

PREFEROWANE CECHY SAMOCHODÓW I ŹRÓDŁA INFORMACJI O NOWYCH MODELACH

Warszawa sierpień 2000

- Dla czterech piątych Polaków najważniejsze charakterystyki brane pod uwagę przy wyborze pojazdu to: zużycie paliwa (82%), a więc podstawowa informacja decydująca o kosztach eksploatacji nabytego pojazdu, następnie cena (81%) i bezpieczeństwo (80%). Siedmiu na dziesięciu (70%) badanych za ważny uważa łatwo dostępny serwis. Do komfortu jazdy, pakietu ubezpieczeń dołączanego bezpłatnie przy zakupie czy dogodnego systemu rat przywiązuje znaczenie dwie trzecie Polaków (odpowiednio 67%, 66%, 65%). Marka pojazdu, pojemność silnika, ABS są ważne dla więcej niż połowy osób (odpowiednio 59%, 56%, 52%). Najmniejsze znaczenie miała klimatyzacja – blisko jedna trzecia badanych (32%) uważała, że nie jest to ważny element wyposażenia samochodu, przeciwnego zdania było 40% potencjalnych posiadaczy samochodów.
- Wśród ogółu badanych najczęściej wymienianym źródłem informacji o samochodach są rozmowy ze znajomymi (50% wskazań), telewizyjne magazyny informacyjne (36% wskazań), reklamy telewizyjne (32%). Nieco rzadziej badani wskazują na prasę codzienną i motoryzacyjną (po 18% wskazań).
- W grupie osób planujących kupno samochodu w ciągu roku wzrasta znaczenie jako źródeł informacji o autach: opinii znajomych (65%), telewizyjnych magazynów informacyjnych (45%) i prasy motoryzacyjnej (41%). Funkcje informacyjne reklamy telewizyjnej zdecydowanie maleją (15%) w grupie zdecydowanych nabywców.
- Ponad trzy czwarte Polaków (78%) twierdzi, że telewizyjne reklamy nie skłoniły ich do zainteresowania się prezentowanymi modelami aut – przeciwnie zdanie ma jedna piąta badanych (22%).
- W grupie osób zamierzających w ciągu roku kupić auto reklamy wzbudziły większe zainteresowanie prezentowanymi markami i częściej zapamiętywano przedstawiane w nich modele. Mimo, że zadeklarowani nabywcy rzadziej niż ogół dowiadują się o samochodach z reklamy telewizyjnej, 29% osób z tej grupy przyznaje, że pod jej wpływem zwróciło uwagę na konkretny model.

Ośrodek Badania Opinii Publicznej Sp. z o.o.

ul. Dereniowa 11, 02 776 Warszawa

Tel: (48 22) 648 2044 (-46), 644 9995 Fax: (48 22) 644 9947 e-mail: obop@obop.com.pl www.obop.com.pl

Cytowanie, publiczne odtwarzanie, kopiowanie oraz wykorzystywanie w innej formie danych, informacji i opracowań zawartych w tej publikacji jest dozwolone pod warunkiem podania źródła.

WPROWADZENIE

W lipcu¹ TNS OBOP zrealizował badanie dotyczące problematyki motoryzacyjnej. Podstawowe informacje dotyczące samochodowego stanu posiadania i planowanych przez Polaków zakupów przedstawiliśmy w komunikacie „Jakim samochodem jeździ przeciętna polska rodzina i jakim zamierza jeździć”. Obecnie koncentrujemy się na przedstawieniu, jakie cechy samochodów Polacy biorą pod uwagę, planując zakup, oraz skąd czerpią informacje o autach. Przypomnijmy, że 9% osób planowało zakup samochodów w ciągu najbliższego roku, 21% w bliżej nieokreślonej przyszłości, a 70% nie deklarowało takiego zamiaru. Zestawienie ocen i opinii osób, które zamierzają w najbliższym czasie kupić samochód z poglądami ogółu badanych, pozwoli odpowiedzieć na pytanie czy i jak sytuacja zakupu wpływa na opinie respondentów.

PREFERENCJE DOTYCZĄCE CECH SAMOCHODÓW

Na liście atrybutów samochodów ocenianych przez Polaków znalazły się nie tylko cechy samochodów, ale także kryteria związane z ich eksploatacją (dostępność serwisowa) czy warunkami zakupu (systemy ratalne, pakiety ubezpieczeń oferowane przy zakupie).

Generalnie Polacy przywiązują wagę do wszystkich badanych cech - w każdym przypadku ocena ważności danej cechy była wyższa od opinii uznających ją za nieważną.

Uzyskane wyniki eksponują znaczenie walorów finansowych i związanych, z ogólnie rozumianym, bezpieczeństwem samochodu. Dla czterech piątych Polaków najważniejsze charakterystyki brane pod uwagę przy wyborze pojazdu to: zużycie paliwa (82%), a więc podstawowa informacja decydująca o kosztach eksploatacji nabytego pojazdu, następnie cena (81%) i bezpieczeństwo (80%).

Siedmiu na dziesięciu (70%) badanych za ważny uważa łatwo dostępny serwis. Do komfortu jazdy, pakietu ubezpieczeń dołączanego bezpłatnie przy zakupie czy dogodnego systemu rat przywiązuje znaczenie dwie trzecie Polaków (odpowiednio 67%, 66%, 65%).

Marka pojazdu, pojemność silnika, ABS są ważne dla więcej niż połowy Polaków (odpowiednio 59%, 56%, 52%).

Najmniejsze znaczenie miała klimatyzacja – blisko jedna trzecia badanych (32%) uważała, że nie jest to ważny element wyposażenia samochodu, przeciwnego zdania było 40% potencjalnych posiadaczy samochodów.

¹ Sondaż Ośrodka Badania Opinii Publicznej z 22-24 LIPCA 2000 r., przeprowadzony na reprezentatywnej 1055 - osobowej ogólnopolskiej próbie Polaków powyżej 15 roku życia. Maksymalny błąd statystyczny dla takiej wielkości próby wynosi +/-3%, przy wiarygodności oszacowania równej 95%.

Warto zwrócić uwagę na fakt, że opinie o ważności cech charakteryzują się dużą stałością. W porównaniu z danymi uzyskanymi w 1996 roku w odniesieniu do pierwszych pięciu badanych kryteriów hierarchia ocen nie uległa zmianie, ponadto mimo upływu czterech lat, otrzymano zbliżony poziom wskazań dla każdej z nich. Zmalał jedynie odsetek badanych, dla których ważna jest marka samochodu (-7 pkt. proc.).

dane w %

| Jakie cechy samochodu bierze/ wzięłyby(ęłaby) Pan(i) pod uwagę przy jego zakupie i jak one są dla Pana(i) ważne? | | | | | | | | | |
|--|-------------|------|------------------------|------|-------|-----------|-------------|------|------------------------|
| | MNIEJ WAŻNE | | ANI WAŻNE ANI NIEWAŻNE | | WAŻNE | | BRAK ZDANIA | | ŚREDNIA OCENA WAŻNOŚCI |
| | 1996 | 2000 | 1996 | 2000 | 1996 | 2000 | 1996 | 2000 | 2000 |
| zużycie paliwa | 5 | 5 | 2 | 2 | 84 | 82 | 9 | 11 | 6,53 |
| cena | 6 | 6 | 4 | 3 | 82 | 81 | 8 | 10 | 6,48 |
| bezpieczeństwo | 5 | 6 | 5 | 3 | 81 | 80 | 9 | 11 | 6,34 |
| dostępność serwisowa | 9 | 9 | 7 | 6 | 72 | 70 | 12 | 15 | 5,97 |
| komfort jazdy | 9 | 11 | 11 | 9 | 70 | 67 | 10 | 13 | 5,86 |
| pakiet ubezpieczeń dołączany bezpłatnie przy zakupie** | - | 11 | - | 7 | - | 66 | - | 16 | 5,84 |
| dogodny system rat** | - | 13 | - | 6 | - | 65 | - | 16 | 5,92 |
| marka | 12 | 14 | 12 | 13 | 66 | 59 | 10 | 14 | 5,44 |
| pojemność silnika | 13 | 13 | 12 | 12 | 59 | 56 | 16 | 19 | 5,42 |
| dotatkowe wyposażenie (np. ABS) | 23 | - | 14 | - | 47 | - | 15 | - | - |
| ABS* | - | 16 | - | 9 | - | 52 | - | 23 | 5,51 |
| klimatyzacja** | - | 32 | - | 12 | - | 40 | - | 16 | 4,29 |

*w 1996r. pytaliśmy o dodatkowe wyposażenie (np. ABS)

**o te cechy nie pytaliśmy w 1996 roku

Analiza średnich² ocen poszczególnych atrybutów potwierdza przedstawioną wcześniej hierarchię ważności cech.

Jedynie dogodny system rat i system ABS mają wyższe średnie ocen niż wskazywałyby na to miejsce w hierarchii cech. Oznacza to, że osoby, które zwracają uwagę na te właściwości przypisują im zarazem duże znaczenie.

| STOPIEŃ WAŻNOŚCI POSZCZEGÓLNYCH CECH PRZY ZAKUPIE AUTA | | | |
|--|-------------------------------------|------------------------------------|--|
| CECHY | ŚREDNIA wśród ogółu badanych N=1055 | ŚREDNIA wśród posiadaczy aut n=535 | ŚREDNIA w grupie zdecydowanych na zakup auta w ciągu roku n=91 |
| zużycie paliwa | 6,53 | 6,46 | 6,34 |
| Cena | 6,48 | 6,35 | 6,21 |
| Bezpieczeństwo | 6,34 | 6,30 | 6,14 |
| dostępność serwisowa | 5,97 | 5,81 | 5,83 |
| dogodny system rat | 5,92 | 5,68 | 5,09 |
| komfort jazdy | 5,86 | 5,60 | 5,60 |
| pakiet ubezpieczeń dołączany bezpłatnie przy zakupie | 5,84 | 5,61 | 5,18 |
| ABS | 5,51 | 5,52 | 4,96 |
| Marka | 5,44 | 5,21 | 4,66 |
| pojemność silnika | 5,42 | 5,30 | 5,44 |
| Klimatyzacja | 4,29 | 4,08 | 3,70 |

² Badani określali znaczenie każdej cechy na skali od 1 do 7, gdzie punkt 1 oznacza, że cechy tej nie biorą pod uwagę lub jest ona zupełnie nieważna a punkt 7 – oznacza, że cecha ta jest bardzo ważna. Na podstawie uzyskanych wyników obliczono średnią arytmetyczną oceny ważności.

Hierarchia średniej ocen walorów samochodów uzyskana w grupie zdecydowanej na zakup samochodu nie różni się zasadniczo od hierarchii średnich ocen ogółu badanych. Potencjalni nabywcy przywiązywali większą wagą niż ogół badanych do pojemności silnika, pakietu ubezpieczeń i systemu dogodnych rat.

W grupie posiadaczy aut średnie oceny atrybutów także nie różnią się od porządku cech ogółu badanych.

