

# Polaków Portfel Własny

auto używane w sieci



# Spis treści

03

Wstęp

**Czy jesteśmy gotowi na  
kupowanie aut używanych  
całkowicie online?**

05

Rozdział I.

**Plusy i minusy zakupu  
auta używanego w sieci**

09

Rozdział II.

**Finansowanie auta**

14

Rozdział III.

18

Zakończenie  
Informacje o badaniu

# Wstęp

Osoby, które chcą obecnie kupić nowy samochód, muszą liczyć się ze sporym wydatkiem i długim czasem oczekiwania. Dużo prostsze jest kupno auta używanego – choć i to nie jest pozbawione wyzwań. Jednym z nich jest mniejsza dostępność takich pojazdów w porównaniu do poprzednich lat. Według [danych](#) Instytutu Badań Rynku Motoryzacyjnego Samar, w styczniu 2023 roku zarejestrowano w Polsce zaledwie 58 390 sprowadzonych z zagranicy używanych samochodów osobowych i dostawczych o dmc (dopuszczalna masa całkowita) do 3,5 tony, co oznacza spadek o 4,4 proc. na przestrzeni roku. Ponadto comiesięczny [raport](#) AAA AUTO donosi, że w grudniu 2022 roku w Polsce oferowano 169 383 aut z drugiej ręki, o 25 128 sztuk mniej w stosunku do listopada 2021 r. Ich niższa dostępność wynika między innymi z tego, że pierwsi posiadacze nie są dziś tak skorzy, by wymienić swoje cztery kółka przez co mniejsza liczba pojazdów trafia na rynek wtórny. Mimo to zainteresowanie nimi nie spada. Jak pokazał nasz poprzedni raport [„Polak kupuje auto używane”](#), co szósty zmotoryzowany Polak planował zakup takiego auta w 2022 r. Nie ma w tym nic dziwnego, ponieważ ludzie chcą pozostać mobilni, a dla przeciętnego Kowalskiego samochód z rynku wtórnego jest aktualnie bardziej dostępny.

W niniejszym materiale zdecydowaliśmy się podjąć temat kupowania takiego auta całkowicie przez internet. W związku z tym w pierwszym rozdziale opisujemy, jakie grupy Polaków byłyby gotowe na taki zakup, a w których przypadkach jest to wykluczone. Odpowiadamy również na pytanie czy polscy kierowcy widzą zalety w takim sposobie kupowania i które z nich cenią sobie najbardziej.

Druga część raportu skupia się w całości na plusach i minusach takiego zakupu. Ankietowani wskazywali czynniki, które można postrzegać jako wady takiej formy kupna, w tym choćby brak możliwości jazdy testowej czy opłaty za dostarczenie samochodu pod wskazany adres. Poza tym odpowiadali również, co z ich perspektywy mogłoby zachęcić do kupna auta z drugiej ręki całkowicie przez internet np. konkurencyjna cena czy długi termin gwarancji pojazdu.



W trzecim rozdziale postanowiliśmy podjąć temat finansowania. W związku z tym zapytaliśmy zmotoryzowanych Polaków, jaki produkt mógłby im pomóc w pokryciu zakupu takiego auta. Nie zapomnieliśmy przy tym poruszyć tematu sposobu podpisywania umowy o zawarcie finansowania. Rozdział zawiera również odpowiedź na pytanie, gdzie najchętniej polscy kierowcy kupiliby auto używane całkowicie online, gdyby obecnie to planowali.

Zachęcamy do lektury,

Zespół Santander Consumer Multirent

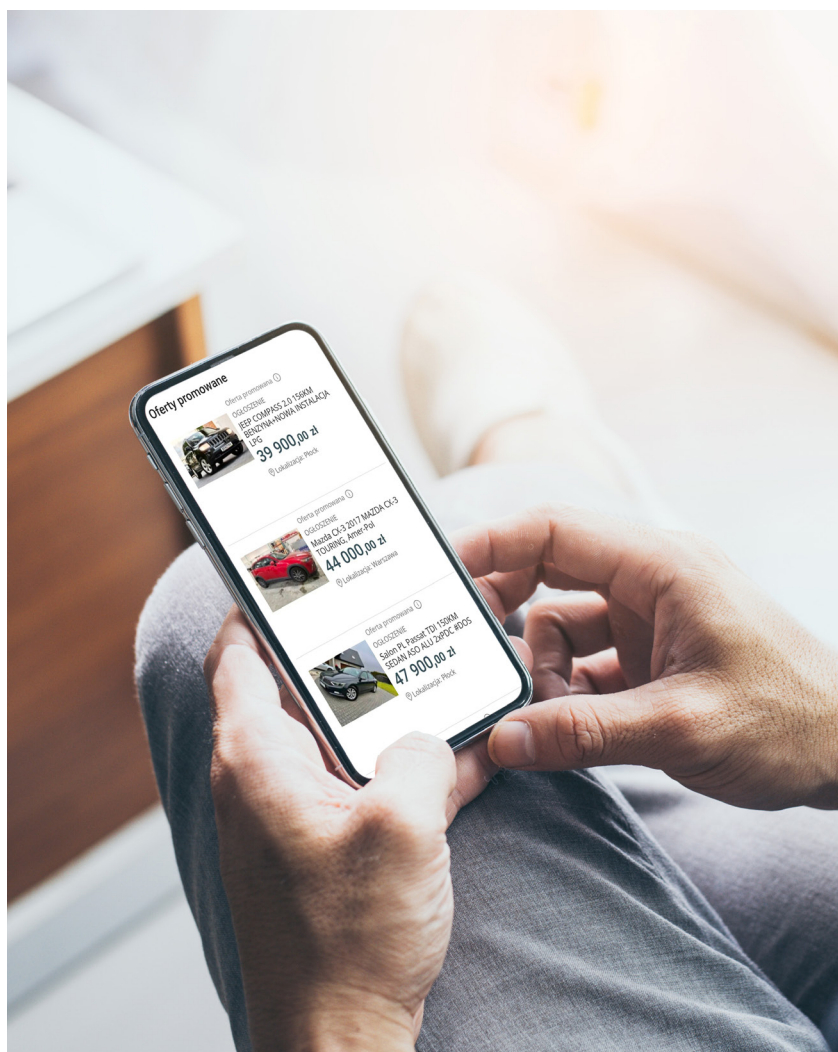
## Kluczowe dane z badania:



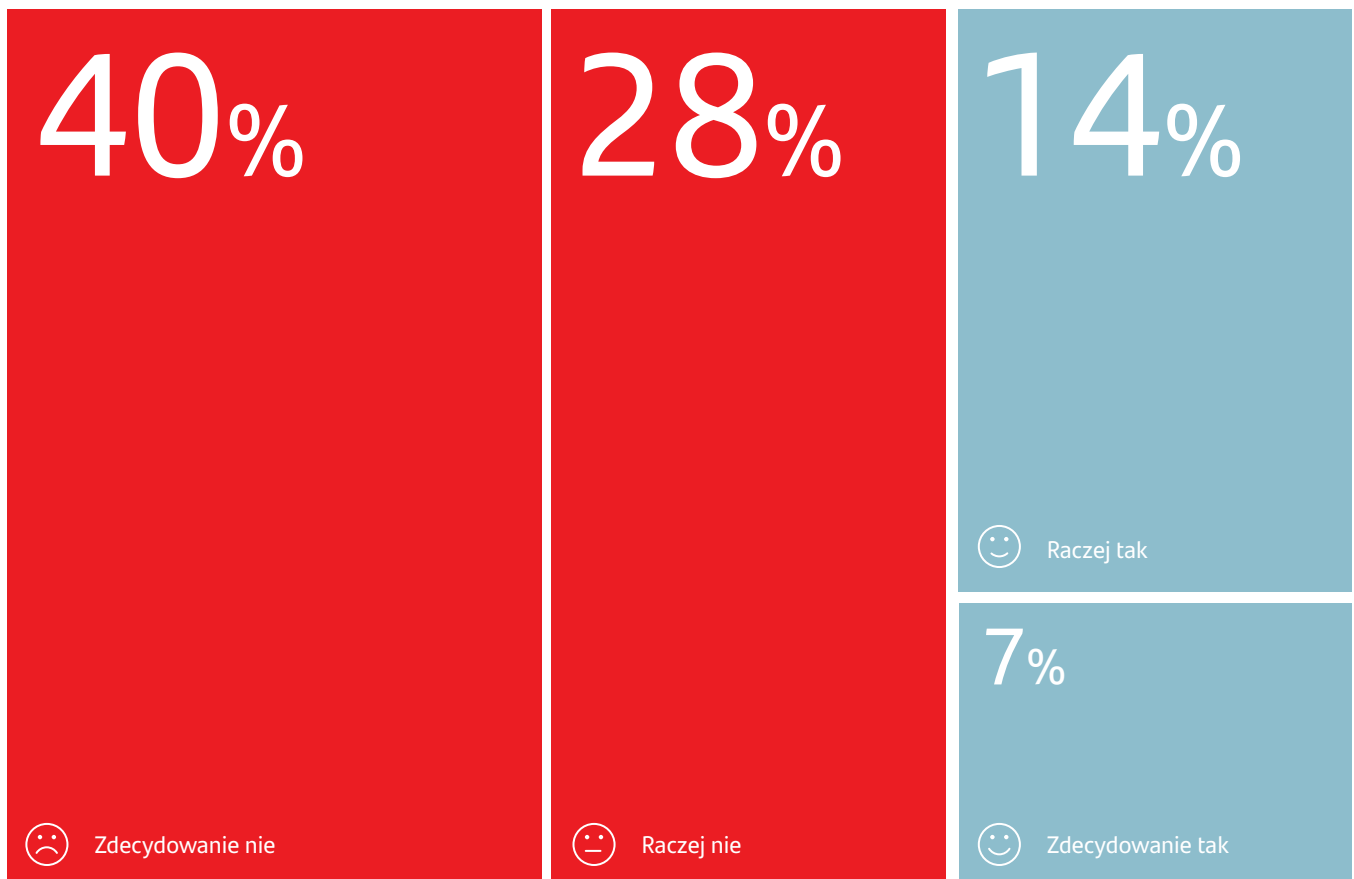
# Czy jesteśmy gotowi na kupowanie aut używanych całkowicie online?

Według naszego poprzedniego raportu „Polak kupuje auto używane”, kierowcy szukają takich samochodów przede wszystkim online. Aż 46 proc. respondentów rozglądało się za ofertami dotyczącymi pojazdów z rynku wtórnego na portalach ogłoszeniowych. Co czwarty wchodził w tym celu na internetowe platformy zakupowe np. Carvago (23 proc.), a 14 proc. korzystało z mediów społecznościowych. Niewiele mniejszy odsetek badanych (13 proc.) przeglądał różne modele na sklepach internetowych konkretnych marek, a 9 proc. wirtualne salony firm finansujących auta. Jednak czy byłibyśmy gotowi, żeby zakupić w ten sposób samochód, bez uprzedniego oglądania go na żywo i jazdy testowej?

Jak się okazuje, może być na to dla nas jeszcze za wcześnie. Aż 67 proc. zmotoryzowanych Polaków w naszym badaniu przyznało, że nie zdecydowałaby się na taki zakup. Na „tak” był jedynie co piąty ankietowany z prawem jazdy (21 proc.).



Gdyby obecnie miał(a) Pan(i) kupić auto używane, to czy byłby(aby) Pan(i) skłonny(a) **kupić je całkowicie przez internet**, bez wychodzenia z domu i oglądania samochodu na żywo?



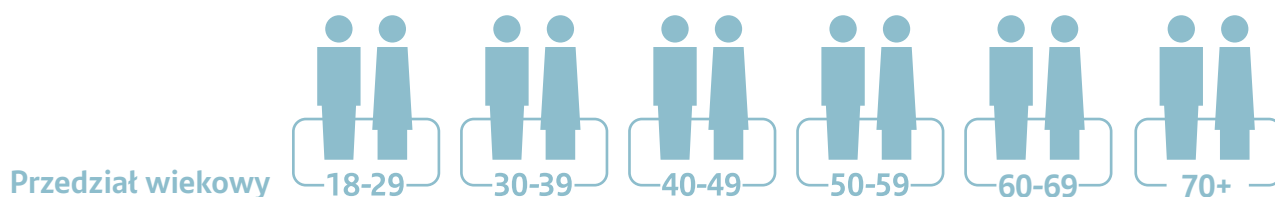
Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedź „Nie wiem, trudno powiedzieć”.

