

# Očekávání automobilových zákazníků při nákupu a užívání vozidel

Výsledky průzkumu EY mezi českými řidiči

**Leden 2023**

Data za Prosinec 2022

**EY**

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. 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.

## Struktura prezentace

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

Mimo tradičních otázek, týkající 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.

**Jedná se o sedmý ročník tohoto unikátního průzkumu.**

## Základní informace

### Profil respondentů

Průzkumu se zúčastnilo celkem 514 obyvatel ČR, 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 - 75 let. Věkový rozsah byl ve srovnání s předchozím průzkumem rozšířen.
- ▶ Průzkum probíhal v prosinci 2022.
- ▶ Průzkum obsahoval 44 otázek.

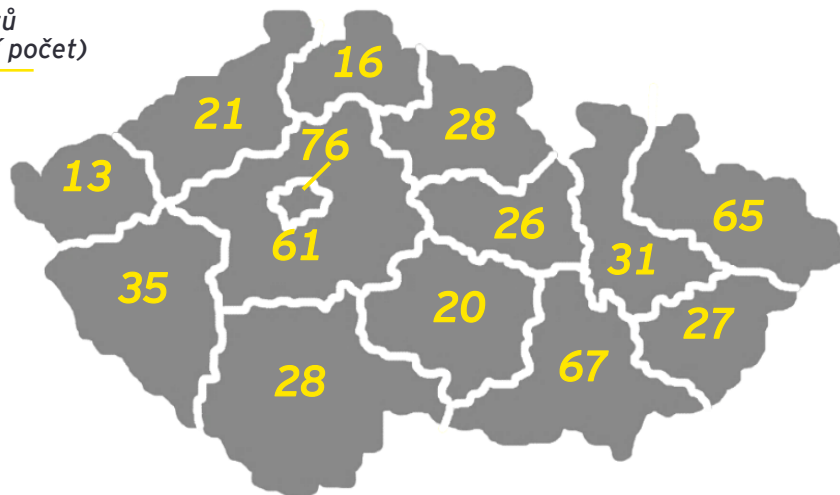
# 1

## Metodika průzkumu

# Detaily k metodice provedeného průzkumu

- ▶ V listopadu 2022 agentura InsightLab, pověřena společností EY, oslovila 514 respondentů z České republiky prostřednictvím online dotazníku. Některé otázky jsou srovnávány s globálním průzkumem EY. Z něj se porovnávají především s Německem (1000 respondentů), Spojeným královstvím (1000 respondentů) a Nizozemskem. Společnou charakteristikou všech respondentů napříč zeměmi je vlastnictví řidičského průkazu, aktivní využívání vozu a zároveň patří do věkové kategorie 20 - 75 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 z celkem 58 otázek. Z toho 14 otázek sloužilo pro zařazení do sociálně-ekonomických kategorií a následných 44 otázek bylo spjato s automobilovou tematikou.
- ▶ 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)



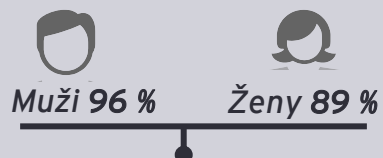
- ▶ V zájmu zajištění relevantnějšího srovnání došlo k zaokrouhlení nebo vynechání některého typu odpovědi. Proto se v některých případech celkový součet zobrazovaných grafů nerovná 100 %.
- ▶ Pro potřeby tohoto dotazníku je termínem prodejce míněn podnik jako takový (prostory, zařízení, personál, vystavená vozidla atd.).
- ▶ V případě označení skupiny jako Češi, Nizozemci, Němci a Britové 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 2021.

Rozdělení  
respondentů z ČR  
napříč sledovanými  
kategoriemi

|                  | Absolutně | %      |
|------------------|-----------|--------|
| <b>Pohlaví:</b>  |           |        |
| Muž              | 307       | 59,7 % |
| Žena             | 207       | 40,3 % |
| <b>Věk:</b>      |           |        |
| 20-29            | 53        | 10,3 % |
| 30-44            | 151       | 29,4 % |
| 45-64            | 214       | 41,6 % |
| 65-75            | 96        | 18,7 % |
| <b>Vzdělání:</b> |           |        |
| ZŠ, vyučen       | 77        | 15,0 % |
| SŠ s maturitou   | 256       | 49,8 % |
| VŠ               | 181       | 35,2 % |

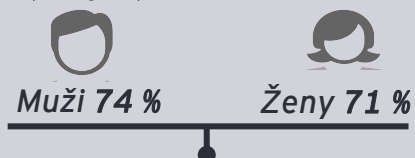
# Charakteristika respondentů

Požíval/a jste si někdy Vy osobně automobil?\*



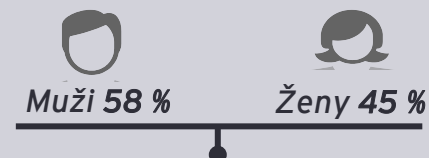
**93 % (98 %)\***  
respondentů bez ohledu na pohlaví má osobní zkušenost s nákupem vozidla.

Vlastní Vaše domácnost automobil zakoupený v posledních 5 letech?\*



**73 % (78 %)\***  
domácností respondentů vlastní automobil zakoupený během posledních 5 let.

Pořídíte si při příští příležitosti nový automobil?

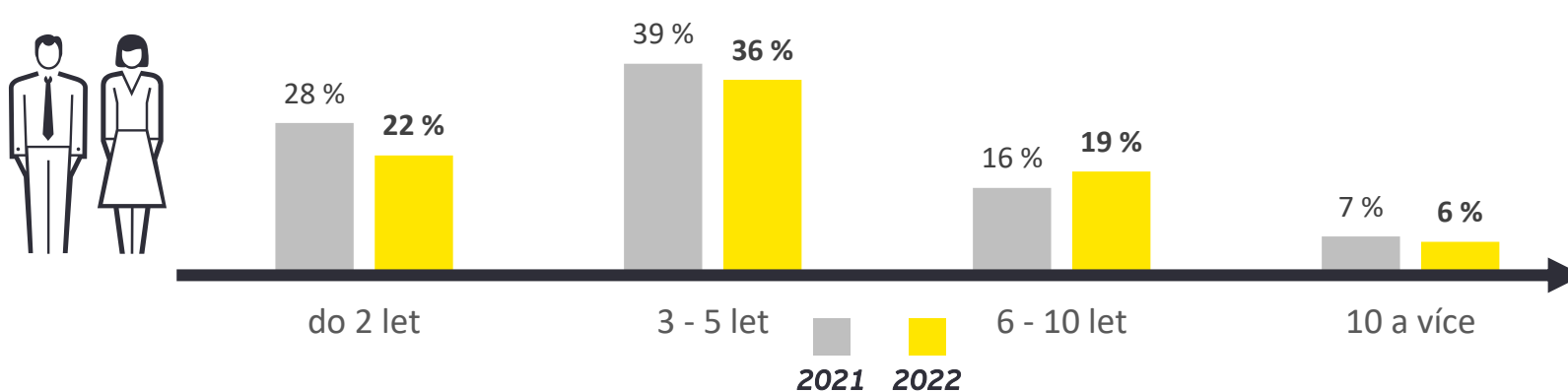


**53 % (50 %)\***  
respondentů uvádí, že si při příštím pořízení koupí nový automobil.



(\*) Odpověď respondentů v roce 2021.

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



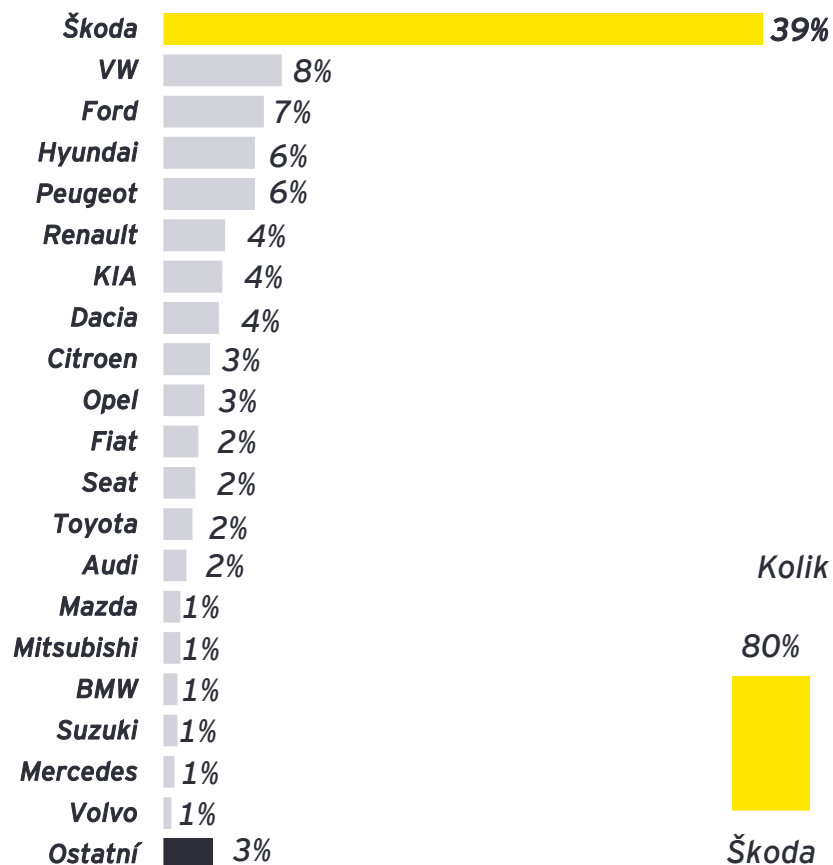
\* Jedná se o nové i ojeté vozy.

# 2

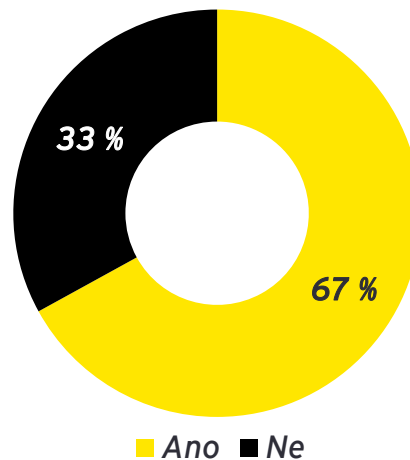
## Výběr vozu a prodejce

# Výběr značky

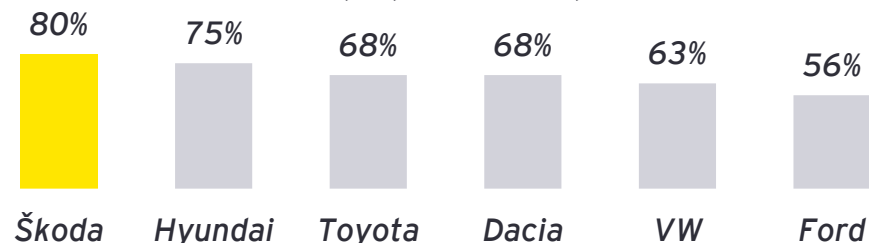
## Jak značky je váš vůz?



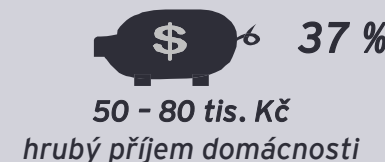
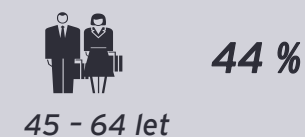
## Bude Váš další vůz stejné značky jako současný?



## Kolik procent respondentů zůstane věrných své aktuální značce i při příštím nákupu vozu



## Zákazník Škoda



**Čeští řidiči projevují věrnost své oblíbené značce.**

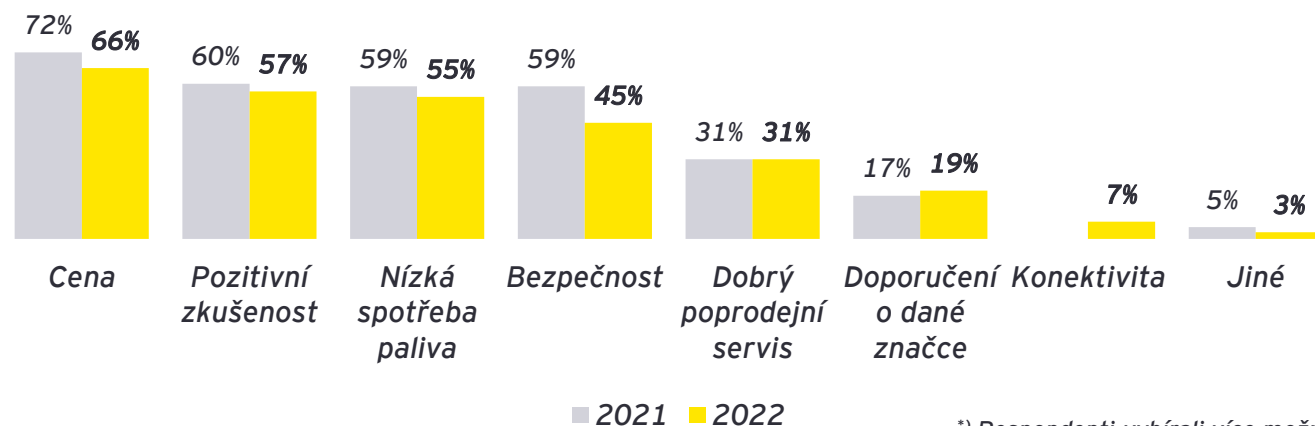
**Nejvíce dotázaných řidičů vlastní auto značky Škoda a 80% z nich bude při příštím nákupu vozu volit znovu vůz značky Škoda.**

# Výběr značky

Co by Vás přesvědčilo k tomu, abyste si koupil/a další auto od stejné značky, kterou vlastníte nyní?\*



Které faktory Vás při výběru značky automobilu nejvíce ovlivňují?\*



\* Respondenti vybírali více možností.