Uwarunkowania społeczno-demograficzne:

- Warto zauważyć, że generalnie wszystkie oceniane cechy mają większe znaczenie dla mężczyzn niż dla kobiet.
- Pojemność silnika, dostępność serwisu, komfort jazdy, pakiet ubezpieczeń dodatkowych to cechy, na które częściej niż inni zwracają uwagę respondenci zdecydowani w najbliższym czasie kupić samochód.
- Odsetek osób doceniających znaczenie klimatyzacji w samochodzie wzrasta wraz z wykształceniem badanych i wielkością miejsca zamieszkania. Także im wyższym wykształceniem legitymują się badani, tym bardziej cenią ABS.
- Dogodny system rat interesuje szczególnie osoby, które planują zakup auta w bliżej nieokreślonym czasie.

ŹRÓDŁA INFORMACJI

Wśród ogółu badanych najczęściej wymienianym źródłem informacji o samochodach są rozmowy ze znajomymi (50% wskazań), telewizyjne magazyny informacyjne (36% wskazań), reklamy telewizyjne (32%).

Nieco rzadziej badani mówią o prasie codziennej i motoryzacyjnej jako źródle wiedzy o samochodach (po 18% wskazań).

W grupie osób planujących kupno samochodu w ciągu roku wzrasta znaczenie jako źródeł informacji o autach: opinii znajomych (65%), telewizyjnych magazynów informacyjnych (45%) i prasy motoryzacyjnej (41%). Funkcje informacyjne reklamy telewizyjnej zdecydowanie maleją w grupie zdecydowanych nabywców.

dane w %

| Skąd przede wszystkim czerpie Pan(i) swoją wiedzę o samochodach:* | Ogół | | Osoby planujące kupić auto w ciągu 12 miesięcy –n=91 |
|---|--------|--------|--|
| | 1996 r | 2000 r | 2000 r. |
| z rozmów ze znajomymi | 55 | 50 | 65 |
| z telewizyjnych magazynów motoryzacyjnych | 45 | 36 | 45 |
| z reklamy telewizyjnej | 23 | 32 | 15 |
| z prasy codziennej | 12 | 18 | 20 |
| z prasy motoryzacyjnej | 20 | 18 | 41 |
| z programów radiowych | 3 | 3 | 2 |
| z rozmów z rodziną** | - | 2 | 4 |
| inne źródło | 9 | 2 | 1 |
| trudno powiedzieć | 12 | 14 | - |

*Procenty nie sumują się do 100, badani mogli wskazać po trzy źródła informacji

**Kategoria, która pojawiła się w tegorocznym badaniu, po analizie odpowiedzi „inne źródło, jakie?”

Warto zauważyć, że w porównaniu z danymi z 1996 roku w preferowanych źródłach informacji zaszły pewne zmiany, chociaż hierarchia najczęściej wskazywanych miejsc, z których Polacy czerpią informacje o samochodach, nie uległa zmianie. Poziom tegorocznych notowań wskazuje na wzrost popularności reklam telewizyjnych (+9 pkt. proc.) i przekazów w prasie codziennej (+6 pkt. proc.).

Nieco straciły na znaczeniu, choć nadal są podstawowymi źródłami informacji, rozmowy ze znajomymi (-5 pkt. proc.), telewizyjne magazyny motoryzacyjne (-9 pkt. proc.).

Uwarunkowania społeczno-demograficzne:

- Osoby korzystające z wiedzy znajomych:
 - ❖ Częściej niż inni korzystają z tego źródła informacji badani w wieku 20-39 lat, mieszkańcy średniej wielkości miast, osoby, które zamierzają kupić używany samochód.
- Osoby korzystające z telewizyjnych magazynów motoryzacyjnych:
 - ❖ Mężczyźni częściej niż kobiety czerpią wiedzę z tego źródła, zainteresowanie magazynami maleje wraz ze wzrostem wieku respondentów. Ponadto częściej niż inni korzystają z tego źródła osoby, które jeszcze nie zdecydowały czy kupią nowy czy używany samochód, a także badani, którzy planują ten zakup w bliżej nieokreślonym czasie.
- Osoby korzystające z reklamy telewizyjnej:
 - ❖ Częściej niż mężczyźni korzystają z niej kobiety, badani najmłodszy 15-19 lat i w sile wieku 40-49 lat, respondenci określający swoją sytuację materialną jako złą.

WPŁYW REKLAM TELEWIZYJNYCH NA ZAINTERESOWANIE SIĘ PREZENTOWANYM MODELEM

Ponad trzy czwarte Polaków (78%) twierdzi, że telewizyjne reklamy nie skłoniły ich do zainteresowania się prezentowanym modelem samochodu.

W przypadku co piątego badanego (22%) reklamy spełniły swoją rolę – wzbudziły zaciekawienie pokazywanym modelem.

W grupie osób, które wcześniej wymieniły reklamy telewizyjne jako źródło informacji o samochodach – co czwarty respondent (26%) potwierdza, że pod jej wpływem zainteresował się prezentowanym modelem.

| | <i>dane w %</i> | |
|--|-----------------|---------------|
| Czy telewizyjne reklamy samochodów skłoniły Pana(ia) do zainteresowania się prezentowanym w nich modelem? | 1996 r | 2000 r |
| TAK | 24 | 22 |
| NIE | 76 | 78 |

Osoby, które zainteresowały się modelem samochodu prezentowanym w reklamie telewizyjnej, zostały poproszone o podanie z pamięci jego nazwy.

Uzyskane wyniki skłaniają do wniosku, że badani łatwiej zapamiętują marki reklamowanych samochodów niż ich konkretne modele.

- Najczęściej badani zwracali uwagę na reklamy DAEWOO - ogółem 19% wskazań (w tym 7% wymieniło model Matiz i 4% Lanos)
- PEUGEOT - ogółem 12% (w tym model 206 - 3% wskazań, 406 – 1%)
- FORD - ogółem 11% (Focus – 5%, Eskort – 2%)
- FIAT - ogółem 10% (Punto - 6%)
- RENAULT - ogółem 10% (Megane – 4%, Clio – 2%)
- OPEL - ogółem 9% (Corsa, Astra, Vectra po 1%)
- SKODA - ogółem 7% (Fabia – 4%, Felicia – 2%, Octavia – 1%)
- VOLKSWAGEN - ogółem 7% (Polo, Golf, Passat po 1%)

W grupie osób zamierzających w ciągu roku kupić samochód reklamy wzbudziły większe zainteresowanie prezentowanymi markami i częściej zapamiętywano przedstawiane w nich modele. Mimo, że zadeklarowani nabywcy rzadziej niż ogół dowiadują się o samochodach z reklamy telewizyjnej, 29% osób z tej grupy przyznaje, że pod jej wpływem zwróciło uwagę na konkretny model auta.

- Nadal najczęściej badani zwracali uwagę na reklamy DAEWOO - ogółem 33% wskazań (w tym 13% wymieniło model Matiz i 12% Lanos)
- FIAT - ogółem 19% (Punto - 9%, Brava – 4%)
- SKODA - ogółem 8% (Fabia – 5%, Octavia – 3%)

W grupie osób, które stwierdziły, że informacje o samochodach czerpią między innymi z reklamy, hierarchia marek i modeli uległa zmianie. To jakie marki i modele zostały wymienione przez tę grupę osób może świadczyć o tym, które reklamy zostały najlepiej zapamiętane:

- PEUGEOT - ogółem 17% (w tym model 206 - 5% wskazań, 406 – 2%)
- FORD - ogółem 13% (Focus – 5%)
- DAEWOO - ogółem 12% wskazań (Lanos 5% i Matiz 3%)

dane w %

| Jakim modelem prezentowanym w reklamie Pan(i) się zainteresował ?* | Osoby, które zainteresowała reklama n=227 | Osoby, które zainteresowała reklama i zamierzają kupić samochód w ciągu 12 miesięcy n=27 |
|--|--|---|
| DAEWOO (bez podania modelu) | 8 | 8 |
| MATIZ | 7 | 13 |
| LANOS | 4 | 12 |
| PEUGEOT (bez podania modelu) | 8 | 10 |
| PEUGEOT 206 | 3 | - |
| PEUGEOT 406 | 1 | - |
| OPEL (bez podania modelu) | 6 | 9 |
| CORSA | 1 | - |
| ASTRA | 1 | - |
| VECTRA | 1 | - |
| FIAT (bez podania modelu) | 4 | 6 |
| PUNTO | 6 | 9 |
| BRAVA | - | 4 |
| FORD (bez podania modelu) | 4 | - |
| FOCUS | 5 | - |
| ESCORT | 2 | - |
| RENAULT (bez podania modelu) | 4 | 2 |
| RENAULT MEGANE | 4 | 4 |
| RENAULT CLIO | 2 | - |
| SKODA (bez podania modelu) | - | - |
| SKODA FABIA | 4 | 5 |
| SKODA FELICIA | 2 | - |
| SKODA OCTAVIA | 1 | 3 |
| VOLKSWAGEN (bez podania modelu) | 4 | 4 |
| VOLKSWAGEN POLO | 1 | - |
| VOLKSWAGEN GOLF | 1 | 5 |
| VOLKSWAGEN PASSAT | 1 | - |
| CITROEN (bez podania modelu) | 3 | - |
| CITROEN XSARA | | 5 |
| AUDI (bez podania modelu) | - | 4 |
| BMW (bez podania modelu) | - | 3 |
| <i>Trudno powiedzieć</i> | 5 | 6 |

*W tabeli przedstawiono marki, które uzyskały przynajmniej 3% wskazań w kategorii – „bez podania modelu”

Czy telewizyjne reklamy samochodów skłoniły Pana(ią) do zainteresowania się prezentowanym w nich modelem?

| | | DANE W % | | LICZBA OSÓB |
|---------------------------------|-------------------------|----------|-----|-------------|
| | | TAK | NIE | |
| OGÓŁEM | | 22 | 78 | 1055 |
| PLEĆ | mężczyzna | 26 | 74 | 506 |
| | kobieta | 18 | 82 | 549 |
| WIEK | 15-19 | 30 | 70 | 114 |
| | 20-29 | 29 | 71 | 199 |
| | 30-39 | 25 | 75 | 176 |
| | 40-49 | 22 | 78 | 214 |
| | 50-59 | 18 | 82 | 134 |
| | 60 + | 9 | 91 | 217 |
| WYKSZTAŁCENIE | podstawowe | 16 | 84 | 297 |
| | zasadnicze zawodowe | 24 | 76 | 287 |
| | średnie i pomaturalne | 24 | 76 | 370 |
| | wyższe z niepełnym | 25 | 75 | 96 |
| MIEJSCE ZAMIESZKANIA | wieś | 19 | 81 | 388 |
| | miasto do 100 tys. | 25 | 75 | 339 |
| | miasto 101-500 tys. | 23 | 77 | 200 |
| | miasto pow. 500 tys. | 17 | 83 | 128 |
| GRUPA SPOŁECZNO-ZAWODOWA | kierownicy, specjaliści | 21 | 79 | 56 |
| | prywatni przedsiębiorcy | 29 | 71 | 38 |
| | rolnicy | 13 | 87 | 55 |
| | robotnicy | 23 | 77 | 165 |
| | pracownicy szeregowi | 27 | 73 | 141 |
| | gospodynie domowe | 20 | 80 | 35 |
| | emeryci i renciści | 13 | 87 | 304 |
| | uczniowie i studenci | 35 | 65 | 133 |
| | bezrobotni | 22 | 78 | 117 |
| PRACUJE ZAWODOWO | tak | 24 | 76 | 441 |
| | nie | 20 | 80 | 591 |