Kupowania auta używanego całkowicie przez internet nie akceptują zwłaszcza seniorzy (96 proc. na „nie” w grupie 70 latków i 67 proc. wśród 60-69 latków) i osoby blisko wieku emerytalnego (72 proc. osób po 50 roku życia). Może mieć to związek z tym, że im jesteśmy starsi, tym trudniej nam przyzwyczać się do nowoczesnych rozwiązań. Warto jednak dodać, że negatywne odpowiedzi były często udzielane również przez młodsze grupy wiekowe (58 proc. wśród 18-29 latków), co może wskazywać na to, że taki sposób kupna jest dla większości ankietowanych jeszcze zbyt nowatorski, bez względu na to, ile mają lat. Co ciekawe, pomysł ten nie zyskał nawet wśród – zwykle najbardziej otwartych na nowinki – mieszkańców metropolii. Aż 72

proc. respondentów z tej grupy stwierdziło, że nie kupiłoby tak auta. Interesujący jest też fakt, że wśród niechętnych takiej formie zakupu znalazło się najwięcej badanych z wyższym wykształceniem (71 proc. w porównaniu do 64 proc. osób po szkole podstawowej lub zawodowej).

Skłonni do kupienia samochodu używanego całkowicie przez internet najbardziej byliby za to młodzi ankietowani w wieku 18-29 i 30-39 lat (kolejno 36 i 31 proc. wskazań). Największe zainteresowanie pod względem miejsca zamieszkania wykazali natomiast respondenci z małych miast do 50 tys. osób (24 proc.).

## Gdyby obecnie miał(a) Pan(i) kupić auto używane, to czy byłby(aby) Pan(i) skłonny(a) kupić je całkowicie przez internet, bez wychodzenia z domu i oglądania samochodu na żywo?



	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69	70+
Zdecydowanie tak	21%	15%	6%	2%	2%	0%
Raczej tak	15%	16%	21%	16%	10%	4%
Raczej nie	30%	21%	25%	35%	19%	49%
Zdecydowanie nie	28%	40%	33%	37%	48%	47%

Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominięto odpowiedź „Nie wiem, trudno powiedzieć”.

To, że sami nie planujemy zakupu jakiejś rzeczy, nie oznacza, że nie widzimy jej zalet. To samo można powiedzieć o ankietowanych badania Santander Consumer Multirent, którzy chętnie wskazywali, co doceniliby w nabyciu auta całkowicie przez internet, gdyby zdecydowali się na taką formę zakupu. Jak pokazują wyniki, najważniejszą zaletą dla respondentów byłaby możliwość zwrotu samochodu w wyznaczonym czasie np. 14 dni i przy określonym limicie kilometrów (49 proc.). Tę odpowiedź najczęściej wskazywali 40-49 i 50-59 latkowie (kolejno 55 i 66 proc.) oraz osoby, które prowadzą auto codziennie (56 proc.). Na drugim miejscu znalazła się dostawa upragnionego pojazdu pod wskazany adres (40 proc.). Tę zaletę również doceniali najbardziej respondenci najczęściej siadający za kierownicą (48 proc.), a także osoby po 50 roku życia (56 proc.). Podium zamyka gwarancja sprzedawcy, że pojazd jest w dobrym stanie technicznym i nie pochodzi z kradzieży oraz dostęp do informacji o wykonanych naprawach, serwisie i ewentualnych uszkodzeniach (w obu przypadkach po 38 proc.). Pierwszy czynnik wskazywały głównie osoby

ze średnim lub wyższym wykształceniem (kolejno 40 i 45 proc.), natomiast drugi ankietowani z miast między 50 a 250 tys. mieszkańców (48 proc.). Niżej znalazła się oszczędność czasu, spowodowana faktem, że dzięki takiej formie kupna nie trzeba jechać na miejsce do sprzedawcy (37 proc.). Tę odpowiedź wybierali najczęściej 50-59 latkowie (47 proc.) oraz osoby z najwyższymi zarobkami (53 proc. wśród zarabiających od 5000 do 6999 zł na rękę oraz 46 proc. w przypadku ankietowanych z dochodami od 7000 zł netto w górę). Dalej znalazła się możliwość negocjacji ceny samochodu (33 proc.), wskazywana głównie przez osoby z najniższym dochodem do 2000 zł netto (51 proc.). Co trzeci ankietowany zwracał ponadto uwagę na szeroki wybór marek i producentów samochodów czy na gwarancję sprzedawcy na najważniejsze podzespoły i elektronikę (w obu przypadkach po 31 proc.). Do rzadziej wskazywanych odpowiedzi należały dobrze przygotowana oferta (18 proc.), możliwość skorzystania z finansowania zewnętrznego (17 proc.) czy z dodatkowych ubezpieczeń (13 proc.).

## Proszę sobie wyobrazić, że planuje Pan(i) kupić auto używane całkowicie przez internet, bez wychodzenia z domu i oglądania samochodu na żywo, **jakie widziałby(aby) Pan(i) zalety takiego zakupu?**



Pytanie wielokrotnego wyboru. Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.



# Plusy i minusy zakupu auta używanego w sieci



Zmotoryzowanych Polaków zapytaliśmy również o to, co ich zdaniem mogłoby zniechęcić potencjalnego kupca do zakupu auta używanego całkowicie przez internet. Największa liczba ankietowanych wskazała brak możliwości obejrzenia pojazdu na żywo (64 proc.). Świadczy to o tym, że jako społeczeństwo nie jesteśmy jeszcze gotowi, żeby kupować tak wartościowych i wpływających na nasze bezpieczeństwo rzeczy przez internet. Odpowiedź tę wskazywały najczęściej osoby korzystające z auta na co dzień (66 proc.), dla których wygląd i stan techniczny samochodu ma z pewnością największe znaczenie. Brak możliwości obejrzenia pojazdu mógłby zniechęcić szczególnie starsze grupy wiekowe (71 proc. w grupie 50-59 latków i 67 proc. wśród respondentów powyżej 60 roku życia) oraz mieszkańców metropolii (80 proc. w porównaniu do 58 proc. ankietowanych mieszkających na wsi). Przeciwni kupowaniu auta bez oglądania go na żywo byli również badani z najwyższym dochodem od 7 000 zł netto w górę (75 proc.).

