

Ідеальна шина з 52 000 моделей

дата публікації: 2025.12.18



Нещодавно в США було проведено найбільше споживче опитування. Були враховані думки понад 47 000 клієнтів, які поділилися своїм досвідом придбання і використання понад 52 000 комплектів шин.

Організація Consumer Reports (CR) працює на благо споживачів з 1936 року, проводячи періодичні опитування американської громадськості. Нещодавно вона опублікувала вичерпний звіт під назвою «Як заощадити при купівлі шин». Інформацію про свій досвід купівлі шин надали 47 706 членів CR, які придбали понад 52 000 комплектів шин. Кожен член розглядав вартість шини як фактор, що поєднує ціну (включаючи доставку та встановлення), характеристики шини та довговічність. Опитування дозволили визначити не тільки середню вартість комплекту шин, але й найпопулярніші канали їх придбання.

Виявляється, що опитані члени Consumer Reports заплатили в середньому 212 доларів за одну шину, що є незначним зниженням у порівнянні з минулорічним дослідженням. Медіана вартість встановлення однієї шини склала 31 долар. Важливо, що понад половина опитаних встановила шини безкоштовно, що демонструє лише одну з багатьох причин, чому вибір продавця шин має значення.

«Клієнти, які купують шини, повинні враховувати багато факторів, таких як експлуатаційні характеристики та кінцева ціна, під час купівлі нової шини», — каже Раян Пцолковскі, менеджер програми шин CR. -

«Головне, підготуватися до заміни шин до того, як це стане нагальною потребою, вибравши ідеальну шину, знайшовши хорошого дилера, а потім скориставшись знижками чи бонусами».

Не купуйте в останню хвилину

Більшість покупців (64%) замінювали свої шини, коли встановлені вже зносилися, а другою поширеною причиною був передчасний або нерівномірний знос протектора (14%). Прокол або серйозно пошкоджена шина була причиною 9% покупок; аналогічний відсоток вказав на проблеми з продуктивністю (9%) та бажання замінити шини на інший тип (8%).

При виборі шин члени CR визначили наступні найважливіші пріоритети: зчеплення на мокрій поверхні (74%), поведінка на дорозі (73%), знос протектора (66%) та комфорт їзди (57%). Навіть попри значні витрати, покупці явно зосередилися на факторах ефективності, а не на ціні. Лише 38% респондентів опитування визнали дуже важливим якомога нижчу ціну покупки.

Загалом, покупці шин були задоволені своєю покупкою. Понад половина учасників (54%), які взяли участь в останньому опитуванні, заявили, що, враховуючи всі фактори, вони були повністю задоволені покупкою шин, а 57% були повністю задоволені встановленням шин. Більшість респондентів опитування (86%) не торгувалися щодо ціни покупки, а з тих, хто це робив, 63% вдалося отримати кращу пропозицію.

Найпопулярнішим брендом шин серед членів Consumer Reports є Michelin.

Джерело: