

**Komunikat prasowy**  
**18 sierpnia 2008 r.**

## **Samochód internauty: używany, bezpieczny i za gotówkę**

**Co czwarty internauta planuje kupić samochód osobowy w ciągu najbliższego roku - wynika z raportu „Internauci a rynek samochodów nowych i używanych”, sporządzonego przez firmę badawczą Gemius SA. Auto używane, bezpieczne i za gotówkę to wybór większości kupujących.**

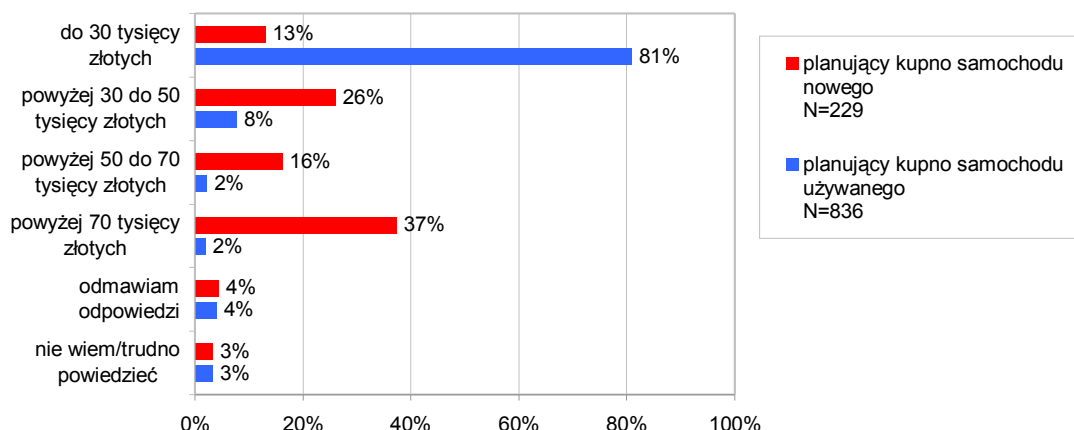
Celem badania, przeprowadzonego w lipcu 2008, było poznanie opinii i zachowań internautów zainteresowanych kupnem samochodu. W raporcie przedstawiono szczegółowe dane o potencjalnych nabywcach – ich wiek, miejsce zamieszkania, dochód oraz staż bycia kierowcą. Analizie poddano także czynniki wpływające na zakup samochodu, oceniono siłę nabywczą konsumentów oraz wskazano na preferowane przez kupujących marki.

Jak wynika z raportu Gemius, co czwarty internauta (23 proc.) wyraża chęć nabycia samochodu osobowego w ciągu najbliższych dwunastu miesięcy. Zdecydowana większość badanych zainteresowanych kupnem samochodu decyduje się na auto używane (72 proc.). Tylko 21 proc. z nich deklaruje nabycie nowego pojazdu.

### **Marki i pieniądze**

Osoby planujące zakup nowego auta częściej biorą pod uwagę marki segmentu Premium (BMW, Mercedes, Saab), Toyotę i Nissana. W tej grupie konsumentów co trzeci badany planuje wydać na samochód powyżej 70 tys. zł, a co czwarty – od 30 do 50 tys. zł.

### **Wykres 1. Przewidywana cena samochodu**



Źródło: Gemius SA, „Internauci a rynek samochodów nowych i używanych”, lipiec 2008 r.

Zakup auta na rynku wtórnym wiąże się ze zdecydowanie mniejszym wydatkiem. Większość internautów rozważających kupno samochodu używanego chce za niego zapłacić maksymalnie 30 tys. zł (81 proc.). Wśród marek preferowanych przez nabywców aut używanych znajdują się Volkswagen, Opel i Ford.