Respondenti, kteří by si koupili auto od stejné značky, tak jako tak

 **75 %**  
Mají pozitivní zkušenost se značkou

 **55 %**  
Vlastní vůz značky Škoda

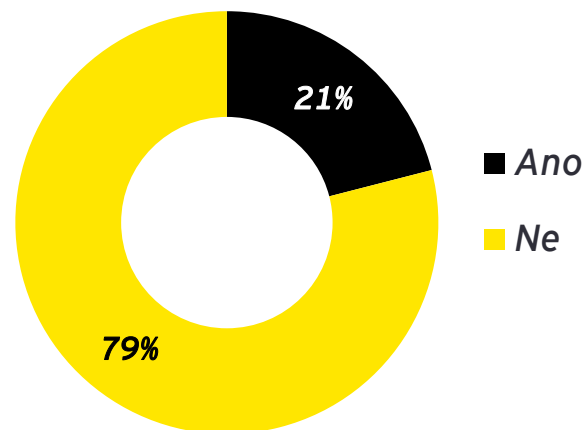
 **39 %**  
50 - 80 tis. Kč hrubý příjem domácnosti



**Cena a pozitivní zkušenost se značkou jsou hlavní faktory, které ovlivňují zákaznické chování. Sleva na nákup dalšího vozu nebo lukrativní nabídka na protiúčet by přesvědčily třetinu respondentů pořídit automobil znovu u stejné značky. Skoro třetina Čechů je loajální značce, kterou vlastní nyní.**

# Vnímání čínských značek

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

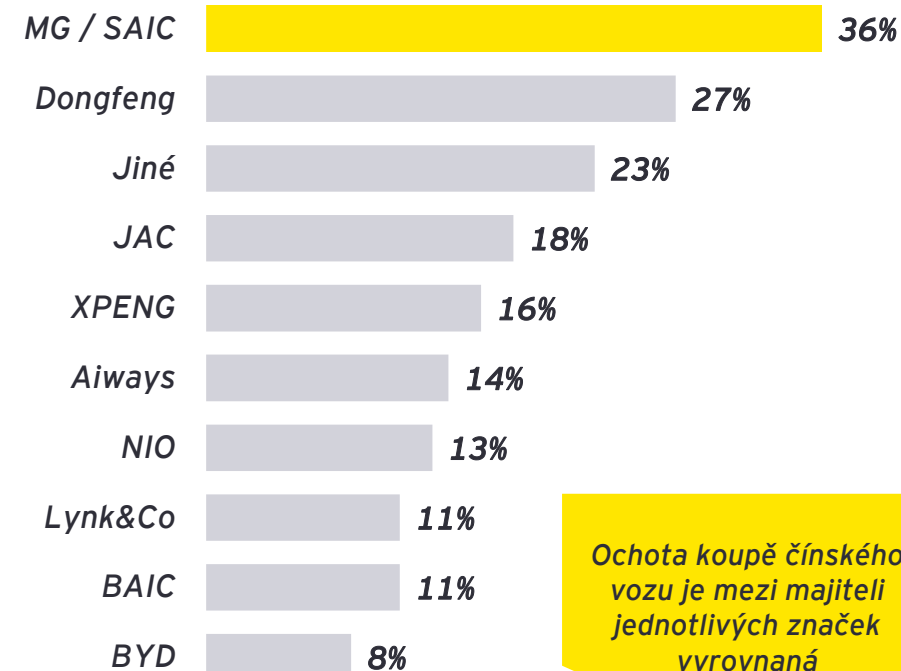


Co by Vás mohlo motivovat ke koupi nového / ojetého vozu čínské značky?\*



od

Od jaké čínské značky byste zvažoval/a koupit vůz?



Ochota koupě čínského vozu je mezi majiteli jednotlivých značek vyrovnaná

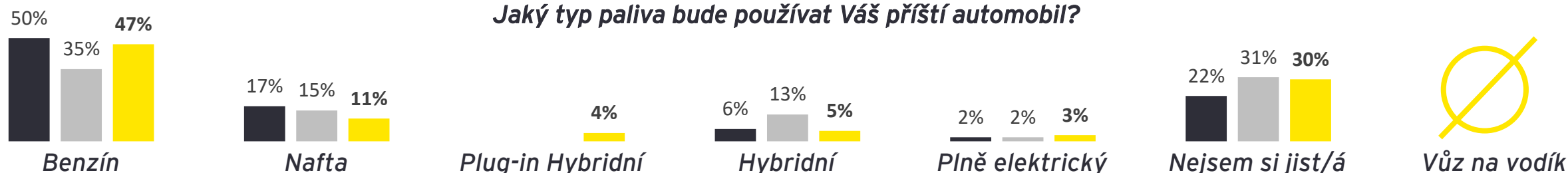
\* Respondenti vybírali více možností.



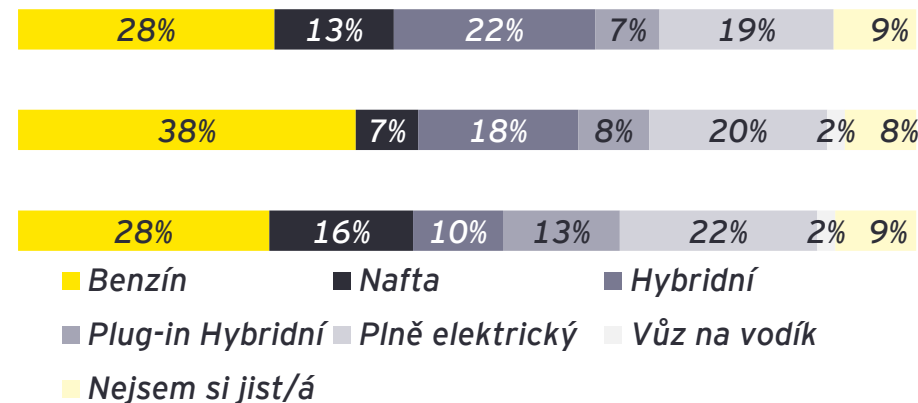
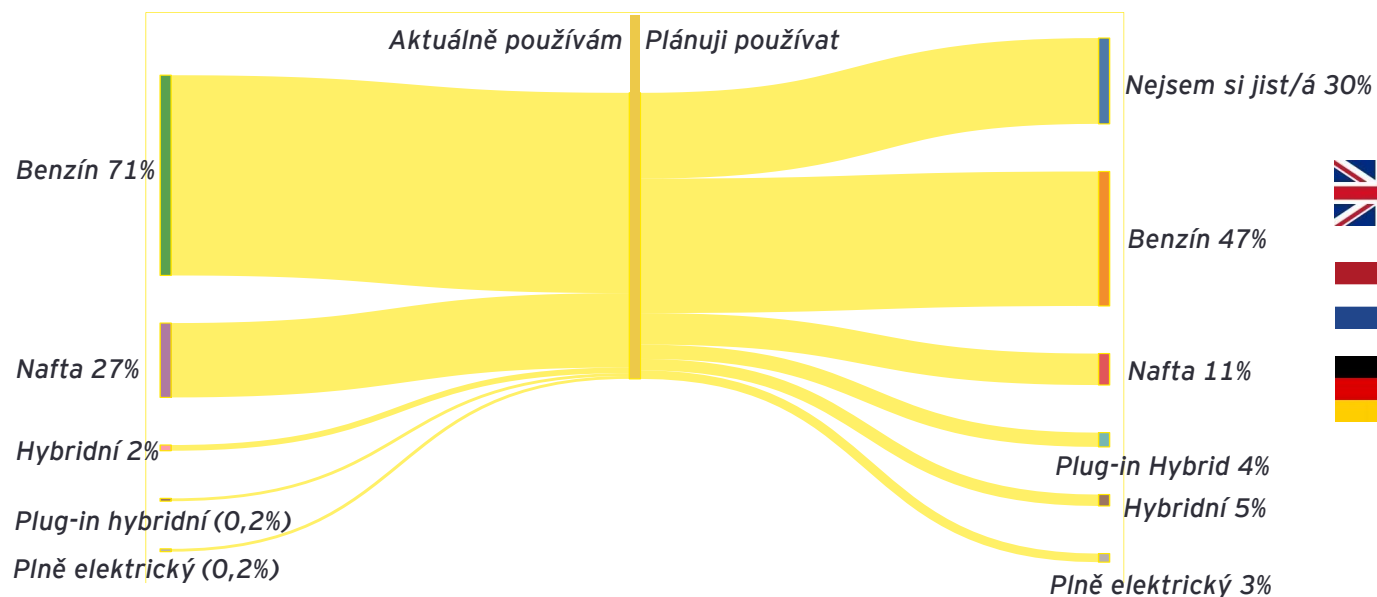
**Čeští řidiči jsou spíše skeptičtí vůči koupi automobilu čínské značky. Z úzkého vzorku 21 % respondentů, který by uvažoval o koupi automobilu od čínské značky, by tak primárně učinil kvůli lepší kvalitě a snadnějšímu přístupu k servisu.**

# Jaký pohon bude mít můj příští automobil?

## Jaký typ paliva bude používat Váš příští automobil?



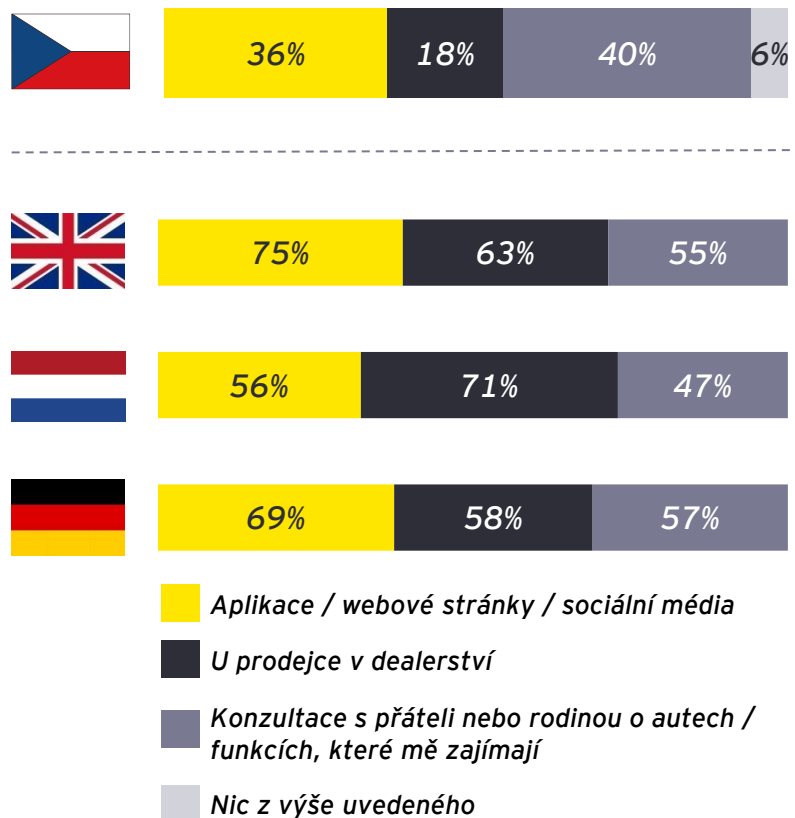
## Jaké palivo používáte a jaké plánujete pro svůj příští automobil?