| | | | | |
|--|---|----|----|-----|
| SYTUACJA MATERIALNA | dobra | 23 | 77 | 165 |
| | średnia | 24 | 76 | 573 |
| | zła | 16 | 84 | 313 |
| DOCHÓD GOSPODARSTWA DOMOWEGO | do 1000 PLN | 18 | 82 | 255 |
| | 1001-1600 PLN | 23 | 77 | 173 |
| | pow. 1600 PLN | 23 | 77 | 194 |
| WOJEWÓDZTWO | dolnośląskie | 23 | 77 | 73 |
| | kujawsko-pomorskie | 9 | 91 | 53 |
| | lubelskie | 20 | 80 | 59 |
| | lubuskie | 30 | 70 | 31 |
| | łódzkie | 16 | 84 | 98 |
| | małopolskie | 23 | 77 | 86 |
| | mazowieckie | 17 | 83 | 114 |
| | opolskie | 13 | 87 | 37 |
| | podkarpackie | 26 | 74 | 49 |
| | podlaskie | 30 | 70 | 31 |
| | pomorskie | 20 | 80 | 69 |
| | śląskie | 29 | 71 | 142 |
| | świętokrzyskie | 9 | 91 | 34 |
| | warmińsko-mazurskie | 28 | 72 | 53 |
| | wielkopolskie | 26 | 74 | 97 |
| | zachodniopomorskie | 14 | 86 | 30 |
| ZAMIERZA KUPIĆ/ZMIENIĆ SAMOCHÓD | tak, w ciągu 12 miesięcy | 29 | 71 | 91 |
| | tak, w bliżej nieokreślonym czasie | 36 | 64 | 230 |
| | nie ma takiego zamiaru | 16 | 84 | 734 |
| JAKI SAMOCHÓD ZAMIERZA KUPIĆ | nowy | 41 | 59 | 102 |
| | używany | 27 | 73 | 144 |
| | jeszcze nie wiem | 39 | 61 | 74 |

Jakie cechy samochodu bierze/wziąłby(wzielały) Pan(i) pod uwagę przy jego zakupie? Jak ważna jest dla Pana(i) CENA ?

- 1.mało ważna
- 2.ani ważna ani nieważna

3. bardzo ważna
4. trudno powiedzieć

| | | DANE W % | | | | LICZBA OSÓB |
|---------------------------------|-------------------------|----------|---|----|----|-------------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| OGÓŁEM | | 6 | 4 | 81 | 10 | 1054 |
| PLEĆ | mężczyzna | 6 | 4 | 85 | 5 | 506 |
| | kobieta | 5 | 3 | 77 | 15 | 548 |
| WIEK | 15-19 | 11 | 4 | 84 | 2 | 114 |
| | 20-29 | 4 | 3 | 92 | 0 | 199 |
| | 30-39 | 4 | 3 | 90 | 2 | 176 |
| | 40-49 | 5 | 6 | 84 | 5 | 213 |
| | 50-59 | 4 | 4 | 83 | 8 | 134 |
| | 60 + | 6 | 2 | 57 | 36 | 217 |
| WYKSZTAŁCENIE | podstawowe | 4 | 1 | 71 | 24 | 297 |
| | zasadnicze zawodowe | 5 | 4 | 87 | 4 | 285 |
| | średnie i pomaturalne | 7 | 5 | 82 | 6 | 370 |
| | wyższe z niepełnym | 4 | 6 | 88 | 1 | 96 |
| MIEJSCE ZAMIESZKANIA | wieś | 7 | 2 | 78 | 13 | 388 |
| | miasto do 100 tys. | 4 | 5 | 84 | 7 | 338 |
| | miasto 101-500 tys. | 2 | 2 | 85 | 10 | 200 |
| | miasto pow. 500 tys. | 10 | 7 | 74 | 8 | 128 |
| GRUPA SPOŁECZNO-ZAWODOWA | kierownicy, specjaliści | 8 | 5 | 86 | | 56 |
| | prywatni przedsiębiorcy | 4 | 9 | 84 | 2 | 38 |
| | rolnicy | 4 | 3 | 90 | 3 | 55 |
| | robotnicy | 6 | 3 | 86 | 5 | 165 |
| | pracownicy szeregowi | 5 | 4 | 89 | 2 | 141 |
| | gospodynie domowe | 6 | 2 | 75 | 17 | 34 |
| | emeryci i renciści | 5 | 3 | 67 | 26 | 304 |
| | uczniowie i studenci | 11 | 2 | 86 | 2 | 133 |
| | bezrobotni | 3 | 3 | 90 | 4 | 117 |
| PRACUJE ZAWODOWO | tak | 6 | 5 | 87 | 3 | 441 |
| | nie | 6 | 2 | 77 | 15 | 590 |

| | | | | | | |
|---|--|---------------------------------|----|----|----|-----|
| SYTUACJA MATERIALNA | dobra | 12 | 7 | 77 | 4 | 165 |
| | średnia | 5 | 3 | 83 | 9 | 573 |
| | zła | 4 | 2 | 79 | 15 | 312 |
| DOCHÓD GOSPODARSTWA DOMOWEGO | do 1000 PLN | 4 | 3 | 73 | 19 | 255 |
| | 1001-1600 PLN | 7 | 3 | 83 | 7 | 172 |
| | pow. 1600 PLN | 9 | 7 | 83 | 1 | 194 |
| WOJEWÓDZTWO | dolnośląskie | 2 | 4 | 82 | 12 | 73 |
| | kujawsko-pomorskie | 4 | 3 | 88 | 5 | 53 |
| | lubelskie | 5 | 2 | 81 | 13 | 59 |
| | lubuskie | 19 | | 71 | 9 | 31 |
| | łódzkie | 12 | 6 | 70 | 12 | 98 |
| | małopolskie | 1 | 1 | 93 | 5 | 85 |
| | mazowieckie | 11 | 5 | 72 | 12 | 114 |
| | opolskie | 6 | 11 | 77 | 6 | 37 |
| | podkarpackie | 4 | 3 | 80 | 14 | 49 |
| | podlaskie | 11 | | 69 | 20 | 31 |
| | pomorskie | 3 | 1 | 88 | 8 | 69 |
| | śląskie | 3 | 4 | 83 | 10 | 142 |
| | świętokrzyskie | 4 | 3 | 76 | 18 | 34 |
| | warmińsko-mazurskie | 8 | 5 | 83 | 4 | 53 |
| | wielkopolskie | 2 | 3 | 88 | 7 | 97 |
| | zachodniopomorskie | | 3 | 83 | 14 | 30 |
| | ZAMIERZA KUPIĆ/ZMIENIĆ SAMOCHÓD | tak, w ciągu 12 miesięcy | 7 | 6 | 87 | |
| tak, w bliżej nieokreślonym czasie | | 5 | 5 | 90 | | 230 |
| nie ma takiego zamiaru | | 5 | 3 | 77 | 14 | 733 |
| JAKI SAMOCHÓD ZAMIERZA KUPIĆ | nowy | 7 | 10 | 83 | | 102 |
| | używany | 5 | 2 | 93 | | 144 |
| | jeszcze nie wiem | 6 | 6 | 89 | | 74 |

Jakie cechy samochodu bierze/wziąłby(wzielały) Pan(i) pod uwagę przy jego zakupie? Jak ważna jest dla Pana(i) DOSTĘPNOŚĆ SERWISOWA?

1.mало ważna

2.ani ważna ani nieważna

3. bardzo ważna
4. trudno powiedzieć

| | | DANE W % | | | | LICZBA OSÓB |
|---------------------------------|-------------------------|----------|----|----|----|-------------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| OGÓŁEM | | 9 | 7 | 70 | 15 | 1053 |
| PLEĆ | mężczyzna | 11 | 9 | 73 | 7 | 506 |
| | kobieta | 8 | 4 | 66 | 22 | 547 |
| WIEK | 15-19 | 14 | 15 | 68 | 3 | 114 |
| | 20-29 | 16 | 6 | 75 | 3 | 199 |
| | 30-39 | 6 | 5 | 85 | 5 | 176 |
| | 40-49 | 8 | 7 | 76 | 9 | 213 |
| | 50-59 | 6 | 6 | 74 | 14 | 134 |
| | 60 + | 6 | 4 | 44 | 46 | 216 |
| WYKSZTAŁCENIE | podstawowe | 8 | 6 | 52 | 33 | 297 |
| | zasadnicze zawodowe | 10 | 7 | 75 | 7 | 285 |
| | średnie i pomaturalne | 10 | 8 | 75 | 8 | 369 |
| | wyższe z niepełnym | 7 | 2 | 87 | 3 | 96 |
| MIEJSCE ZAMIESZKANIA | wieś | 11 | 5 | 65 | 18 | 387 |
| | miasto do 100 tys. | 5 | 8 | 77 | 10 | 338 |
| | miasto 101-500 tys. | 11 | 2 | 72 | 16 | 200 |
| | miasto pow. 500 tys. | 12 | 13 | 59 | 15 | 128 |
| GRUPA SPOŁECZNO-ZAWODOWA | kierownicy, specjaliści | 9 | 5 | 85 | 2 | 56 |
| | prywatni przedsiębiorcy | 7 | 4 | 87 | 2 | 38 |
| | rolnicy | 15 | 8 | 71 | 6 | 55 |
| | robotnicy | 10 | 4 | 76 | 11 | 165 |
| | pracownicy szeregowi | 10 | 7 | 81 | 2 | 141 |
| | gospodynie domowe | 6 | | 71 | 24 | 34 |
| | emeryci i renciści | 5 | 5 | 56 | 33 | 304 |
| | uczniowie i studenci | 16 | 14 | 67 | 3 | 133 |
| | bezrobotni | 9 | 8 | 72 | 12 | 117 |
| PRACUJE ZAWODOWO | tak | 9 | 5 | 80 | 5 | 441 |
| | nie | 9 | 8 | 63 | 21 | 589 |

| | | | | | | |
|---|--|---------------------------------|----|----|----|-----|
| SYTUACJA MATERIALNA | dobra | 14 | 9 | 70 | 7 | 165 |
| | średnia | 8 | 7 | 73 | 12 | 573 |
| | zła | 9 | 5 | 63 | 22 | 312 |
| DOCHÓD GOSPODARSTWA DOMOWEGO | do 1000 PLN | 6 | 4 | 63 | 26 | 255 |
| | 1001-1600 PLN | 12 | 8 | 68 | 13 | 172 |
| | pow. 1600 PLN | 9 | 9 | 80 | 2 | 194 |
| WOJEWÓDZTWO | dolnośląskie | 2 | | 83 | 15 | 73 |
| | kujawsko-pomorskie | 25 | 4 | 55 | 17 | 53 |
| | lubelskie | 17 | 4 | 66 | 13 | 59 |
| | lubuskie | 20 | 3 | 60 | 18 | 31 |
| | łódzkie | 10 | 13 | 59 | 18 | 97 |
| | małopolskie | 1 | 9 | 77 | 13 | 85 |
| | mazowieckie | 15 | 5 | 65 | 15 | 114 |
| | opolskie | 6 | 19 | 69 | 6 | 37 |
| | podkarpackie | 8 | 5 | 62 | 25 | 49 |
| | podlaskie | | 8 | 65 | 27 | 31 |
| | pomorskie | 12 | 2 | 78 | 8 | 69 |
| | śląskie | 6 | 8 | 71 | 15 | 142 |
| | świętokrzyskie | | | 77 | 23 | 34 |
| | warmińsko-mazurskie | 9 | 9 | 76 | 6 | 53 |
| | wielkopolskie | 10 | 10 | 71 | 9 | 97 |
| | zachodniopomorskie | | | 79 | 21 | 30 |
| | ZAMIERZA KUPIĆ/ZMIENIĆ SAMOCHÓD | tak, w ciągu 12 miesięcy | 13 | 5 | 83 | |
| tak, w bliżej nieokreślonym czasie | | 15 | 7 | 78 | 1 | 230 |
| nie ma takiego zamiaru | | 7 | 7 | 65 | 21 | 732 |
| JAKI SAMOCHÓD ZAMIERZA KUPIĆ | nowy | 13 | 3 | 83 | 1 | 102 |
| | używany | 20 | 5 | 74 | 1 | 144 |
| | jeszcze nie wiem | 4 | 10 | 85 | 1 | 74 |

Jakie cechy samochodu bierze/wziąłby(wzielały) Pan(i) pod uwagę przy jego zakupie? Jak ważny jest dla Pana(i) DOGODNY SYSTEM RAT?

