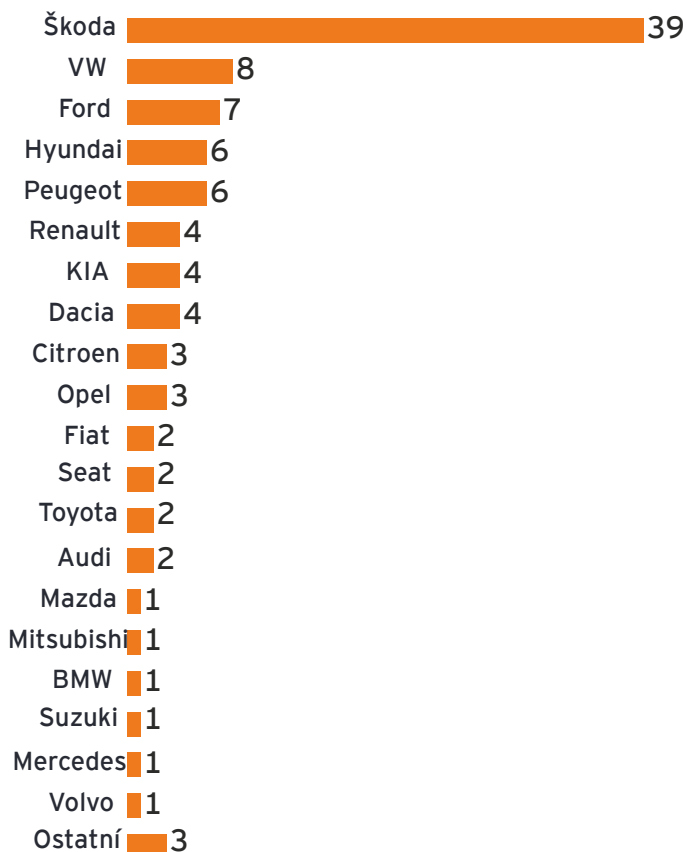
respondentů je ochotno počkat 12 měsíců na vůz své oblíbené značky

18 % v roce 2021

Výběr značky

Čeští řidiči projevují věrnost své oblíbené značce. Nejvíce dotázaných řidičů vlastní auto značky Škoda a 80% z nich bude při příštím nákupu vozu volit znovu vůz značky Škoda.

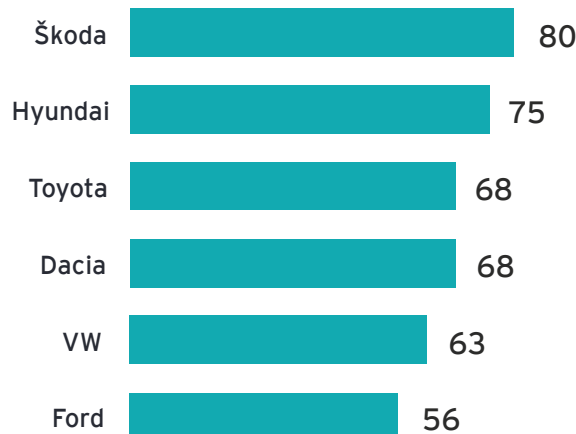
Od jaké značky vlastníte auto? (v %)



Bude váš další vůz stejné značky jako současný?

67 % **33 %**
Ano Ne

Kolik procent respondentů zůstane věrných své aktuální značce i při příštím nákupu vozu (v %)



Digitalizace

Z celkového počtu respondentů by 46 % volilo 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.