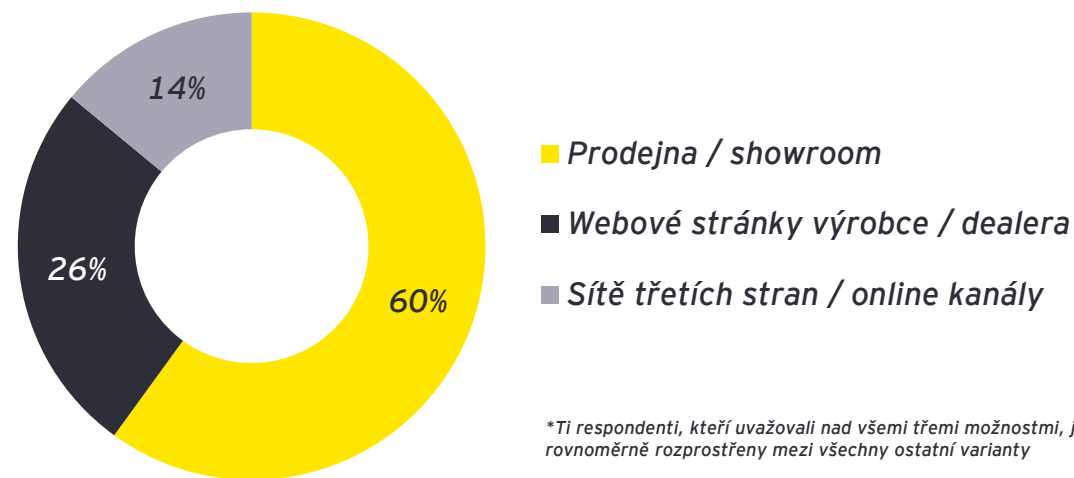
**Češi jsou vůči alternativním pohonům stále skeptičtí, přesto zájem o konvenční pohon dlouhodobě klesá. Velikost zájmu o elektrický pohon je meziročně neměnná.**

# Sběr dat a nákupní kanály

Jaký preferujete způsob sběru informací o autě před jeho nákupem?



Který kanál pravděpodobně využijete k nákupu svého příštího vozu?



Rozložení respondentů připouštějících využití sítě třetích stran / online kanálů



21 %

do 2 let  
nákup auta



41 %

30 - 44 let



50 %

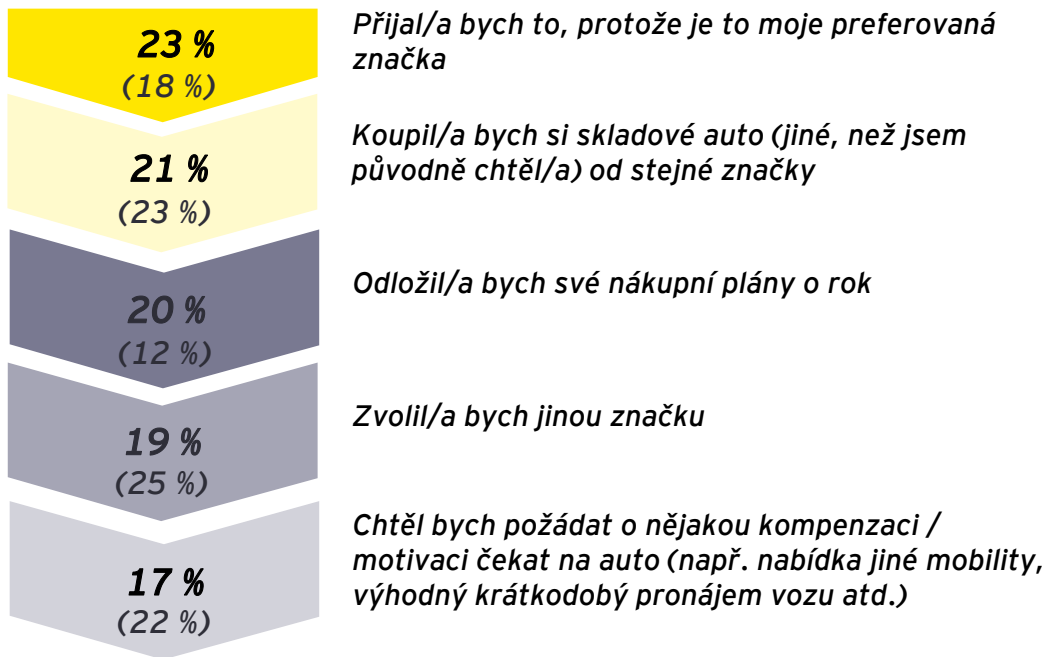
S cenou auta do  
250 tisíc Kč



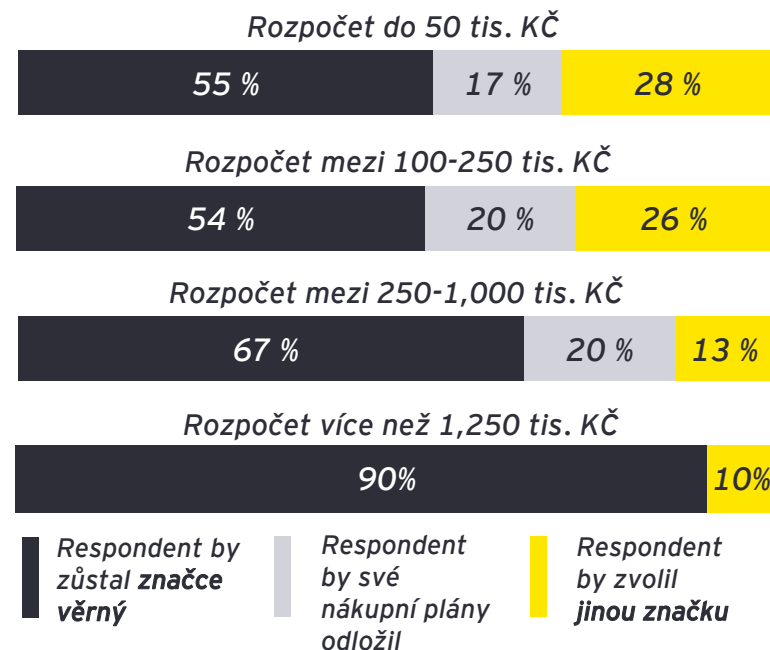
**Nejvíce českých řidičů preferuje před nákupem získávat informace o autě od svých přátel nebo od rodiny. Dealerství stále zůstává preferovaným kanálem k nákupu vozů, využití online kanálu k nákupu vozů by primárně volilo pouze 14 % řidičů.**

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

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



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



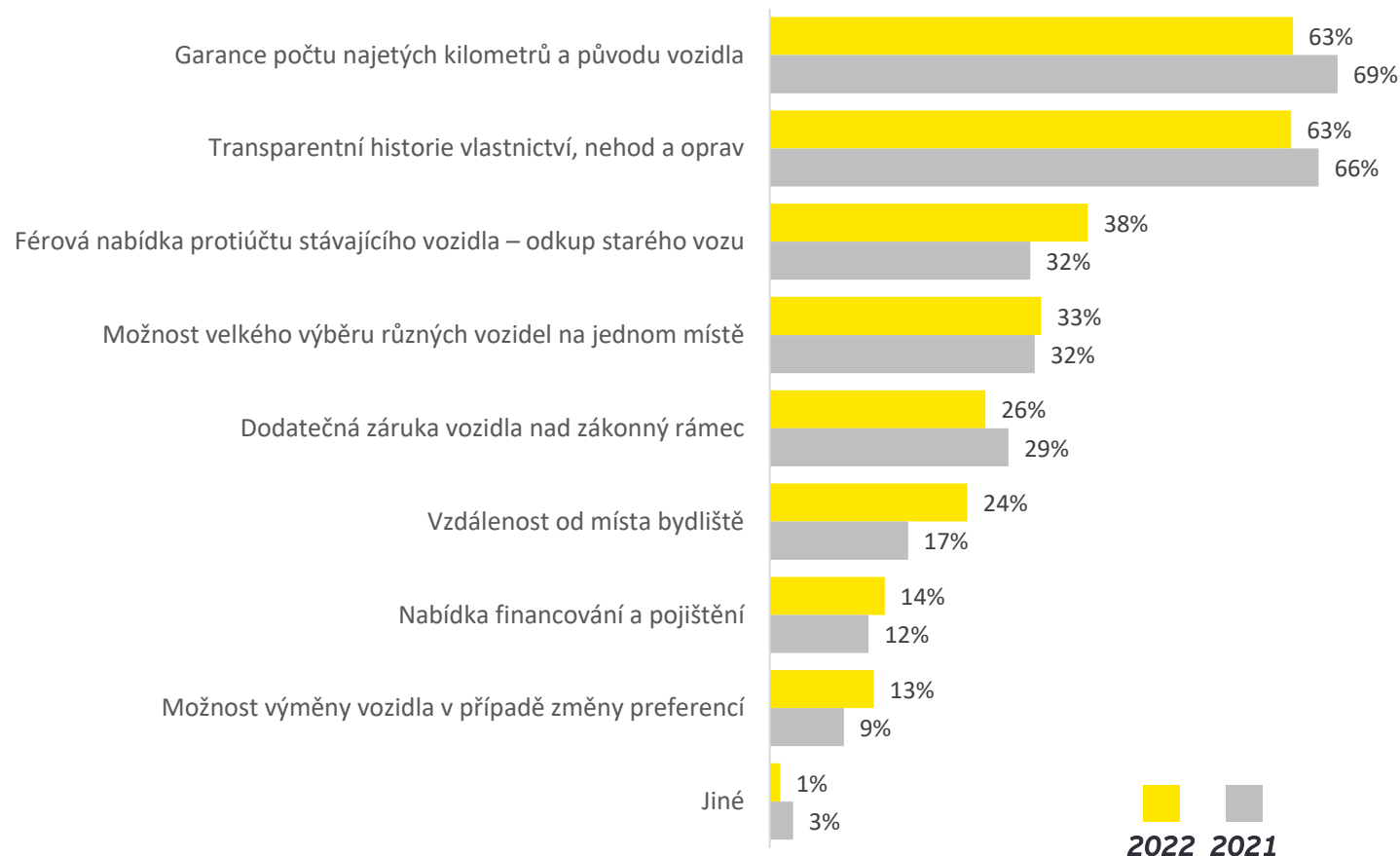
(\*) Odpověď respondentů v roce 2021.



**Většina Čechů by v případě dlouhé dodací lhůty vozu vyčkali na jejich preferovanou značku. 21 % řidičů by raději nečekalo a koupili by si skladové vozidlo. Oproti minulému roku stoupl podíl řidičů, kteří by nákup odložili o rok. Oproti loňskému roku narostla loajalita vůči preferované značce o 5 p.b..**

# Výběr a prodej ojetého vozidla

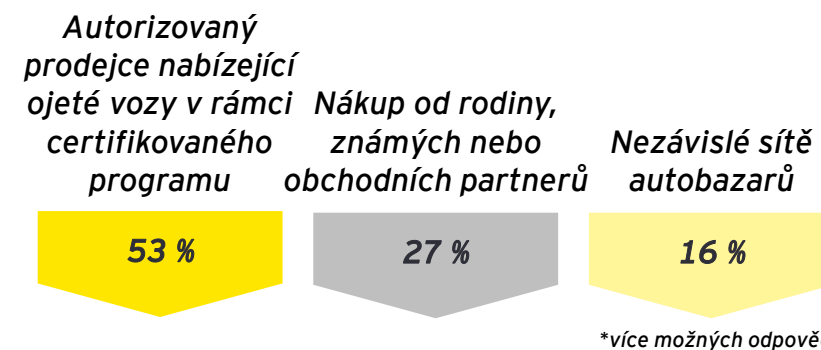
## Které služby jsou pro Vás klíčové při výběru prodejce ojetých vozů?



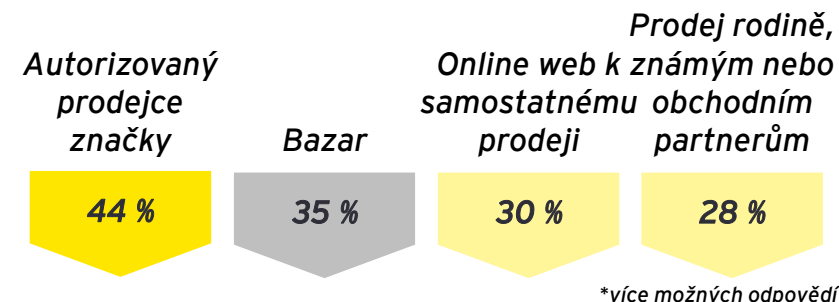
Nákup ojetého vozu

Prodej ojetého vozu

## Nejpravděpodobnější kanál pro nákup ojetého vozu



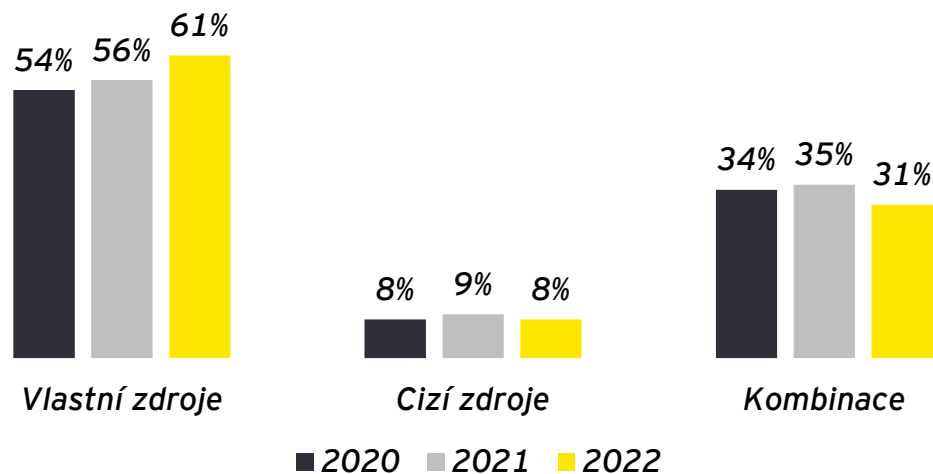
## Nejpravděpodobnější kanál pro prodej ojetého vozu



**Autorizovaný prodejce je stále prioritní volbou respondentů pro nákup i prodej ojetého vozu. Při výběru ojetého vozu zůstává klíčová garance počtu najetých kilometrů a transparentní historie vozu.**

# Financování nákupu vozu

Až si příště budete pořizovat vůz, z jakých zdrojů budete nákup vozu pravděpodobně financovat?



