

# Ügyismereti kutatás az internetes ingatlanportálokkal szembeni GVH fellépés kapcsán

Telefonos kvantitatív kutatás eredményei

2012. március



Scale Research

H-1075 Budapest, Rumbach S. utca 12/A 1. em. 2. ► Tel.: (+36 1) 413 0074/ Fax: (+36 1) 413 0075

[www.scale.hu](http://www.scale.hu)

---

## TARTALOMJEGYZÉK

---

<b>TARTALOMJEGYZÉK</b>	<b>- 2 -</b>
<b>BEVEZETÉS</b>	<b>- 3 -</b>
1.1 A kutatás háttere és céljai	- 3 -
1.2 A kutatás módszere	- 3 -
1.3 Az elemzési dimenziók	- 4 -
1.4 Mintaösszetétel	- 5 -
<b>2. VEZETŐI ÖSSZEFOGLALÓ</b>	<b>- 8 -</b>
<b>3. A GAZDASÁGI VERSENYHIVATAL ISMERTSÉGE</b>	<b>- 9 -</b>
3.1 Az ismertség aránya	- 9 -
3.2 Az ismertség forrásai	- 11 -
3.3 Preferált információs csatornák	- 15 -
3.4 Versenyattitűdök	- 16 -
3.5 GVH-hoz köthető ügyek	- 22 -
<b>4. A KÖZÉRDEKŰ KERESETTEL KAPCSOLATOS ISMERETEK</b>	<b>- 29 -</b>
<b>5. AZ INGATLANDEPO ÜGY RÉSZLETEINEK ISMERTSÉGE</b>	<b>- 32 -</b>
5.1 Spontán visszaemlékezés	- 32 -
5.2 Segített ügyismeret	- 35 -
5.3 A visszaemlékezés forrása	- 37 -
5.4 A GVH eljárás ismertsége	- 38 -

---

## BEVEZETÉS

---

### 1.1 A KUTATÁS HÁTTERE ÉS CÉLJAI

A Gazdasági Versenyhivatal 2008 óta folyamatosan monitorozza, hogy az általa indított eljárások az érintetteken kívül milyen arányban, és kikhez jutnak el a lakosság körében. A jelenlegi kutatás elsődleges célja az volt, hogy a GVH három (azonos kör által működtetett) ingatlanportállal szembeni fellépésének ismertségét mérje a lakosság általános verseny-és fogyasztói attitűdjének feltérképezése mellett. Az ügy kommunikációja 2012 januárjában történt.

A konkrét ügyben három ingatlanportál (ingatlandepo.com, ingatlanbazar.com, ingatlanbazar.net) volt érintett. Az üzemeltetők a fogyasztókkal szemben tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytattak, amely miatt a GVH büntetést szabott ki, valamint közérdekű keresetet nyújtott be a bírósághoz. A GVH határozata alapján a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot a következőkben nyilvánult meg:

- ▶ az üzemeltetők figyelmen kívül hagyták a szolgáltatásukkal kapcsolatban megfogalmazódott fogyasztói panaszokat,
- ▶ valamint a honlapokat korábban üzemeltető vállalkozások által alkalmazott általános szerződési feltételek egyes pontjainak érvénytelenségét kimondó bírósági ítéletet,
- ▶ a honlapokon hirdető személyekkel kapcsolatot felvenni szándékozó fogyasztókat megtévesztésre alkalmas módon tájékoztatták egyes, a honlapokon szereplő ingatlanok hirdetései aktualitásáról,
- ▶ a honlapokon hirdető fogyasztók előtt elhallgatták a hirdetéssel összefüggésben velük kapcsolatot felvenni szándékozó személy regisztrációs kötelezettségét,
- ▶ agresszív kereskedelmi gyakorlat tanúsításával törekedtek a fogyasztókat rávenni a honlapokon elhelyezett hirdetések kapcsán a velük szemben támasztott követelések teljesítésére.

### 1.2 A KUTATÁS MÓDSZERE

Az adatfelvétel **telefonon** zajlott, számítógéppel támogatott interjúk formájában.

A mintatorzulások elkerülése érdekében a mintába mind vezetékes, mind mobilszámokat bevontunk, az adatfelvétel során pedig kvótát alkalmaztunk nemre, életkori csoportra, iskolai végzettségre és településtípusra.

Alapsokaságnak a 18. évüket betöltötteket tekintettük, egyéb más szűrőfeltételt (a piackutatásban szokásos foglalkozási és korábbi kutatásban való részvételi megkötéseken túl) a reprezentatív mintában a válaszadók felé nem támasztottunk. Ugyanakkor azokat, akik speciális ismeretekkel rendelkezhetnek a témában, úgy, mint az ingatlanközvetítésben dolgozók vagy fogyasztóvédelemmel foglalkozók, kizártuk a lehetséges válaszadók köréből.

Annak érdekében, hogy azok ismeretei, akik az ügyről hallottak, külön is elemezhetőek legyenek, külön **dúsított** (boost) mintát hoztunk létre. A dúsított mintába azok kerülhettek bele, akik legalább segített módon hallottak az ügyről, azaz arról, hogy: *„Tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat miatt internetes ingatlanhirdetési oldalakkal szemben léptek fel a hatóságok”*.

A **reprezentatív mintába 600** fő került be, míg az **ügyet ismerők mintájában** (a dúsított minta és a reprezentatív mintába került, a kritériumoknak megfelelő válaszadók együttesen) **200** fő található. Ez utóbbi 200 főből 182 főt a reprezentatív mintában találtunk meg, míg **18** főt kerestünk külön azért, hogy meglegyen a 200 fős, az ügyet ismerők mintája.

A kérdőív szerkezete a korábbi, hasonló kutatások logikáját követte. Új témaként került be ugyanakkor a közérdekű keresetekkel kapcsolatos lakossági ismeretek vizsgálata, valamint az, hogy a lakosság milyen információcsatornákon kapna szívesen információkat fogyasztóvédelmi kérdések kapcsán.

Az adatfelvétel ideje: 2012. február 13-23.

### 1.3 AZ ELEMZÉSI DIMENZIÓK

Mindazon esetekben, amikor nem kifejezetten az ügyet ismerőkön belül vizsgáljuk az eredményeket, a reprezentatív 600 fős minta adatait használjuk, míg a dúsítással kiegészített 200 fős minta eredményeit az ügyismeret részleteinek elemzésekor használjuk fel.

**Az elemzés során a kérdésekre adott válaszokat a következő lényeges csoportokon belül közöljük és elemezzük:**

- ▶ nem
- ▶ életkori csoport
- ▶ iskolai végzettség
- ▶ településtípus (Budapest, megyei jogú városok, egyéb városok, községek)
- ▶ foglalkozás
- ▶ internethasználat gyakorisága
- ▶ ingatlanhirdetéseket nézett-e a válaszadó az elmúlt 3 hónapban?
- ▶ meglátogatta-e valaha a vizsgált ingatlanportálokat?

A három utolsó szempontot azért vontuk be, mert az internethasználók, az ingatlankeresésben érintettek, illetve a portálokkal találkozó nagyobb arányban ismerhetik az ügyet, és eltérő ismeretekkel, véleményekkel is rendelkezhetnek.

A bontásokat rendszerint táblákban mutatjuk be, és jelöljük azokat a bontásokat, amelyekben a kérdésre adott válaszok a válaszadók egyes csoportjai között szignifikánsan eltérnek. Ehhez chi-négyzet tesztet használtunk, 95%-os megbízhatósági szinten.

## 1.4 MINTAÖSSZETÉTEL

A reprezentatív minta összetételét a következő táblázat tartalmazza. A nem, életkor, településtípus és iskolai végzettség szerinti összetételt kvóta szabályozta, így az ezeken kívüli megoszlásokra érdemes odafigyelni.

A napi internethasználók aránya 49%, míg hetente többször vagy gyakrabban a válaszadók 58%-a internetezik. Ez valamivel magasabb más mért adatokhoz<sup>1</sup> képest, ami a telefonos kérdezés hatásának tudható be.

Meglehetősen magas azoknak az aránya (21%), akik az elmúlt 3 hónapban néztek ingatlanhirdetéseket, illetve, akik állításuk szerint meglátogatták az érintett ingatlanportálokat (16%). Fel kell azonban itt hívni a figyelmet arra, hogy számos ingatlanhirdetési oldal van, amelyekkel a válaszadók keverhették a szóban forgó oldalakat. Erre utal az is, hogy – amint azt később látni fogjuk – az ügyismeret nem magasabb körökben, mint a többi válaszadó esetében.

Mintaösszetétel			n=
S1. Nem	Férfi	47%	280
	Nő	53%	320
	Összesen	100%	600
S2. Életkor	18-29	20%	122
	30-39	19%	113
	40-49	17%	103
	50-59	17%	102
	60-x	27%	160
S3 Iskolai végzettség	8 általános és alatta	20%	122
	Szakmunkásképző	33%	199
	Gimnázium, szakközépiskola, technikum	32%	191
	Főiskola, egyetem	15%	88
S4 Településtípus	Budapest	17%	103
	Megyeszékhely, megyei jogú város	18%	105
	Város	34%	204
	Község	31%	188
D1 Foglalkozás*	Aktív kereső versenyszférában	26%	155
	Aktív kereső közszférában vagy nonprofit szférában	19%	111
	GYES-en, GYED-en, GYÁS-on lévő	4%	25
	Nyugdíjas, öregségi (saját jogon), özvegyi nyugdíjas	28%	167
	Rokkant nyugdíjas (leszállékolt)	5%	30
	Munkanélküli	9%	55
	Tanuló, hallgató	5%	28
	Háztartásbeli, egyéb inaktív kereső	4%	22
	Egyéb	1%	3
	NT/NV	1%	4

<sup>1</sup>Scale Research Bankindex 2012 február (személyes reprezentatív minta 18+): heti többször internetezők aránya 50%

Mintaösszetétel			n=
D3 Internethasználat	naponta	49%	296
	hetente többször	9%	51
	ritkábban	11%	67
	nem használ internetet	31%	186
D4 Ingatlanhirdetéseket nézette az elmúlt 3 hónapban?	igen	21%	124
	nem	79%	476
D5 Meglátogatta-e valaha az érintett portálokat?	igen	16%	93
	nem	82%	490
	NT/NV	3%	17

\* jelölve a szignifikáns eltérés (sig. <= 0,05)

Az alábbi táblázat már tartalmazza azon válaszadókat is, akiket a dúsított mintában kerestünk meg. Itt összevetjük azokat, akik saját bevallásuk szerint hallottak az ügyről (segítetten), és akik nem.

Általában azt szokás tapasztalni, hogy közéleti, aktuális ügyekben a magasabb végzettségűek tájékozottabbak. Itt ez a tendencia nem érvényesül, nem mondhatjuk, hogy a diplomások jelentősen magasabb arányban ismernék az ügyet.

Ennek oka az, hogy igen erős összefüggés tapasztalható az ügyismeret és az életkor között: **kifejezetten az idősebb korosztályok hallottak az ügyről** – akiknek viszont rendszerint alacsonyabb az iskolai végzettsége.

Ezzel függ össze az is, hogy az internethasználat alacsonyabb az ügyről hallók, mint a nem hallók körében.

A GVH-t ismerők statisztikailag szignifikánsan magasabb arányban hallottak az ügyről, mint mások.

Az ügyről hallók profilja					
		hallott róla (n=200)	nem hallott róla (n=408)	NT/NV (n=10)	n=
S1 Nem	férfi	45%	47%	80%	289
	nő	55%	53%	20%	329
	Összesen	100%	100%	100%	618
S2 Életkor*	18-29	18%	24%	0%	132
	30-39	12%	22%	20%	115
	40-49	16%	18%	10%	106
	50-59	24%	14%	20%	105
	60-x	32%	23%	50%	160
S3 Iskolai végzettség*	8 általános és alatta	22%	20%	20%	127
	Szakmunkásképző	39%	30%	40%	206
	Gimnázium, szakközépiskola, technikum	24%	36%	10%	196
	Főiskola, egyetem	16%	13%	30%	89

Az ügyről hallók profilja					
S4 Településtípus	Budapest	15%	18%	40%	108
	Megyeszékhely, megyei jogú város	23%	16%	0%	112
	Város	36%	33%	20%	206
	Község	28%	33%	40%	192
D1 Fogalkozás	Aktív kereső versenyszférában	25%	26%	20%	159
	Aktív kereső közszférában vagy nonprofit szférában	17%	19%	30%	114
	GYES-en, GYED-en, GYÁS-on lévő	2%	5%	0%	25
	Nyugdíjas, öregségi (saját jogon), özvegyi nyugdíjas	35%	23%	50%	167
	Rokkant nyugdíjas (leszázalékolt)	8%	4%	0%	33
	Munkanélküli	8%	11%	0%	60
	Tanuló, hallgató	5%	5%	0%	31
	Háztartásbeli, egyéb inaktív kereső	3%	4%	0%	22
	egyéb	0%	1%	0%	3
	NT/NV	0%	1%	0%	4
D3 Internethasználat*	naponta	40%	54%	50%	305
	hetente többször	13%	7%	0%	55
	ritkábban	15%	9%	10%	68
	nem használ internetet	33%	29%	40%	190
	NT/NV	0%	0%	0%	0
D4 Ingatlanhirdetéseket nézett-e az elmúlt 3 hónapban?	igen	23%	20%	20%	129
	nem	78%	80%	80%	489
	NT/NV	0%	0%	0%	0
D5 Meglátogatta-e valaha az érintett portálokat?	igen	19%	14%	20%	99
	nem	78%	83%	80%	502
	NT/NV	4%	2%	0%	17
K1 Hallott-e Ön a Gazdasági Versenyhivatalról, azaz a GVH-ról?*	Igen	63%	57%	100%	368
	Nem	35%	42%	0%	240
	NT/NV	3%	1%	0%	10

\* jelölve a szignifikáns eltérés (sig. <= 0,05)

---

## 2. VEZETŐI ÖSSZEFOGLALÓ

---

### ÜGYISMERTSÉG

A vizsgált ingatlandepo ügy segített ismertsége 30%. Ez ugyan első ránézésre jónak tűnik korábban más kutatásokban vizsgált ügyek ismertségéhez viszonyítva, valójában azonban kevesen tudnak konkrét, valós információkat visszaidézni az ügygel kapcsolatosan:

- ▶ A válaszadók spontán módon alig említenek konkrétumokat, és ha mégis, azok gyakran valójában más, ingatlanokkal kapcsolatos ügyek
- ▶ A lakosság jelentős része egyértelműen téves információkat kapcsol az ügghöz, nem tudják pontosan, milyen jogsértésről volt is szó valójában
- ▶ Az ügygel kapcsolatos GVH fellépésről csak az ügyről saját bevallásuk szerint hallók negyede értesült, ezen belül is csak kétharmaduk tudta megmondani, milyen szankciókat alkalmaztak az üzemeltetőkkel szemben
- ▶ A szankciók közül a bírságot tudták legtöbbször megnevezni, míg arról, hogy közérdekű kereset benyújtására került sor, csak az ügyről hallók tizede értesült.

