

# WIELKOŚĆ RYNKU CZĘŚCI DO SAMOCHODÓW OSOBOWYCH W POLSCE

(NA PODSTAWIE ANALIZY GOSPODARSTW DOMOWYCH)



**ANALIZA**



## WSTĘP

Właściwe określenie wielkości parku samochodów jest podstawą do oszacowania wartości rynku części. Niestety dane oficjalne, dostępne w Centralnej Ewidencji Pojazdów, ze względu na błędy powstałe w wyniku tworzenia tej bazy, nie są wiarygodnym źródłem.

Konstruując centralny ogólnokrajowy skomputeryzowany system ewidencji pojazdów w miejsce dawnych rejestrów powiatowych nie zagwarantowano prawidłowości procesu wyrejestrowania pojazdów. Jednocześnie wielokrotnie do tworzonej bazy pojazdów zarejestrowanych skopiowano z rejestrów lokalnych dane o ogromnej liczbie samochodów, które w momencie tworzenia bazy CEP już nie istniały.

Jedną z metod alternatywnego określenia liczby samochodów jest badanie gospodarstw domowych – dane uzyskane tą drogą stały się podstawą do wyliczenia wartości rynku części zawartego w niniejszym opracowaniu.

## NOTA METODOLOGICZNA

Opracowanie zostało przygotowane w oparciu o dane pochodzące z badania gospodarstw domowych. Na podstawie danych statystycznych dotyczących wyposażenia gospodarstw domowych w samochody osobowe oszacowana została wielkość rynku części przeznaczonych do tego segmentu pojazdów.

Podstawą analiz jest park samochodów osobowych wynoszący 12,7 mln sztuk.

## SPIS TREŚCI

CEL BADANIA

NOTA METODOLOGICZNA

1. PARK SAMOCHODOWY.

2. LICZBA WIZYT W WARSZTATACH .

3. WYDATKI KIEROWCÓW NA CZĘŚCI.

4. WARTOŚĆ RYNKU CZĘŚCI ZAMIENNYCH (RYNEK NIEZALEŻNY).

5. UDZIAŁ PROCENTOWY POSZCZEGÓLNYCH GRUP PRODUKTOWYCH W NIEZALEŻNYM RYNKU CZĘŚCI ZAMIENNYCH.

6. UDZIAŁ WARTOŚCIOWY POSZCZEGÓLNYCH GRUP PRODUKTOWYCH W NIEZALEŻNYM RYNKU CZĘŚCI ZAMIENNYCH.

## Odpowiedzi na dodatkowe pytania udzielą:



**Alfred Franke**

e-mail: [alfred.franke@motofocus.pl](mailto:alfred.franke@motofocus.pl)  
Tel. +48 22 773 87 74



**Marcin Nowak**

e-mail: [marcin.nowak@motofocus.pl](mailto:marcin.nowak@motofocus.pl)  
Tel. +48 609 186 810



**Lucyna Nowak**

e-mail: [lucyna.nowak@motofocus.pl](mailto:lucyna.nowak@motofocus.pl)  
Tel. +48 609 186 819

**MotoFocus.pl**  
**05-075 Warszawa**  
**ul. Za Dębami 3**

## Oferta

W ofercie naszej firmy znajdują Państwo szerokie spektrum badań, które można podzielić na dwie grupy – syndykatywne i ad hoc. Pierwsza z nich to projekty badawcze autorstwa MotoFocus, natomiast drugą grupę charakteryzuje optymalne dostosowanie do potrzeb danego klienta.