1.mало ważny

2.ani ważny ani nieważny

3. bardzo ważny
4. trudno powiedzieć

| | | DANE W % | | | | LICZBA OSÓB |
|---------------------------------|-------------------------|----------|----|----|----|-------------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| OGÓLEM | | 13 | 6 | 65 | 16 | 1052 |
| PLEĆ | mężczyzna | 15 | 5 | 70 | 9 | 504 |
| | kobieta | 10 | 6 | 61 | 22 | 548 |
| WIEK | 15-19 | 15 | 4 | 76 | 6 | 114 |
| | 20-29 | 15 | 8 | 71 | 7 | 199 |
| | 30-39 | 14 | 5 | 76 | 5 | 176 |
| | 40-49 | 14 | 6 | 72 | 8 | 213 |
| | 50-59 | 10 | 11 | 62 | 17 | 134 |
| | 60 + | 10 | 2 | 42 | 45 | 216 |
| WYKSZTAŁCENIE | podstawowe | 8 | 4 | 55 | 33 | 297 |
| | zasadnicze zawodowe | 11 | 6 | 75 | 8 | 285 |
| | średnie i pomaturalne | 17 | 7 | 65 | 11 | 370 |
| | wyższe z niepełnym | 16 | 7 | 72 | 6 | 96 |
| MIEJSCE ZAMIESZKANIA | wieś | 12 | 7 | 62 | 19 | 387 |
| | miasto do 100 tys. | 10 | 5 | 73 | 12 | 337 |
| | miasto 101-500 tys. | 14 | 4 | 62 | 20 | 200 |
| | miasto pow. 500 tys. | 20 | 7 | 60 | 13 | 128 |
| GRUPA SPOŁECZNO-ZAWODOWA | kierownicy, specjaliści | 14 | 3 | 75 | 7 | 56 |
| | prywatni przedsiębiorcy | 17 | 14 | 64 | 5 | 38 |
| | rolnicy | 20 | 5 | 72 | 3 | 55 |
| | robotnicy | 15 | 3 | 68 | 14 | 164 |
| | pracownicy szeregowi | 16 | 8 | 72 | 5 | 141 |
| | gospodynie domowe | 9 | 2 | 75 | 15 | 34 |
| | emeryci i renciści | 9 | 6 | 52 | 34 | 304 |
| | uczniowie i studenci | 18 | 6 | 69 | 7 | 133 |
| | bezrobotni | 6 | 7 | 74 | 13 | 117 |
| PRACUJE ZAWODOWO | tak | 16 | 6 | 71 | 7 | 440 |
| | nie | 11 | 6 | 62 | 22 | 589 |

| | | | | | | |
|---|--|---------------------------------|----|----|----|-----|
| SYTUACJA MATERIALNA | dobra | 25 | 8 | 58 | 10 | 165 |
| | średnia | 12 | 6 | 68 | 15 | 572 |
| | zła | 8 | 5 | 65 | 21 | 311 |
| DOCHÓD GOSPODARSTWA DOMOWEGO | do 1000 PLN | 8 | 4 | 60 | 28 | 255 |
| | 1001-1600 PLN | 14 | 6 | 65 | 15 | 171 |
| | pow. 1600 PLN | 19 | 6 | 72 | 2 | 194 |
| WOJEWÓDZTWO | dolnośląskie | 13 | 4 | 69 | 15 | 73 |
| | kujawsko-pomorskie | 28 | 3 | 50 | 19 | 53 |
| | lubelskie | 22 | 6 | 57 | 14 | 59 |
| | lubuskie | 22 | 6 | 55 | 18 | 31 |
| | łódzkie | 20 | 4 | 52 | 23 | 98 |
| | małopolskie | 8 | 5 | 72 | 16 | 85 |
| | mazowieckie | 18 | 6 | 62 | 14 | 114 |
| | opolskie | 10 | 22 | 62 | 6 | 37 |
| | podkarpackie | 6 | 7 | 55 | 32 | 49 |
| | podlaskie | 3 | 9 | 64 | 25 | 30 |
| | pomorskie | 6 | 4 | 79 | 11 | 69 |
| | śląskie | 13 | 7 | 65 | 16 | 142 |
| | świętokrzyskie | 4 | | 74 | 23 | 34 |
| | warmińsko-mazurskie | 3 | 4 | 87 | 6 | 53 |
| | wielkopolskie | 11 | 5 | 73 | 10 | 97 |
| | zachodniopomorskie | | 8 | 72 | 21 | 30 |
| | ZAMIERZA KUPIĆ/ZMIENIĆ SAMOCHÓD | tak, w ciągu 12 miesięcy | 21 | 6 | 67 | 6 |
| tak, w bliżej nieokreślonym czasie | | 17 | 7 | 71 | 4 | 230 |
| nie ma takiego zamiaru | | 10 | 5 | 63 | 21 | 731 |
| JAKI SAMOCHÓD ZAMIERZA KUPIĆ | nowy | 14 | 6 | 74 | 6 | 102 |
| | używany | 24 | 7 | 63 | 6 | 144 |
| | jeszcze nie wiem | 13 | 8 | 77 | 1 | 74 |

Jakie cechy samochodu bierze/wziąłby(wzielały) Pan(i) pod uwagę przy jego zakupie? Jak ważna jest dla Pana(i) POJEMNOŚĆ SILNIKA?

1.mало ważna

2.ani ważna ani nieważna

3. bardzo ważna
4. trudno powiedzieć

| | | DANE W % | | | | LICZBA OSÓB |
|---------------------------------|-------------------------|----------|----|----|----|-------------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| OGÓLEM | | 13 | 12 | 56 | 19 | 1053 |
| PLEĆ | mężczyzna | 13 | 14 | 65 | 8 | 505 |
| | kobieta | 12 | 11 | 47 | 29 | 548 |
| WIEK | 15-19 | 14 | 12 | 67 | 6 | 114 |
| | 20-29 | 15 | 17 | 63 | 6 | 199 |
| | 30-39 | 11 | 8 | 72 | 10 | 176 |
| | 40-49 | 13 | 13 | 63 | 11 | 213 |
| | 50-59 | 14 | 17 | 47 | 21 | 134 |
| | 60 + | 11 | 8 | 28 | 54 | 216 |
| WYKSZTAŁCENIE | podstawowe | 11 | 7 | 41 | 41 | 297 |
| | zasadnicze zawodowe | 13 | 11 | 65 | 10 | 285 |
| | średnie i pomaturalne | 14 | 16 | 59 | 12 | 370 |
| | wyższe z niepełnym | 15 | 19 | 57 | 9 | 96 |
| MIEJSCE ZAMIESZKANIA | wieś | 14 | 11 | 52 | 24 | 387 |
| | miasto do 100 tys. | 14 | 14 | 58 | 14 | 338 |
| | miasto 101-500 tys. | 9 | 11 | 59 | 21 | 200 |
| | miasto pow. 500 tys. | 14 | 15 | 54 | 17 | 128 |
| GRUPA SPOŁECZNO-ZAWODOWA | kierownicy, specjaliści | 13 | 17 | 63 | 7 | 56 |
| | prywatni przedsiębiorcy | 14 | 15 | 66 | 5 | 38 |
| | rolnicy | 10 | 11 | 71 | 8 | 55 |
| | robotnicy | 18 | 10 | 58 | 14 | 165 |
| | pracownicy szeregowi | 14 | 17 | 63 | 7 | 141 |
| | gospodynie domowe | 9 | 7 | 59 | 24 | 34 |
| | emeryci i renciści | 11 | 10 | 38 | 41 | 304 |
| | uczniowie i studenci | 14 | 17 | 61 | 9 | 133 |
| | bezrobotni | 11 | 8 | 68 | 13 | 117 |
| | inni | 18 | 9 | 66 | 6 | 11 |

| | | | | | | | |
|-------------------------------------|--|---|----|----|----|-----|-----|
| PRACUJE ZAWODOWO | tak | 15 | 14 | 62 | 9 | 441 | |
| | nie | 12 | 11 | 51 | 26 | 589 | |
| SYTUACJA MATERIALNA | dobra | 17 | 12 | 61 | 10 | 165 | |
| | średnia | 13 | 14 | 56 | 18 | 573 | |
| | zła | 10 | 10 | 52 | 28 | 312 | |
| DOCHÓD GOSPODARSTWA DOMOWEGO | do 1000 PLN | 10 | 10 | 48 | 33 | 255 | |
| | 1001-1600 PLN | 13 | 14 | 58 | 16 | 172 | |
| | pow. 1600 PLN | 15 | 18 | 60 | 7 | 194 | |
| WOJEWÓDZTWO | dolnośląskie | 13 | 7 | 57 | 23 | 73 | |
| | kujawsko-pomorskie | 12 | 3 | 61 | 24 | 53 | |
| | lubelskie | 11 | 21 | 48 | 20 | 59 | |
| | lubuskie | 32 | 6 | 43 | 20 | 31 | |
| | łódzkie | 14 | 16 | 48 | 22 | 98 | |
| | małopolskie | 6 | 14 | 62 | 17 | 85 | |
| | mazowieckie | 20 | 18 | 43 | 20 | 114 | |
| | opolskie | 33 | 19 | 42 | 6 | 37 | |
| | podkarpackie | 14 | 4 | 52 | 30 | 49 | |
| | podlaskie | 7 | 7 | 52 | 34 | 31 | |
| | pomorskie | 9 | 5 | 73 | 12 | 69 | |
| | śląskie | 10 | 17 | 55 | 18 | 142 | |
| | świętokrzyskie | 6 | | 66 | 28 | 34 | |
| | warmińsko-mazurskie | 9 | 11 | 70 | 11 | 53 | |
| | wielkopolskie | 13 | 12 | 59 | 15 | 97 | |
| | zachodniopomorskie | 2 | 9 | 66 | 23 | 30 | |
| | ZAMIERZA KUPIĆ/ZMIENIĆ SAMOCHÓD | tak, w ciągu 12 miesięcy | 12 | 9 | 78 | 2 | 91 |
| | | tak, w bliżej nieokreślonym czasie | 14 | 15 | 67 | 4 | 230 |
| nie ma takiego zamiaru | | 13 | 12 | 49 | 26 | 732 | |
| JAKI SAMOCHÓD ZAMIERZA KUPIĆ | nowy | 17 | 12 | 66 | 5 | 102 | |
| | używany | 15 | 14 | 70 | 1 | 144 | |
| | jeszcze nie wiem | 6 | 14 | 75 | 5 | 74 | |