Biorąc to pod uwagę, nie dziwi fakt, że na drugim miejscu wśród czynników zniechęcających do nabywania auta całkowicie online znalazł się brak możliwości odbycia jazdy testowej (58 proc.). Wskazuje to na przywiązanie polskich kierowców do dokładnego przetestowania czterech kółek przed ich zakupem. W tej grupie przeważali seniorzy w wieku 60-69 i 70-79 lat (kolejno 61 i 64 proc.), mieszkańcy metropolii (72 proc.) oraz zarabiający między 5000 a 6999 zł netto (70 proc.). Trzecie miejsce na liście czynników potencjalnie zniechęcających zajęły możliwe rozbieżności między raportem rzeczoznawcy a stanem faktycznym pojazdu (59 proc.). Mogą być to np. uszkodzenia powstałe podczas transportu, co trudno udowodnić po odbiorze auta. Takiej pechowej sytuacji nieco bardziej od pań obawiają się panowie (62 proc. w porównaniu do 56 proc. w grupie kobiet). Wśród ankietowanych wskazujących tę odpowiedź znalazło się również dużo 50-59 latków (71 proc.) oraz zarabiających od 7000 zł netto w górę (67 proc.).

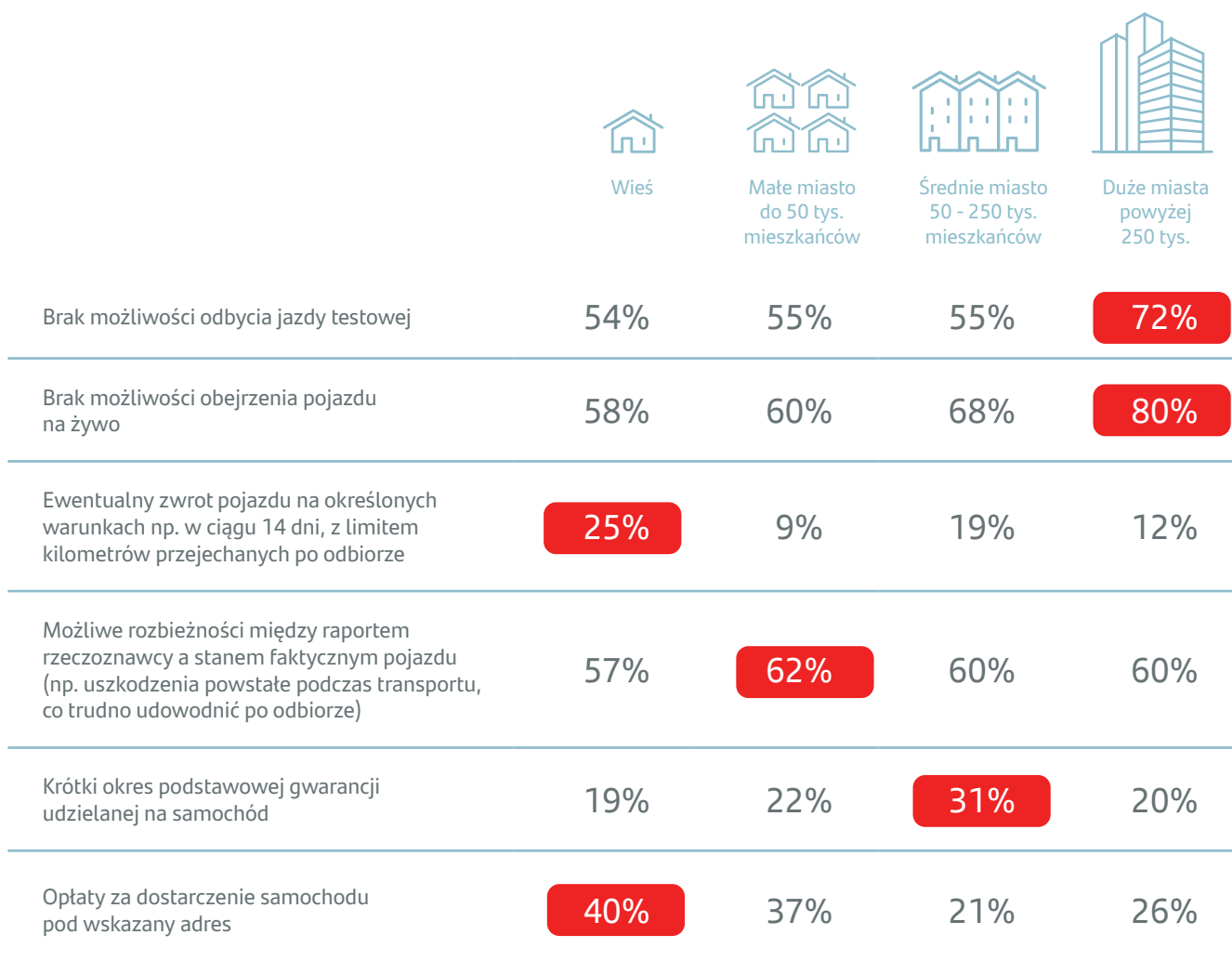
W dalszej kolejności respondenci uznali za odstrasżającą konieczność opłaty za dostarczenie samochodu pod wskazany adres (33 proc.). Najmniej chętni do płacenia za tę usługę byliby 50-59 i 70 latkowie (kolejno 42 i 41 proc.) oraz mieszkańcy wsi i małych miast do 50 tys. osób (40 i 37 proc.). Również respondenci zarabiający najmniej – do 2000 zł netto i od 2000 do 2999 zł na rękę woleliby uniknąć uiszczenia opłaty za dowóz auta pod dom (w obu przypadkach po 41 proc.). Co piąty ankietowany odpowiedział natomiast, że do zakupu samochodu całkowicie przez internet zniechęcić mógłby go krótki okres podstawowej gwarancji udzielanej na samochód (22 proc.). Dość często zwracali na ten aspekt uwagę młodzi badani w wieku 18-29 lat (21 proc.) oraz mieszkańcy miast od 50 do 250 tys. osób (31 proc.). Natomiast był on zdecydowanie mniej ważny dla respondentów z największymi dochodami niż dla innych grup (14 proc. wskazań wśród zarabiających od 7 000 zł netto w górę). Ponadto 18 proc. nie podobałoby się ewentualna konieczność zwrotu na z góry określonych warunkach np. w ciągu 14 dni lub z limitem kilometrów przejechanych po odbiorze auta. Tę odpowiedź najczęściej wskazywali wsiadający za kółko codziennie (20 proc.), 40-49 latkowie (22 proc.) i mieszkańcy wsi (25 proc.).