#### **Kontakt prasowy:**

Sylwia Szmałec  
sylwia.szmałec@gemius.pl  
Tel. (22) 874 41 00

### Wymarzony samochód

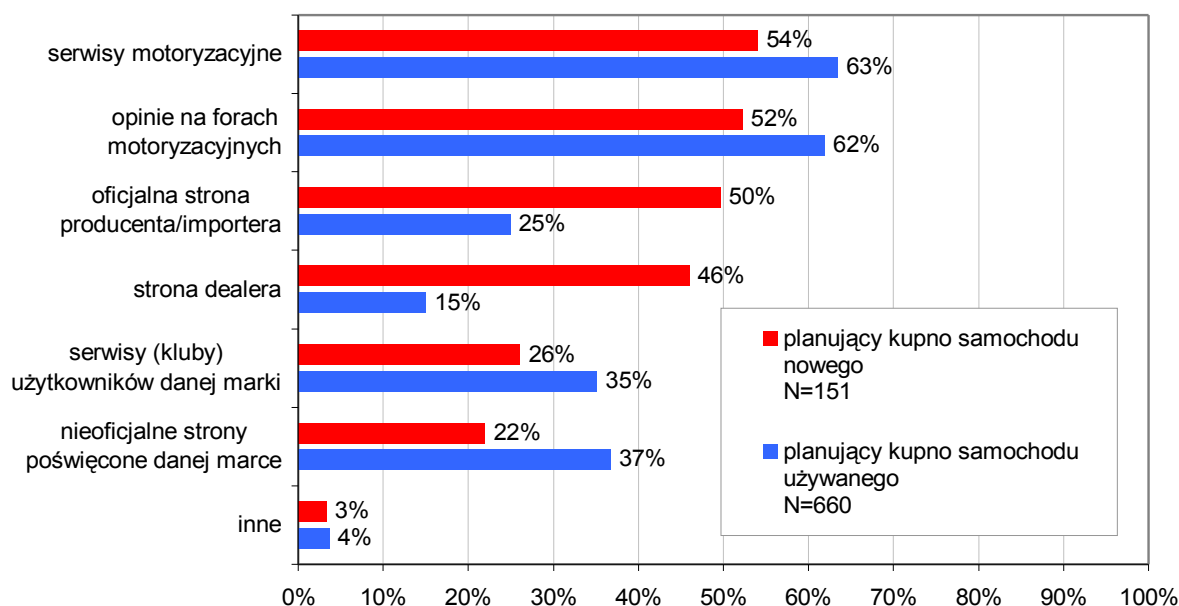
Przy wyborze odpowiedniego samochodu najwyższą wagę polscy internauci przykładają do bezpieczeństwa. Sprawia to, że poduszki powietrzne i ABS są najczęściej poszukiwanymi przez potencjalnych nabywców elementami wyposażenia. Badani planujący zakup auta mają na uwadze także wygodę. Klimatyzacja, wspomaganie kierownicy i centralny zamek – to czynniki ważne zarówno przy zakupie aut nowych, jak i używanych.

### Wybór przez internet

W raporcie poddano analizie również źródła, z których ankietowani czerpią wiedzę na temat motoryzacji. Podstawowym narzędziem jest nieodzwrotnie internet i właśnie to medium jest najczęściej wybierane przez użytkowników sieci planujących zakup samochodu.

Wśród potencjalnych nabywców popularne są zarówno serwisy tematyczne, jak i fora internetowe. Ponadto uznaniem kupujących na rynku pierwotnym cieszą się oficjalne strony producentów bądź dealerów. Inaczej jak w przypadku nabywców aut używanych, którzy preferują nieoficjalne serwisy oraz kluby użytkowników samochodów danej marki.

### Wykres 2. Internetowe źródła informacji pomocne przy wyborze samochodu



N – respondenci, którzy w ciągu roku zamierzają kupić samochód i poszukują w internecie informacji przydatnych przy wyborze auta.

Źródło: Gemius SA, „Internauci a rynek samochodów nowych i używanych”, lipiec 2008 r.

Niezależnie od tego, czy kupowany samochód ma być nowy czy używany, najpopularniejszą formą sfinansowania transakcji jest płatność gotówką (planujący zakup nowego samochodu – 56 proc., używanego – 62 proc.). Co ciekawe, większość polskich internautów, którzy noszą się z zamiarem kupna samochodu na rynku wtórnym, bierze pod uwagę sprowadzenie auta z zagranicy (70 proc.), głównie z krajów Europy Zachodniej.

#### Kontakt prasowy:

Sylwia Szmalec  
 sylwia.szmalec@gemius.pl  
 Tel. (22) 874 41 00

**O badaniu** - 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 2 do 22 lipca 2008 roku. Analizą objęto 5 006 internautów w wieku co najmniej 16 lat, którzy wypełnili ankietę do końca. Z grupy tej wyodrębniono 1 152 osób planujących w ciągu najbliższego roku dokonać zakupu samochodu. W analizach prezentujących świadomość marek, cechy badanych związane z motoryzacją oraz profil demograficzny badanych przedstawiono również dodatkowo wyniki dla ogółu badanych, w tym tych nieplanujących zakupu auta. Większość dalszych analiz obejmowała grupę zainteresowaną zakupem auta w ciągu roku od badania, w podziale na internautów planujących nabyć samochód nowy (N=229) oraz internautów planujących zakup używanego auta (N=836). 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 (I-II 2008).

**Gemius SA** – firma badawcza, lider i prekursor w dziedzinie badań internetu w Europie Środkowo-Wschodniej. Na rynku polskim istnieje od 1999 roku, oferując profesjonalne rozwiązania badawcze, usługi analityczne i doradcze dla wszystkich podmiotów tego rynku. Firma oferuje szeroki wachlarz kompleksowych badań dotyczących 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.