58 %

Řidičů, co zamýšlejí koupit hybridní vůz, považují úroveň digitalizace značky za důležité kritérium při koupi auta

67 %

Řidičů, kteří zamýšlejí koupit elektrický vůz, považují úroveň digitalizace značky za důležité kritérium při koupi auta

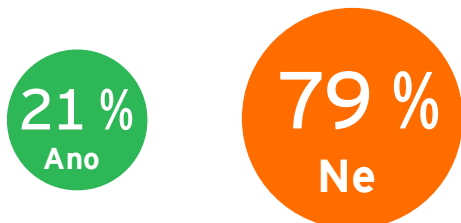
52 %

Respondentů s rozpočtem na vůz nepřesahující 500 tis. Kč uvedlo, že digitalizace je jedním z nejdůležitějších aspektů

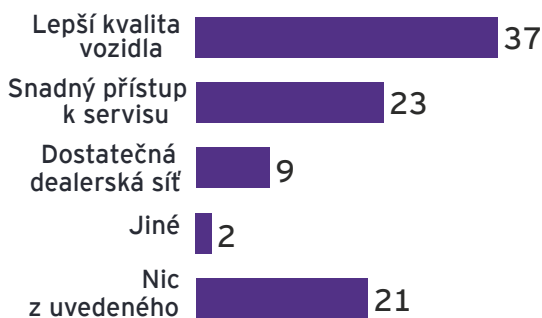
Vnímání čínských značek

Čeští řidiči jsou spíše skeptičtí vůči koupi automobilu čínské značky. Z úzkého vzorku 21 % respondentů, který by uvažoval o koupi automobilu od čínské značky, by tak primárně učinil kvůli lepší kvalitě a snadnějšímu přístupu k servisu.

Uvažujete v případě koupě nového nebo ojetého vozu o koupi vozu od čínské značky?

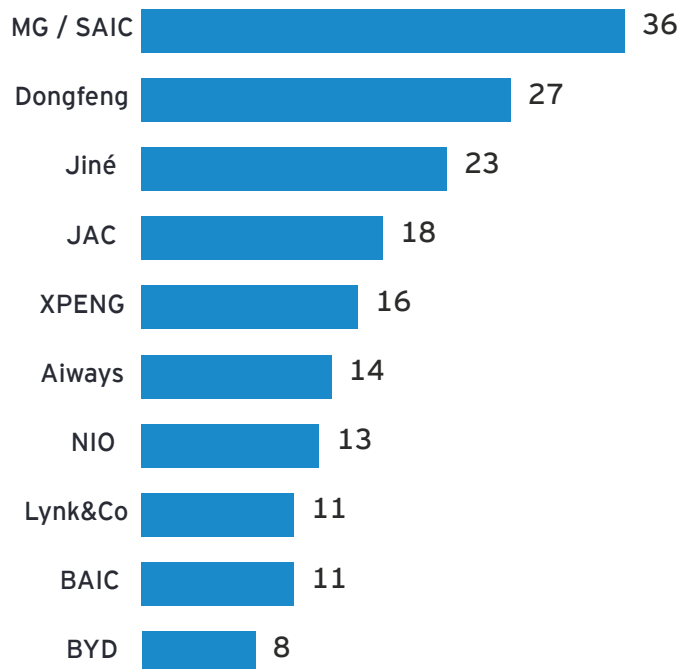


Co by Vás mohlo motivovat ke koupi nového nebo ojetého vozu čínské značky?
(Respondenti vybírali více možností)