## Co Pana(i) zdaniem mogłoby przede wszystkim zniechęcić potencjalnego kupca do zakupu auta używanego całkowicie przez internet?



Pytanie wielokrotnego wyboru. Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

## Co Pana(i) zdaniem mogłoby przede wszystkim **zniechęcić** potencjalnego kupca do zakupu auta używanego całkowicie przez internet?



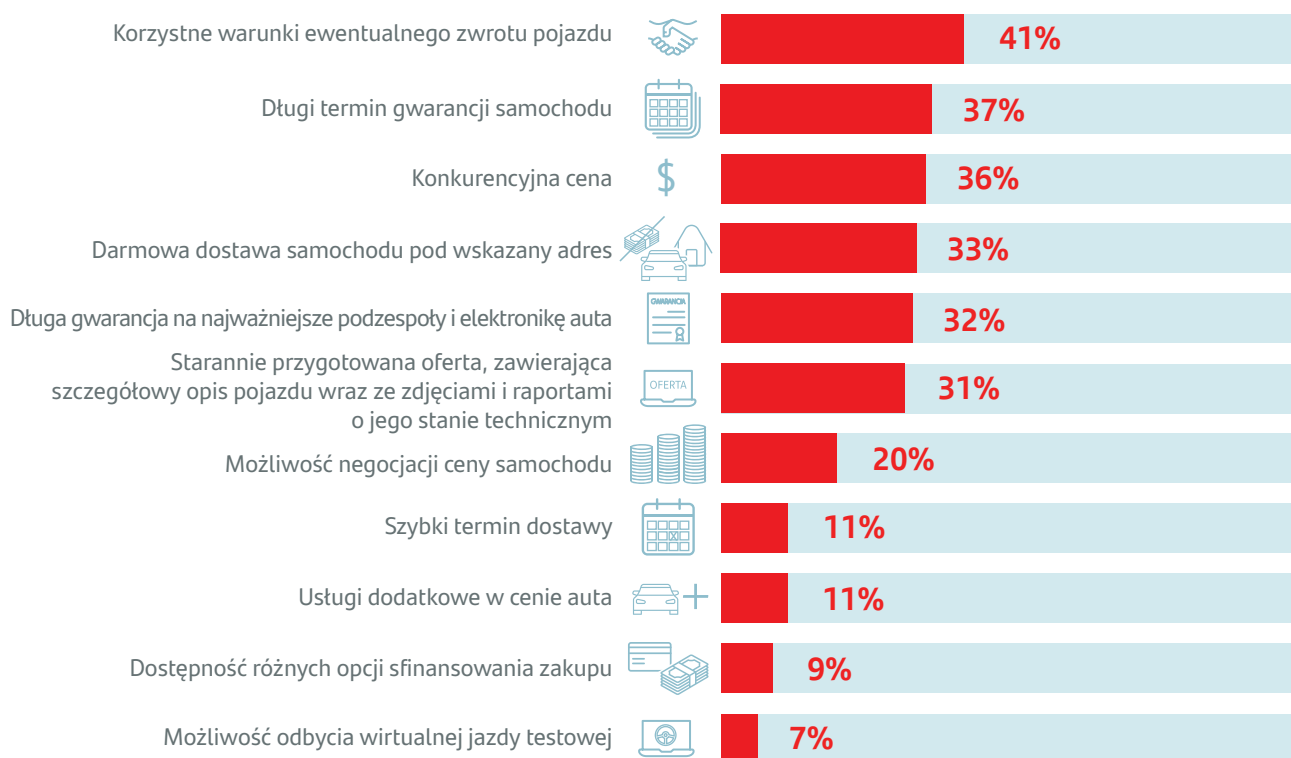
Pytanie wielokrotnego wyboru. Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

A co – zdaniem polskich kierowców - mogłoby zachęcić do kupienia auta całkowicie przez internet? Jak się okazuje na pierwszym miejscu znalazły się... korzystne warunki ewentualnego zwrotu pojazdu (41 proc.). Dowodzi to tego, że do zakupu samochodu w ten sposób podchodzimy jeszcze z dużą dozą nieufności i jeśli już mielibyśmy się na niego zdecydować, chcielibyśmy mieć porządne zabezpieczenie. Korzystny zwrot interesowałby zwłaszcza 50-59 latków (48 proc.) oraz zarabiających w granicach 3000 do 3999 zł netto (51 proc.). Na drugim miejscu również znalazła się opcja zabezpieczająca kupującego – długi termin gwarancji samochodu (37 proc. wskazań). Ten czynnik był ważniejszy dla mężczyzn niż dla kobiet (42 proc. w porównaniu do 31

proc.). Dużą wagę przykładali do niego także zarabiający najwięcej, od 7000 zł netto w górę (54 proc.). Podium zamyka czynnik, który nie zaskakuje – jest to konkurencyjna cena. Wskazało ją (36 proc. ankietowanych kierowców). Częściej wybierali ją osoby podróżujące własnym autem kilka razy w tygodniu lub rzadziej (w obu przypadkach powyżej 40 proc. w porównaniu do 30 proc. codziennie siadających za kierownicą). Odpowiedź tę ponownie częściej wskazywali mężczyźni (40 proc. w porównaniu do 31 proc. kobiet). Aspekt ten był ważny również dla mieszkańców metropolii (46 proc.) oraz dla osób z dochodem od 2000 do 2999 zł netto (51 proc.).