Jakie cechy samochodu bierze/wziąłby(wzięłaby) Pan(i) pod uwagę przy jego zakupie? Jak ważna jest dla

Pana(i) MARKA?
1. mało ważna
2. ani ważna ani nieważna
3. bardzo ważna
4. trudno powiedzieć

| | | DANE W % | | | | LICZBA OSÓB |
|---------------------------------|--------------------------------|----------|----|----|----|-------------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| OGÓŁEM | | 14 | 13 | 59 | 14 | 1052 |
| PLEĆ | mężczyzna | 16 | 14 | 65 | 6 | 505 |
| | kobieta | 13 | 12 | 54 | 21 | 547 |
| WIEK | 15-19 | 16 | 6 | 76 | 3 | 114 |
| | 20-29 | 16 | 17 | 65 | 2 | 199 |
| | 30-39 | 17 | 19 | 61 | 3 | 176 |
| | 40-49 | 15 | 15 | 62 | 8 | 213 |
| | 50-59 | 11 | 9 | 62 | 17 | 134 |
| | 60 + | 11 | 9 | 38 | 43 | 215 |
| WYKSZTAŁCENIE | podstawowe | 14 | 9 | 47 | 30 | 296 |
| | zasadnicze zawodowe | 16 | 15 | 61 | 8 | 285 |
| | średnie i pomaturalne | 13 | 14 | 65 | 9 | 370 |
| | wyższe z niepełnym | 14 | 15 | 69 | 2 | 96 |
| MIEJSCE ZAMIESZKANIA | wieś | 16 | 14 | 53 | 17 | 386 |
| | miasto do 100 tys. | 14 | 12 | 65 | 9 | 338 |
| | miasto 101-500 tys. | 11 | 11 | 61 | 16 | 200 |
| | miasto pow. 500 tys. | 16 | 15 | 59 | 11 | 128 |
| GRUPA SPOŁECZNO-ZAWODOWA | kierownicy, specjaliści | 20 | 22 | 57 | 2 | 56 |
| | prywatni przedsiębiorcy | 13 | 15 | 69 | 2 | 38 |
| | rolnicy | 30 | 9 | 58 | 4 | 55 |
| | robotnicy | 16 | 14 | 60 | 9 | 165 |
| | pracownicy szeregowi | 18 | 17 | 62 | 4 | 141 |
| | gospodynie domowe | 16 | 14 | 50 | 20 | 34 |
| | emeryci i renciści | 10 | 12 | 46 | 32 | 303 |
| | uczniowie i studenci | 12 | 12 | 73 | 2 | 133 |
| | bezrobotni | 12 | 7 | 71 | 10 | 117 |

| | | | | | | |
|---|--|---------------------------------|----|----|----|-----|
| | inni | 15 | 9 | 69 | 6 | 11 |
| PRACUJE ZAWODOWO | tak | 18 | 15 | 62 | 5 | 441 |
| | nie | 12 | 11 | 57 | 20 | 589 |
| SYTUACJA MATERIALNA | dobra | 13 | 10 | 70 | 6 | 165 |
| | średnia | 15 | 13 | 61 | 11 | 573 |
| | zła | 14 | 14 | 49 | 22 | 312 |
| DOCHÓD GOSPODARSTWA DOMOWEGO | do 1000 PLN | 14 | 13 | 49 | 24 | 255 |
| | 1001-1600 PLN | 16 | 10 | 61 | 12 | 172 |
| | pow. 1600 PLN | 18 | 17 | 64 | 2 | 194 |
| WOJEWÓDZTWO | dolnośląskie | 9 | 13 | 61 | 17 | 73 |
| | kujawsko-pomorskie | 11 | 9 | 70 | 10 | 52 |
| | lubelskie | 19 | 17 | 49 | 15 | 59 |
| | lubuskie | 17 | 9 | 54 | 20 | 31 |
| | łódzkie | 16 | 11 | 53 | 20 | 98 |
| | małopolskie | 5 | 17 | 70 | 8 | 85 |
| | mazowieckie | 22 | 13 | 51 | 14 | 114 |
| | opolskie | 15 | 27 | 52 | 6 | 37 |
| | podkarpackie | 6 | 7 | 63 | 24 | 49 |
| | podlaskie | 7 | 4 | 62 | 27 | 31 |
| | pomorskie | 15 | 5 | 72 | 8 | 69 |
| | śląskie | 16 | 19 | 50 | 15 | 142 |
| | świętokrzyskie | 15 | 9 | 55 | 20 | 34 |
| | warmińsko-mazurskie | 17 | 14 | 64 | 4 | 53 |
| | wielkopolskie | 17 | 11 | 65 | 8 | 97 |
| | zachodniopomorskie | 7 | 11 | 63 | 19 | 30 |
| | ZAMIERZA KUPIĆ/ZMIENIĆ SAMOCHÓD | tak, w ciągu 12 miesięcy | 28 | 12 | 60 | |
| tak, w bliżej nieokreślonym czasie | | 14 | 17 | 68 | 0 | 230 |
| nie ma takiego zamiaru | | 13 | 12 | 56 | 20 | 731 |
| JAKI SAMOCHÓD ZAMIERZA KUPIĆ | nowy | 16 | 12 | 71 | 1 | 102 |
| | używany | 19 | 20 | 61 | | 144 |
| | jeszcze nie wiem | 20 | 13 | 67 | | 74 |

Jakie cechy samochodu bierze/wziąłby(wzięłaby) Pan(i) pod uwagę przy jego zakupie? Jak ważne jest dla Pana(i) BEZPIECZEŃSTWO?

1. mało ważne
2. ani ważne ani nieważne
3. bardzo ważne
4. trudno powiedzieć

| | | DANE W % | | | | LICZBA OSÓB |
|---------------------------------|-------------------------|----------|---|----|----|-------------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| OGÓŁEM | | 5 | 3 | 80 | 11 | 1054 |
| PLEĆ | mężczyzna | 6 | 4 | 85 | 6 | 506 |
| | kobieta | 5 | 2 | 76 | 17 | 548 |
| WIEK | 15-19 | 9 | 2 | 87 | 2 | 114 |
| | 20-29 | 6 | 5 | 88 | 1 | 199 |
| | 30-39 | 4 | 3 | 89 | 4 | 176 |
| | 40-49 | 4 | 3 | 87 | 6 | 213 |
| | 50-59 | 5 | 4 | 80 | 11 | 134 |
| | 60 + | 5 | 2 | 55 | 38 | 217 |
| WYKSZTAŁCENIE | podstawowe | 6 | 3 | 64 | 27 | 297 |
| | zasadnicze zawodowe | 6 | 3 | 86 | 5 | 285 |
| | średnie i pomaturalne | 5 | 5 | 84 | 6 | 370 |
| | wyższe z niepełnym | 4 | | 95 | 1 | 96 |
| MIEJSCE ZAMIESZKANIA | wieś | 7 | 2 | 76 | 15 | 388 |
| | miasto do 100 tys. | 3 | 5 | 84 | 8 | 338 |
| | miasto 101-500 tys. | 3 | 1 | 84 | 12 | 200 |
| | miasto pow. 500 tys. | 11 | 5 | 77 | 8 | 128 |
| GRUPA SPOŁECZNO-ZAWODOWA | kierownicy, specjaliści | 8 | 4 | 88 | | 56 |
| | prywatni przedsiębiorcy | 4 | 2 | 92 | 2 | 38 |
| | rolnicy | 10 | 1 | 86 | 3 | 55 |
| | robotnicy | 6 | 3 | 84 | 7 | 165 |
| | pracownicy szeregowi | 3 | 5 | 90 | 2 | 141 |
| | gospodynie domowe | | 2 | 81 | 17 | 34 |
| | emeryci i renciści | 4 | 4 | 64 | 28 | 304 |
| | uczniowie i studenci | 8 | 3 | 88 | 2 | 133 |

| | | | | | | |
|---|--|---------------------------------|---|----|----|-----|
| | inni | 9 | | 84 | 6 | 11 |
| PRACUJE ZAWODOWO | tak | 5 | 3 | 88 | 3 | 441 |
| | nie | 5 | 3 | 75 | 17 | 590 |
| SYTUACJA MATERIALNA | dobra | 8 | 1 | 85 | 5 | 165 |
| | średnia | 5 | 3 | 81 | 10 | 573 |
| | zła | 5 | 4 | 75 | 17 | 312 |
| DOCHÓD GOSPODARSTWA DOMOWEGO | do 1000 PLN | 4 | 2 | 72 | 22 | 255 |
| | 1001-1600 PLN | 5 | 3 | 85 | 7 | 172 |
| | pow. 1600 PLN | 6 | 4 | 89 | 1 | 194 |
| WOJEWÓDZTWO | dolnośląskie | | | 86 | 14 | 73 |
| | kujawsko-pomorskie | 6 | 4 | 85 | 5 | 53 |
| | lubelskie | 13 | 2 | 72 | 13 | 59 |
| | lubuskie | 19 | | 63 | 18 | 31 |
| | łódzkie | 8 | 3 | 77 | 12 | 98 |
| | małopolskie | 2 | 7 | 85 | 6 | 85 |
| | mazowieckie | 13 | 2 | 73 | 12 | 114 |
| | opolskie | 8 | 9 | 77 | 6 | 37 |
| | podkarpackie | 6 | 6 | 66 | 22 | 49 |
| | podlaskie | | 3 | 71 | 27 | 31 |
| | pomorskie | 3 | 1 | 87 | 8 | 69 |
| | śląskie | 3 | 2 | 83 | 12 | 142 |
| | świętokrzyskie | | 5 | 75 | 20 | 34 |
| | warmińsko-mazurskie | | | 96 | 4 | 53 |
| | wielkopolskie | 3 | 7 | 83 | 7 | 97 |
| | zachodniopomorskie | | | 86 | 14 | 30 |
| | ZAMIERZA KUPIĆ/ZMIENIĆ SAMOCHÓD | tak, w ciągu 12 miesięcy | 5 | 8 | 86 | 2 |
| tak, w bliżej nieokreślonym czasie | | 5 | 4 | 91 | | 230 |
| nie ma takiego zamiaru | | 6 | 2 | 76 | 16 | 733 |
| JAKI SAMOCHÓD ZAMIERZA KUPIĆ | nowy | 5 | 1 | 92 | 1 | 102 |
| | używany | 6 | 8 | 86 | | 144 |
| | jeszcze nie wiem | 3 | 6 | 91 | | 74 |

Jakie cechy samochodu bierze/wziąłby(wzięłaby) Pan(i) pod uwagę przy jego zakupie? Jak ważny jest dla Pana(i) ABS?