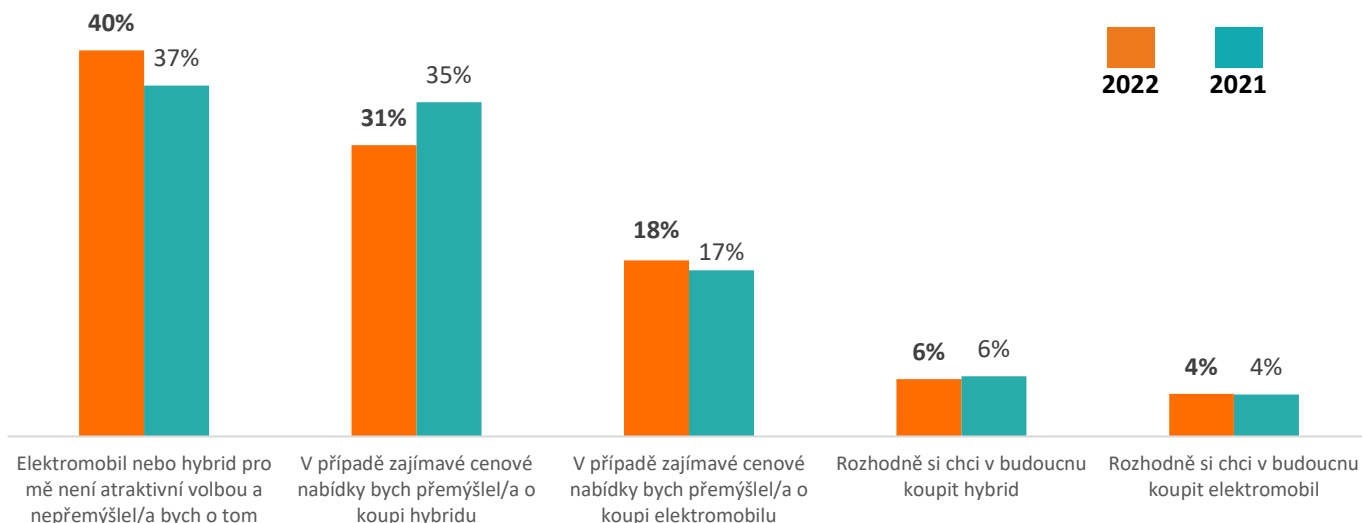
Od jaké čínské značky byste zvažovali koupit vůz? (v %)

Ochota ke koupi čínského vozu je mezi majiteli jednotlivých značek vyrovnaná



Koupě elektromobilu

Více než 72 % Čechů ještě nikdy nemělo příležitost řídit plně elektrický vůz. Pro 40 % respondentů nejsou vozy na alternativní pohon atraktivní, 31 % respondentů zváží možnost nákupu vozu na alternativní pohon pouze v případě zajímavé cenové nabídky. Ve srovnání s předchozím rokem došlo u respondentů k výraznému nárůstu obeznámenosti s elektromobily.

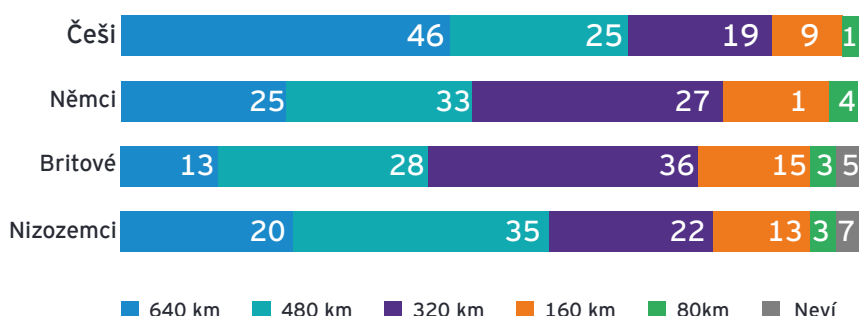


Dojezd elektromobilu

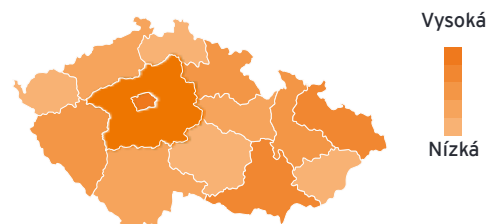
Čeští řidiči jsou vůči elektromobilitě výrazně skeptičtější než průměr řidičů ve světě a požadují větší maximální dojezd oproti respondentům z Velké Británie, Nizozemska nebo Německa.

Jaký by pro vás byl přijatelný dojezd elektromobilu?