## Vlastní zdroje

33 %



54 %

Do 500 000,- Kč  
Rozpočet na nákup  
příštího vozu

50 000,- Kč a více  
Hrubý příjem domácnosti

Zatímco levnější vozy jsou pořizovány převážně z vlastních prostředků, na nákup dražších a prémiových využívají zákazníci prostředků cizích, či jejich kombinaci.

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



25%

(32%)\*

24%

(27%)\*

14%

(10%)\*

32%

(25%)\*

5%

(6%)\*

\*) Odpověď respondentů v roce 2021.



64%

21%

31%\*\*

9%

9%



79%

13%

15%\*\*

12%

14%



67%

26%

22%\*\*

13%

15%

Přímý nákup (vlastní zdroje)

Úvěr v bance

Úvěr / finanční leasing od  
leasingové společnosti

Dlouhodobý pronájem vozu,  
např. operativní leasing

Půjčka od rodiny či přátel

Jiné

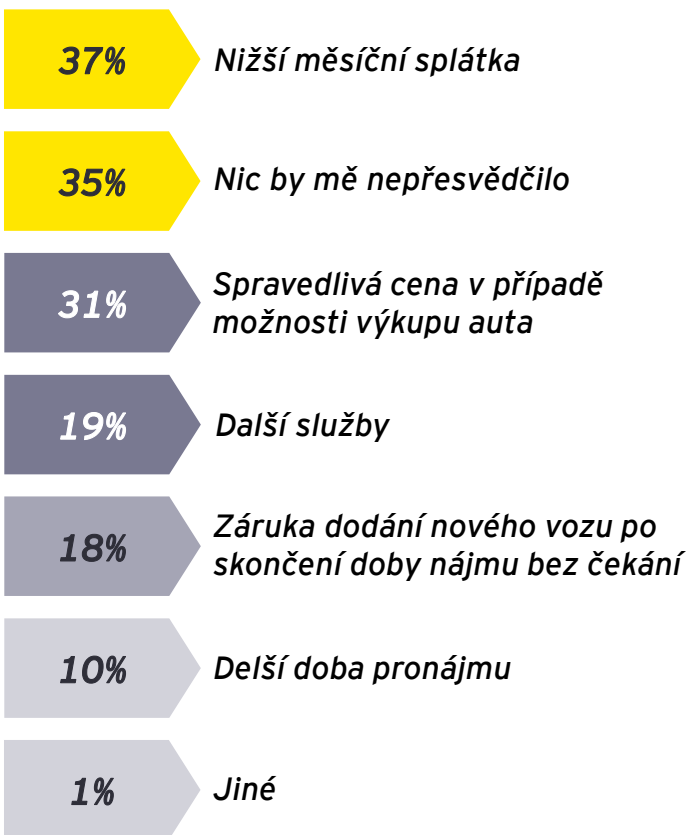
\*\*) Kategorie obsahuje všechny druhy leasingu.



Většina respondentů by využila vlastní zdroje k financování nákupu vozů, tento trend lze pozorovat i u Britů, Norů a Němců. V případě potřeby využití cizích zdrojů je nejvíce preferovanou variantou půjčka od rodiny či přátel.

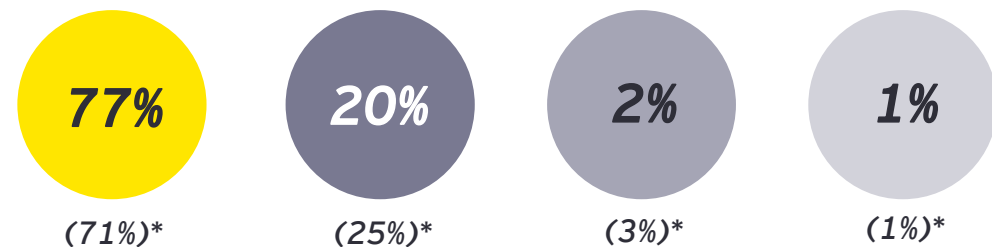
# Leasing vozů a předplatné

Co by Vás přesvědčilo k využití operativního Leasingu?



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

| Za takovou službu bych si nic nepřiplatil/a | Za službu bych byl/a ochotný/á si připlatit 15% oproti operativnímu leasingu | Za službu bych byl/a ochotný/á si připlatit až 30% oproti operativnímu leasingu | Za službu bych byl/a ochotný/á si připlatit více jak 30% oproti operativnímu leasingu |
|---------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
|---------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|



<sup>\*)</sup> Odpověď respondentů v roce 2021.

Skupiny, které by byly ochotny si připlatit až 15% a více oproti operativnímu leasingu, jsou:



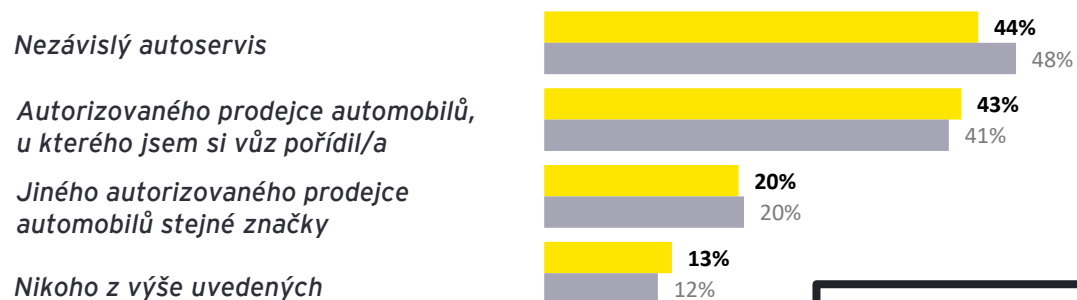
Hrubý příjem domácnosti



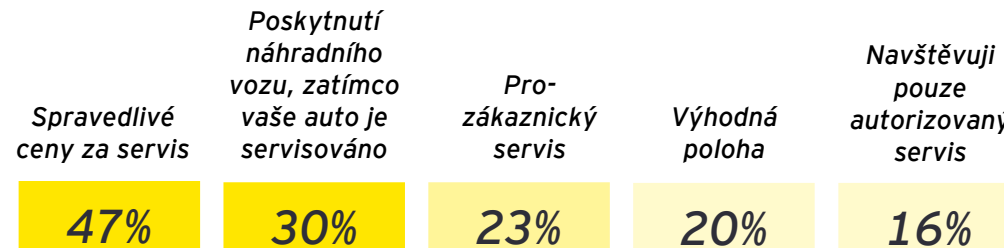
**Nic by nepřesvědčilo k využití operativního leasingu 35 % českých řidičů. Za službu předplatného by si necelá čtvrtina řidičů byla ochotna připlatit, nejčastěji však ne více než o 15% více.**

# Servisování vozidla

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



Co by Vás motivovalo k tomu, abyste navštívil/a autorizovaného dealera při příští servisní návštěvě?

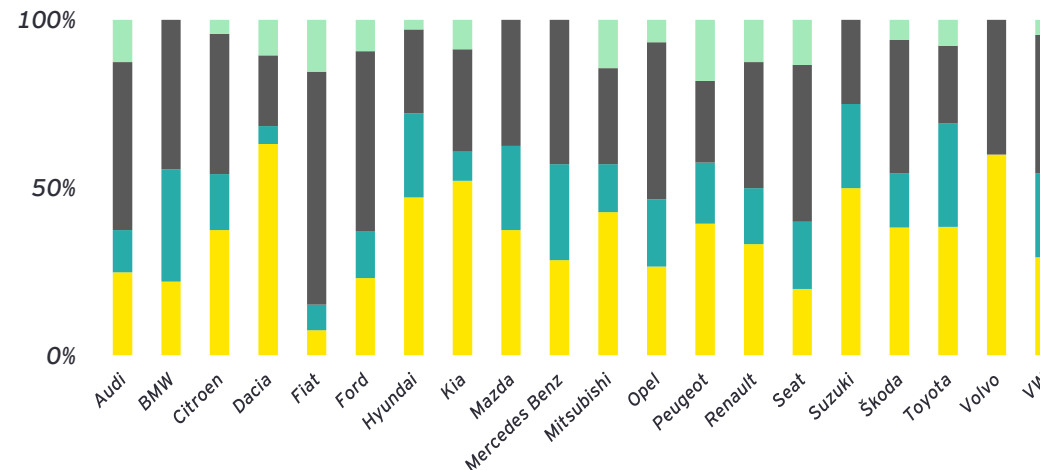


Jak byste si ideálně představoval/a objednat servis Vašeho vozu?



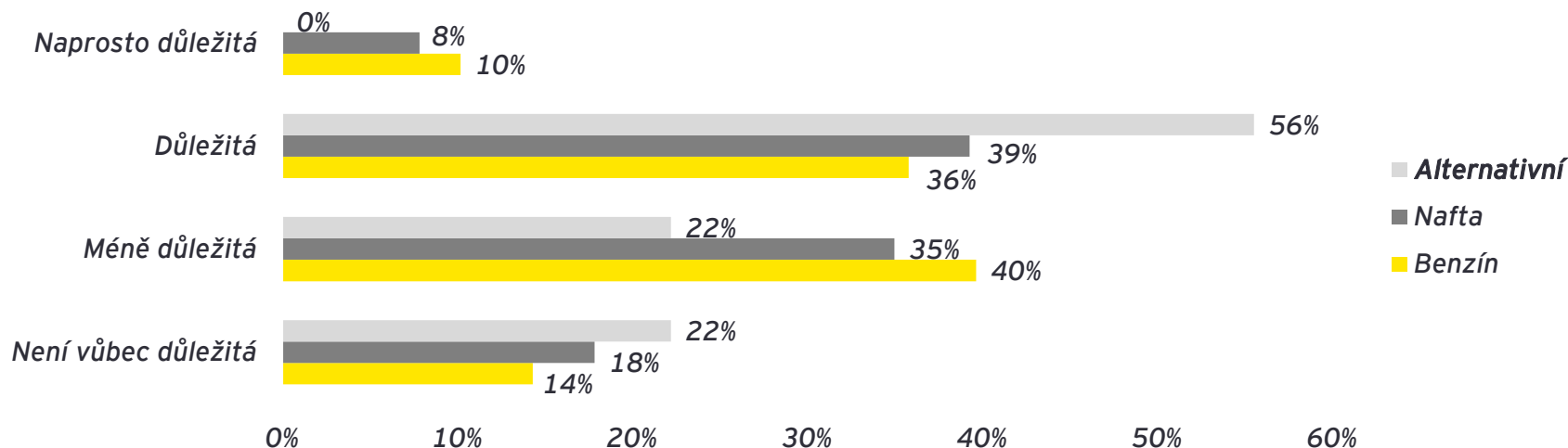
Které z uvedených subjektů jste za poslední 2 roky navštívil/a za účelem servisu Vašeho vozu?

■ Nikoho z výše uvedených  
 ■ Nezávislý autoservis  
 ■ Jiného autorizovaného prodejce automobilů stejné značky  
 ■ Autorizovaného prodejce automobilů, u kterého jsem si vůz pořídil/a



Míra preference navštívit servis autorizovaného dealera jako ideální způsob objednání do servisu. Míra preference navštívit servis autorizovaného dealera jako ideální způsob objednání do servisu. Míra preference navštívit servis autorizovaného dealera jako ideální způsob objednání do servisu.

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



Úroveň digitalizace značky je pro mě naprosto důležitá nebo důležitá



Věk 20-29 61 %

Věk 30-44 49%

Věk 45-64 41 %

Věk 65-75 47 %

**67 %** Řidičů, kteří zamýšlejí koupit elektrický vůz, považují úroveň digitalizace značky za důležité kritérium při koupi auta

**58 %** Řidičů, co zamýšlejí koupit hybridní vůz, považují úroveň digitalizace značky za důležité kritérium při koupi auta



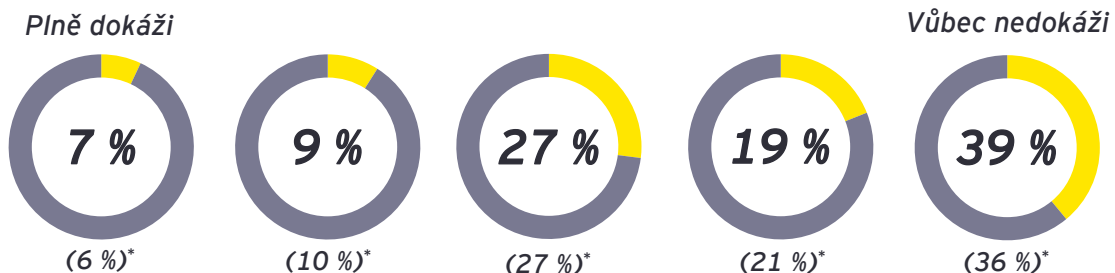
Z celkového počtu respondentů by 46 % volilo úroveň digitalizace značky automobilů jako jedno z nejdůležitějších kritérií. Čím větší mají lidé rozpočet na auto, tím více vnímají úroveň digitalizace značky jako klíčový parametr při rozhodování o koupi vozu.