1.mało ważny

2.ani ważny ani nieważny

3. bardzo ważny

4. trudno powiedzieć

| | | DANE W % | | | | LICZBA OSÓB |
|---------------------------------|-------------------------|----------|----|----|----|-------------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| OGÓŁEM | | 16 | 9 | 52 | 23 | 1052 |
| PLEĆ | mężczyzna | 21 | 11 | 57 | 11 | 506 |
| | kobieta | 11 | 8 | 47 | 35 | 546 |
| WIEK | 15-19 | 19 | 9 | 64 | 7 | 114 |
| | 20-29 | 22 | 12 | 58 | 9 | 198 |
| | 30-39 | 16 | 11 | 61 | 12 | 176 |
| | 40-49 | 18 | 9 | 57 | 17 | 213 |
| | 50-59 | 11 | 12 | 51 | 26 | 134 |
| | 60 + | 8 | 6 | 27 | 59 | 217 |
| WYKSZTAŁCENIE | podstawowe | 11 | 5 | 39 | 45 | 297 |
| | zasadnicze zawodowe | 22 | 11 | 52 | 15 | 285 |
| | średnie i pomaturalne | 16 | 12 | 56 | 16 | 370 |
| | wyższe z niepełnym | 12 | 8 | 73 | 7 | 96 |
| MIEJSCE ZAMIESZKANIA | wieś | 18 | 8 | 45 | 29 | 386 |
| | miasto do 100 tys. | 13 | 13 | 58 | 16 | 338 |
| | miasto 101-500 tys. | 15 | 9 | 51 | 26 | 200 |
| | miasto pow. 500 tys. | 15 | 5 | 56 | 23 | 128 |
| GRUPA SPOŁECZNO-ZAWODOWA | kierownicy, specjaliści | 19 | 7 | 71 | 3 | 56 |
| | prywatni przedsiębiorcy | 13 | 22 | 56 | 9 | 37 |
| | rolnicy | 21 | 9 | 48 | 21 | 55 |
| | robotnicy | 17 | 12 | 54 | 17 | 165 |
| | pracownicy szeregowi | 18 | 10 | 60 | 12 | 140 |
| | gospodynie domowe | 8 | 9 | 52 | 31 | 34 |
| | emeryci i renciści | 12 | 7 | 35 | 46 | 304 |
| | uczniowie i studenci | 18 | 13 | 62 | 8 | 133 |

| | | | | | | |
|---|--|---------------------------------|----|----|----|-----|
| | bezrobotni | 19 | 6 | 58 | 17 | 117 |
| PRACUJE ZAWODOWO | tak | 18 | 10 | 59 | 13 | 439 |
| | nie | 14 | 9 | 47 | 31 | 590 |
| SYTUACJA MATERIALNA | dobra | 19 | 10 | 62 | 9 | 165 |
| | średnia | 17 | 10 | 51 | 22 | 573 |
| | zła | 11 | 9 | 47 | 33 | 311 |
| DOCHÓD GOSPODARSTWA DOMOWEGO | do 1000 PLN | 11 | 7 | 42 | 40 | 255 |
| | 1001-1600 PLN | 15 | 11 | 52 | 22 | 172 |
| | pow. 1600 PLN | 18 | 12 | 63 | 7 | 194 |
| WOJEWÓDZTWO | dolnośląskie | 6 | 11 | 58 | 25 | 73 |
| | kujawsko-pomorskie | 11 | 6 | 63 | 20 | 53 |
| | lubelskie | 19 | 9 | 44 | 29 | 59 |
| | lubuskie | 21 | | 47 | 32 | 31 |
| | łódzkie | 14 | 12 | 44 | 30 | 98 |
| | małopolskie | 18 | 9 | 58 | 15 | 85 |
| | mazowieckie | 17 | 5 | 52 | 27 | 113 |
| | opolskie | 32 | 22 | 40 | 6 | 37 |
| | podkarpackie | 15 | 7 | 30 | 48 | 49 |
| | podlaskie | 11 | 3 | 50 | 36 | 31 |
| | pomorskie | 10 | 9 | 66 | 14 | 69 |
| | śląskie | 20 | 19 | 41 | 20 | 142 |
| | świętokrzyskie | 10 | | 62 | 28 | 34 |
| | warmińsko-mazurskie | 20 | 4 | 65 | 11 | 52 |
| | wielkopolskie | 15 | 9 | 57 | 19 | 97 |
| | zachodniopomorskie | 4 | 6 | 58 | 32 | 30 |
| | ZAMIERZA KUPIĆ/ZMIENIĆ SAMOCHÓD | tak, w ciągu 12 miesięcy | 26 | 8 | 60 | 6 |
| tak, w bliżej nieokreślonym czasie | | 24 | 9 | 60 | 7 | 229 |
| nie ma takiego zamiaru | | 12 | 10 | 48 | 31 | 732 |
| JAKI SAMOCHÓD ZAMIERZA KUPIĆ | nowy | 26 | 10 | 59 | 5 | 101 |
| | używany | 24 | 10 | 60 | 5 | 144 |
| | jeszcze nie wiem | 23 | 6 | 61 | 10 | 74 |

Jakie cechy samochodu bierze/wzjąłby(wzięłaby) Pan(i) pod uwagę przy jego zakupie? Jak ważna jest dla Pana(i) KLIMATYZACJA?

1.mало ważna

2.ani ważna ani nieważna

3. bardzo ważna

4. trudno powiedzieć

| | | DANE W % | | | | LICZBA OSÓB |
|---------------------------------|-------------------------|----------|----|----|----|-------------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| OGÓŁEM | | 32 | 12 | 40 | 16 | 1054 |
| PLEĆ | mężczyzna | 41 | 12 | 39 | 8 | 506 |
| | kobieta | 24 | 12 | 40 | 24 | 548 |
| WIEK | 15-19 | 43 | 15 | 39 | 3 | 114 |
| | 20-29 | 40 | 13 | 43 | 4 | 199 |
| | 30-39 | 35 | 15 | 42 | 8 | 176 |
| | 40-49 | 36 | 11 | 44 | 9 | 213 |
| | 50-59 | 22 | 13 | 48 | 17 | 134 |
| | 60 + | 19 | 7 | 26 | 49 | 217 |
| WYKSZTAŁCENIE | podstawowe | 24 | 7 | 33 | 36 | 297 |
| | zasadnicze zawodowe | 36 | 16 | 39 | 9 | 285 |
| | średnie i pomaturalne | 36 | 12 | 43 | 9 | 370 |
| | wyższe z niepełnym | 35 | 13 | 48 | 3 | 96 |
| MIEJSCE ZAMIESZKANIA | wieś | 34 | 12 | 33 | 21 | 388 |
| | miasto do 100 tys. | 33 | 15 | 40 | 12 | 338 |
| | miasto 101-500 tys. | 32 | 8 | 44 | 16 | 200 |
| | miasto pow. 500 tys. | 24 | 9 | 52 | 15 | 128 |
| GRUPA SPOŁECZNO-ZAWODOWA | kierownicy, specjaliści | 37 | 18 | 44 | 2 | 56 |
| | prywatni przedsiębiorcy | 39 | 12 | 47 | 2 | 38 |
| | rolnicy | 40 | 17 | 37 | 6 | 55 |
| | robotnicy | 36 | 12 | 40 | 12 | 165 |
| | pracownicy szeregowi | 30 | 17 | 47 | 6 | 141 |
| | gospodynie domowe | 22 | 8 | 49 | 21 | 34 |
| | emeryci i renciści | 24 | 8 | 32 | 36 | 304 |
| | uczniowie i studenci | 44 | 14 | 38 | 4 | 133 |

| | | | | | | |
|---|--|---------------------------------|----|----|----|-----|
| | bezrobotni | 32 | 10 | 47 | 11 | 117 |
| PRACUJE ZAWODOWO | tak | 36 | 15 | 44 | 6 | 441 |
| | nie | 30 | 10 | 37 | 23 | 590 |
| SYTUACJA MATERIALNA | dobra | 37 | 12 | 43 | 8 | 165 |
| | średnia | 35 | 13 | 38 | 15 | 573 |
| | zła | 26 | 10 | 41 | 22 | 312 |
| DOCHÓD GOSPODARSTWA DOMOWEGO | do 1000 PLN | 24 | 11 | 35 | 31 | 255 |
| | 1001-1600 PLN | 35 | 12 | 42 | 12 | 172 |
| | pow. 1600 PLN | 43 | 13 | 42 | 2 | 194 |
| WOJEWÓDZTWO | dolnośląskie | 21 | 13 | 50 | 16 | 73 |
| | kujawsko-pomorskie | 44 | 12 | 25 | 20 | 53 |
| | lubelskie | 39 | 6 | 37 | 18 | 59 |
| | lubuskie | 30 | 10 | 40 | 20 | 31 |
| | łódzkie | 26 | 7 | 44 | 22 | 98 |
| | małopolskie | 35 | 14 | 40 | 11 | 85 |
| | mazowieckie | 30 | 9 | 47 | 14 | 114 |
| | opolskie | 42 | 17 | 35 | 6 | 37 |
| | podkarpackie | 43 | 12 | 7 | 38 | 49 |
| | podlaskie | 13 | 24 | 36 | 27 | 31 |
| | pomorskie | 21 | 19 | 50 | 9 | 69 |
| | śląskie | 42 | 11 | 32 | 15 | 142 |
| | świętokrzyskie | 16 | 8 | 51 | 25 | 34 |
| | warmińsko-mazurskie | 44 | 22 | 28 | 6 | 53 |
| | wielkopolskie | 30 | 8 | 49 | 13 | 97 |
| | zachodniopomorskie | 15 | 11 | 52 | 22 | 30 |
| | ZAMIERZA KUPIĆ/ZMIENIĆ SAMOCHÓD | tak, w ciągu 12 miesięcy | 51 | 10 | 37 | 3 |
| tak, w bliżej nieokreślonym czasie | | 44 | 11 | 43 | 2 | 230 |
| nie ma takiego zamiaru | | 26 | 12 | 39 | 23 | 733 |
| JAKI SAMOCHÓD ZAMIERZA KUPIĆ | nowy | 48 | 8 | 41 | 3 | 102 |
| | używany | 48 | 15 | 36 | 2 | 144 |
| | jeszcze nie wiem | 41 | 8 | 50 | 2 | 74 |

Jakie cechy samochodu bierze/wziąłby(wzięłaby) Pan(i) pod uwagę przy jego zakupie? Jak ważny jest dla Pana(i) PAKIET UBEZPIECZEŃ?