## RODZAJE BADAŃ

### SYNDYKATOWE

*Badania te przeprowadzane są z inicjatywy MotoFocus w sposób ciągły lub okresowy, pozwalają zaobserwować trendy i zmiany badanych zagadnień. Uzyskane wyniki przedstawione są w postaci raportów i udostępniane odpłatnie zainteresowanym firmom - nie są sprzedawane na wyłączność jednego klienta, przez co ich cena jest dostępniejsza, a zakres badania szerszy. Badania te koncentrują się na sprecyzowanym problemie, segmencie rynku oraz ze względu na specjalizację firmy MotoFocus – na branży motoryzacyjnej i jej „produktach”.*

### AD HOC

*Ten typ badań test przygotowujemy na specjalne zlecenie i wyłączność jednego klienta. MotoFocus projektuje i realizuje takie badania pod kątem indywidualnych potrzeb i oczekiwań firmy – według zakresu problematyki opracowanej wspólnie z klientem. Badanie jest zatem dopasowane do specyficznych wymagań klienta, niczym garnitur szyty na miarę. Zapewniamy współpracę z Państwem na każdym etapie procesu badawczego. Nie ograniczamy się tylko do dostarczenia gotowych wyników badań, ale służymy również poradą ekspercką, przygotowujemy analizy oraz jesteśmy nastawieni na rozwiązywanie Państwa problemów.*

## TECHNIKI BADAWCZE

Realizując projekty badawcze wykorzystujemy bardzo popularne techniki badawcze.

### CAWI

*Ankieta internetowa (CAWI, Computer Aided Web Interview) umożliwia dotarcie do dużych lub trudno dostępnych grup badanych. Zaproszenie do badania wraz z kwestionariuszem ankietowym Przesyłane jest respondentom pocztą elektroniczną oraz zamieszczane na portalu MotoFocus.pl. Dla potrzeb realizacji badań CAWI korzystamy z panelu respondentów, zawierającego również ściśle sprecyzowane grupy docelowe respondentów. Niewątpliwą zaletą ankiet internetowych jest szybkość uzyskiwania wyników, relatywnie niższy koszt i możliwość wykraczania poza granice danego kraju.*

### FOCUS GROUP INTERVIEW

*(FGI) Wywiad grupowy zogniskowany czyli dyskusja prowadzona przez specjalnie przeszkolonego. Focus Group stanowi cenne badanie marketingowe, które dostarcza informacji odnośnie subiektywnych ocen badanych klientów ("głos klienta"), percepcji konsumenta, jego postaw i preferencji. Badanie FGI dostarcza takich informacji odnośnie danego produktu, które nie sposób zdobyć w badaniach ilościowych. Dobrze przeszkolony moderator potrafi wydobyć z badanych ich prawdziwe odczucia odnośnie danego produktu. Moderator z kolei stwarza podczas grupy dyskusyjnej atmosferę normalnej rozmowy, dlatego informacje, jakich udzielają respondenci są pogłębione. W czasie badań FGI wykorzystywane są techniki projekcyjne. W zależności od problematyki badawczej grupy dobiera się według pewnych zróżnicowanych kryteriów, takich jak wiek, płeć .*

### CAPI

*Face to face (Computer Aided Personal Interview) Jest to technika stosowana w badaniach ilościowych, polegająca na przeprowadzaniu wywiadów z respondentami przy użyciu przenośnych komputerów (notebook), zamiast tradycyjnych kwestionariuszy. Pozwala m.in. na szybszą realizację badania, wykorzystanie bardziej precyzyjnych technik (np. odtwarzanie fragmentów spotów telewizyjnych przy respondencie) obniżenie kosztów badania (omijamy etap wprowadzania danych z ankiet)*

### CATI

*Badanie realizowane z reguły w dużych miastach, przy użyciu krótkiego kwestionariusza zawierającego proste pytania, niewymagające używania materiałów pomocniczych. Wywiad może być przeprowadzany telefonicznie lub w sposób bezpośredni przy użyciu komputera – ankieter zadaje pytania a uzyskane odpowiedzi koduje w pamięci notebooka.*