### A GVH ISMERTSÉGE

A GVH ismertsége a vizsgálat szerint 60%-os, ez az érték csupán valamelyest alacsonyabb a korábban mért ismertségi adatoknál. Jelentősen alacsonyabb ugyanakkor a GVH ismertsége a 30 év alattiak esetében, és mivel ők hajlamosabbak az internetről tájékozódni, ez felveti az aktívabb internetes kommunikáció szükségességét.

A másik megkerülhetetlen kommunikációs csatorna a televízió, amely az idősebb korosztályok számára meghatározó információs forrás.

A GVH-hoz alig-alig tud a lakosság konkrét ügyet kötni, a GVH-t ismerők 70%-a semmilyen ügyet nem tudott megnevezni.

### ATTITÚDOK

A magyar lakosság abban meglehetősen megosztott, hogy az erős piaci verseny, vagy inkább az aktív állami beavatkozás lehet sikeresebb az árak leszorításában. Abban már sokkal egyöntetűbbek az attitűdök, hogy a lakosság tart a szolgáltatók „apró betűs” feltételeitől.

Mindkét tekintetben figyelmet érdemelnek a fiatalabbak, ugyanis ők kevésbé versenypártiak, és fogyasztóként is kevésbé bizalmatlanok, mint az idősebbek.

### A KÖZÉRDEKŰ KERESET ISMERTSÉGE

Minden ötödik válaszadó ismeri a közérdekű kereset kifejezést. A jogintézmény lényegét (vagyis hogy szervezetek, hatóságok indíthatják a fogyasztók érdekében) a többség érti, bár egyes specifikumai (például, hogy az ítélet hatálya a perben nem álló szerződéses felekre is kiterjed) nem általánosan ismertek.



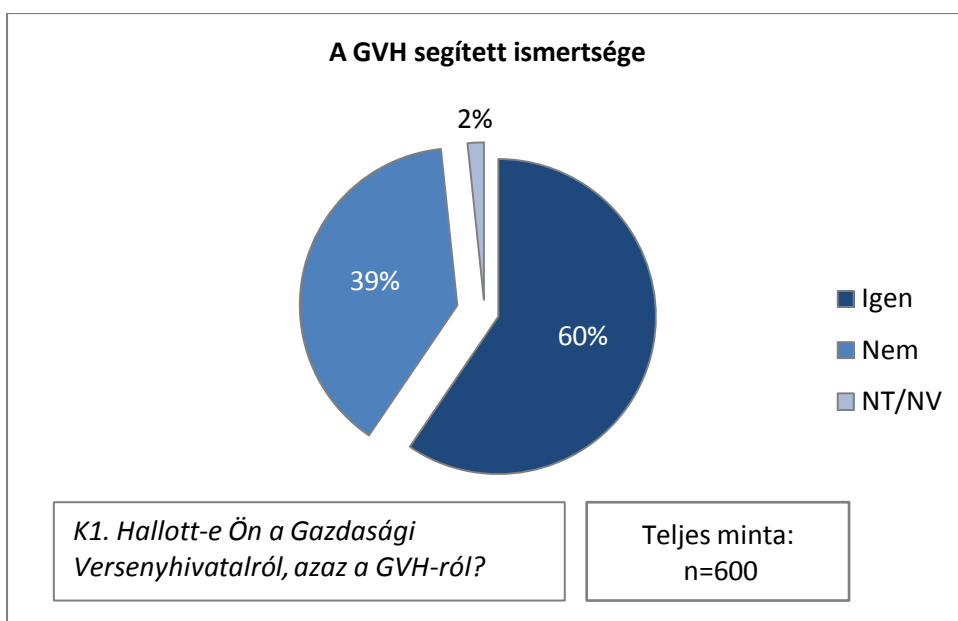
### 3. A GAZDASÁGI VERSENYHIVATAL ISMERTSÉGE

#### 3.1 AZ ISMERTSÉG ARÁNYA

A GVH ismertségét eddig is számos kutatás mérte. A Scale Research saját Bankindex kutatása (amely reprezentatív, személyes, 1000 fős lakossági felnőtt mintán alapul) 60%-os segített ismertséget mutat, ami 6%-kal marad el a PSZÁF, és 10%-kal az NFH ismertségétől.

A 2010-es Komplex Versenykultúra felmérés esetében a GVH ismertsége 66%-os volt<sup>2</sup>.

Ezen számokhoz illeszkedik a jelen, telefonos felmérés adata, amely szerint **a GVH segített ismertsége jelenleg 60%**.



A GVH ismertsége a 40-60 közötti korosztályban a legmagasabb, és **feltűnően alacsony (37%) a 30 év alattiak** körében.

Az ismertség az iskolai végzettség növekedésével együtt nő.

Az internethasználattal nem egyértelmű az összefüggés, ugyanis a napi internethasználók nem ismerik jobban a GVH-t, mint mások, az internetet egyáltalán nem használók esetében viszont egyértelműen alacsonyabb a Hivatal ismertsége. Ez abból fakad, hogy a napi internethasználók inkább fiatalok, akik körében – mint láttuk – alacsonyabb a GVH ismertsége.

<sup>2</sup> <http://www.gvh.hu/domain2/files/modules/module25/147999D74FEC7FF87.pdf>

K1 Hallott-e Ön a Gazdasági Versenyhivatalról, azaz a GVH-ról?					
		Igen	Nem	NT/NV	n=
S1. Nem	Férfi	64%	34%	2%	280
	Nő	56%	43%	2%	320
	Összesen	60%	39%	2%	600
S2. Életkor*	18-29	37%	61%	2%	122
	30-39	62%	37%	1%	113
	40-49	73%	25%	2%	103
	50-59	70%	28%	2%	102
	60-x	60%	38%	2%	160
S3 Iskolai végzettség*	8 általános és alatta	34%	66%	1%	122
	Szakmunkásképző	60%	38%	2%	199
	Gimnázium, szakközépiskola, technikum	66%	32%	2%	191
	Főiskola, egyetem	80%	19%	1%	88
S4 Településtípus	Budapest	70%	29%	1%	103
	Megyeszékhely, megyei jogú város	69%	30%	1%	105
	Város	53%	44%	2%	204
	Község	55%	43%	2%	188
D1 Foglalkozás*	Aktív kereső versenyszférában	70%	28%	2%	155
	Aktív kereső községi szférában vagy nonprofit szférában	71%	26%	3%	111
	GYES-en, GYED-en, GYÁS-on lévő	52%	48%		25
	Nyugdíjas, öregségi (saját jogon), özvegyi nyugdíjas	62%	37%	1%	167
	Rokkant nyugdíjas (leszállékolt)	47%	50%	3%	30
	Munkanélküli	40%	60%		55
	Tanuló, hallgató	18%	79%	4%	28
	Háztartásbeli, egyéb inaktív kereső	41%	59%		22
	Egyéb	67%	33%		3
	NT/NV	25%	75%		4
D3 Internethasználat*	naponta	66%	33%	1%	296
	hetente többször	71%	27%	2%	51
	ritkábban	51%	48%	1%	67
	nem használ internetet	49%	48%	2%	186
D4 Ingatlanhirdetéseket nézett-e az elmúlt 3 hónapban?*	igen	72%	26%	2%	124
	nem	56%	42%	1%	476
D5 Meglátogatta-e valaha az érintett portálokat?*	igen	74%	25%	1%	93
	nem	57%	42%	2%	490
	NT/NV	65%	35%		17

\* Chi-négyzet teszt alapján szignifikáns eltérés (sig. <= 0,05)

### 3.2 AZ ISMERTSÉG FORRÁSAI

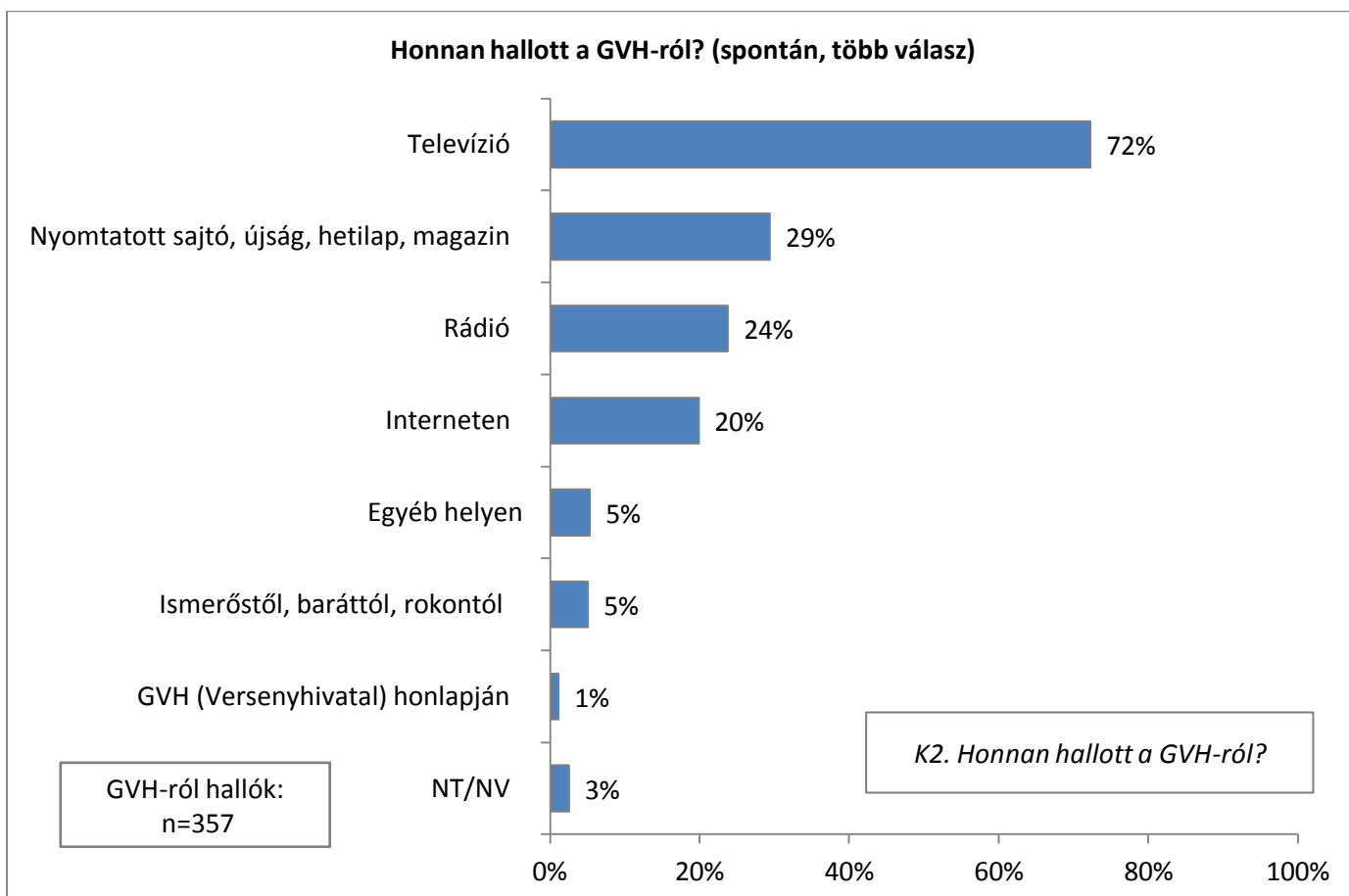
Azt, hogy a válaszadó honnan hallott a GVH-ról, értelemszerűen csak attól a 60%-tól kérdeztük, aki hallott a GVH-ról.

A legmagasabb említettsége a **televíziónak** van, ez természetes jelenség, hiszen ez a legáltalánosabb információforrás, minden esetben hajlamosak a válaszadók a televíziót említeni.

Amit érdemes megjegyezni, az az, hogy az **internet említettsége meglehetősen alacsony**, dacára annak, hogy a minta majdnem fele napi internethasználó. Ez különösen fontos információ annak fényében, hogy **a GVH ismertsége éppen az internetet egyébként aktívan használó fiatalok körében a legalacsonyabb**. Az interneten való aktív jelenlét tehát lényeges volna a fiatalok alacsonyabb fokú tájékozottságának és/vagy érdeklődésének javítása érdekében.

Ha a tájékozódási forrásokat nézzük eltérő csoportokban, szembetűnő a televízió különös jelentősége az idősebb korosztályokban, míg **30 év alatt az internet súlya majdnem eléri a televízióét**.

A nyomtatott sajtó és a rádió inkább csak az idősebbek esetében jelentős információs forrás.



K2. Honnan hallott a GVH-ról?										
		Nyomtatott sajtó, újság, hetilap, magazin	Televízió	Rádió	Ismerőstől, baráttól, rokontól	GVH honlapján	Interneten	Egyéb helyen	NT/NV	n=
S1. Nem	Férfi	28%	69%	24%	5%	1%	21%	6%	3%	179
	Nő	30%	76%	24%	5%	1%	19%	4%	2%	178
	Összesen	29%	72%	24%	5%	1%	20%	5%	3%	357
S2. Életkor*	18-29	13%	47%	9%	13%	0%	40%	9%	9%	45
	30-39	24%	67%	19%	7%	4%	23%	7%	3%	70
	40-49	31%	73%	23%	7%	0%	27%	7%	0%	75
	50-59	37%	82%	23%	1%	0%	15%	3%	3%	71
	60-x	34%	80%	36%	1%	1%	6%	3%	1%	96
S3 Iskolai végzettség*	8 általános és alatta	27%	80%	24%	7%	0%	5%	2%	5%	41
	Szakmunkásképző	25%	77%	28%	6%	1%	12%	5%	1%	120
	Gimnázium, szakközépiskola, technikum	33%	69%	17%	4%	0%	27%	2%	5%	126
	Főiskola, egyetem	31%	66%	27%	4%	4%	30%	13%	0%	70
S4 Település típus	Budapest	36%	67%	31%	4%	3%	24%	7%	1%	72
	Megyeszékhely, megyei jogú város	31%	74%	25%	4%	0%	18%	6%	3%	72
	Város	22%	71%	25%	7%	1%	20%	5%	3%	109
	Község	32%	77%	17%	4%	1%	18%	5%	3%	104

\* Chi-négyzet teszt alapján szignifikáns eltérés (sig. <= 0,05)

K2. Honnan hallott a GVH-ról?										
		Nyomtatott sajtó, újság, hetilap, magazin	Televízió	Rádió	Ismerőstől, baráttól, rokontól	GVH honlapján	Interneten	Egyéb helyen	NT/NV	n=
D1 Foglalkozás*	Aktív kereső versenyszférában	27%	65%	22%	6%	3%	25%	7%	3%	108
	Aktív kereső közsférában vagy nonprofit sférában	29%	72%	19%	6%	0%	24%	6%	1%	79
	GYES-en, GYED-en, GYÁS-on lévő	31%	77%	31%	0%	0%	38%	0%	0%	13
	Nyugdíjas, öregségi (saját jogon), özvegyi nyugdíjas	34%	79%	35%	2%	0%	10%	2%	1%	104
	Rokkant nyugdíjas (leszázálekolt)	21%	79%	7%	0%	0%	7%	7%	7%	14
	Munkanélküli	27%	73%	9%	14%	0%	27%	14%	5%	22
	Tanuló, hallgató	0%	60%	0%	20%	0%	40%	0%	20%	5
	Háztartásbeli, egyéb inaktív kereső	33%	78%	22%	0%	0%	11%	0%	11%	9
	Egyéb	100%	50%	50%	0%	50%	0%	0%	0%	2
	NT/NV	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1

K2. Honnan hallott a GVH-ról?										
		Nyomtatott sajtó, újság, hetilap, magazin	Televízió	Rádió	Ismerőstől, baráttól, rokontól	GVH honlapján	Interneten	Egyéb helyen	NT/NV	n=
D3 Internet használat*	naponta	30%	65%	22%	6%	2%	31%	8%	3%	195
	hetente többször	33%	75%	22%	11%	0%	25%	0%	0%	36
	ritkábban	26%	88%	32%	0%	0%	0%	6%	0%	34
	nem használ internetet	27%	80%	25%	3%	0%	1%	2%	3%	92
D4 Ingatlan hirdetéseket nézett-e az elmúlt 3 hónapban?*	igen	36%	67%	19%	4%	3%	31%	7%	3%	89
	nem	27%	74%	25%	5%	0%	16%	5%	2%	268
D5 Meglátogatta-e valaha az érintett portálokat?*	igen	26%	62%	28%	9%	1%	35%	10%	0%	69
	nem	30%	75%	23%	4%	1%	15%	4%	3%	277

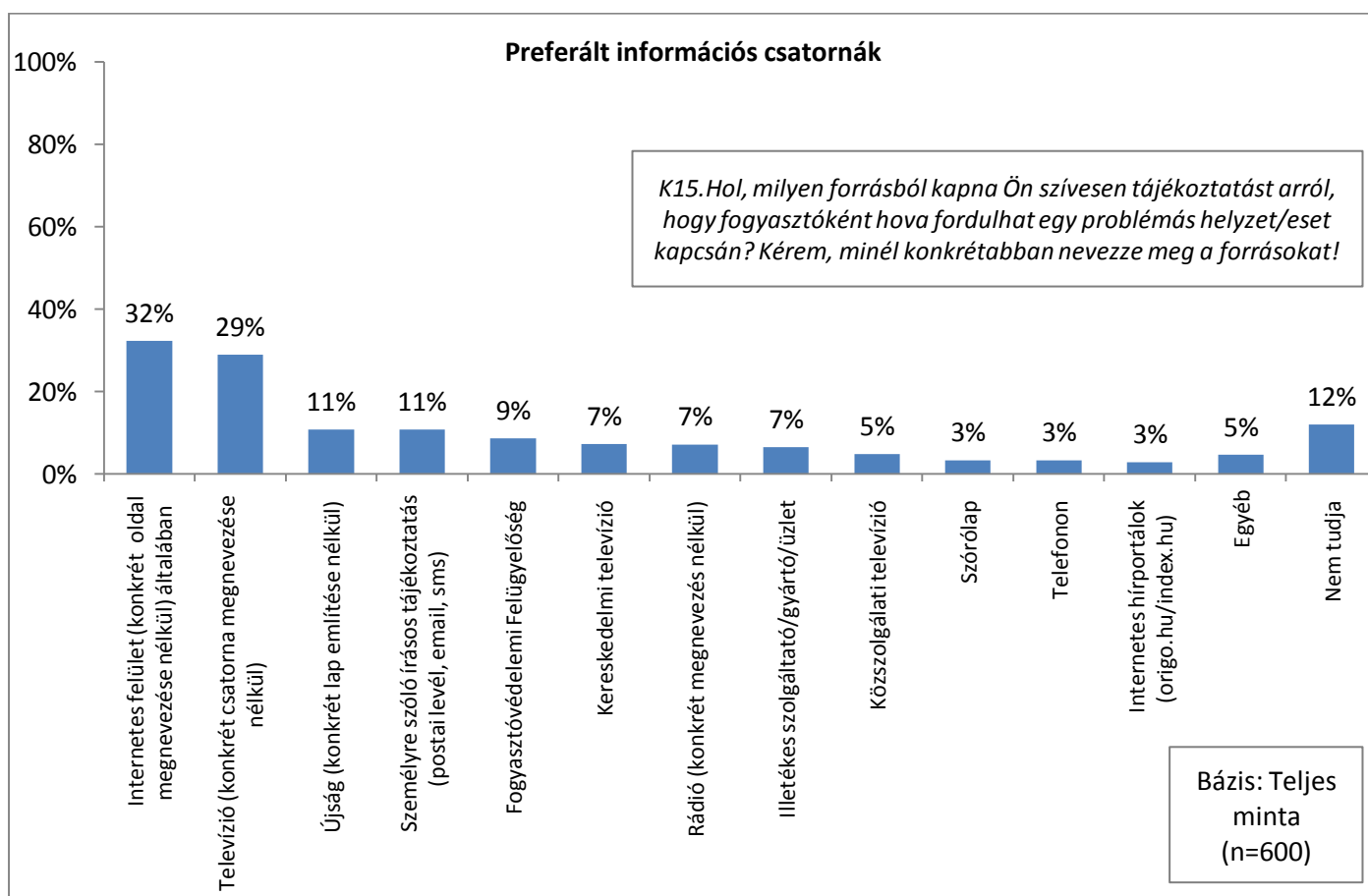
### 3.3 PREFERÁLT INFORMÁCIÓS CSATORNÁK

A kutatásunk során azt is megvizsgáltuk, hogy a lakosság milyen információs csatornákat preferálna akkor, ha fogyasztóként egy problémás helyzet kapcsán információra lenne szüksége.

Az **internet említettsége kiemelkedő**, és **nem csak a legfiatalabbak körében**, ugyanis az internet preferenciája az 50 alattiak körében az 50%-hoz közelít. Az internet azért is lehet egy preferált csatorna, mert az információ igény felmerülésekor azonnal rendelkezésre áll.

Az interneten belül kevesen jelölték meg pontosabban, hogy hol keresnének ilyen jellegű információkat, ezért valószínűleg jelentős lehet azon általános keresőoldalak vagy gyűjtőoldalak szerepe, ahonnan a fogyasztók rendszerint elkezdik a böngészést.

A **televízió hasonlóan gyakran** említett információforrás. Említettsége az idősebb korosztályokban a legjellemzőbb. Bár a legtöbben a televíziócsatornákat nem specifikálták, az arányok azért arra utalnak, hogy a kereskedelmi televíziók szerepe különösen fontos lehet.

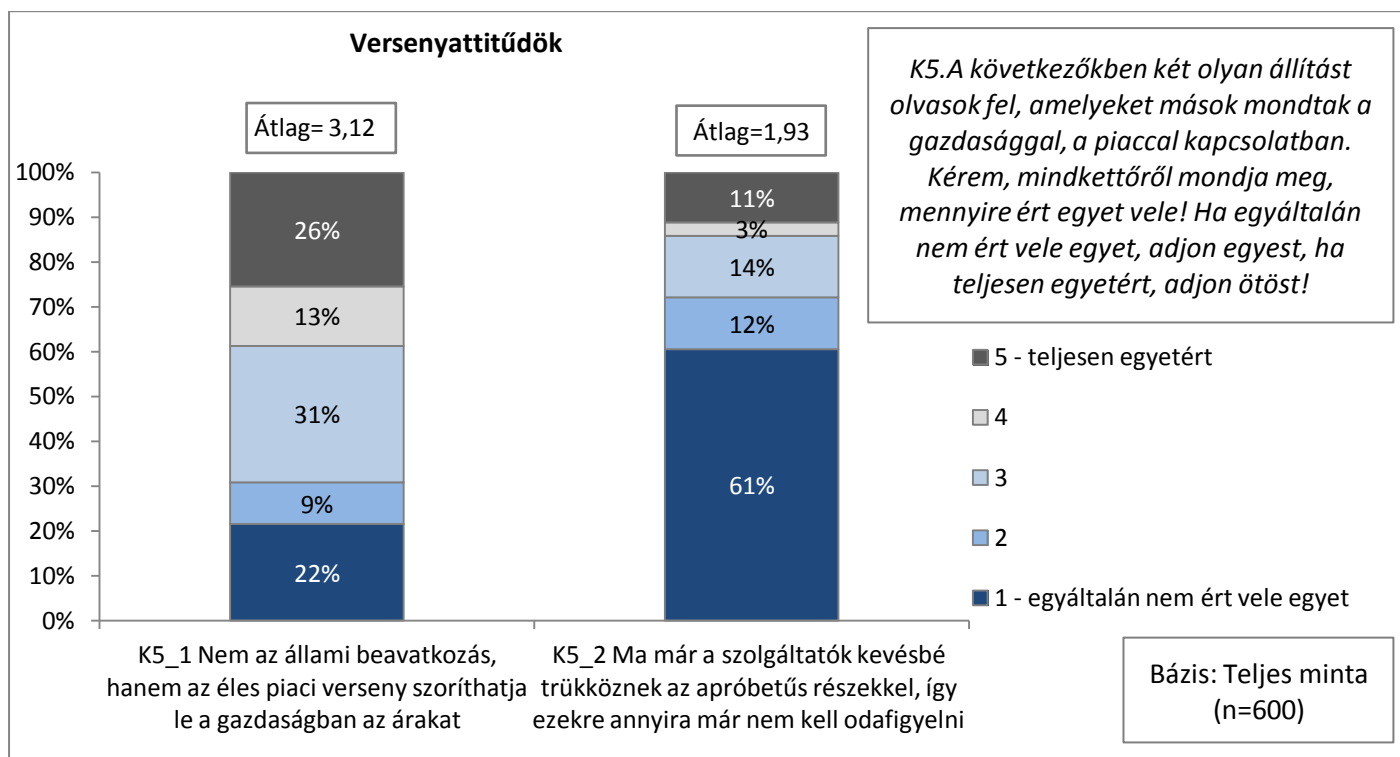


### 3.4 VERSENYATTITÚDÖK

Az elemzéshez háttérinformációként megnéztük, milyen a lakosság attitűdje a versennyel, illetve a fogyasztóvédelemmel kapcsolatban. Mivel nem ez volt a kutatás célja, ezért csak érintőlegesen egy-egy állítással vizsgáltuk az említett attitűdöket.

A versennyel kapcsolatban azt kell látni, hogy a válaszadók egynegyede tudott teljes mértékben (5-ös értékkel az ötfokú skálán) azonosulni azzal az állítással, hogy **az éles piaci verseny képes leszorítani az árakat** inkább, mint az állami beavatkozás. A skála másik pólusát is igen sokan választották (több, mint a válaszadók ötöde), ami arra utal, hogy **e téren megosztott a lakosság**.

Ezzel szemben a másik skálán sokkal egyértelműbb a válaszok megoszlása: a válaszadók több, mint 60%-a határozottan nem ért egyet azzal, hogy a szolgáltatók ma már kevésbé trükköznek az **apróbetűs** részekkel. A **bizalmatlanság** e téren tehát kifejezetten **erős**.





		ügyet ismerők (n=200)	ügyet nem ismerők (n=408)
<b>K5_1 Nem az állami beavatkozás, hanem az éles piaci verseny szoríthatja le a gazdaságban az árakat *</b>	1 - egyáltalán nem ért vele egyet	19%	23%
	2	6%	11%
	3	35%	29%
	4	12%	14%
	5 - teljesen egyetért	30%	23%
<b>K5_2 Ma már a szolgáltatók kevésbé trükköznek az apróbetűs részekkel, így ezekre annyira már nem kell odafigyelni</b>	1 - egyáltalán nem ért vele egyet	54%	63%
	2	14%	11%
	3	15%	13%
	4	4%	3%
	5 - teljesen egyetért	15%	10%
* = szignifikáns Chi-négyzet teszt alapján			

Az eltérő demográfiai csoportokat nézve az tűnik ki, hogy **a 30 év alattiak nem látszanak versenypártibbakkak**, mint az idősebbek, **sőt, a tendencia éppen fordított**. A másik kérdésnél is ez látszik, azaz **a fiatalok kevésbé tartanak a szolgáltatói „trükkök”-től, mint az idősebbek**. A GVH tevékenysége szempontjából tehát ez a fiatal korcsoport komoly figyelmet érdemelhetne.

K5. Versenyattitűdök														
		K5_1 Nem az állami beavatkozás, hanem az éles piaci verseny szoríthatja le a gazdaságban az árakat						K5_2 Ma már a szolgáltatók kevésbé trükköznek az apróbetűs részekkel, így ezekre annyira már nem kell odafigyelni						n=
		1 - egyáltalán nem ért vele egyet	2	3	4	5 - teljesen egyetért	Átlag	1 - egyáltalán nem ért vele egyet	2	3	4	5 - teljesen egyetért	Átlag	
S1. Nem	Férfi	18%	11%	31%	12%	28%	3,21	57%	14%	14%	4%	11%	1,99	289
	Nő	26%	8%	30%	14%	23%	3,02	63%	10%	13%	2%	12%	1,90	329
	Összesen	22%	9%	31%	13%	25%	3,11	60%	12%	14%	3%	11%	1,94	618
S2. Életkor *	18-29	22%	11%	33%	15%	18%	2,96	50%	16%	20%	5%	9%	2,08	132
	30-39	15%	14%	34%	18%	19%	3,13	63%	15%	9%	4%	9%	1,80	115
	40-49	18%	11%	29%	14%	27%	3,22	62%	9%	13%	3%	12%	1,93	106
	50-59	22%	6%	36%	8%	29%	3,15	58%	15%	17%		10%	1,88	105
	60-x	30%	4%	23%	10%	33%	3,11	66%	6%	10%	3%	16%	1,98	160
S3 Iskolai végzettség	8 általános és alatta	39%	6%	19%	6%	31%	2,86	67%	6%	13%	2%	13%	1,88	127
	Szakközépiskola, technikum	22%	10%	29%	10%	28%	3,12	61%	9%	13%	2%	15%	2,00	206
	Gimnázium, szakközépiskola, technikum	18%	9%	34%	17%	22%	3,17	54%	15%	16%	4%	11%	2,04	196
	Főiskola, egyetem	7%	11%	44%	21%	17%	3,30	62%	19%	12%	3%	3%	1,67	89
S4 Településtípus *	Budapest	16%	7%	42%	15%	20%	3,17	67%	11%	10%	4%	8%	1,76	108
	Megyeszékhely, megyei jogú város	17%	6%	31%	14%	31%	3,37	58%	15%	10%	4%	13%	1,99	112
	Város	21%	10%	31%	13%	25%	3,10	56%	13%	17%	2%	12%	2,00	206
	Község	29%	10%	24%	11%	26%	2,93	61%	9%	14%	3%	12%	1,95	192

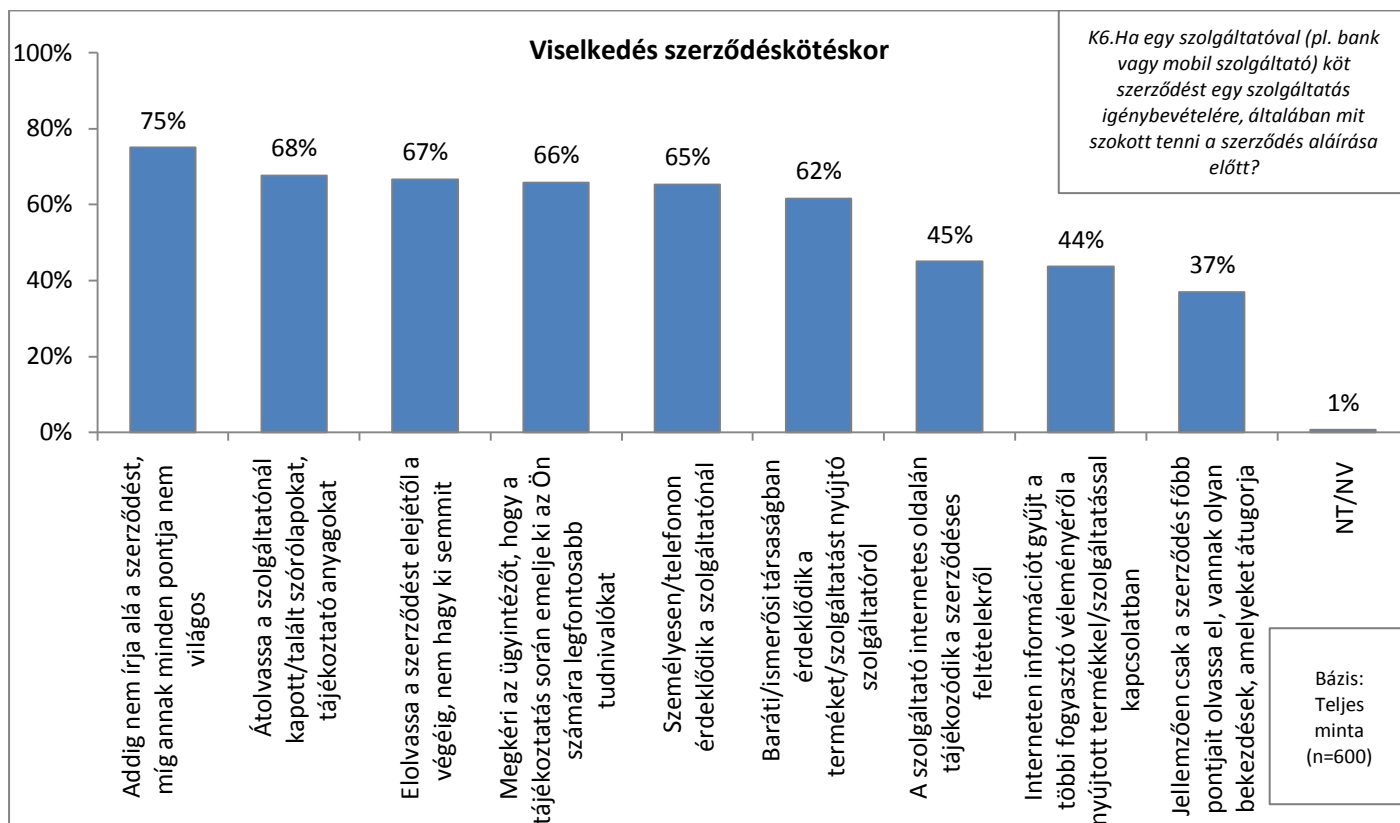
K5. Versenyattitűdök														
		K5_1 Nem az állami beavatkozás, hanem az éles piaci verseny szoríthatja le a gazdaságban az árakat						K5_2 Ma már a szolgáltatók kevésbé trükköznek az apróbetűs részekkel, így ezekre annyira már nem kell odafigyelni						n=
		1 - egyáltalán nem ért vele egyet	2	3	4	5 - teljesen egyetért	Átlag	1 - egyáltalán nem ért vele egyet	2	3	4	5 - teljesen egyetért	Átlag	
D1 Foglalkozás	Aktív kereső versenyszférában	16%	11%	31%	15%	28%	3,28	61%	15%	10%	5%	9%	1,86	159
	Aktív kereső közszférában vagy nonprofit szférában	21%	11%	34%	15%	18%	2,98	61%	14%	11%	1%	12%	1,89	114
	GYES-en, GYED-en, GYÁS-on lévő	12%	4%	36%	28%	20%	3,40	72%		16%	4%	8%	1,76	25
	Nyugdíjas, öregségi (saját jogon), özvegyi nyugdíjas	29%	4%	26%	9%	32%	3,12	61%	7%	13%	2%	17%	2,07	167
	Rokkant nyugdíjas (leszázalékolt)	30%	6%	24%	6%	33%	3,06	48%	15%	21%	3%	12%	2,15	33
	Munkanélküli	12%	17%	33%	20%	18%	3,17	63%	12%	17%		8%	1,78	60
	Tanuló, hallgató	35%	10%	39%	10%	6%	2,42	39%	26%	19%	10%	6%	2,19	31
	Háztartásbeli, egyéb inaktív kereső	27%	5%	32%		36%	3,14	59%	5%	27%	5%	5%	1,91	22
	Egyéb	33%		33%		33%	3,00	100%					1,00	3
	NT/NV	25%	50%	25%			2,00	50%		25%	25%		2,25	4

K5. Versenyattitűdők														
		K5_1 Nem az állami beavatkozás, hanem az éles piaci verseny szoríthatja le a gazdaságban az árakat						K5_2 Ma már a szolgáltatók kevésbé trükköznek az apróbetűs részekkel, így ezekre annyira már nem kell odafigyelni						
		1 - egyáltalán nem ért vele egyet	2	3	4	5 - teljesen egyetért	Átlag	1 - egyáltalán nem ért vele egyet	2	3	4	5 - teljesen egyetért	Átlag	n=
D3 Internethasználat *+	naponta	17%	11%	34%	16%	21%	3,14	58%	16%	14%	4%	8%	1,89	305
	hetente többször	25%	16%	25%	13%	20%	2,85	60%	7%	15%		18%	2,09	55
	ritkábban	22%	9%	28%	10%	31%	3,19	53%	16%	19%	3%	9%	1,99	68
	nem használ internetet	29%	4%	27%	8%	32%	3,10	66%	5%	10%	2%	16%	1,97	190
D4 Ingatlanhirdetéseket nézett-e az elmúlt 3 hónapban? +	igen	15%	10%	37%	14%	24%	3,22	53%	19%	16%	5%	7%	1,94	129
	nem	24%	9%	29%	13%	26%	3,08	62%	10%	13%	2%	13%	1,94	489
D5 Meglátogatta-e valaha az érintett portálokat?	igen	20%	6%	37%	15%	21%	3,11	60%	11%	11%	8%	10%	1,98	99
	nem	23%	10%	29%	12%	26%	3,09	61%	11%	14%	2%	12%	1,93	502
	NT/NV	12%	12%	24%	18%	35%	3,53	41%	29%	24%	6%		1,94	17

\*= Chi-négyzet teszt alapján szignifikáns eltérés (sig. <= 0,05) K5\_1 esetében  
 += Chi-négyzet teszt alapján szignifikáns eltérés (sig. <= 0,05) K5\_2 esetében

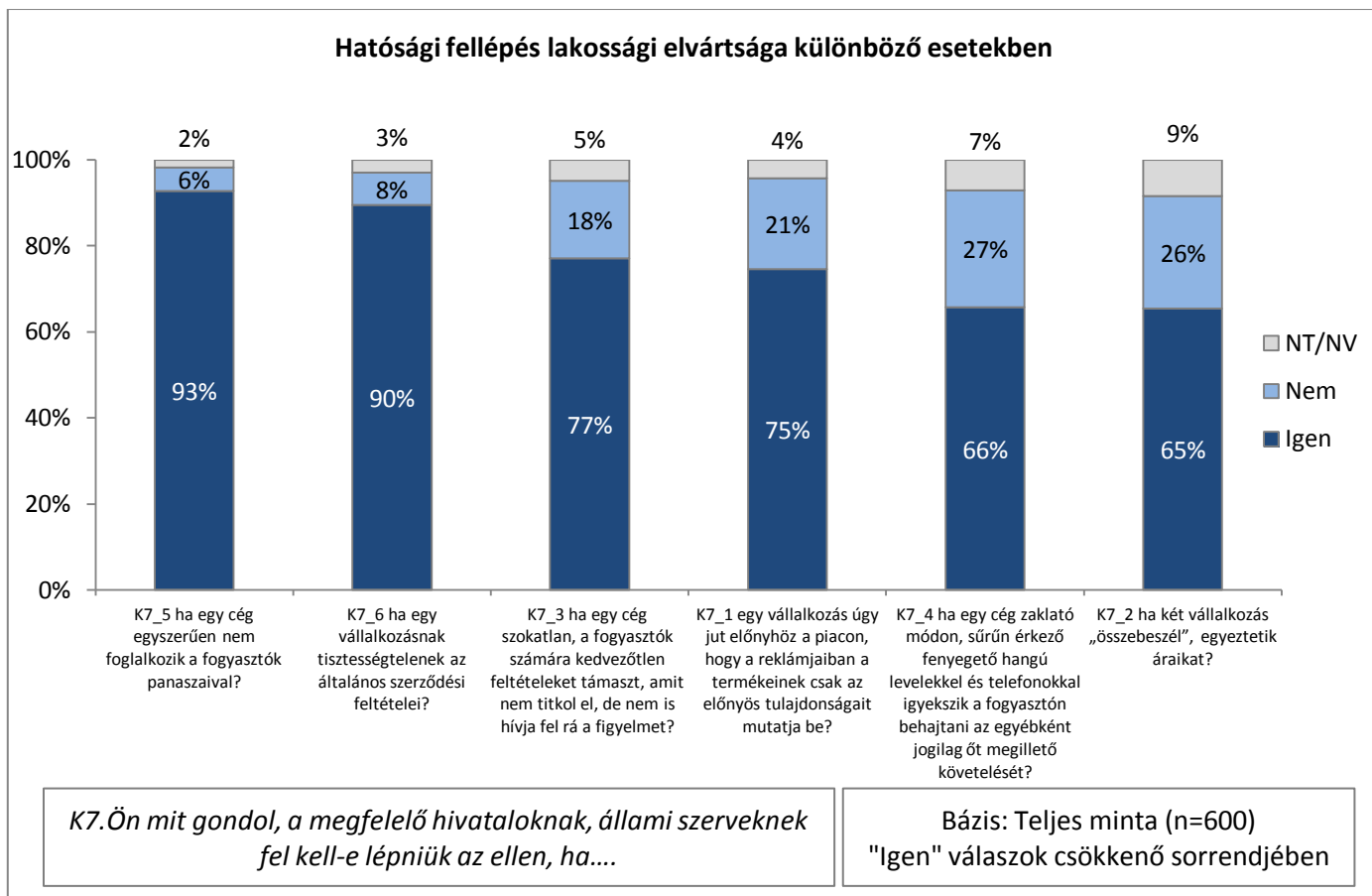
Ehhez kapcsolódó kérdés, hogy a fogyasztók saját bevallásuk szerint mennyire körültekintőek szerződéskötéskor. A kérdés, bár szöveg szerint arra vonatkozik, hogy mit tesz szerződéskötéskor, inkább az attitűdöket fejezi ki, vagyis hogy mit tartanak a válaszadók helyesnek szerződéskötéskor.

Az látható, hogy a válaszadók **harmada-negyede saját bevallása szerint is aláír olyan szerződést, amelyet nem teljes egészében ért**, vagy amelyet nem végig olvasott el.



A következő ábrán azt látjuk, hogy különböző fogyasztóvédelmi vagy versenykorlátozással kapcsolatos szituációkban a lakosság milyen arányban várja el a hatósági fellépést. Összességében elmondható, hogy **a lakosság elvárja a hatóságok fellépését minden vizsgált esetben.**

Érdekes, hogy a versenykorlátozással, **kartellezéssel** kapcsolatos helyzetben a **legalacsonyabb** a fellépést elvárók aránya, miközben a **fogyasztói sérelmek** esetében **egyöntetű** a lakosság hatósági fellépésre való igénye.



### 3.5 GVH-HOZ KÖTHETŐ ÜGYEK

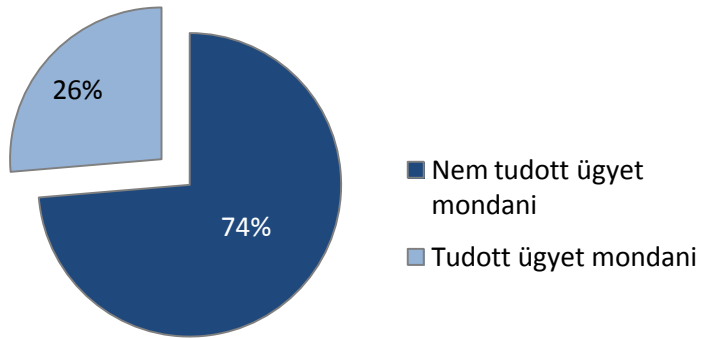
A GVH spontán ügyismertségi adatai az alábbi grafikonokon láthatóak.

Mindenekelőtt ki kell emelnünk, hogy azon válaszadók **háronnegyede**, akik egyáltalán már hallottak a GVH-ról, **nem tudtak semmilyen konkrét ügyet** kötni a GVH-hoz.

Inkább a férfiak tudtak valamilyen ügyet hozzárendelni a Hivatalhoz, ennek talán az is az oka lehet – hogy mint majd látjuk – gyakran az autópálya ügyek kerülnek említésre, ami inkább érdekelhetette a férfiakat.

Életkort tekintve a **30-60 éves korosztály** említ nagyobb arányban konkrétumokat. A spontán ügyismeret jobb a **magasabb iskolai végzettségűek** és az **internethasználók** között is.

**Spontán ügyismeret**



K3. Milyen ügygel kapcsolatban hallott a közelmúltban a GVH munkájáról?

Bázis: akik ismerik a GVH-t (n=357)

**K3. Milyen ügygel kapcsolatban hallott a közelmúltban a GVH munkájáról?**

		Nem mondott semmilyen ügyet	Mondott valami ügyet	Összesen	n=
S1. Nem*	Férfi	69%	31%	100%	179
	Nő	79%	21%	100%	178
	Összesen	74%	26%	100%	357
S2. Életkor*	18-29	78%	22%	100%	45
	30-39	70%	30%	100%	70
	40-49	63%	37%	100%	75
	50-59	72%	28%	100%	71
	60-x	84%	16%	100%	96
S3 Iskolai végzettség*	8 általános és alatta	88%	12%	100%	41
	Szakk munkásképző	82%	18%	100%	120
	Gimnázium, szakközépiskola, technikum	68%	32%	100%	126
	Főiskola, egyetem	61%	39%	100%	70
S4 Településtípus*	Budapest	61%	39%	100%	72
	Megyeszékhely, megyei jogú város	78%	22%	100%	72
	Város	79%	21%	100%	109
	Község	74%	26%	100%	104

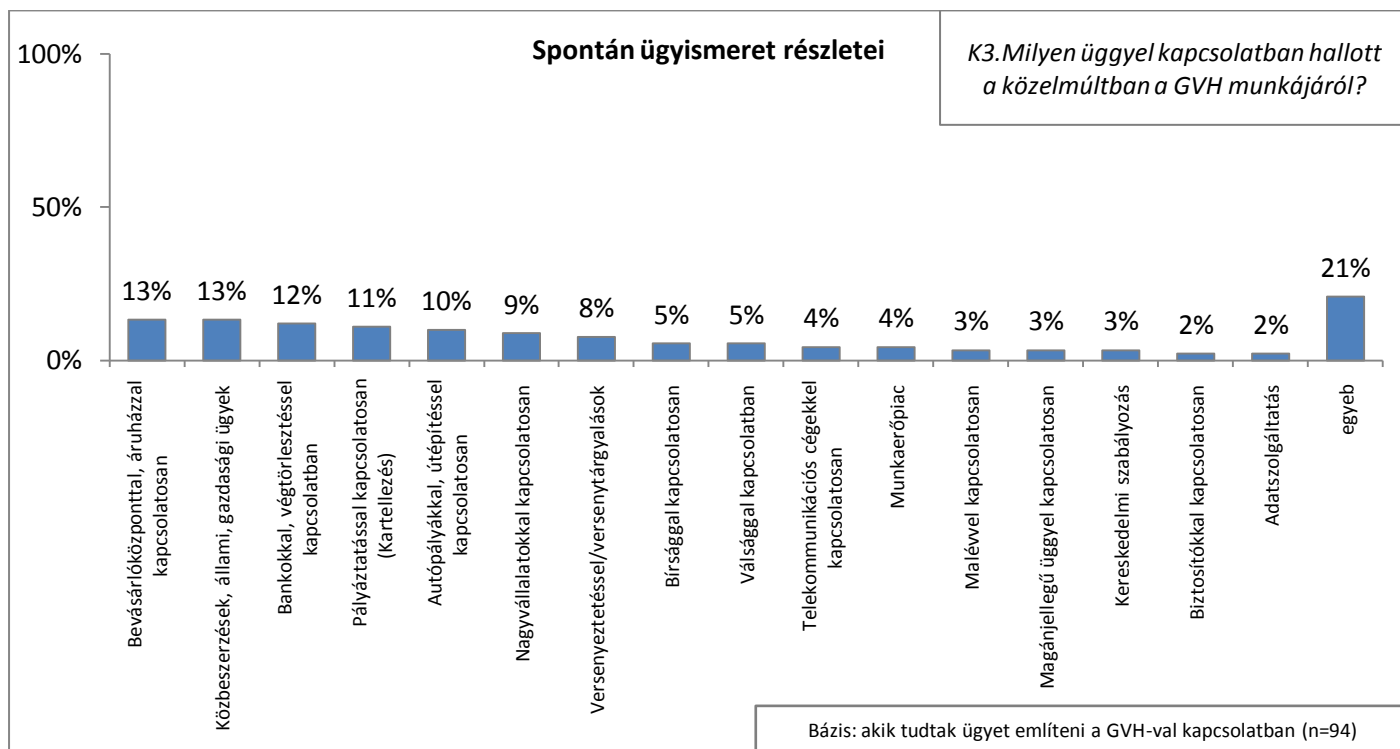
**K3.Milyen üggyel kapcsolatban hallott a közelmúltban a GVH munkájáról?**

D1 Foglalkozás*	Aktív kereső versenyszférában	66%	34%	100%	108
	Aktív kereső közszférában vagy nonprofit szférában	72%	28%	100%	79
	GYES-en, GYED-en, GYÁS-on lévő	69%	31%	100%	13
	Nyugdíjas, öregségi (saját jogon), özvegyi nyugdíjas	84%	16%	100%	104
	Rokkant nyugdíjas (leszállékolt)	86%	14%	100%	14
	Munkanélküli	73%	27%	100%	22
	Tanuló, hallgató	80%	20%	100%	5
	Háztartásbeli, egyéb inaktív kereső	78%	22%	100%	9
	Egyéb	0%	100%	100%	2
	NT/NV	0%	100%	100%	1
D3 Internethasználat*	naponta	66%	34%	100%	195
	hetente többször	69%	31%	100%	36
	ritkábban	79%	21%	100%	34
	nem használ internetet	89%	11%	100%	92
D4 Ingatlanhirdetéseket nézett-e az elmúlt 3 hónapban?	igen	69%	31%	100%	89
	nem	75%	25%	100%	268
D5 Meglátogatta-e valaha az érintett portálokat?	igen	67%	33%	100%	69
	nem	75%	25%	100%	277
	NT/NV	73%	27%	100%	11

\* Chi-négyzet teszt alapján szignifikáns eltérés (sig. <= 0,05)



A kevés érdemi említésen belül szembeszökő, hogy jellemzően **versennyel** kapcsolatos ügyeket, és **nem fogyasztóvédelemmel** kapcsolatos fellépéseket említene a válaszadók. Bár az említések meglehetősen homályosak és pontatlanok, az mégis érezhető, hogy sokan az autópálya építésekhez, közbeszerzésekhez köthető nagyobb sajtóvisszhangot elérő ügyekre gondolhattak.



A kutatás fókuszpontjában lévő ügy ismeretét segítettén is mértük. Ennek módszere az volt, hogy felsoroltunk a válaszadónak aktuális, a sajtóban teret kapott híreket, és megkérdeztük, melyekről hallott mostanában. Az eredményeket a következő grafikon mutatja be.

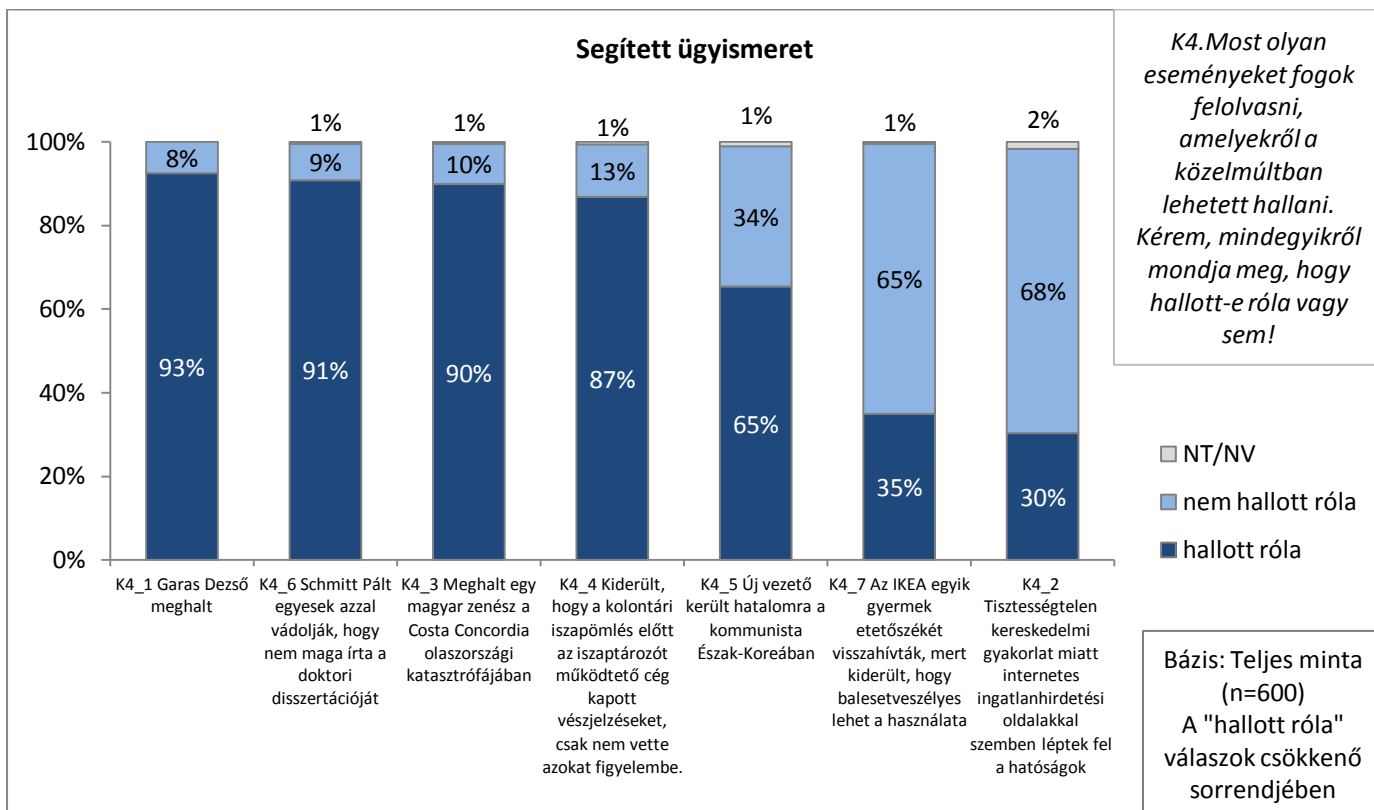
A válaszadók **30%-a** említette, hogy **hallott az ingatlandepo ügyről**. Összehasonlítva ezt korábbi ügyismertségi adatokkal, ez magasabb, mint az „ECC által hirdetett fogyasztói csoportok” ügy ismertsége (12%)<sup>3</sup>, és hasonló a „vasútépítési kartell ügy” (27%)<sup>4</sup> ismertségéhez, míg a „Penny Market ügy” ismertségétől (44%) mérhetően elmarad<sup>5</sup>. Ebben az összevetésben tehát a vizsgált ügy ismertsége átlagosnak tekinthető.

A kérdőívbe bevont más hírekhez képest az ügy ismertsége jelentősen alacsonyabb. Az ingatlandepo ügy ismertségét érdemes összevetni a hasonló témájú, fogyasztóvédelemmel kapcsolatos másik témáéval – az IKEA etetőszék ügyével. Jól látható, hogy a két ügy ismertsége hasonló, sőt, az IKEA etetőszék hír ismertsége magasabb valamivel.

<sup>3</sup> <http://www.gvh.hu/domain2/files/modules/module25/141395A36541C792E.pdf>

<sup>4</sup> <http://www.gvh.hu/domain2/files/modules/module25/1401630418F15940E.pdf>

<sup>5</sup> <http://www.gvh.hu/domain2/files/modules/module25/12272D09B9A347592.pdf>



Az ingatlandepo ügyet az 50 év feletti korosztály egyértelműen jobban ismeri saját bevallása szerint. Meg kell azonban jegyeznünk, hogy ez a tendencia az összes többi bevont hír esetében igaznak bizonyult, azaz inkább arról van szó, hogy az idősebbek általában hajlamosabbak azt állítani, hogy emlékeznek a különböző híradásokra.

		K4_2 Tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat miatt internetes ingatlanhirdetési oldalakkal szemben léptek fel a hatóságok			n=
		hallott róla	nem hallott róla	NT/NV	
S1. Nem	Férfi	29%	68%	3%	280
	Nő	32%	68%	1%	320
	Összesen	30%	68%	2%	600
S2. Életkor *	18-29	21%	79%		122
	30-39	19%	80%	2%	113
	40-49	27%	72%	1%	103
	50-59	43%	55%	2%	102
	60-x	39%	58%	3%	160
S3 Iskolai végzettség	8 általános és alatta	32%	66%	2%	122
	Szakmunkásképző	36%	62%	2%	199
	Gimnázium, szakközépiskola, technikum	22%	77%	1%	191
	Főiskola, egyetem	34%	63%	3%	88
S4 Településtípus	Budapest	23%	73%	4%	103
	Megyeszékhely, megyei jogú város	36%	64%		105
	Város	34%	65%	1%	204
	Község	27%	71%	2%	188
D1 Foglalkozás	Aktív kereső versenyszférában	29%	70%	1%	155
	Aktív kereső közszférában vagy nonprofit szférában	27%	70%	3%	111
	GYES-en, GYED-en, GYÁS-on lévő	16%	84%		25
	Nyugdíjas, öregségi (saját jogon), özvegyi nyugdíjas	41%	56%	3%	167
	Rokkant nyugdíjas (leszállékolt)	40%	60%		30

		K4_2 Tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat miatt internetes ingatlanhirdetési oldalakkal szemben léptek fel a hatóságok			n=
		hallott róla	nem hallott róla	NT/NV	
D1 Foglalkozás	Munkanélküli	18%	82%		55
	Tanuló, hallgató	25%	75%		28
	Háztartásbeli, egyéb inaktív kereső	23%	77%		22
	Egyéb		100%		3
	NT/NV		100%		4
D3 Internethasználat	naponta	24%	75%	2%	296
	hetente többször	41%	59%		51
	ritkábban	43%	55%	1%	67
	nem használ internetet	33%	65%	2%	186
D4 Ingatlanhirdetéseket nézett-e az elmúlt 3 hónapban?	igen	32%	66%	2%	124
	nem	30%	68%	2%	476
D5 Meglátogatta-e valaha az érintett portálokat?	igen	34%	63%	2%	93
	nem	29%	69%	2%	490
	NT/NV	41%	59%		17

