

## **ROZDZIAŁ 4**

### **PROJEKT BADANIA**

#### **SAMOCHODY**

Badania przeprowadzone przez CBM Indicator (w lipcu 2001 r. na próbie 1200 osób) pokazują, że Polacy mają coraz większe trudności z rozpoznawaniem marek samochodów. O ile w 2000 r. 60% badanych twierdziło, że rozpoznaje marki wszystkich samochodów jeżdżących po polskich drogach, o tyle w 2001 r. odsetek ten zmniejszył się o 10 pkt. proc. Marki, które są najlepiej rozpoznawane, to Fiat (ok. 42% wskazań) i Mercedes (ok. 24%) . Ta pierwsza dlatego, że koncern Fiat istnieje na polskim rynku już od dawna, zaś ta druga dlatego, że od dawna była przedmiotem marzeń każdego kierowcy.

Za przyczynę takiego stanu rzeczy uznaje się szybkość zmian we wzornictwie linii nadwozia i podobieństwo samochodów produkowanych przez różne koncerny motoryzacyjne. Dawniej cykl życia samochodu trwał około 10 lat, co wystarczało, aby sylwetka auta utkwiła kierowcom w pamięci. Obecnie cykl życia modelu nie przekracza 5 lat, a i tak większość form nadwozia jest do siebie podobna.

Respondentom zadano również pytania o markę posiadanego samochodu i plany związane z zakupem nowego pojazdu. Okazało się, że 31% badanych ma Fiata, 11% Opla, 10,6% Volkswagena i 10,3% Daewoo. Za najlepszego producenta uznano firmę Mercedes (51% wskazań) i generalnie Niemcy jako kraj producenta. Uzasadniano to solidnością wykonania, bezpieczeństwem i bezawaryjnością produkowanych tam aut. Elementami decydującymi o atrakcyjności konkretnej marki były według respondentów bezpieczeństwo, niskie koszty eksploatacji i komfort jazdy. O bezpieczeństwie auta ma świadczyć ich zdaniem obecność systemu ABS, kontrolowanych stref zgniotu i pirotechnicznych napinaczy pasów bezpieczeństwa. Badani nie przywiązują uwagi do ekologii i oryginalnej stylistyki nadwozia.

Myśląc o zamianie auta, pod uwagę brano głównie markę Fiat i Opel, nie wspomniano natomiast o Daewoo, którego popularność w 2001 r. była mniejsza niż 2000 r. Poniżej przedstawiono tabelę zawierającą dane o planach zakupowych osób posiadających 4 najpopularniejsze marki: Fiata, Opla, Volkswagena i Daewoo.

Tabela 4.1. Plany zakupowe dotyczące marek samochodów osobowych

Posiadana marka samochodu	Planowany zakup nowego samochodu				Razem
	Fiat	Opel	Volkswagen	Daewoo	
Fiat	250	50	70	0	370
Opel	0	100	30	0	130
Volkswagen	0	27	100	0	127
Daewoo	50	10	10	53	123
Razem	300	187	210	53	750

**Źródło:** opracowano na podstawie A. Kublik, *Sondaż firmy Indicator na temat rynku samochodów osobowych w Polsce*, portal Gazeta.pl (19.02.2001).