## Ostatnie publikacje MotoFocus

**NOWOŚĆ !!!**



Barometr rynku motoryzacyjnego

**NOWOŚĆ !!!**



Masz wiadomość – filie dystrybutorów części

**NOWOŚĆ !!!**



Masz wiadomość – warsztaty Autoryzowane OES

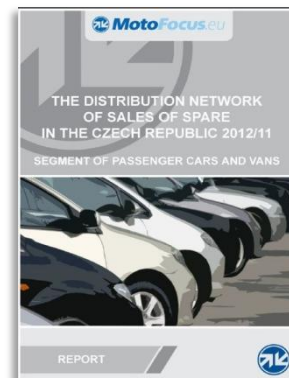
**NOWOŚĆ !!!**



Masz wiadomość – warsztaty IAM należące do sieci.



Warsztaty w Polsce w 2012 roku



The distribution network of sales of spare parts Czech Republic – passenger cars segment



Warsztaty i sklepy motoryzacyjne w Polsce w pierwszej połowie 2012 roku

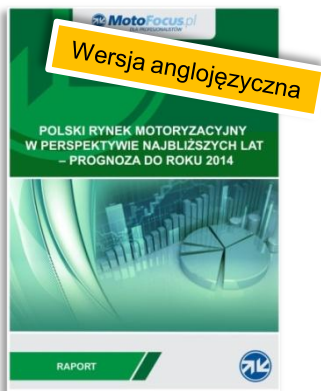


Wholesale suppliers of car spare parts in the Czech Republic



Rozkład konkurencji, czyli gdzie warto inwestować

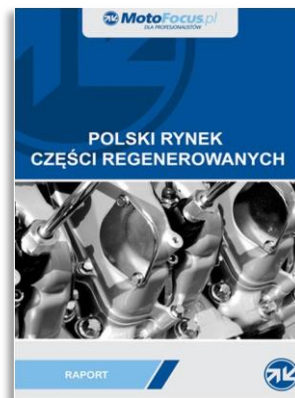
## Ostatnie publikacje MotoFocus



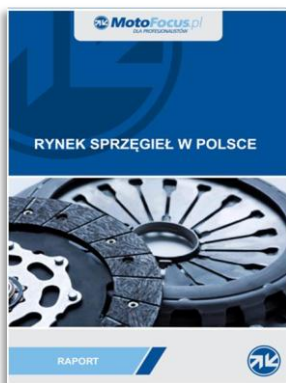
Polski rynek motoryzacyjny w perspektywie najbliższych lat – prognoza do 2014 roku



The distribution network of sales of spare parts in the Ukraine



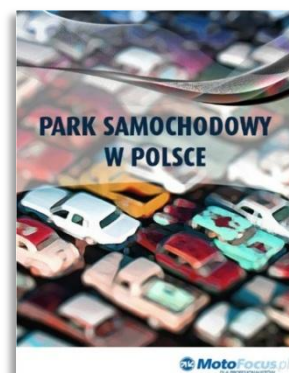
Polski rynek części regenerowanych



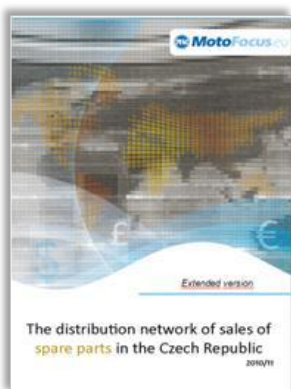
Rynek sprzęgieł w Polsce



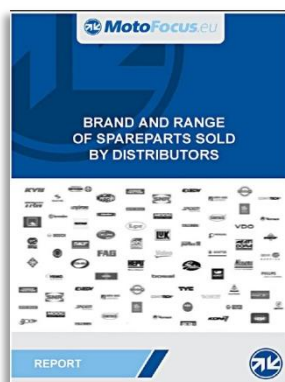
Sieci warsztatowe w Polsce w 2011 roku



Park samochodowy w Polsce w 2010 roku



The distribution network of sales of spare parts in the Czech Republic



Brands and range of spare parts sold by distributors in Czech Republic



Rynek akumulatorów w Polsce