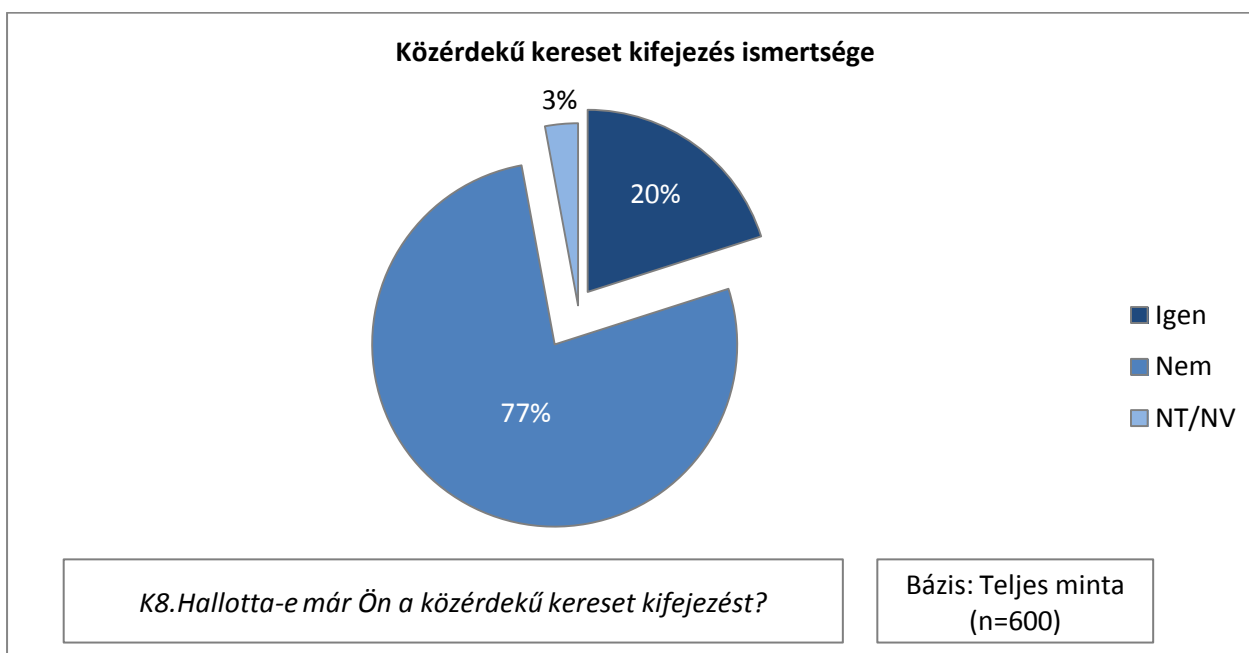
\*-gal jelölve a Chi-négyzet teszt alapján szignifikáns eltérés (sig. <= 0,05)

## 4. A KÖZÉRDEKŰ KERESETTEL KAPCSOLATOS ISMERETEK

A kérdőívben – amiatt, hogy a GVH a vizsgált ügyben közérdekű keresetet nyújtott be – röviden vizsgáltuk a közérdekű keresettel kapcsolatos ismereteket. Első lépcsőben megkérdeztük, egyáltalán ismerős-e a válaszadónak a kifejezés. Ezek után azoknak, akik igennel válaszoltak, felolvastunk különböző, a közérdekű keresettel kapcsolatos állításokat, és megkértük őket, hogy mondják meg, tudomásuk szerint az állítás igaz, vagy hamis. Ezzel kívántuk mérni az ismeretek mélységét, pontosságát.

Az kifejezést a lakosság **ötöde** hallotta már korábban.

Jelentősen magasabb (31%) ez azok körében, akik az ingatlapdepo ügyet ismerik.



Ügyet ismerők körében (n=200): 31%

Ügyet nem ismerők körében (n=408): 15%

A **demográfia és egyéb vizsgált háttérjellemezőknek** ugyanakkor **nincs szignifikáns hatása** a közérdekű kereset **ismertségére**. Ez (vagyis az áttételes közös magyarázó ok hiánya) okkal indíthat bennünket arra a következtetésre, hogy az ügy kommunikációja és a közérdekű keresettel kapcsolatos ismeretek egymással kapcsolatban vannak, az ügy kommunikációja hathatott a közérdekű kereset ismertségére.

K8.Hallotta-e már Ön a közérdekű kereset kifejezést?					
		Igen	Nem	NT/NV	n=
S1. Nem	Férfi	22%	75%	3%	280
	Nő	18%	80%	3%	320
	Összesen	20%	77%	3%	600
S2. Életkor	18-29	18%	82%		122
	30-39	12%	86%	3%	113
	40-49	19%	77%	4%	103
	50-59	24%	73%	4%	102
	60-x	24%	71%	4%	160
S3 Iskolai végzettség	8 általános és alatta	21%	79%		122
	Szakk munkásképző	21%	73%	6%	199
	Gimnázium, szakközépiskola, technikum	15%	82%	3%	191
	Főiskola, egyetem	24%	74%	2%	88
S4 Településtípus	Budapest	23%	72%	5%	103
	Megyeszékhely, megyei jogú város	15%	78%	7%	105
	Város	23%	76%	1%	204
	Község	17%	81%	2%	188
D1 Foglalkozás	Aktív kereső versenyszférában	17%	79%	4%	155
	Aktív kereső közzsférában vagy nonprofit szférában	18%	82%		111
	GYES-en, GYED-en, GYÁS-on lévő	16%	80%	4%	25
	Nyugdíjas, öregségi (saját jogon), özvegyi nyugdíjas	24%	71%	5%	167
	Rokkant nyugdíjas (leszállékolt)	17%	83%		30
	Munkanélküli	18%	76%	5%	55
	Tanuló, hallgató	18%	82%		28
	Háztartásbeli, egyéb inaktív kereső	14%	86%		22
	Egyéb	100%			3
	NT/NV	50%	50%		4
D3 Internethasználat	naponta	19%	79%	2%	296
	hetente többször	20%	80%		51
	ritkábban	22%	75%	3%	67
	nem használ internetet	20%	75%	5%	186
D4 Ingatlanhirdetéseket nézett-e az elmúlt 3 hónapban?	igen	21%	78%	1%	124
	nem	19%	77%	4%	476
D5 Meglátogatta-e valaha az érintett portálokat?	igen	22%	75%	3%	93
	nem	19%	78%	3%	490
	NT/NV	18%	82%		17

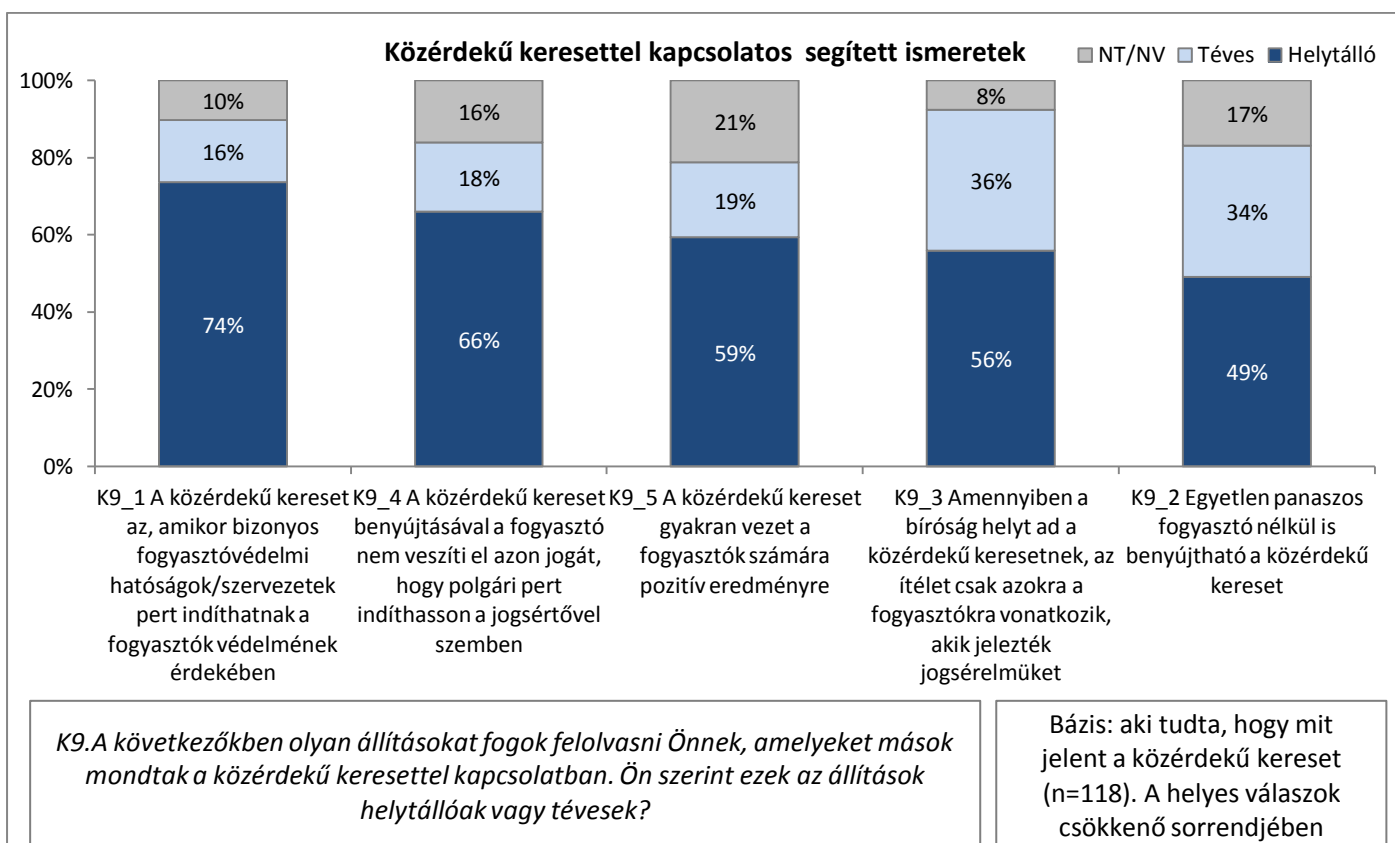
A következő ábrán azt látjuk, hogy mennyire pontosak vagy hibásak a fogyasztói ismereteket a közérdekű keresettel kapcsolatosan.

Viszonylag alacsony azok aránya, akik nem tudtak dönteni az állítások helyességéről, azaz a mért 20% többsége valamilyen elképzeléssel rendelkezik arról, hogy mi is a közérdekű kereset.

A válaszadók a **lényeg**et, vagyis hogy arra feljogosított szervezetek, hatóságok perindítási jogosultságáról van szó, **jellemzően helyesen tudják**.

Bizonytalanság inkább csak a közérdekű kereset azon jellemzőinél tapasztalható, amelyek kicsit valóban szokatlanok más jogi eszközökhöz, vagy akár a polgári anyagi és eljárás jog elveihez mérve. Kevesen tudják azt, hogy a közérdekű kereset kapcsán születő ítélet hatálya kiterjed a perben részt nem vevő felekre is, és az is, hogy tényleges kár vagy konkrét fogyasztói sérelem nélkül, „elvi síkon” is benyújtható a kereset.

Ettől eltekintve azt azért elmondhatjuk, hogy **bár kevesen hallottak** a közérdekű keresetről, **akik hallottak róla, azok körében nagyjából világos**, mi is a tartalma.



Nem csak a közérdekű kereset ismertsége, hanem **az ismeretek mélysége, pontossága is jobb az ingatlandepo ügyet ismerők körében**. Ezt mutatja a következő táblázat, ahol rendre magasabb az ügyet ismerők körében az egyébként helyes állítással egyetértők aránya (bár csak az első esetben szignifikáns statisztikailag a különbség).

Egy kivétel van, mégpedig az utolsó állítás, amely nem is inkább tudást, mint a jogintézmény hatékonyságával kapcsolatos véleményeket mér. Ezzel viszont éppen az ügyet ismerők értenek egyet alacsonyabb arányban, azaz ők valamivel szkeptikusabbak a közérdekű kereset eddigi hatékonyságát illetően.

Az állítással egyetértők aránya	ügyet ismerők (n=200)	ügyet nem ismerők (n=408)
K9_1 A közérdekű kereset az, amikor bizonyos fogyasztóvédelmi hatóságok/szervezetek pert indíthatnak a fogyasztók védelmének érdekében *	87%	63%
K9_2 Egyetlen panaszos fogyasztó nélkül is benyújtható a közérdekű kereset	54%	43%
K9_3 Amennyiben a bíróság helyt ad a közérdekű keresetnek, az ítélet csak azokra a fogyasztókra vonatkozik, akik jelezték jogsérelmüket	64%	48%
K9_4 A közérdekű kereset benyújtásával a fogyasztó nem veszíti el azon jogát, hogy polgári pert indíthasson a jogsértővel szemben	69%	63%
K9_5 A közérdekű kereset gyakran vezet a fogyasztók számára pozitív eredményre	56%	65%

## 5. AZ INGATLANDEPO ÜGY RÉSZLETEINEK ISMERTSÉGE

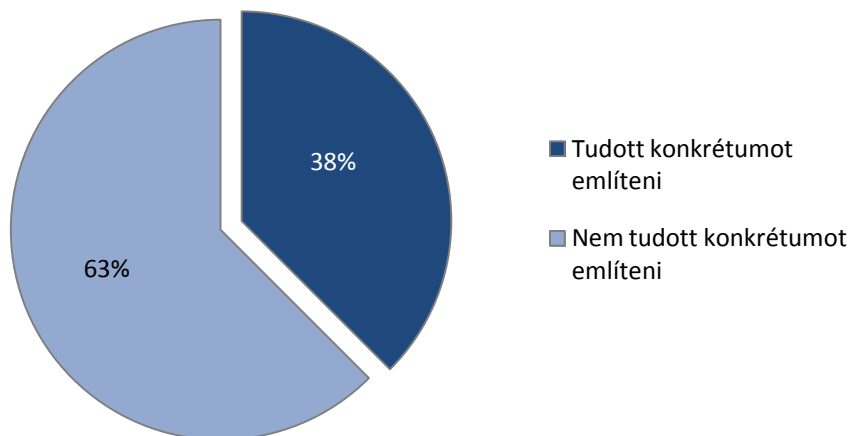
A következőkben azt nézzük meg, hogy a válaszadók azon 30%-a, akik saját bevallásuk szerint hallottak az érintett ingatlanportálokkal szembeni hatósági fellépésről, konkrétan az ügy mely elemeire emlékeznek vissza. A visszaemlékezést spontán és segített módon egyaránt mértük.

### 5.1 SPONTÁN VISSZAEMLÉKEZÉS

A spontán visszaemlékezés adatai szerint az ügyre emlékező a válaszadók **csupán 38%-a említett bármilyen konkrétumot**, a többiek nem tudták maguktól visszaidézni, miről is szólt pontosan az ügy.



### Ingatlan portálokkal kapcsolatos hatósági fellépésről szerzett ismeretek



K10. Említette, hogy hallott az ingatlanportálokkal kapcsolatos hatósági fellépésről. Kérem, foglalja össze saját szavaival, hogy mit hallott erről az ügyről?

Bázis: az ügyet ismerők (n=200)  
Reprezentatív minta (n=182) + Boost minta (n=18)

### K10. Említette, hogy hallott az ingatlanportálokkal kapcsolatos hatósági fellépésről. Kérem, foglalja össze saját szavaival, hogy mit hallott erről az ügyről?

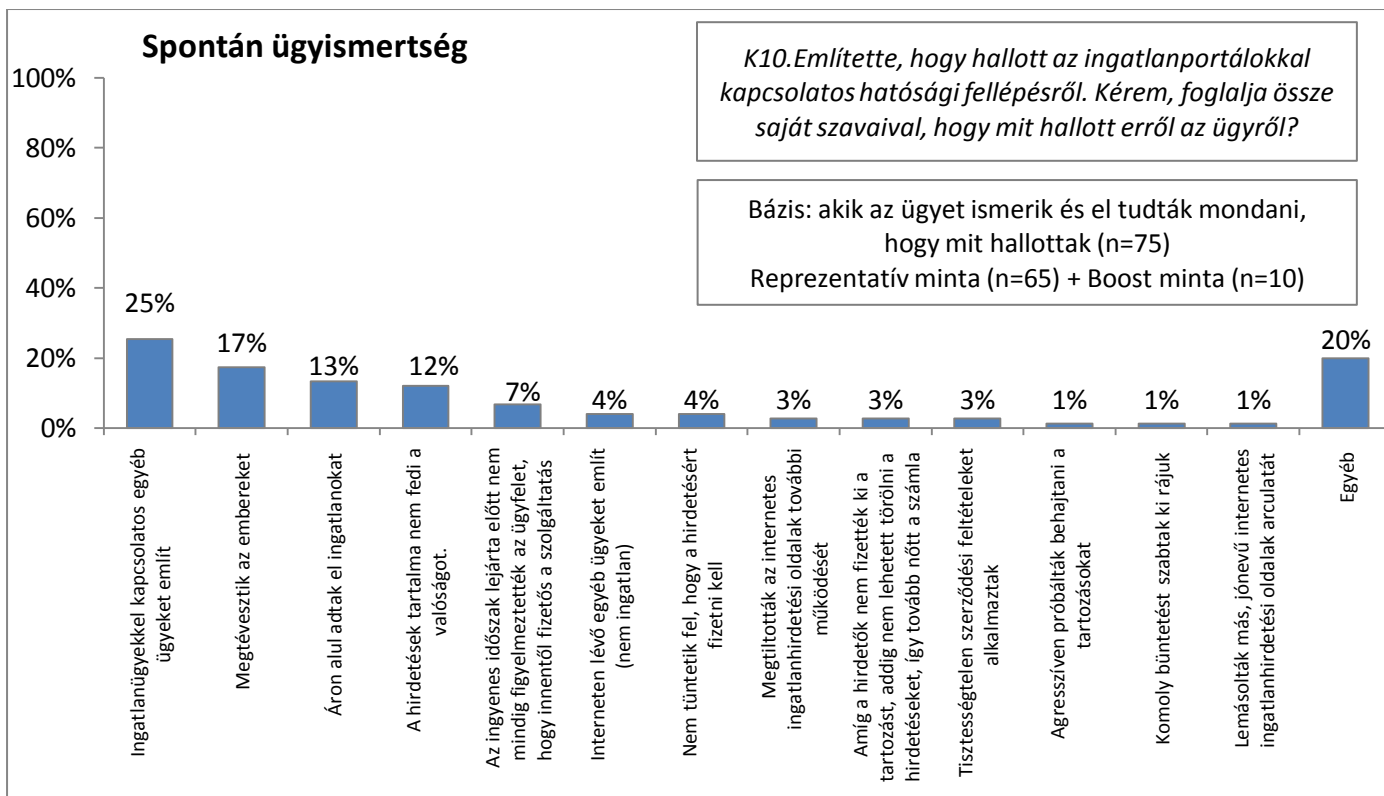
		Említett konkrétumot	Nem említett konkrétumot	Összesen
S1. Nem	Férfi	38%	62%	90
	Nő	37%	63%	110
	Összesen	38%	63%	200
S2. Életkor	18-29	31%	69%	36
	30-39	43%	57%	23
	40-49	35%	65%	31
	50-59	43%	57%	47
	60-x	37%	63%	63
S3 Iskolai végzettség	8 általános és alatta	39%	61%	44
	Szaktunoképző	33%	67%	78
	Gimnázium, szakközépiskola, technikum	45%	55%	47
	Főiskola, egyetem	35%	65%	31
S4 Településtípus	Budapest	34%	66%	29
	Megyeszékhely, megyei jogú város	33%	67%	45
	Város	37%	63%	71
	Község	44%	56%	55

**K10. Említette, hogy hallott az ingatlanportálokkal kapcsolatos hatósági fellépésről. Kérem, foglalja össze saját szavaival, hogy mit hallott erről az ügyről?**

		Említett konkrétumot	Nem említett konkrétumot	Összesen
D1 Foglalkozás	Aktív kereső versenyszférában	35%	65%	49
	Aktív kereső közszférában vagy nonprofit szférában	45%	55%	33
	GYES-en, GYED-en, GYÁS-on lévő	25%	75%	4
	Nyugdíjas, öregségi (saját jogon), özvegyi nyugdíjas	41%	59%	69
	Rokkant nyugdíjas (leszázálekolt)	33%	67%	15
	Munkanélküli	40%	60%	15
	Tanuló, hallgató	20%	80%	10
	Háztartásbeli, egyéb inaktív kereső	20%	80%	5
D3 Internethasználat	naponta	39%	61%	79
	hetente többször	40%	60%	25
	ritkábban	43%	57%	30
	nem használ internetet	32%	68%	66
D4 Ingatlanhirdetéseket nézett-e az elmúlt 3 hónapban?	igen	49%	51%	45
	nem	34%	66%	155
D5 Meglátogatta-e valaha az érintett portálokat?	igen	53%	47%	38
	nem	34%	66%	155
	NT/NV	43%	57%	7

Egy szempontból sem szignifikánsak a különbségek.

De továbbmenve ezen, azon 38%-on belül, akik említettek valamilyen konkrétumot, **sok téves vagy nagyon általános említést** láthatunk. Sokszor általában ingatlanügyekkel kapcsolatos említéseket, vagy az ingatlanmaffiára utaló visszaidézéseket találhatunk a válaszok között, így azt kell mondanunk, hogy **a valós spontán visszaemlékezés minimális mértékű.**

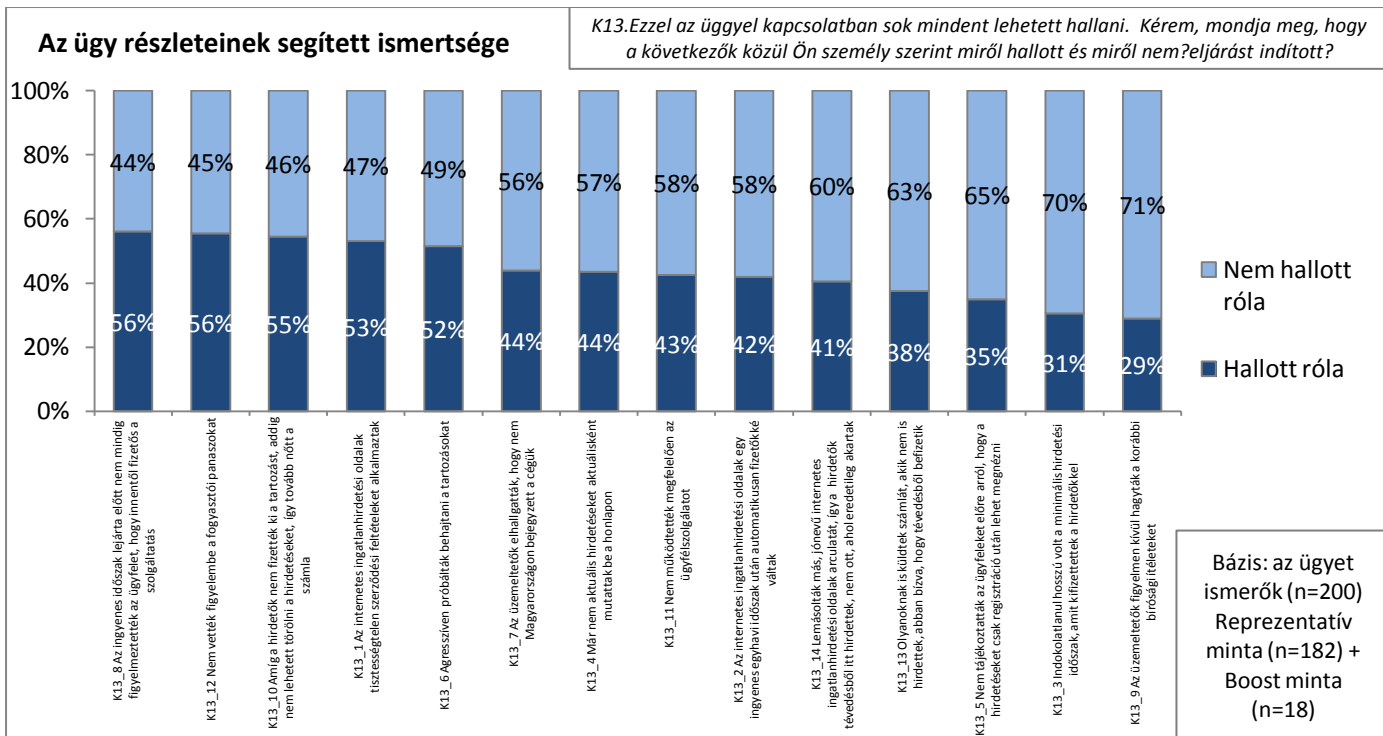


## 5.2 SEGÍTETT ÜGYISMERET

Az ügyel kapcsolatos ismereteket úgy is mértük, hogy felolvastuk az ügy egyes részleteit, és megkérdeztük, hogy ezekről hallottak-e vagy sem. Az állítások közé betettünk egyértelműen hamis állításokat is, hogy képet kaphassunk arról, hogy mennyien vannak azok, akik egyáltalán nem rendelkeznek korrekt ismeretekkel.

Az adatok azt mutatják, hogy meglehetősen sokan vannak ilyenek. Két egyértelműen téves információ esetében is 40% körül van azok aránya, akik úgy gondolják, hogy az adott állítás igaz az ügyre (lemásolták más honlapok arculatát; illetve indokolatlanul küldtek számlát abban bízva, hogy tévedésből fizetnek). Ezekhez képest csak alig 10-20%-kal magasabb a valós visszaemlékezések aránya (pl. hogy nem figyelmeztettek előre az ingyenes időszak lejártára; vagy hogy nem vették figyelembe a fogyasztói panaszokat; illetve, hogy fizetés hiányában nem lehetett törölni a hirdetéseket).

A két egyértelműen téves információ közül legalább az egyiket 56% említette, azaz a válaszadók több, mint fele. Ez alapján kijelenthető, hogy az ügy részleteinek ismertsége meglehetősen bizonytalan.



Felmerül a kérdés, hogy amennyiben azokat kivesszük a vizsgálatból, akik egyértelműen téves információkkal rendelkeznek, akkor azonosítható-e egy olyan csoport, amelynek az ismeretei az ügygel kapcsolatosan pontosnak tekinthetők. Az alábbi táblázat külön mutatja be azokat, akik a két egyértelműen téves állítással egyetértettek, és azokat, akik nem. Érdeemes megvizsgálni, hogy az utóbbi csoportban valóban pontosak-e az ismeretek.

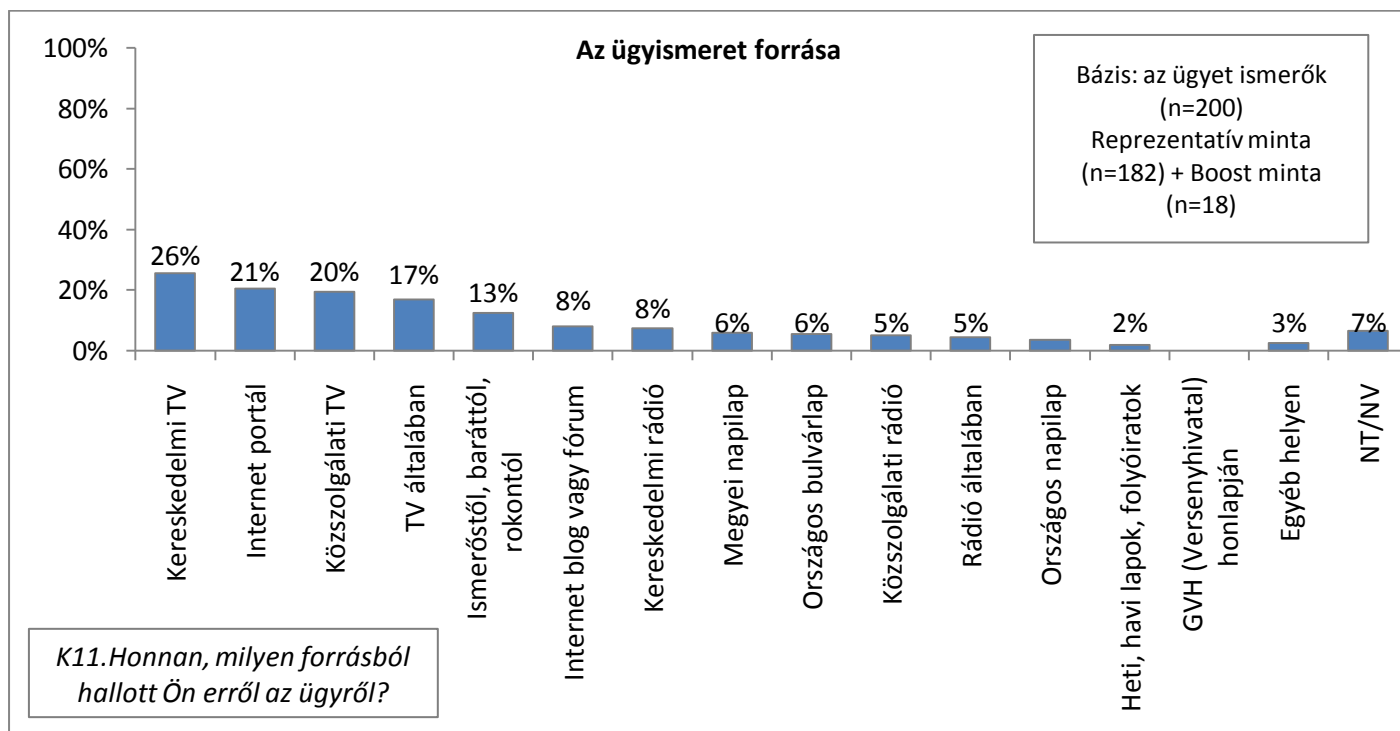
Sajnos azt kell látnunk, hogy erről nincs szó. A válaszadók vagy inkább hajlamosak szintem minden információra azt mondani, hogy hallottak róla, vagy éppen ellenkezőleg, inkább azt mondják, hogy nem hallottak róluk. Így valójában **nem differenciálnak az egyes állítások valóságátartalma szerint.**