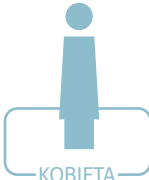

Co jeszcze mogłoby zachęcić potencjalnego kupca do nabycia auta całkowicie przez internet? Zdaniem co trzeciego ankietowanego darmowa dostawa auta pod wskazany adres (33 proc.). Ten czynnik również był bardziej istotny dla panów (37 proc. w porównaniu do 28 proc. pań). Często wskazywali go także zarabiający do 2000 zł na rękę (45 proc.) oraz ci, którzy z samochodu korzystają codziennie (41 proc.). Odrobinę niżej znalazła się długa gwarancja na najważniejsze podzespoły i elektronikę pojazdu (32 proc.). Ta najbardziej interesowała 40-49 latków (35 proc.), mieszkańców średnich miast (44 proc.) oraz zarabiających między 5000 a 6999 zł netto (45 proc.). Respondenci chętnie wskazywali również starannie przygotowaną ofertę, zawierającą szczegółowy opis pojazdu wraz ze zdjęciami i raportami o jego stanie technicznym (31 proc.). Miało to największe znaczenie dla seniorów powyżej 70 roku życia (40 proc.). Poza nimi, wśród ankietowanych najczęściej wskazujących tę odpowiedź znalazło się 41 proc. mieszkańców średnich miast do 250 tys. osób oraz 46 proc. badanych z dochodem do 2000 zł netto. Co piąty respondent stwierdził, że zachęcająca mogłaby być możliwość negocjacji ceny samochodu (20 proc.). Wśród nich znalazło się 31 proc. osób korzystających z auta raz w tygodniu i rzadziej oraz 30 proc. z dochodami między 2000 a 2999 zł netto. Miało to większe znaczenie dla kobiet niż dla mężczyzn (30 proc. w porównaniu do 13 proc. panów). Polscy kierowcy wymieniali również takie czynniki jak szybki termin dostawy i usługi dodatkowe w cenie auta (w obu przypadkach po 11 proc. wskazań), dostępność różnych opcji sfinansowania zakupu (9 proc.) oraz możliwość odbycia wirtualnej jazdy testowej (7 proc.).

## Co mogłoby Pana(i) zdaniem zachęcić potencjalnego kupca do zakupu auta używanego całkowicie przez internet bez wychodzenia z domu i oglądania samochodu na żywo?



Pytanie wielokrotnego wyboru. Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

## Co mogłoby Pana(i) zdaniem zachęcić potencjalnego kupca do zakupu auta używanego całkowicie przez internet bez wychodzenia z domu i oglądania samochodu na żywo?

	 KOBIETA	 MĘŻCZYŻNA
Konkurencyjna cena	31%	40%
Usługi dodatkowe w cenie auta	12%	9%
Szybki termin dostawy	12%	11%
Długi termin gwarancji samochodu	31%	42%
Długa gwarancja na najważniejsze podzespoły i elektronikę auta	30%	34%
Korzystne warunki ewentualnego zwrotu pojazdu	37%	44%
Możliwość negocjacji ceny samochodu	30%	13%
Możliwość odbycia wirtualnej jazdy testowej	5%	9%
Starannie przygotowana oferta, zawierająca szczegółowy opis pojazdu wraz ze zdjęciami i raportami o jego stanie technicznym	31%	30%
Dostępność różnych opcji sfinansowania zakupu	11%	6%
Darmowa dostawa samochodu pod wskazany adres	28%	37%

Pytanie wielokrotnego wyboru. Odpowiedzi nie sumują się do 100.  
Pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

# Finansowanie auta

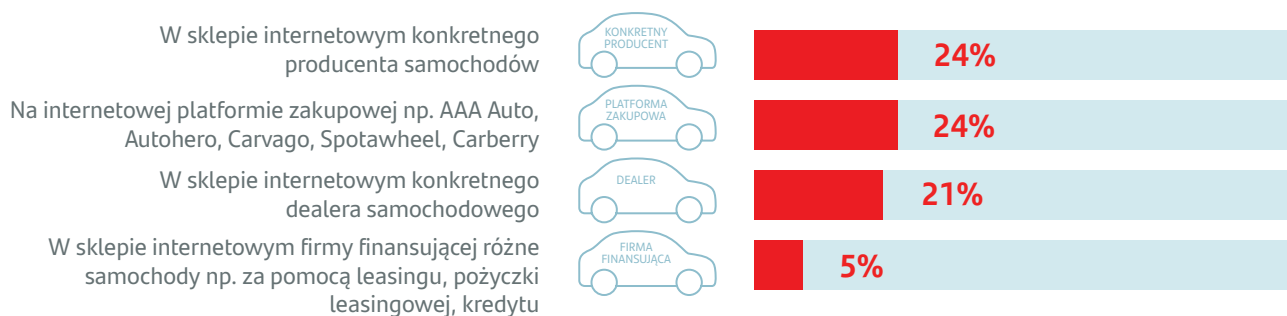


Gdzie polscy kierowcy kupiliby auto używane online, gdyby taki zakup planowali? Wskazania ankietowanych świadczą o tym, że w równym stopniu byłoby w stanie skierować się do sklepu internetowego konkretnego producenta samochodów, co wejść na wirtualną platformę aut np. taką jak Carvago (24 proc.). W pierwszej grupie znalazło się najwięcej polskich kierowców między 18 a 29 rokiem życia (35 proc.) oraz po 70-tce (46 proc.), wsiadających za kółko kilka razy w tygodniu (28 proc.) oraz posiadających wyższe wykształcenie (31 proc.). Natomiast do drugiej należy więcej osób jeżdżących codziennie (28 proc.), w wieku 40-49 lat (39 proc.) oraz respondentów, którzy zakończyli edukację na szkole podstawowej lub zawodowej (32 proc.).

Na kolejnym miejscu wśród ogółu badanych znalazł się sklep internetowy konkretnego dealera (21 proc.). Tę odpowiedź najczęściej wybierali mężczyźni (28 proc. w porównaniu do 13 proc. kobiet), co może wynikać z tego, że zwykle to oni bardziej interesują się motoryzacją. W tej grupie przeważały też osoby powyżej 60 roku życia (45 proc.). Brak natomiast większych korelacji względem wykształcenia (po 24 proc. wśród badanych, którzy zakończyli edukację na studiach i na szkole podstawowej lub zawodowej). Tylko 5 proc. respondentów stwierdziło, że zakupiłoby auto używane online w sklepie internetowym firmy finansującej różne samochody np. za pomocą leasingu, pożyczki leasingowej czy kredytu.