Trendy a technologie

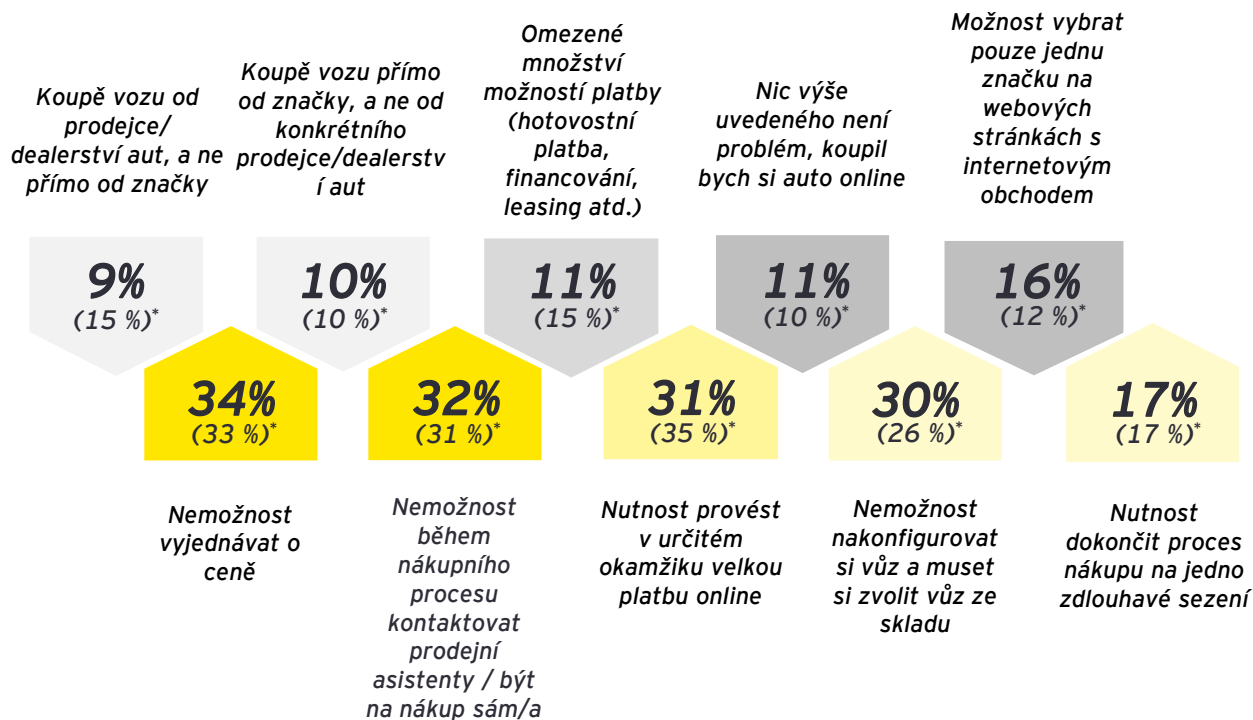
# Jsem ochotný koupit svůj automobil přes internet?

## Do jaké míry si dokážete představit nákup Vašeho příštího automobilu přes internet?



\*) Odpověď respondentů v roce 2021.

## Co by vás osobně odradilo od koupě vozu online?\*



\*) Odpověď respondentů v roce 2021.

\*\*) Respondenti vybírali více možností.

## Skupiny, které si dokáží představit nákup vozu přes internet



56 %

nad 50 tis. Kč  
příjem domácností



21 %

30 - 44 let



31 %

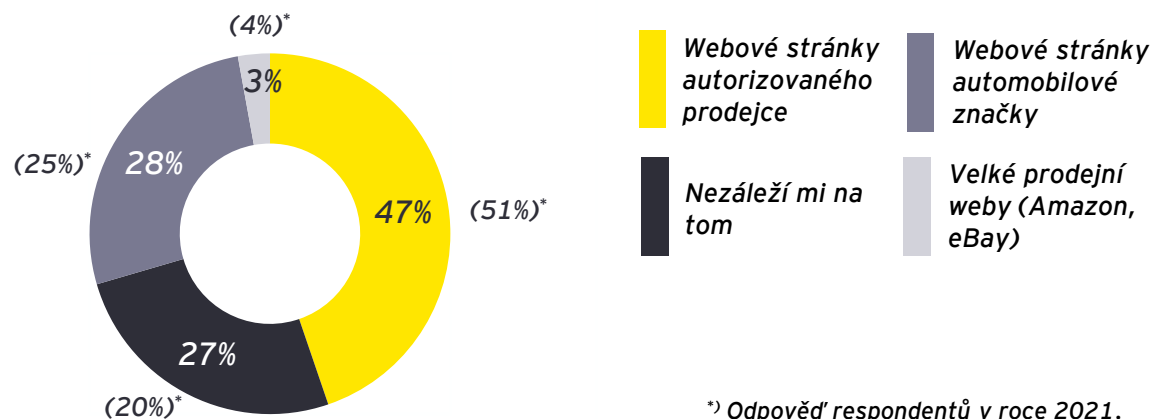
do 2 let  
nákup auta



**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 stránky byste automobil pořídil/a nejpravděpodobněji?**

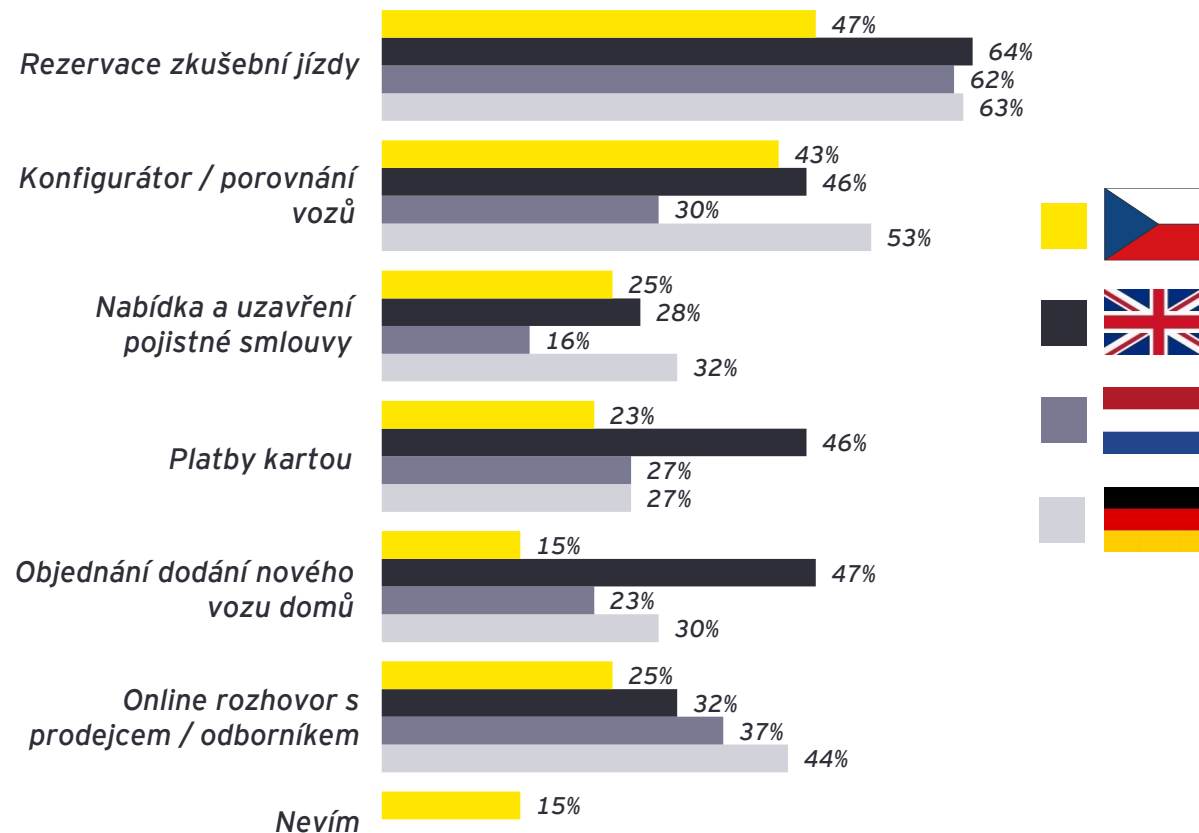


\*) Odpověď respondentů v roce 2021.

**58 %** řidičů, kteří navštívili v posledních 2 letech **autorizovaný servis**, by v případě pořízení automobilu online volilo **webové stránky automobilové značky**

**71 %** řidičů, kteří volili **velké prodejní weby**, považují digitalizaci značky za **důležitou** nebo **naprosto důležitou**

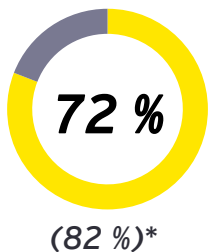
**Pokud byste měl/a možnost použít online nástroje, které z následujících byste použil/a při nákupu automobilu?**



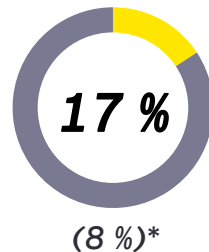
**Webové stránky autorizovaného prodejce nebo automobilové značky jsou prioritní pro respondenty v případě nákupu automobilu online. Funkce výpočtu ceny je jeden z nejdůležitějších nástrojů v případě koupi vozů online.**