1. mało ważny
 2. ani ważny ani nieważny
 3. bardzo ważny
 4. trudno powiedzieć

| | | DANE W % | | | | LICZBA OSÓB |
|---------------------------------|-------------------------|----------|----|----|----|-------------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| OGÓŁEM | | 11 | 7 | 65 | 16 | 1053 |
| PLEĆ | mężczyzna | 15 | 8 | 68 | 8 | 505 |
| | kobieta | 7 | 7 | 63 | 24 | 548 |
| WIEK | 15-19 | 14 | 8 | 72 | 6 | 114 |
| | 20-29 | 17 | 6 | 73 | 4 | 199 |
| | 30-39 | 10 | 9 | 74 | 7 | 176 |
| | 40-49 | 10 | 10 | 71 | 9 | 213 |
| | 50-59 | 5 | 9 | 70 | 15 | 134 |
| | 60 + | 9 | 4 | 40 | 48 | 216 |
| WYKSZTAŁCENIE | podstawowe | 7 | 5 | 52 | 36 | 297 |
| | zasadnicze zawodowe | 9 | 9 | 73 | 8 | 285 |
| | średnie i pomaturalne | 15 | 8 | 68 | 9 | 370 |
| | wyższe z niepełnym | 12 | 9 | 75 | 4 | 96 |
| MIEJSCE ZAMIESZKANIA | wieś | 11 | 7 | 63 | 20 | 387 |
| | miasto do 100 tys. | 8 | 10 | 70 | 12 | 338 |
| | miasto 101-500 tys. | 11 | 6 | 67 | 16 | 200 |
| | miasto pow. 500 tys. | 20 | 5 | 59 | 15 | 128 |
| GRUPA SPOŁECZNO-ZAWODOWA | kierownicy, specjaliści | 10 | 9 | 76 | 5 | 56 |
| | prywatni przedsiębiorcy | 13 | 11 | 72 | 4 | 38 |
| | rolnicy | 16 | 11 | 68 | 4 | 55 |
| | robotnicy | 12 | 4 | 71 | 13 | 165 |
| | pracownicy szeregowi | 13 | 8 | 76 | 3 | 141 |
| | gospodynie domowe | 2 | 8 | 71 | 19 | 34 |
| | emeryci i renciści | 7 | 6 | 51 | 36 | 304 |
| | uczniowie i studenci | 15 | 9 | 70 | 5 | 133 |

| | | | | | | |
|---|--|---------------------------------|----|----|----|-----|
| | bezrobotni | 11 | 9 | 68 | 12 | 117 |
| PRACUJE ZAWODOWO | tak | 12 | 7 | 74 | 7 | 441 |
| | nie | 10 | 8 | 60 | 23 | 589 |
| SYTUACJA MATERIALNA | dobra | 18 | 7 | 67 | 7 | 165 |
| | średnia | 10 | 8 | 67 | 15 | 573 |
| | zła | 9 | 7 | 61 | 23 | 312 |
| DOCHÓD GOSPODARSTWA DOMOWEGO | do 1000 PLN | 9 | 7 | 56 | 28 | 255 |
| | 1001-1600 PLN | 10 | 2 | 70 | 18 | 172 |
| | pow. 1600 PLN | 15 | 12 | 72 | 2 | 194 |
| WOJEWÓDZTWO | dolnośląskie | 3 | 13 | 64 | 19 | 73 |
| | kujawsko-pomorskie | 20 | 6 | 60 | 14 | 53 |
| | lubelskie | 20 | 7 | 57 | 16 | 59 |
| | lubuskie | 19 | 3 | 58 | 20 | 31 |
| | łódzkie | 20 | 7 | 51 | 23 | 97 |
| | małopolskie | 5 | 6 | 76 | 13 | 85 |
| | mazowieckie | 14 | 5 | 69 | 13 | 114 |
| | opolskie | 6 | 18 | 70 | 6 | 37 |
| | podkarpackie | 7 | 4 | 57 | 32 | 49 |
| | podlaskie | | 3 | 71 | 27 | 31 |
| | pomorskie | 7 | 10 | 73 | 10 | 69 |
| | śląskie | 10 | 12 | 63 | 16 | 142 |
| | świętokrzyskie | 8 | 2 | 67 | 23 | 34 |
| | warmińsko-mazurskie | 10 | 8 | 75 | 7 | 53 |
| | wielkopolskie | 13 | 5 | 69 | 14 | 97 |
| | zachodniopomorskie | 3 | 3 | 74 | 21 | 30 |
| | ZAMIERZA KUPIĆ/ZMIENIĆ SAMOCHÓD | tak, w ciągu 12 miesięcy | 22 | 5 | 68 | 5 |
| tak, w bliżej nieokreślonym czasie | | 15 | 9 | 75 | 1 | 230 |
| nie ma takiego zamiaru | | 8 | 7 | 62 | 22 | 732 |
| JAKI SAMOCHÓD ZAMIERZA KUPIĆ | nowy | 12 | 12 | 73 | 3 | 102 |
| | używany | 24 | 4 | 68 | 3 | 144 |
| | jeszcze nie wiem | 10 | 8 | 82 | | 74 |

Jakie cechy samochodu bierze/wziąłby(wzięłaby) Pan(i) pod uwagę przy jego zakupie? Jak ważny jest dla Pana(i) KOMFORT JAZDY?

1. mało ważny
2. ani ważny ani nieważny
3. bardzo ważny
4. trudno powiedzieć

| | | DANE W % | | | | LICZBA OSÓB |
|---------------------------------|-------------------------|----------|----|----|----|-------------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| OGÓLEM | | 11 | 9 | 67 | 13 | 1052 |
| PLEĆ | mężczyzna | 13 | 10 | 72 | 6 | 505 |
| | kobieta | 9 | 8 | 63 | 19 | 547 |
| WIEK | 15-19 | 9 | 14 | 73 | 3 | 114 |
| | 20-29 | 12 | 9 | 78 | 2 | 199 |
| | 30-39 | 8 | 11 | 78 | 3 | 175 |
| | 40-49 | 14 | 8 | 71 | 7 | 213 |
| | 50-59 | 11 | 9 | 67 | 14 | 134 |
| | 60 + | 10 | 5 | 43 | 42 | 215 |
| WYKSZTAŁCENIE | podstawowe | 10 | 8 | 52 | 29 | 296 |
| | zasadnicze zawodowe | 14 | 12 | 67 | 7 | 285 |
| | średnie i pomaturalne | 9 | 8 | 76 | 7 | 370 |
| | wyższe z niepełnym | 8 | 6 | 84 | 2 | 96 |
| MIEJSCE ZAMIESZKANIA | wieś | 14 | 8 | 62 | 16 | 386 |
| | miasto do 100 tys. | 8 | 10 | 72 | 10 | 338 |
| | miasto 101-500 tys. | 8 | 8 | 71 | 14 | 200 |
| | miasto pow. 500 tys. | 15 | 9 | 65 | 11 | 128 |
| GRUPA SPOŁECZNO-ZAWODOWA | kierownicy, specjaliści | 11 | 6 | 82 | 2 | 56 |
| | prywatni przedsiębiorcy | 8 | 5 | 82 | 5 | 38 |
| | rolnicy | 30 | 11 | 57 | 3 | 55 |
| | robotnicy | 11 | 9 | 72 | 9 | 165 |
| | pracownicy szeregowi | 8 | 10 | 80 | 2 | 141 |
| | gospodynie domowe | 9 | 11 | 63 | 17 | 34 |
| | emeryci i renciści | 10 | 6 | 52 | 31 | 303 |
| | uczniowie i studenci | 9 | 15 | 74 | 2 | 133 |

| | | | | | | |
|---|--|---------------------------------|----|----|----|-----|
| | bezrobotni | 10 | 10 | 71 | 9 | 117 |
| | inni | 9 | | 84 | 6 | 11 |
| PRACUJE ZAWODOWO | tak | 11 | 9 | 75 | 5 | 440 |
| | nie | 10 | 9 | 62 | 19 | 589 |
| SYTUACJA MATERIALNA | dobra | 10 | 6 | 78 | 6 | 165 |
| | średnia | 10 | 11 | 68 | 12 | 571 |
| | zła | 13 | 8 | 60 | 19 | 312 |
| DOCHÓD GOSPODARSTWA DOMOWEGO | do 1000 PLN | 12 | 9 | 54 | 25 | 255 |
| | 1001-1600 PLN | 12 | 5 | 72 | 11 | 172 |
| | pow. 1600 PLN | 8 | 10 | 81 | 1 | 194 |
| WOJEWÓDZTWO | dolnośląskie | 2 | 3 | 80 | 16 | 73 |
| | kujawsko-pomorskie | 8 | 16 | 67 | 9 | 53 |
| | lubelskie | 23 | 7 | 54 | 16 | 59 |
| | lubuskie | 19 | 3 | 58 | 20 | 31 |
| | łódzkie | 17 | 9 | 59 | 16 | 97 |
| | małopolskie | 10 | 10 | 70 | 11 | 85 |
| | mazowieckie | 17 | 10 | 60 | 13 | 113 |
| | opolskie | 17 | 20 | 57 | 6 | 37 |
| | podkarpackie | 13 | 12 | 56 | 19 | 48 |
| | podlaskie | | 3 | 71 | 27 | 31 |
| | pomorskie | 6 | 5 | 80 | 8 | 69 |
| | śląskie | 10 | 8 | 69 | 14 | 142 |
| | świętokrzyskie | 5 | 10 | 65 | 20 | 34 |
| | warmińsko-mazurskie | 6 | 7 | 83 | 4 | 53 |
| | wielkopolskie | 8 | 14 | 70 | 8 | 97 |
| | zachodniopomorskie | 2 | | 82 | 16 | 30 |
| | ZAMIERZA KUPIĆ/ZMIENIĆ SAMOCHÓD | tak, w ciągu 12 miesięcy | 8 | 13 | 78 | 1 |
| tak, w bliżej nieokreślonym czasie | | 14 | 8 | 78 | 0 | 230 |
| nie ma takiego zamiaru | | 10 | 9 | 63 | 19 | 730 |
| JAKI SAMOCHÓD ZAMIERZA KUPIĆ | nowy | 12 | 8 | 78 | 2 | 102 |
| | używany | 11 | 9 | 80 | | 144 |

Jakie cechy samochodu bierze/wziąłby(wzięłaby) Pan(i) pod uwagę przy jego zakupie? Jak ważne jest dla Pana(i) ZUŻYCIE PALIWA?

1. mało ważne
2. ani ważne ani nieważne
3. bardzo ważne
4. trudno powiedzieć

| | | DANE W % | | | | LICZBA OSÓB |
|---------------------------------|-------------------------|----------|---|----|----|-------------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | |
| OGÓLEM | | 5 | 2 | 82 | 11 | 1054 |
| PLEĆ | mężczyzna | 5 | 2 | 87 | 5 | 506 |
| | kobieta | 4 | 2 | 77 | 17 | 548 |
| WIEK | 15-19 | 8 | 1 | 88 | 3 | 114 |
| | 20-29 | 5 | 3 | 90 | 2 | 199 |
| | 30-39 | 2 | 1 | 94 | 3 | 176 |
| | 40-49 | 4 | 4 | 87 | 5 | 213 |
| | 50-59 | 4 | 3 | 83 | 10 | 134 |
| | 60 + | 5 | 1 | 56 | 38 | 217 |
| WYKSZTAŁCENIE | podstawowe | 5 | 2 | 67 | 26 | 297 |
| | zasadnicze zawodowe | 4 | 2 | 90 | 5 | 285 |
| | średnie i pomaturalne | 6 | 2 | 86 | 7 | 370 |
| | wyższe z niepełnym | 2 | 5 | 89 | 3 | 96 |
| MIEJSCE ZAMIESZKANIA | wieś | 6 | 1 | 78 | 14 | 388 |
| | miasto do 100 tys. | 2 | 2 | 88 | 8 | 338 |
| | miasto 101-500 tys. | 2 | 2 | 82 | 14 | 200 |
| | miasto pow. 500 tys. | 12 | 4 | 76 | 8 | 128 |
| GRUPA SPOŁECZNO-ZAWODOWA | kierownicy, specjaliści | 1 | 6 | 89 | 3 | 56 |
| | prywatni przedsiębiorcy | 8 | 7 | 83 | 2 | 38 |
| | rolnicy | 4 | 3 | 90 | 3 | 55 |
| | robotnicy | 5 | 1 | 87 | 7 | 165 |
| | pracownicy szeregowi | 5 | 2 | 91 | 2 | 141 |
| | gospodynie domowe | 2 | | 83 | 15 | 34 |
| | emeryci i renciści | 4 | 2 | 66 | 28 | 304 |

| | | | | | | |
|---|--|---------------------------------|----|----|----|-----|
| | uczniowie i studenci | 7 | | 90 | 2 | 133 |
| | bezrobotni | 3 | 5 | 86 | 5 | 117 |
| PRACUJE ZAWODOWO | tak | 4 | 3 | 90 | 4 | 441 |
| | nie | 5 | 2 | 77 | 16 | 590 |
| SYTUACJA MATERIALNA | dobra | 7 | 3 | 85 | 5 | 165 |
| | średnia | 4 | 2 | 83 | 10 | 573 |
| | zła | 5 | 2 | 77 | 16 | 312 |
| DOCHÓD GOSPODARSTWA DOMOWEGO | do 1000 PLN | 4 | 1 | 73 | 21 | 255 |
| | 1001-1600 PLN | 5 | 1 | 86 | 7 | 172 |
| | pow. 1600 PLN | 5 | 3 | 91 | 1 | 194 |
| WOJEWÓDZTWO | dolnośląskie | 1 | | 86 | 13 | 73 |
| | kujawsko-pomorskie | 1 | 8 | 84 | 7 | 53 |
| | lubelskie | 4 | 7 | 76 | 13 | 59 |
| | lubuskie | 16 | 3 | 67 | 14 | 31 |
| | łódzkie | 11 | 2 | 75 | 12 | 98 |
| | małopolskie | | 1 | 92 | 7 | 85 |
| | mazowieckie | 12 | 3 | 74 | 11 | 114 |
| | opolskie | 6 | 11 | 77 | 6 | 37 |
| | podkarpackie | | | 80 | 20 | 49 |
| | podlaskie | 5 | | 73 | 22 | 31 |
| | pomorskie | 4 | | 88 | 8 | 69 |
| | śląskie | 2 | 1 | 85 | 12 | 142 |
| | świętokrzyskie | | | 80 | 20 | 34 |
| | warmińsko-mazurskie | 2 | | 94 | 4 | 53 |
| | wielkopolskie | 4 | 3 | 86 | 7 | 97 |
| | zachodniopomorskie | | | 79 | 21 | 30 |
| | ZAMIERZA KUPIĆ/ZMIENIĆ SAMOCHÓD | tak, w ciągu 12 miesięcy | 4 | 7 | 87 | 2 |
| tak, w bliżej nieokreślonym czasie | | 4 | 1 | 94 | 1 | 230 |
| nie ma takiego zamiaru | | 5 | 2 | 77 | 16 | 733 |
| JAKI SAMOCHÓD ZAMIERZA KUPIĆ | nowy | 4 | 5 | 89 | 2 | 102 |
| | używany | 4 | 2 | 95 | | 144 |

Skąd przede wszystkim czerpie Pan(i) swoją wiedzę o samochodach:

1. z prasy codziennej
2. z reklamy telewizyjnej
3. z prasy motoryzacyjnej
4. z telewizyjnych magazynów motoryzacyjnych
5. z programów radiowych
6. z rozmów ze znajomymi
7. inne źródło
8. trudno powiedzieć

| | | ODPOWIEDZI W % | | | | | | | | LICZBA OSÓB | |
|---------------------------------|-------------------------|----------------|----|----|----|---|----|---|----|-------------|------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | | 10 |
| OGÓLEM | | 18 | 32 | 18 | 36 | 3 | 50 | 2 | 14 | 2 | 1055 |
| PLEĆ | mężczyzna | 24 | 27 | 29 | 48 | 4 | 50 | 3 | 6 | 1 | 506 |
| | kobieta | 13 | 38 | 8 | 24 | 3 | 50 | 1 | 22 | 3 | 549 |
| WIEK | 15-19 | 17 | 42 | 34 | 48 | 2 | 52 | | 4 | | 114 |
| | 20-29 | 19 | 26 | 24 | 46 | 1 | 62 | 3 | 5 | 2 | 199 |
| | 30-39 | 22 | 26 | 22 | 44 | 6 | 63 | 1 | 8 | 2 | 176 |
| | 40-49 | 21 | 40 | 15 | 32 | 3 | 46 | 3 | 10 | 4 | 214 |
| | 50-59 | 22 | 37 | 13 | 36 | 3 | 53 | 1 | 11 | 3 | 134 |
| | 60 + | 10 | 27 | 7 | 16 | 3 | 30 | 2 | 40 | 1 | 217 |
| WYKSZTAŁCENIE | podstawowe | 8 | 32 | 15 | 29 | 2 | 38 | 1 | 31 | 1 | 297 |
| | zasadnicze zawodowe | 21 | 33 | 13 | 42 | 6 | 53 | 1 | 5 | 2 | 287 |
| | średnie i pomaturalne | 21 | 33 | 22 | 38 | 2 | 55 | 2 | 10 | 2 | 370 |
| | wyższe z niepełnym | 25 | 29 | 26 | 25 | 4 | 59 | 6 | 3 | 5 | 96 |
| MIEJSCE ZAMIESZKANIA | wieś | 13 | 33 | 16 | 40 | 3 | 47 | 1 | 18 | 3 | 388 |
| | miasto do 100 tys. | 17 | 32 | 21 | 34 | 3 | 49 | 1 | 11 | 2 | 339 |
| | miasto 101-500 tys. | 24 | 32 | 20 | 34 | 4 | 60 | 2 | 11 | 3 | 200 |
| | miasto pow. 500 tys. | 24 | 32 | 17 | 27 | 4 | 49 | 4 | 15 | | 128 |
| GRUPA SPOŁECZNO-ZAWODOWA | kierownicy, specjaliści | 25 | 36 | 19 | 29 | 3 | 62 | 4 | 3 | 7 | 56 |
| | prywatni przedsiębiorcy | 26 | 21 | 31 | 29 | 2 | 73 | | 7 | 3 | 38 |
| | rolnicy | 14 | 42 | 8 | 46 | 8 | 62 | 3 | 4 | 3 | 55 |
| | robotnicy | 24 | 28 | 20 | 44 | 2 | 48 | 3 | 8 | 1 | 165 |
| | pracownicy szeregowi | 20 | 27 | 21 | 37 | 5 | 66 | 2 | 4 | 4 | 141 |

| | | | | | | | | | | | |
|--|---|----|----|----|----|----|----|---|----|---|-----|
| | gospodynie domowe | 8 | 36 | 4 | 33 | | 55 | | 17 | 5 | 35 |
| | emeryci i renciści | 12 | 32 | 10 | 25 | 4 | 32 | 1 | 30 | 1 | 304 |
| | uczniowie i studenci | 24 | 36 | 32 | 54 | 2 | 58 | 1 | 5 | | 133 |
| | bezrobotni | 14 | 40 | 20 | 29 | 3 | 51 | | 17 | 2 | 117 |
| PRACUJE ZAWODOWO | tak | 22 | 29 | 20 | 39 | 4 | 59 | 3 | 5 | 3 | 441 |
| | nie | 15 | 34 | 17 | 33 | 3 | 44 | 1 | 21 | 1 | 591 |
| SYTUACJA MATERIALNA | dobra | 18 | 29 | 36 | 39 | 1 | 56 | 3 | 8 | 3 | 165 |
| | średnia | 21 | 29 | 19 | 38 | 4 | 51 | 1 | 13 | 2 | 573 |
| | zła | 11 | 39 | 7 | 29 | 4 | 45 | 1 | 20 | 3 | 313 |
| DOCHÓD GOSPODARSTWA DOMOWEGO | do 1000 PLN | 11 | 38 | 11 | 32 | 4 | 39 | 1 | 25 | 1 | 255 |
| | 1001-1600 PLN | 20 | 34 | 15 | 38 | 6 | 55 | 1 | 11 | 3 | 173 |
| | pow. 1600 PLN | 28 | 29 | 22 | 42 | 4 | 63 | 2 | 4 | 4 | 194 |
| WOJEWÓDZTWO | dolnośląskie | 22 | 45 | 13 | 36 | 5 | 47 | 2 | 12 | 2 | 73 |
| | kujawsko-pomorskie | 17 | 45 | 26 | 38 | 4 | 73 | 2 | 9 | 1 | 53 |
| | lubelskie | 12 | 40 | 10 | 18 | 5 | 59 | | 13 | 5 | 59 |
| | lubuskie | 36 | 30 | 11 | 40 | 3 | 37 | | 15 | 3 | 31 |
| | łódzkie | 17 | 26 | 14 | 30 | 4 | 41 | 1 | 19 | 3 | 98 |
| | małopolskie | 17 | 25 | 24 | 44 | 2 | 52 | | 16 | 1 | 86 |
| | mazowieckie | 19 | 36 | 15 | 21 | 4 | 55 | 6 | 12 | 1 | 114 |
| | opolskie | 22 | 33 | 10 | 27 | | 31 | 5 | 12 | 3 | 37 |
| | podkarpackie | 21 | 23 | 33 | 30 | 3 | 43 | | 24 | | 49 |
| | podlaskie | | 17 | 36 | 42 | | 40 | 8 | 31 | | 31 |
| | pomorskie | 26 | 38 | 22 | 27 | 2 | 62 | 1 | 5 | 6 | 69 |
| | śląskie | 15 | 36 | 20 | 43 | 3 | 47 | 2 | 9 | 2 | 142 |
| | świętokrzyskie | 23 | 15 | 6 | 53 | 17 | 58 | | 33 | | 34 |
| | warmińsko-mazurskie | 15 | 40 | 12 | 49 | | 57 | | 11 | 3 | 53 |
| | wielkopolskie | 18 | 18 | 22 | 47 | 1 | 48 | | 14 | 3 | 97 |
| | zachodniopomorskie | 8 | 46 | 16 | 29 | | 39 | | 18 | | 30 |
| ZAMIERZA KUPIĆ/ZMIENIĆ SAMOCHÓD | tak, w ciągu 12 miesięcy | 20 | 15 | 40 | 45 | 2 | 65 | 1 | | 3 | 91 |
| | tak, w bliżej nieokreślonym czasie | 27 | 28 | 29 | 49 | 3 | 62 | 3 | 2 | 4 | 230 |
| | nie ma takiego zamiaru | 15 | 36 | 12 | 30 | 3 | 44 | 1 | 20 | 2 | 734 |

| | | | | | | | | | | | |
|---|-------------------------|----|----|----|----|---|----|---|---|---|-----|
| JAKI SAMOCHÓD ZAMIERZA KUPIĆ | nowy | 31 | 21 | 33 | 46 | 1 | 58 | 7 | 1 | 4 | 102 |
| | używany | 23 | 25 | 31 | 46 | 3 | 70 | 1 | 1 | 2 | 144 |
| | jeszcze nie wiem | 21 | 27 | 31 | 52 | 5 | 57 | 1 | 4 | 6 | 74 |