Biorąc pod uwagę fakt, że kupno używanego auta to w dzisiejszych czasach spory wydatek, zapytaliśmy kierowców również o to, w jaki sposób byłoby gotowi sfinansować taki zakup całkowicie online. Z odpowiedzi respondentów wynika, że najchętniej skorzystaliby z pomocy kredytu samochodowego (27 proc.). W tej grupie znalazło się 44 proc. ankietowanych z zarobkami na poziomie 5000 do 6 999 zł netto. Odpowiedź tę wybrał podobny odsetek kobiet i mężczyzn (28 proc. w zestawieniu z 26 proc.). Patrząc na wiek, najczęściej była ona wskazywana przez 60-69 latków i 40-49 latków (kolejno 36 i 35 proc. respondentów). Na kolejnym miejscu znalazła się odpowiedź „żadnego” (24 proc.). Co wskazuje na to, że co czwarty z nas byłby gotowy pokryć zakup auta całkowicie online w inny sposób i nie miałby potrzeby skorzystania z produktów finansowych. W tej grupie znalazło się więcej mężczyzn niż kobiet (30 proc. w porównaniu do 18 proc.). Przeważali w niej również seniorzy powyżej 60 i 70 roku życia (w obu przypadkach po 33 proc.) oraz zarabiający od 7 000 zł netto w górę (42 proc.).

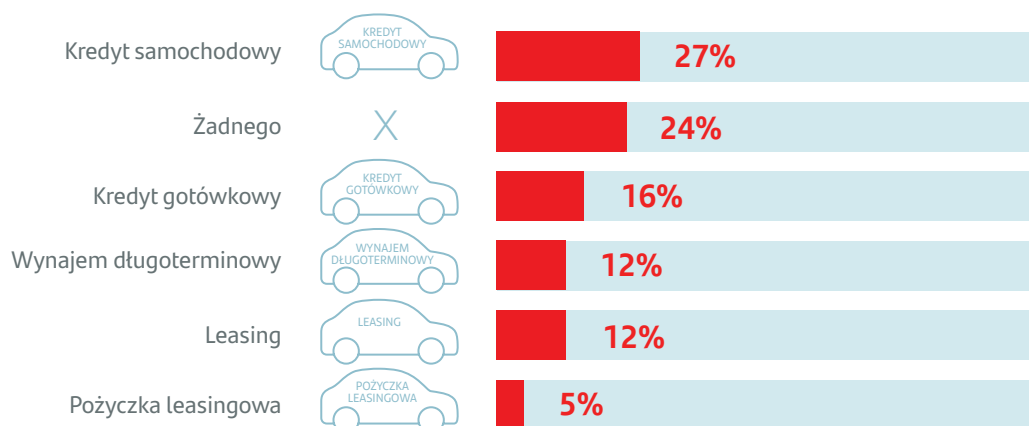
## Gdyby miał(a) Pan(i) obecnie kupować auto używane całkowicie przez internet, gdzie by je Pan(i) najchętniej kupił(a)?



Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.







Co szósty z ogółu badanych kierowców, postawiłby na kredyt gotówkowy (16 proc.). Tę odpowiedź najczęściej wybierali 40-49 latkowie, jednak tuż za nimi znaleźli się 18-29 latkowie (kolejno 25 i 24 proc.). Często wskazywali ją też ankietowani z dochodem między 4 000 a 4 999 zł netto (27 proc.). Zainteresowanie wsparciem w postaci leasingu i wynajmu długoterminowego kształtowało się na tym samym poziomie (12 proc.). Pierwsze rozwiązanie wybierał podobny odsetek kobiet co mężczyźni (kolejno 13 i 11 proc.), najwięcej osób przed 30 rokiem życia (20 proc.) oraz zarabiających od 5 000 do 6 999 zł na rękę (23 proc.). W przypadku drugiej opcji również nie zaobserwowano dysproporcji w przypadku płci (14 proc. panów i 10 proc. pań). Jednak była to usługa częściej wymieniana przez seniorów po 70 roku życia (32 proc.) i ponownie przez osoby z dochodem powyżej 5 000 zł netto (21 proc.). Na ostatnim miejscu znalazła się pożyczka leasingowa (5 proc.).

## Jeśli rozważałby(aby) Pan(i) zakup auta używanego całkowicie online z wykorzystaniem zewnętrznego finansowania, to z jakich produktów by Pan(i) skorzystał(a)?



Pytanie wielokrotnego wyboru. Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Jeśli rozważałby(aby) Pan(i) zakup auta używanego całkowicie online z wykorzystaniem zewnętrznego finansowania, to z jakich produktów by Pan(i) skorzystał(a)?

	 Dochód do 2000 zł netto	 Dochód między 2000-2999 zł netto	 Dochód między 3000-3999 zł netto	 Dochód między 4000-4999 zł netto	 Dochód między 5000-6999 zł netto	 Dochód do 7000 i więcej zł netto
Kredyt samochodowy	22%	21%	25%	38%	<b>44%</b>	20%
Kredyt gotówkowy	11%	12%	16%	<b>27%</b>	19%	8%
Leasing	2%	13%	6%	22%	<b>23%</b>	10%
Pożyczka leasingowa	0,4%	<b>10%</b>	4%	4%	6%	8%
Wynajem długoterminowy	9%	14%	13%	11%	<b>21%</b>	9%
Żadnego	22%	22%	25%	23%	15%	<b>42%</b>

Pytanie wielokrotnego wyboru. Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.