(v %)



Míra přijatelnosti dojezdu 640 km

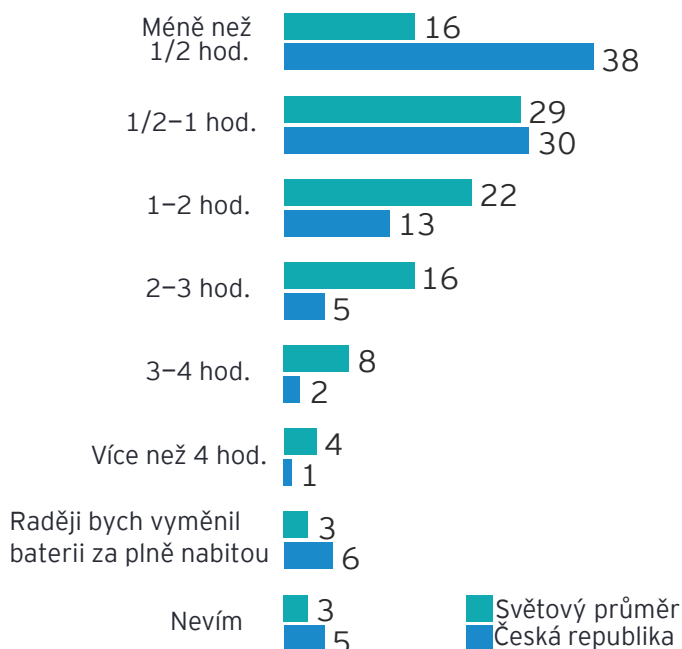


Respondenti, kteří odpověděli, že přijatelný dojezd je 640 km, jsou nejčastěji z Prahy.

Doba a místo dobíjení elektromobilu

Pro více než třetinu českých řidičů je přijatelný čas k plnému nabití elektromobilu méně než 30 minut. Pro více než polovinu respondentů jsou nevhodnějším místem pro nabíjení vozu nákupní centra. Dobíjení v práci se umístilo na třetím místě. Čeští řidiči mají obecně v oblasti elektromobility vyšší nároky než v okolních zemích.

Přijatelný čas potřebný k plnému nabití elektromobilu (v %)



Které z následujících nerezidenčních nabíjecích míst by pro vás bylo nevhodnější pro nabíjení elektromobilu?

(v %)



30 minut až 2 hodiny je přijatelný čas potřebný k plnému nabití elektromobilu pro:

57 % Němců 59 % Britů 48 % Nizozemců

Nákupní centra, supermarkety nebo maloobchodní místa jsou nevhodnějšími nabíjecími místy pro:

56 % Němců 58 % Britů 35 % Nizozemců



Zajímavosti

57 % respondentů, kteří využívají automobil alespoň 2x týdně k mimo pracovním aktivitám, uvedlo jako nejvhodnější místo nabíjení obchodní centra a jiné prodejní lokality.

54 % respondentů, kteří plánují koupit elektromobil, využijí k jeho nákupu online kanály.

Respondenti vlastníci vozy Hyundai, Kia, Dacia, Toyota či Suzuki ve velké míře navštěvují autorizované servisy a to dokonce i více než majitelé vozů prémiových značek (Audi, BMW, Mercedes-Benz, Volvo).

35% respondentů uvedlo, že není nic co by je přesvědčilo pořídit si vůz na operativní leasing. 77% respondentů by si nebylo ochotno připlatit za předplatné v rámci kterého by mohli využívat různé vozy.

80 % z respondentů, kteří v současnosti vlastní hybridní vůz, si jako další vozidlo pořídí hybrid nebo plug-in hybrid, ostatní 20 % ještě není rozhodnuto.

73 % (2021 - 91 %) respondentů, kteří nepovažují hybrid nebo elektroauto za vhodnou alternativu, nikdy v elektroautu nesesedlo. 62 % z těch, kteří si plánují v budoucnu elektromobil koupit, už má s BEV vozem nějakou zkušenost.

Kontakty



Petr Knap

Partner

Vedoucí partner pro oblast automotive a výrobního sektoru

petr.knap@cz.ey.com
+420 731 627 215



Zdeněk Dušek

Partner

Vedoucí partner pro oblast automotive

zdenek.dusek@cz.ey.com
+420 731 619 074