# Řídili jste někdy elektromobil?

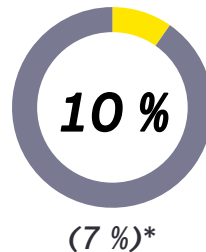
Ne, nikdy



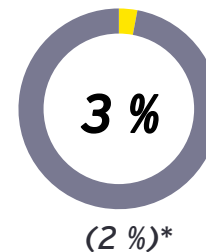
Ano, jako spolujezdec



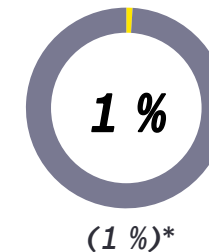
Ano, jako řidič



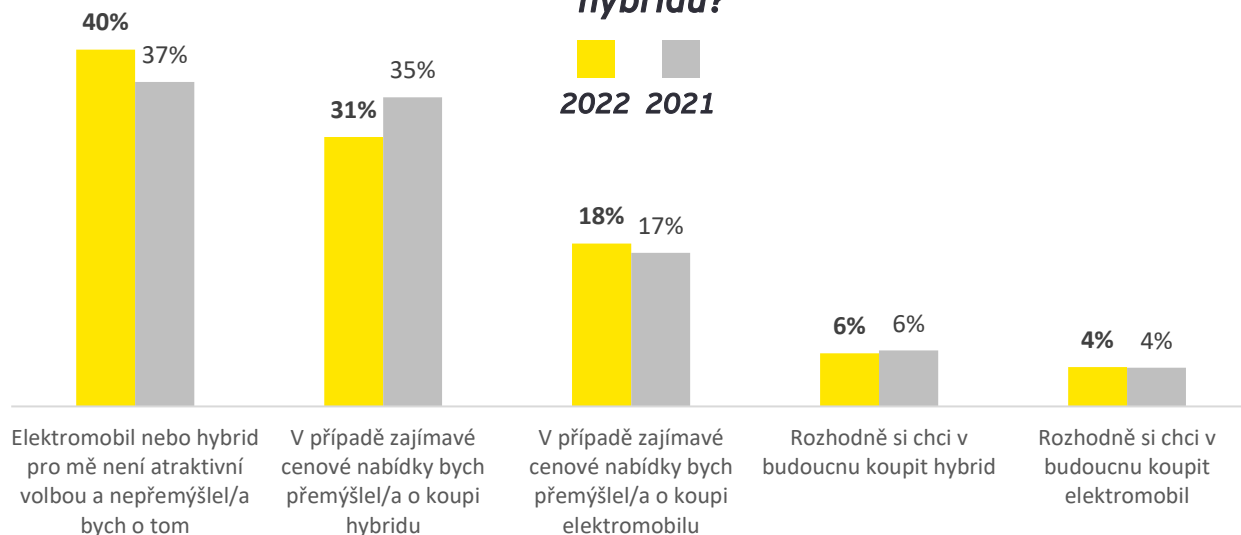
Ano, několikrát



Ano, vůz typu BEV řídím často



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



**49 %** Respondentů z malých měst (5-20 tis. obyvatel) má zájem o koupi hybridu

**26 %** Respondentů z velkých měst (nad 100 tis. obyvatel) má zájem o koupi elektromobilu

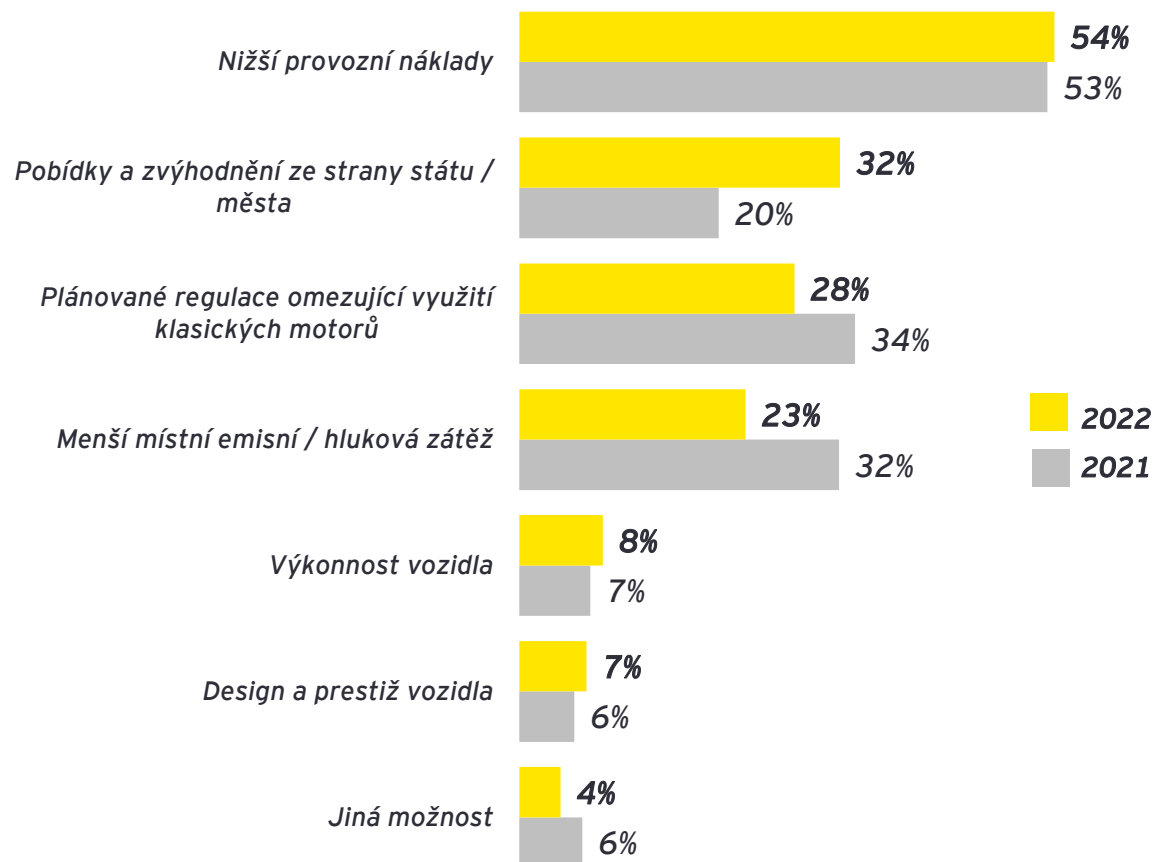
**23 %** Respondentů s příjmem domácnosti nad 80 tis. Kč si definitivně pořídí hybrid v budoucnu



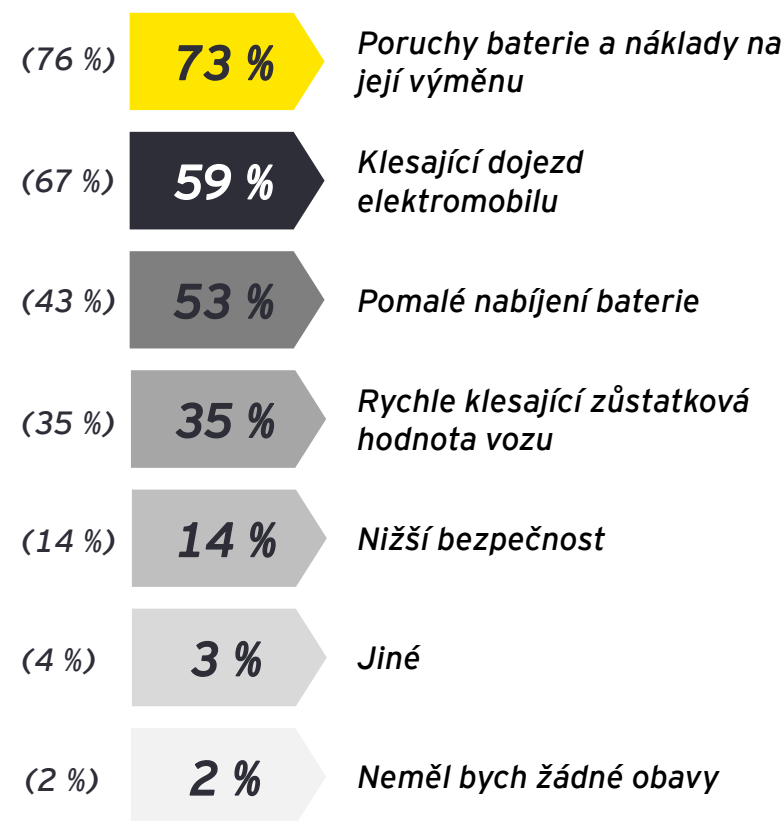
Více než 72 % Čechů ještě nikdy nemělo příležitost řídit plně elektrický vůz, což představuje meziroční pokles o 10 p.b.. Pro 40 % respondentů nejsou vozy na alternativní pohon atraktivní, 31 % respondentů zváží možnost nákupu vozu na alternativní pohon pouze v případě zajímavé cenové nabídky. Ve srovnání s předchozím rokem došlo u respondentů k výraznému nárůstu obeznámenosti s elektromobily.

# Je elektromobilita relevantní?

## Z jakého důvodu byste měl/a především zájem o koupi elektromobilu?



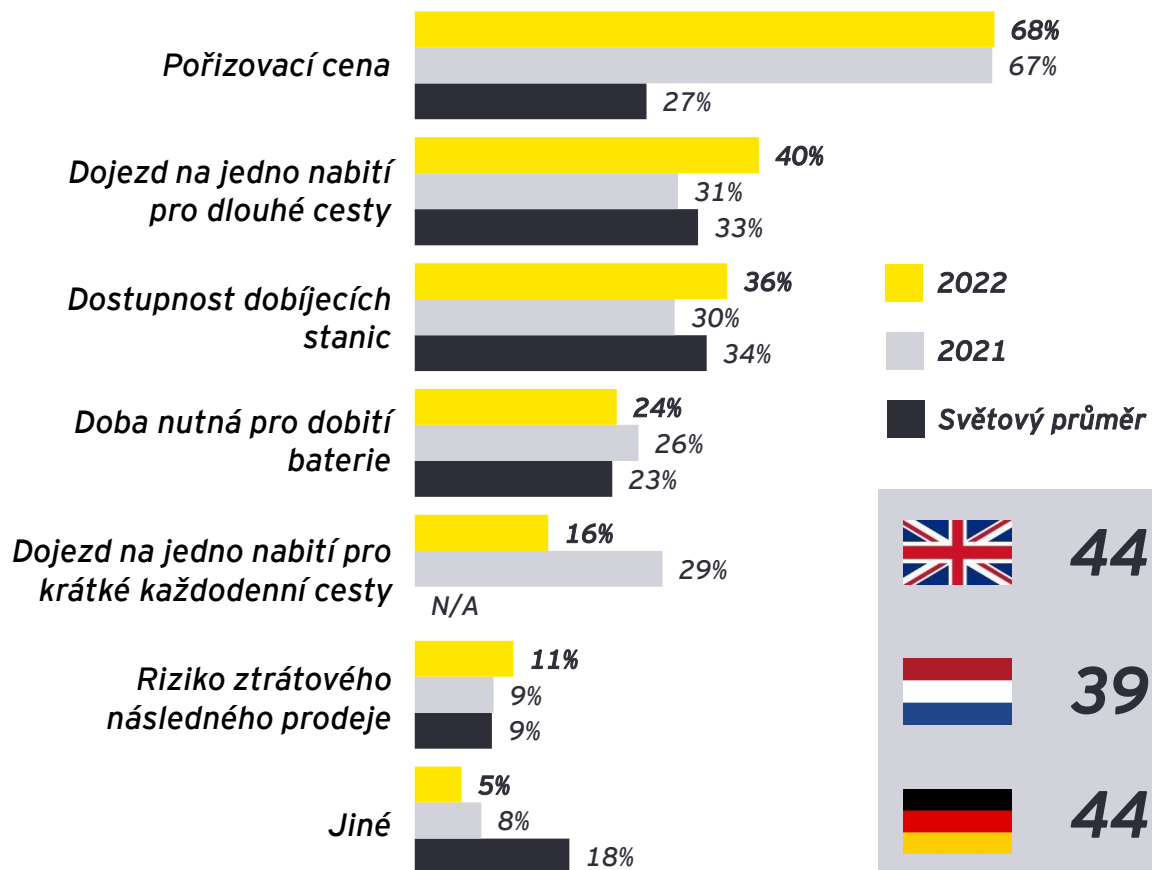
## Jaké by byly vaše největší obavy při nákupu ojetého elektromobilu?\*



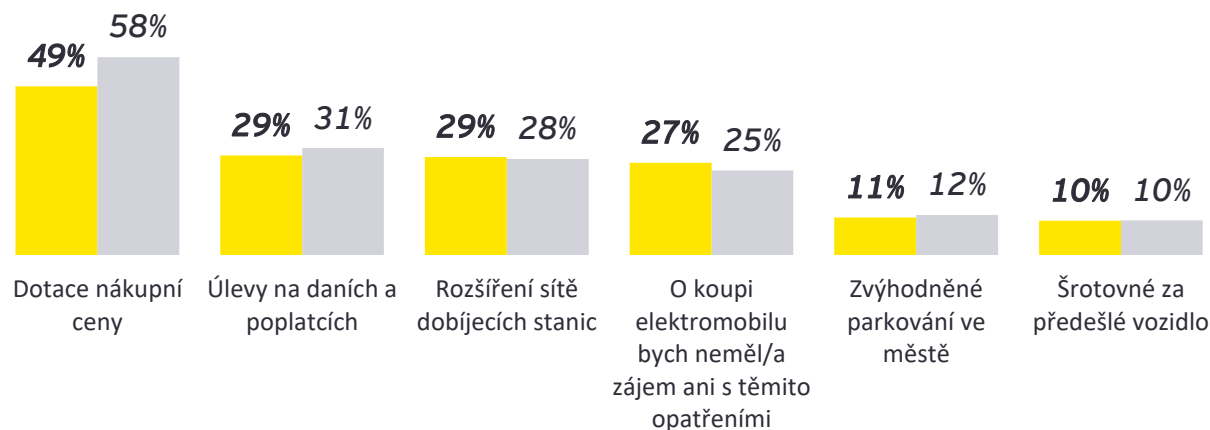
**Nejvíce respondentů z ČR by mělo zájem o elektromobil kvůli nižším provozním nákladům, pobídkám od státu a plánovaným regulacím omezujícím využití automobilu se spalovacím motorem. Největší obavy při nákupu ojetého elektromobilu jsou z poruch baterie a nákladů na její výměnu a klesajícího dojezdu vozu.**

# A co naopak odrazuje od koupě elektromobilu?

Co mě od koupě elektromobilu odrazuje?\*



Kterými opatřeními by stát zvýšil Váš zájem o elektromobil?\*



44 % Pořizovací cena

38 % Dostupnost veřejných dobíjecích stanic

30 % Omezený dojezd elektromobilů



39 % Pořizovací cena

36 % Omezený dojezd elektromobilů

29 % Dostupnost veřejných dobíjecích stanic



44 % Omezený dojezd elektromobilů

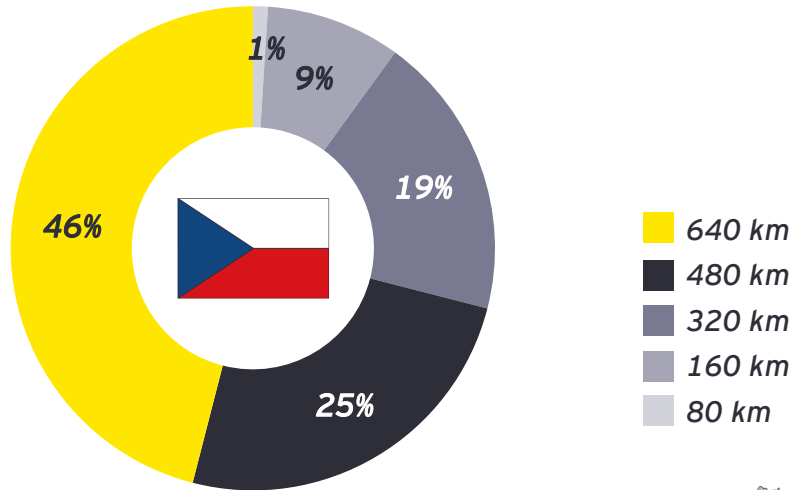
32 % Absence dobíjecích stanic v práci nebo doma