Po dodaniu do listy pytań wątku finansowania, nie mogliśmy powstrzymać się również przed zapytaniem polskich kierowców o to, w jaki sposób preferowaliby podpisać umowę na zakup samochodu używanego całkowicie online, z wykorzystaniem środków zewnętrznych. Jak się okazało, zdania na ten temat są podzielone. Co może zaskoczyć w nowej, pocovidowej rzeczywistości, spory odsetek wolałby załatwić tę kwestię stacjonarnie w obecności przedstawiciela firmy finansującej (30 proc.). Odpowiadały tak często osoby z dochodami na poziomie do 2 000 zł netto (35 proc.). Zdziwić może fakt, że taką opcję wybrało najwięcej osób najlepiej obeznanych z nowymi technologiami – 47 proc. w wieku 18-29 lat. Może wynikać to jednak z mniejszego doświadczenia życiowego i chęci pozyskania dodatkowych wyjaśnień na miejscu od pracownika firmy finansującej. Nieco mniejszy odsetek ogółu kierowców wskazał opcję zdalną – od wniosku online do ręcznego podpisania umowy i odestania jej w dogodnym momencie do podmiotu udzielającego środków (28 proc.). Tę odpowiedź wybrało 45 proc. 70-latków i 40 proc. 40-latków oraz 53 proc. zarabiających od 7 000 zł netto w górę. Co czwarty zmotoryzowany Polak wskazał tryb hybrydowy – złożenie wniosku przez internet, a podpisanie umowy stacjonarnie w obecności przedstawiciela firmy finansującej (23 proc.). Tę odpowiedź wybrało 38 proc. 60-69 latków i 26 proc. osób po 30 roku życia. Nieco częściej od innych grup zarobkowych, wskazywali ją również ankietowani z dochodem do 2 000 zł netto (29 proc.).

## Gdyby miał(a) Pan(i) obecnie sfinansować zakup auta używanego online za pomocą finansowania zewnętrznego, w jaki sposób preferowałby(aby) Pan(i) podpisać umowę?



Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

# Zakończenie



Jak dowodzi nasze badanie, większość Polaków nie jest jeszcze gotowa na zakup auta używanego całkowicie online. Za taką postawą mogą stać różne powody. Z jednej strony może to być niechęć do kupowania mniej pewnego samochodu z drugiej ręki w sposób, który uniemożliwia nam natychmiastowe zwrócenie uwagi na ewentualne wady. Z drugiej, możliwe że mimo tego, że w postcovidowym świecie w dużej mierze przenieśliśmy się z zakupami do kanatu e-commerce, samochód wydaje się zbyt poważną inwestycją, by kupować go bez wcześniejszego obejrzenia „na żywo” lub jazdy testowej. Taki sposób sprzedaży czterech kółek może mieć jednak przyszłość, do czego doprowadzą młodszy, bardziej obeznani z nowymi technologiami niż starsze pokolenia. Już dziś to właśnie oni byłiby najbardziej skłonni do kupienia samochodu używanego całkowicie przez internet – 36 proc. wskazań wśród zmotoryzowanych Polaków w wieku 18-29 lat i 31 proc. w grupie 30-39 latków.

Do zmiany nastawienia mogą także doprowadzić zalety dostrzegane nawet przez kierowców, którzy obecnie nie byłoby w stanie zdecydować się na zakup auta używanego online. Korzystne warunki ewentualnego zwrotu, konkurencyjna cena czy długa gwarancja na samochód to tylko niektóre czynniki, które z czasem mogą zachęcić do takiej formy kupna nawet obecnych sceptyków. Wygląda jednak na to, że aby tak się stało, sprzedający muszą postarać się wyeliminować aspekty zniechęcające albo obniżyć ryzyko, że taki zakup nie będzie dla klienta przyjemnym doświadczeniem. Obecnie widzimy, że polscy kierowcy najbardziej obawiają się między innymi możliwych rozbieżności między raportem rzeczoznawcy a stanem faktycznym pojazdu (np. uszkodzeń powstałych podczas transportu, co trudno udowodnić po odbiorze). Warto pomyśleć w jaki sposób można zabezpieczyć klienta przy zakupie tak, aby nie bał się takiej sytuacji.

Ciekawe wyniki udało się uzyskać w sekcji poświęconej finansowaniu – zwłaszcza, jeśli chodzi o kwestię podpisywania umowy na środki zewnętrzne. Jak się okazuje, również i tutaj warto podejść do klienta w sposób spersonalizowany, ponieważ nie ma jednoznacznej odpowiedzi, w jaki sposób zmotoryzowani Polacy chcieliby taką sprawę załatwić. Bardzo podobny odsetek ankietowanych z prawem jazdy wskazywał opcję stacjonarną, co zdalną i hybrydową. Co ciekawe, nie miał tutaj znaczenia wiek ankietowanych, zwłaszcza biorąc pod uwagę fakt, że najbardziej obeznani z internetem 18-29 latkowie często wybierali podpisanie umowy na miejscu, w obecności przedstawiciela firmy finansującej.



## Informacja o badaniu

Badanie zostało zrealizowane na zlecenie Santander Consumer Multirent metodą telefonicznych, standaryzowanych wywiadów kwestionariuszowych wspomaganym komputerowo (CATI), przeprowadzonych przez Instytut Badań Rynkowych i Społecznych (IBRiS) w styczniu 2023 r. W badaniu wzięła udział reprezentatywna grupa dorosłych Polaków. Próba n = 1000.

Santander Consumer Multirent jest częścią hiszpańskiej Grupy Santander. Na polskim rynku działa od 2007 roku. Firma specjalizuje się w leasingu operacyjnym pojazdów osobowych i dostawczych do 3,5 t. Podstawowym założeniem produktów leasingowych Santander Consumer Multirent jest dostępność dla małych, średnich jak i mikroprzedsiębiorstw, a także dla dużych klientów korporacyjnych. Santander Consumer Multirent współpracuje z importerami takich marek samochodowych jak Mazda, Mitsubishi, Suzuki, a także z markami motocyklowymi: Yamaha, Suzuki, KTM, Triumph. Produkty leasingowe są dystrybuowane poprzez sieć dealerów samochodowych wszystkich marek, które współpracują z Santander Consumer Bankiem i z Santander Consumer Multirent, a także poprzez partnerów i pośredników oraz Doradców Mobilnych Santander Consumer Banku. W ramach Santander Consumer Multirent działa AutoSalon, platforma internetowa pozwalająca przedsiębiorcom na wybranie pojazdu i jego finansowania online.

Więcej na [www.scmultirent.pl](http://www.scmultirent.pl)