Hallott róla (%)	nem említ téves információt (n=92)	említ téves információt (n=108)
K13_1 Az internetes ingatlanhirdetési oldalak tisztességtelen szerződési feltételeket alkalmaztak	25%	77%
K13_2 Az internetes ingatlanhirdetési oldalak egy ingyenes egyhavi időszak után automatikusan fizetőkké váltak	27%	55%
K13_3 Indokolatlanul hosszú volt a minimális hirdetési időszak, amit kifizettek a hirdetőkkel	13%	45%
K13_4 Már nem aktuális hirdetéseket aktuálisként mutattak be a honlapon	24%	60%
K13_5 Nem tájékoztatták az ügyfeleket előre arról, hogy a hirdetéseket csak regisztráció után lehet megnézni	13%	54%
K13_6 Agresszíven próbálták behajtani a tartozásokat	28%	71%
K13_7 Az üzemeltetők elhallgatták, hogy nem Magyarországon bejegyzett a cégük	22%	63%

Hallott róla (%)	nem említ téves információt (n=92)	említ téves információt (n=108)
K13_8 Az ingyenes időszak lejártá előtt nem mindig figyelmeztették az ügyfelet, hogy innentől fizetős a szolgáltatás	35%	74%
K13_9 Az üzemeltetők figyelmen kívül hagyták a korábbi bírósági ítéleteket	11%	44%
K13_10 Amíg a hirdetőik nem fizették ki a tartozást, addig nem lehetett törölni a hirdetéseket, így tovább nőtt a számla	29%	76%
K13_11 Nem működtették megfelelően az ügyfélszolgálatot	18%	63%
K13_12 Nem vették figyelembe a fogyasztói panaszokat	33%	75%
K13_13 Olyanoknak is küldtek számlát, akik nem is hirdettek, abban bízva, hogy tévedésből befizetik	0%	69%
K13_14 Lemásolták más, jónevű internetes ingatlanhirdetési oldalak arculatát, így a hirdetőik tévedésből itt hirdettek, nem ott, ahol eredetileg akartak	0%	75%

### 5.3 A VISSZAEMLÉKEZÉS FORRÁSA

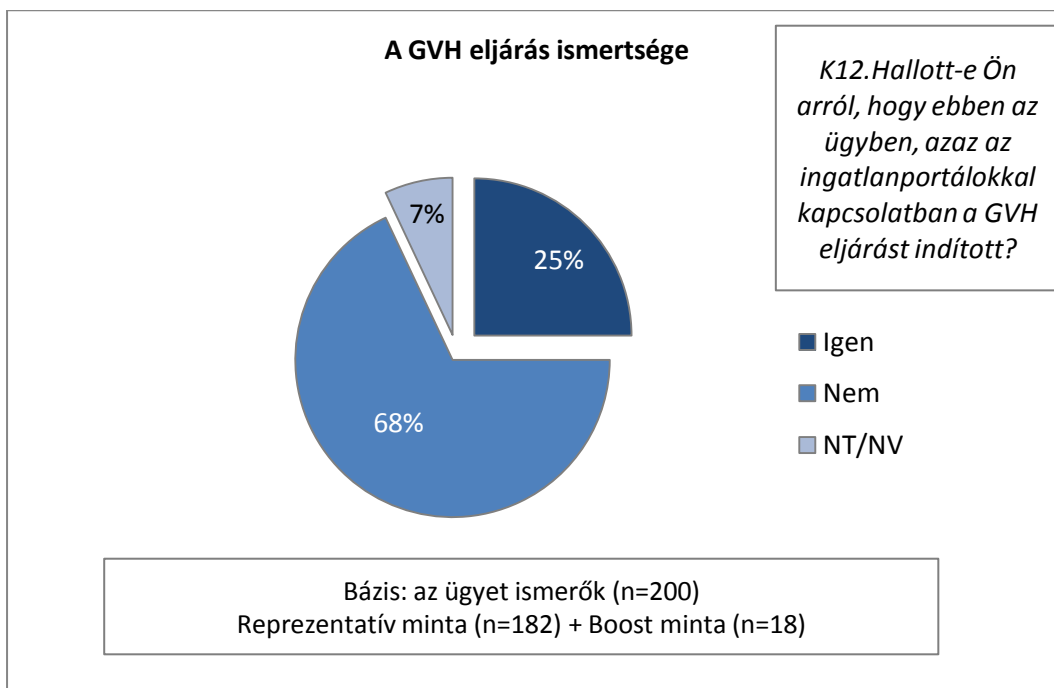
Az ügyről hallók jellemzően a **televíziót** és a különböző **internetes** csatornákat nevezték meg, mint ahonnan erről az ügyről hallottak. A televízióban pedig valójában – a GVH által rendelkezésre bocsátott médiafigyelés szerint – kevés szó esett az ügyről. Ugyannakkor szó lehetett olyan témákról (pl. lakásmaffia), amelyet az ingatlanportálos ügygel keverhettek, amint azt a spontán említéseknel láthattuk is.



## 5.4 A GVH ELJÁRÁS ISMERTSÉGE

Az ügyről a saját bevallásuk szerint hallók **csupán negyede hallott a GVH eljárásáról**. Ebből az is következik, hogy az ügyről valószínűleg nem a GVH kommunikáció kapcsán hallottak, hanem más kommunikáció kapcsán, illetve – mint az az adatokból elég jól látszik – egészen más témákról, ügyekről hallottak valójában.

E tekintetben az egyes demográfiai és egyéb háttérváltozók szerint nincs jelentős különbség. Annyi eltérés látható, hogy az ingatlanhirdetéseket az elmúlt 3 hónapban figyelők inkább tudtak a GVH eljárásról – hiszen ők involváltabbak lehetnek.



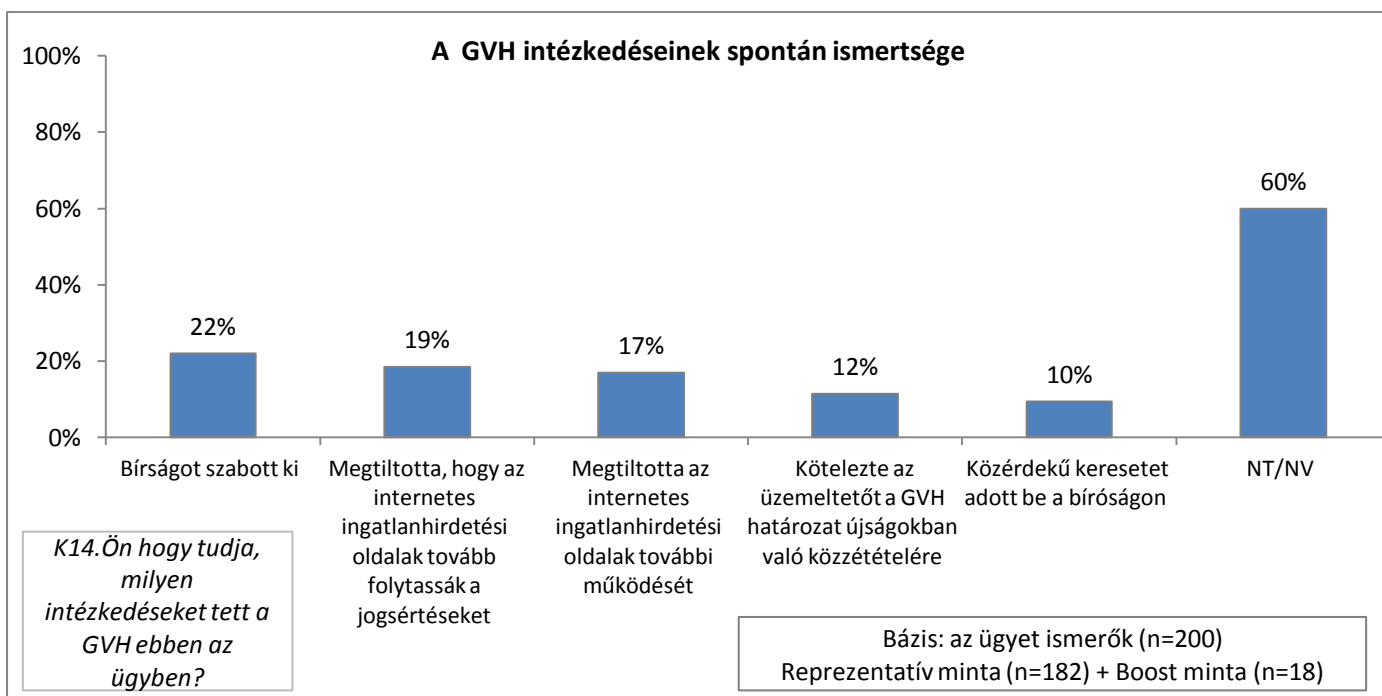
K12. Hallott-e Ön arról, hogy ebben az ügyben, azaz az ingatlanportálokkal kapcsolatban a GVH eljárást indított?					
		Igen	Nem	NT/NV	n=
S1. Nem	Férfi	26%	67%	8%	90
	Nő	25%	69%	6%	110
	Összesen	25%	68%	7%	200
S2. Életkor	18-29	33%	61%	6%	36
	30-39	22%	78%		23
	40-49	10%	81%	10%	31
	50-59	32%	60%	9%	47
	60-x	24%	68%	8%	63

K12.Hallott-e Ön arról, hogy ebben az ügyben, azaz az ingatlanportálokkal kapcsolatban a GVH eljárást indított?					
S3 Iskolai végzettség	8 általános és alatta	25%	64%	11%	44
	Szakmunkásképző	21%	71%	9%	78
	Gimnázium, szakközépiskola, technikum	32%	64%	4%	47
	Főiskola, egyetem	26%	74%		31
S4 Településtípus	Budapest	21%	72%	7%	29
	Megyeszékhely, megyei jogú város	18%	71%	11%	45
	Város	34%	63%	3%	71
	Község	22%	69%	9%	55
D1 Foglalkozás	Aktív kereső versenyszférában	27%	67%	6%	49
	Aktív kereső közszférában vagy nonprofit szférában	18%	79%	3%	33
	GYES-en, GYED-en, GYÁS-on lévő	25%	75%		4
	Nyugdíjas, öregségi (saját jogon), özvegyi nyugdíjas	29%	65%	6%	69
	Rokkant nyugdíjas (leszállékolt)	13%	73%	13%	15
	Munkanélküli	27%	60%	13%	15
	Tanuló, hallgató	20%	70%	10%	10
	Háztartásbeli, egyéb inaktív kereső	40%	40%	20%	5
D3 Internethasználat	naponta	28%	72%		79
	hetente többször	20%	72%	8%	25
	ritkábban	23%	63%	13%	30
	nem használ internetet	24%	64%	12%	66
D4 Ingatlanhirdetéseket nézett-e az elmúlt 3 hónapban?*	igen	38%	60%	2%	45
	nem	21%	70%	8%	155
D5 Meglátogatta-e valaha az érintett portálokat?	igen	32%	66%	3%	38
	nem	23%	69%	8%	155
	NT/NV	43%	57%		7
*jelölve a Chi-négyzet teszt alapján szignifikáns eltérés (sig. <= 0,05)					

Azt, hogy a GVH milyen lépéseket tett az ügyben, mindenkitől kérdeztük, függetlenül attól, hogy emlékeztek-e GVH fellépésre vagy sem. Érdekes azonban természetesen külön nézni azokat, akik emlékeztek a GVH fellépésére, és akik nem, hiszen az utóbbiak esetében az adatok inkább csak azt mutatják, milyen lépéseket feltételeznek a válaszadók ilyen esetekben.

Akik hallottak a GVH fellépéséről, azok kétharmada meg tudott nevezni (még ha segített is), legalább egy intézkedést, amelyek közül a **bírság** volt a leggyakoribb említés. Mivel a bírságot a GVH fellépéséről tudók jelentősen magasabb arányban említették, mint akik a fellépésről nem tudtak, feltételezhető, hogy a bírság kiszabásáról való tudás tényleges, és nem csak „találgatás” vagy következtetés.

A **közérdekű kereset** említettsége alacsony, **10% körüli az ügyet ismerők körében**. Akik a GVH fellépéséről tudnak, azok körében az említettség kétszerese a többiek körében mért értéknek, bár ez – az ebben a csoportban található alacsony elemszám miatt – statisztikailag nem szignifikáns.



	Hallott a GVH intézkedésről	Nem hallott a GVH intézkedésről
Bírságot szabott ki	42%	15%
Megtiltotta az internetes ingatlanhirdetési oldalak további működését	22%	16%
Közérdekű keresetet adott be a bíróságon	14%	7%
Megtiltotta, hogy az internetes ingatlanhirdetési oldalak tovább folytassák a jogsértéseket	28%	16%
Kötelezte az üzemeltetőt a GVH határozat újságokban való közzétételére	12%	9%
NT/NV *	36%	69%
n=	50	136



Összegezve a fentieket, kijelenthetjük, hogy **az ügy részleteinek ismertsége igen bizonytalan**. A többség inkább **más**, régebbi tudást vagy **sajtóhíreket vetít ki erre az ügyre**. A GVH szerepét az ügyben szintén kevesen ismerik. Nem csak azt nem tudják, hogy konkrétan mit tett a GVH, hanem sokan még azt sem, hogy a GVH-nak volt szerepe ebben az ügyben. Így a jövőben az ügyek aktívabb (esetleg a televíziós csatornákra is kiterjedő), és konkrétabb, közérthetőbb kommunikációját érdemes fontolóra venni.