32 % Dlouhá doba dobítí baterie

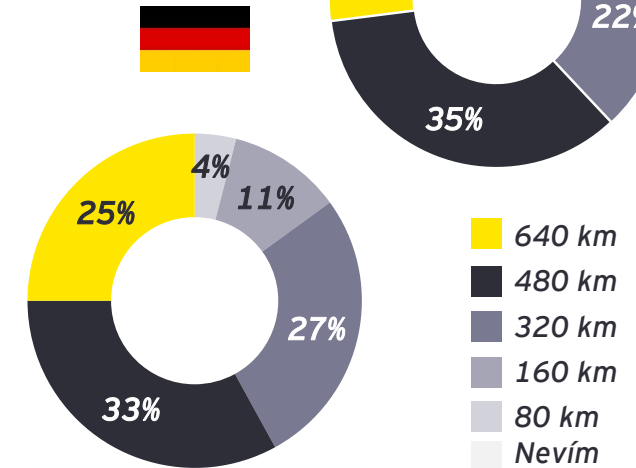
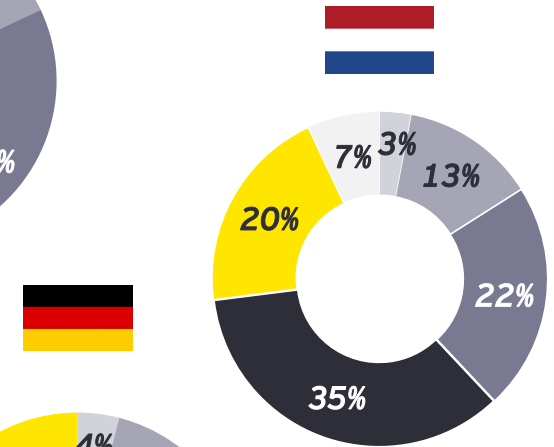
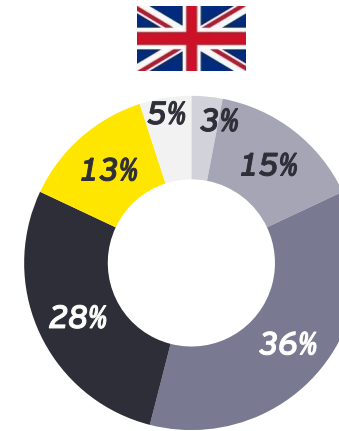
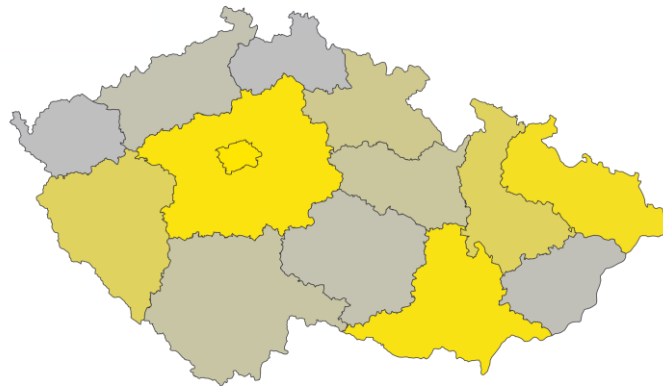


**Čechy od koupě elektromobilu stále nejvíce odrazuje pořizovací cena. Skoro polovina by uvítala podporu státu ve formě dotací na nákup vozu.**

# Jaký by byl pro Vás přijatelný dojezd elektromobilu\*?



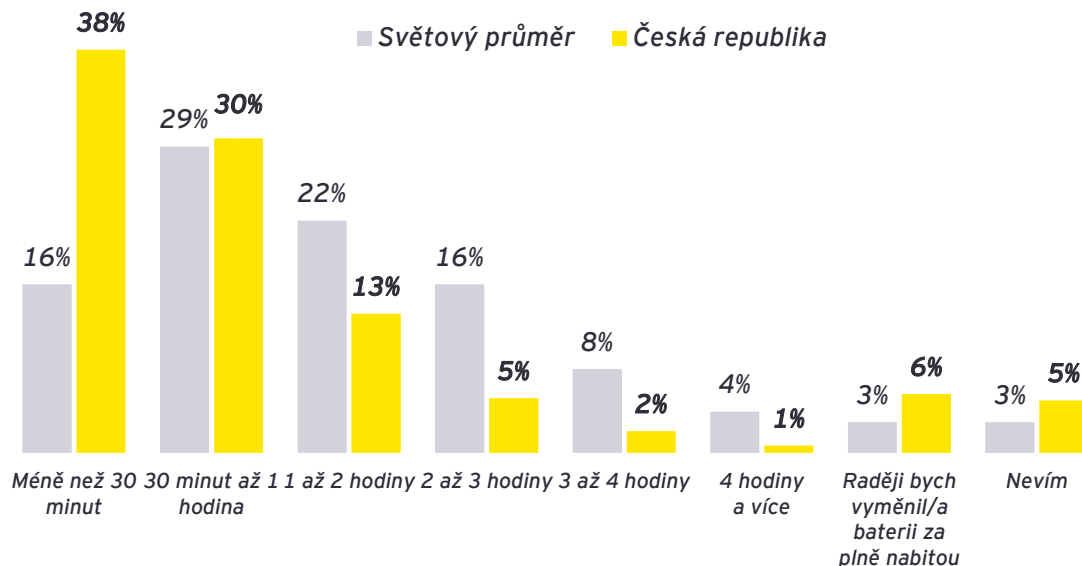
Respondenti, kteří odpověděli, že přijatelný dojezd elektromobilů je 640 km, jsou nejčastěji z Prahy



**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. 71 % z nich požaduje dojezd alespoň 480 km.**

# Doba a místo dobíjení elektromobilu

## Přijatelný čas potřebný k plnému nabití elektromobilu?



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



**59 %**

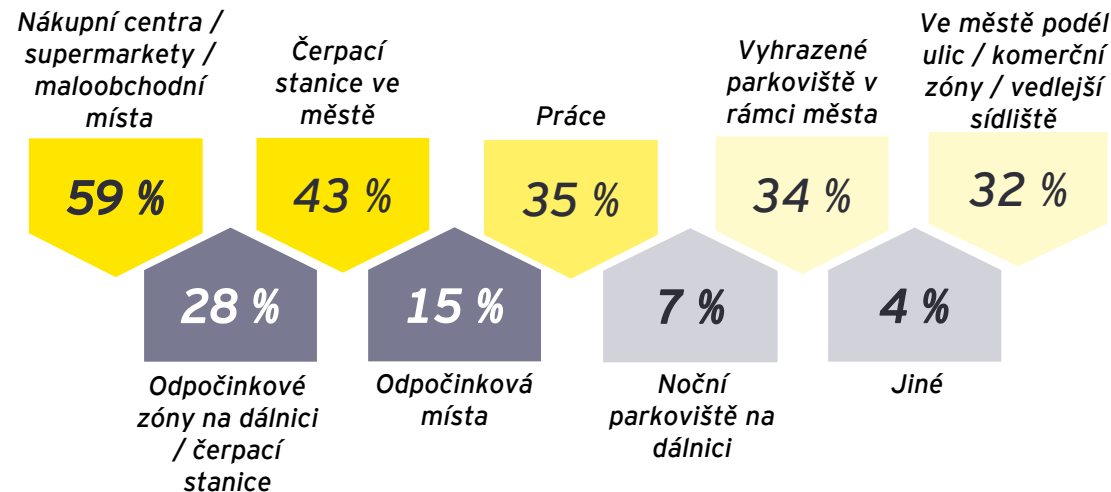


**48 %**



**57 %**

## Které z následujících nerezidenčních nabíjecích míst pro Vás bylo nejvhodnější pro nabíjení elektromobilu?



**Nákupní centra / supermarkety / maloobchodní místa jsou nejvhodnějšími nabíjecími místy pro:**



**58 %**



**35 %**

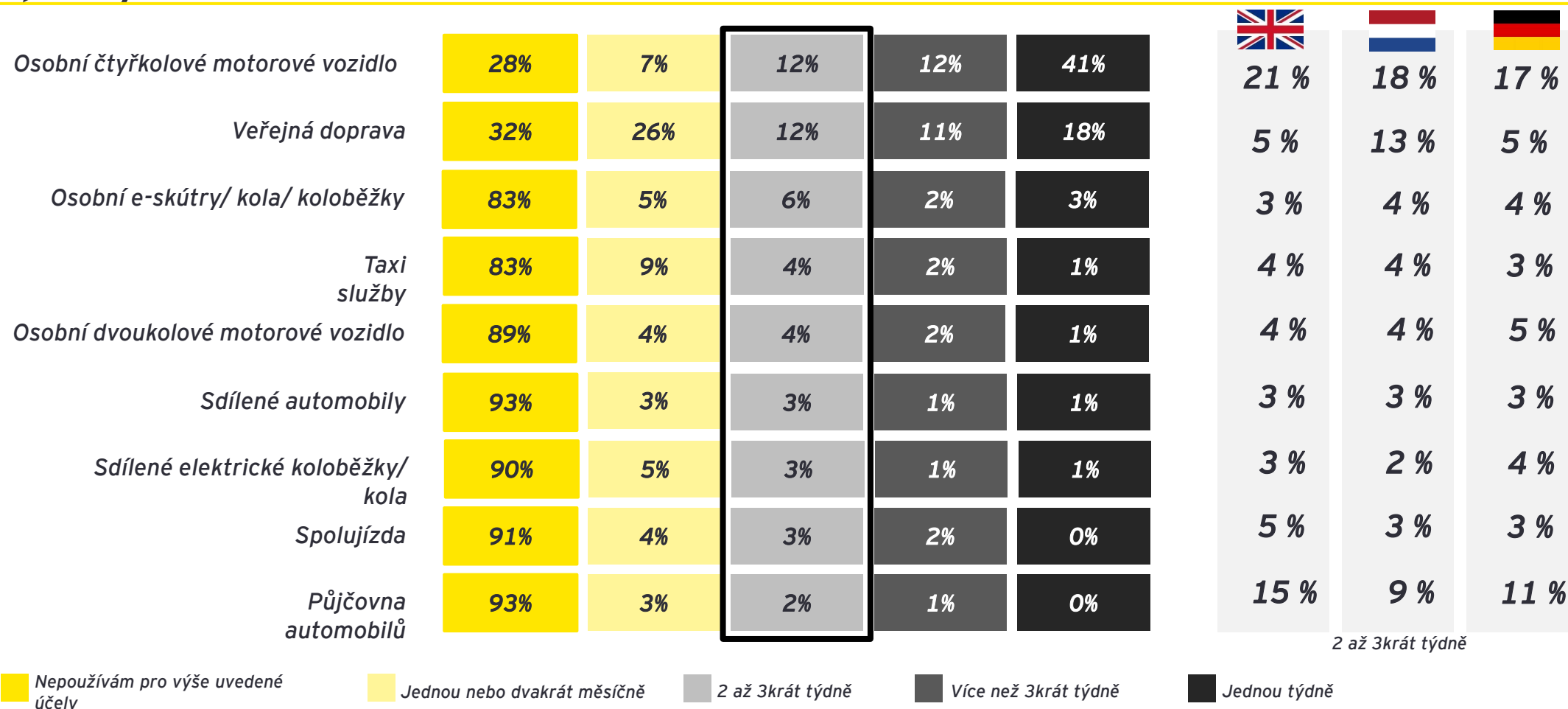


**56 %**



**Pro více než třetinu českých řidičů je přijatelný čas plnému nabití elektromobilu méně než 30 minut. Pro více než polovinu respondentů jsou nejvhodnějším místem pro nabíjení vozu nákupní centra; dobíjení v práci se umístilo na třetí místo. Čeští řidiči mají obecně v oblasti elektromobility vyšší nároky než v okolních zemích.**

# Jak často cestujete za prací nebo studiem pomocí následujících způsobů dopravy?



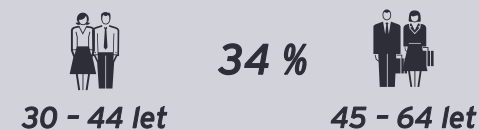
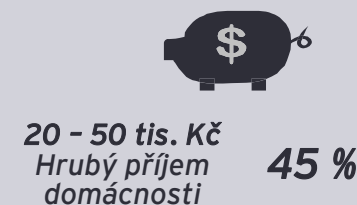
**Češi preferují dojíždět do práce osobním autem, hromadnou dopravu více než třikrát týdně využívá pouze 18 % respondentů. Ve srovnání s ostatními zeměmi využívají Češi méně osobní auta, spolu s Nizozemci pak cestují veřejnou dopravou více než respondenti z UK a Německa.**

# Jak často cestujete za všemi ostatními aktivitami nesouvisejícími s prací nebo studiem ?

|                                    |     |     |     |     |     |
|------------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|
| Osobní čtyřkolové motorové vozidlo | 12% | 13% | 22% | 19% | 34% |
| Veřejná doprava                    | 34% | 27% | 14% | 13% | 12% |
| Osobní e-skútry/ kola/ koloběžky   | 81% | 8%  | 5%  | 4%  | 2%  |
| Taxi služby                        | 80% | 13% | 4%  | 1%  | 2%  |
| Sdílené elektrické koloběžky/ kola | 89% | 5%  | 4%  | 2%  | 1%  |
| Spolujízda                         | 92% | 4%  | 2%  | 2%  | 1%  |
| Osobní dvoukolové motorové vozidlo | 89% | 5%  | 4%  | 1%  | 1%  |
| Sdílené automobily                 | 93% | 3%  | 3%  | 1%  | 1%  |
| Půjčovna automobilů                | 94% | 3%  | 2%  | 1%  | 0%  |

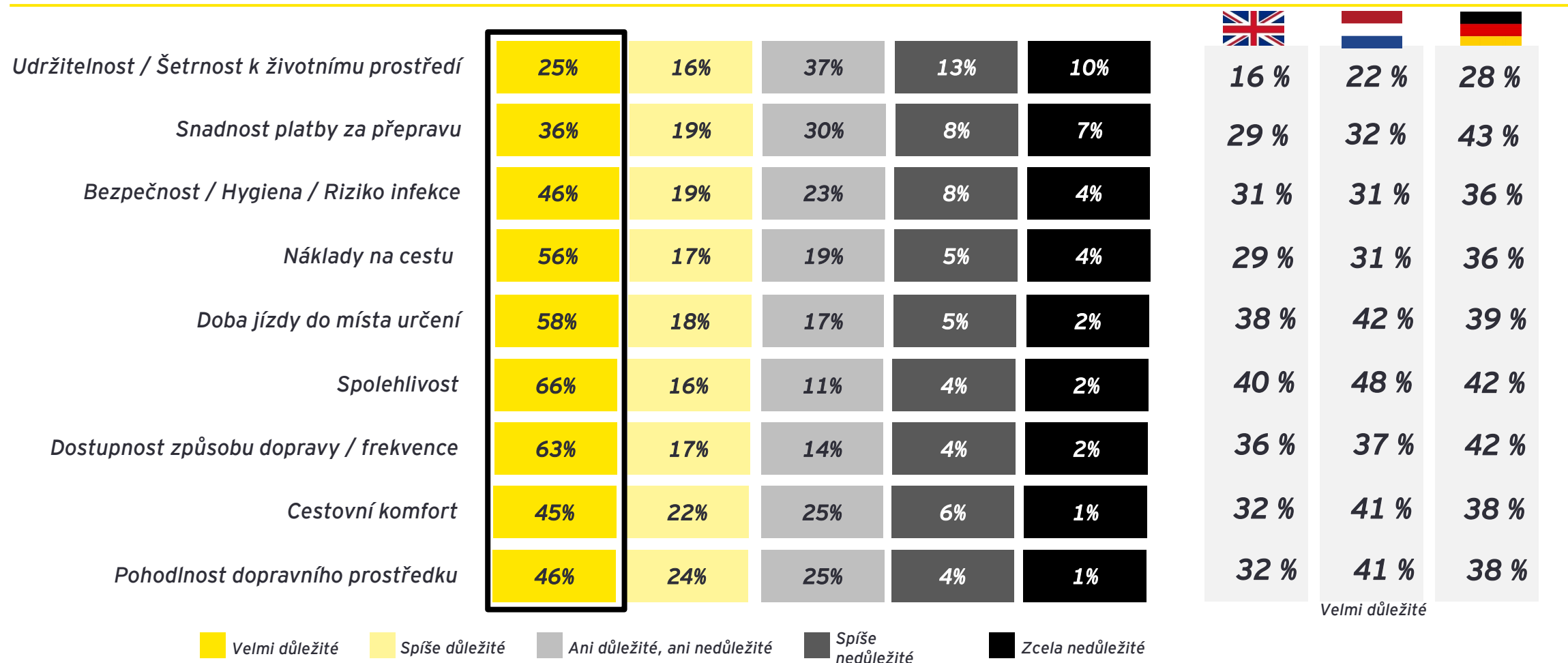
Nepoužívám pro výše uvedené účely
  Jednou nebo dvakrát měsíčně
  2 až 3krát týdně
  Více než 3krát týdně
  Jednou týdně

Auto využívá 2 až 3krát týdně



**Pro mimopracovní cesty čeští řidiči stále preferují hlavně osobní vozy a veřejnou dopravu.**

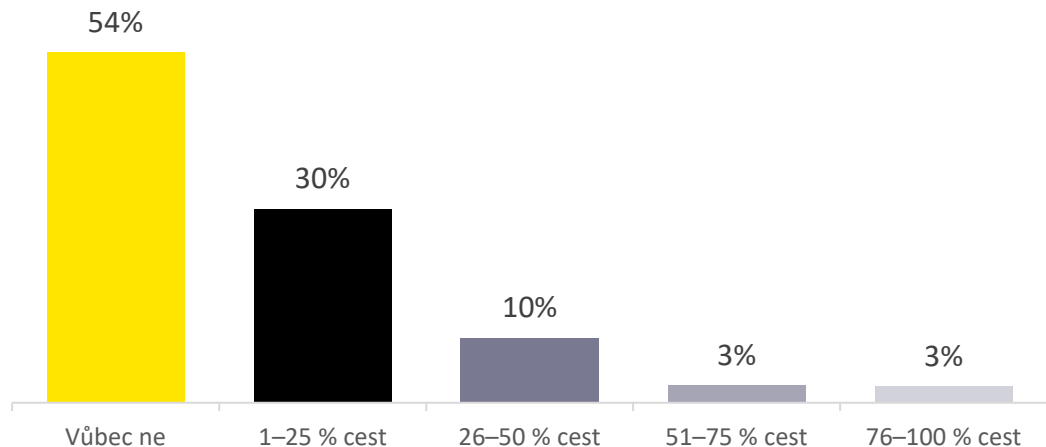
# Jaké faktory nejvíce ovlivňují výběr použití různých způsobů dopravy?



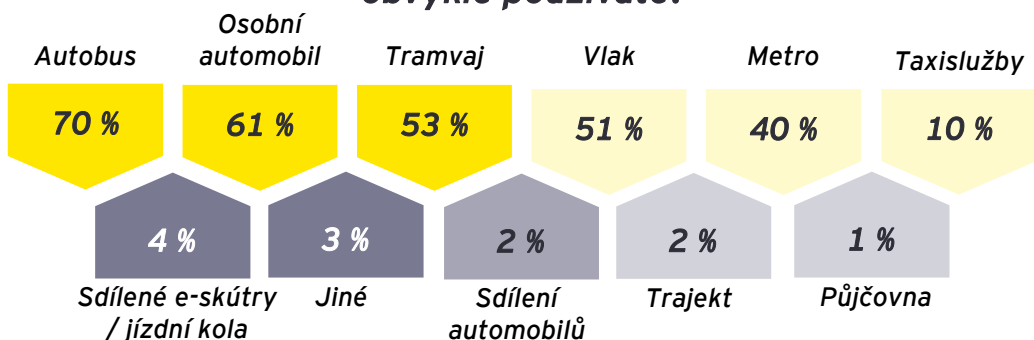
Hlavními faktory, které ovlivňují použití různých způsobů dopravy českých respondentů, jsou - spolehlivost (66 %), dostupnost nebo frekvence (63 %) a doba jízdy (58 %), náklady na cestu jsou čtvrtým nejdůležitějším faktorem.

# Multimodální doprava (kombinace různých druhů dopravy)

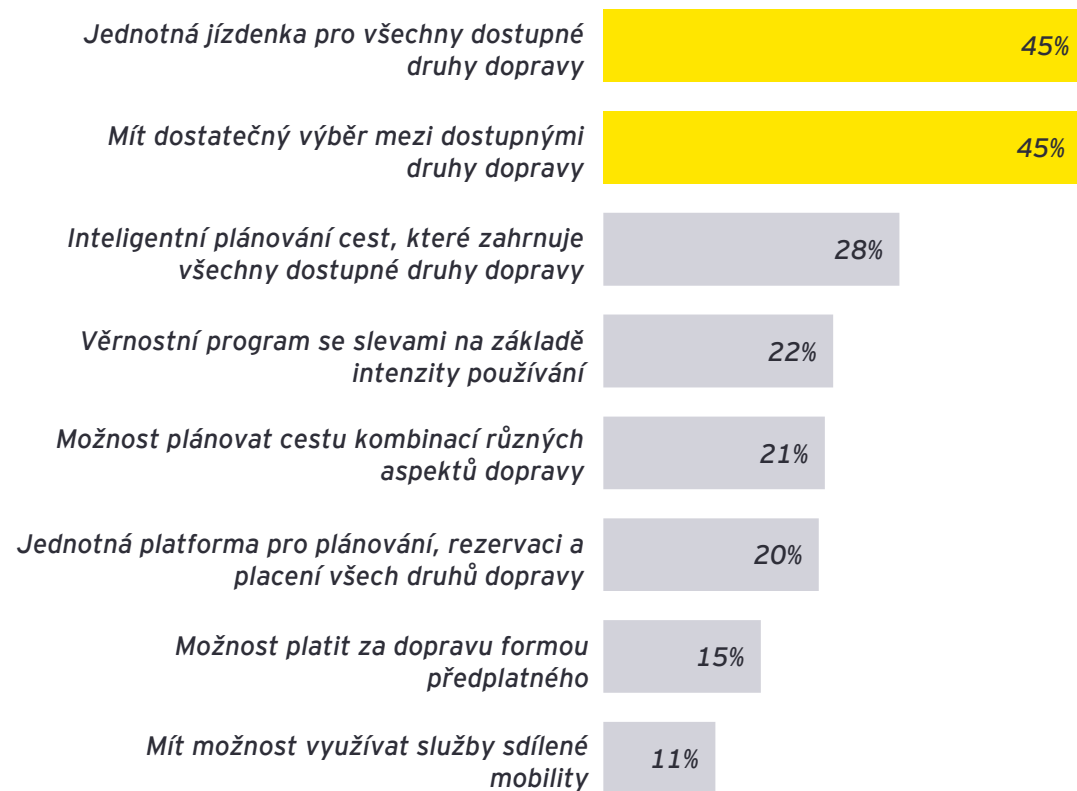
Jak často cestujete po městě pomocí multimodální formy dopravy?



Když používáte multimodální formu dopravy, jaké druhy dopravy obvykle používáte?\*



Co považujete za nezbytnou podmínku pro využití multimodální formy dopravy, aby splnila Vaše potřeby?\*



\*více možných odpovědí



**Více než polovina respondentů (ve městech nad 100 tisíc obyvatel - 39 %) uvedlo, že necestují po městě pomocí multimodální dopravy. Zavedení jednotné jízdenky a dostatečný výběr mezi druhy dopravy je nezbytnou podmínkou pro využití multimodální dopravy pro 45 % respondentů.**



# Základní zjištění

# 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*

**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*

*45 % v roce 2021*

**61 %**

*respondentů si dokáže představit nákup příštího automobilu přes internet*

*64 % v roce 2021*

**23 %**

*respondentů je ochotno počkat 12 měsíců na vůz své oblíbené značky*

*18 % v roce 2021*

# Zajímavosti

Pro **54 %** respondentů, je u elektromobilů (pouze BEV) přijatelný dojezd 480km a méně. Čeští řidiči jsou tak výrazně více skeptičtí ve srovnání se světovým průměrem 82%.

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)

**37 %** (2021 - 44 %) domácností s příjmem do 20 tis. Kč by financovalo nákup auta pomocí půjčky od člena rodiny nebo kamaráda, téměř **30 %** (2021 - 40 %) domácností s příjmem 80-120 tis. Kč by financovalo nákup auta pomocí bankovní půjčky, až **40 %** (2021 - 20 %) domácností s příjmem nad 150 tis. Kč by si nové auto pořídilo na operativní leasing.

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



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

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

**35%** respondentů uvedlo, že není nic co by je přesvědčilo pořídit si vůz na operativní leasing. **77%** pak i že by si vůbec nebyli ochotni připlatit za předplatné v rámci kterého by mohli využívat různé vozy.

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

# Děkujeme za pozornost a těšíme se na Vaše dotazy

## Kontakty



Petr Knap

Partner

*CESA Advisory Automotive  
& Transportation Leader*

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



Zdeněk Dušek

Partner

*Mobility*

*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 právníckou 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](https://ey.com/privacy). Pro podrobnější informace o naší organizaci navštivte prosím naše webové stránky [ey.com](https://ey.com).*

*© 2022 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](https://ey.com)