

Az e-kereskedelemmel kapcsolatos fogyasztóvédelmi problémák Fejér megyében

- Kutatási beszámoló -

A kutatásra a TÁMOP-5.5.6-08/2-2008-0003 projekt
keretén belül került sor,
megvalósítását az Európai Szociális Alap támogatta



Echo Innovációs Műhely
H-8000 Székesfehérvár, Tobak u. 17.
Tel: (22) 502-276 Fax: (22) 379-622
Mail: projekt@echosurvey.hu

Echo Innovációs Műhely
2010. január 19.

Jelen beszámoló további felhasználásához lépjen kapcsolatba az Echo Innovációs Műhellyel.

A tanulmány kéziratnak minősül, hivatkozni ennek figyelembevételével a feltüntetett szerzők, annak hiányában a beszámolót jegyző szervezet engedélyével lehet.

A kutatáshoz kapcsolódó adatbázis és módszertani anyagok az Intézetnél történt regisztráció után szintén elérhetők.

Javaslatait, észrevételeit, szakmai megjegyzéseit is szívesen várjuk a következő címen:

Echo Innovációs Műhely
Echo Survey Szociológiai Kutatóintézet

8000 Székesfehérvár, Tobak u. 17.

Tel: +36 (22) 502-276

Fax: +36 (22) 379-622

www.echosurvey.hu

info@echosurvey.hu

Tartalomjegyzék

1. A kutatás háttere	4.o.
2. Módszertan	4.o.
3. Az e-kereskedelemmel való kapcsolat és a bizalom indexe	5.o.
4. Tájékozottság az internetes vásárlással kapcsolatban	12.o.
5. Fogyasztói sérelmek az e-kereskedelemben	16.o.
6. Vélemények az internetes vásárlásokról	19.o.
7. Részletes adatok	22.o.

1. A kutatás háttere

A Székesfehérvári Fogyasztóvédelmi Egyesület az Új Magyarország Fejlesztési Terv Társadalmi Megújulás Operatív Programjában „Tudástranszfer és kapacitásfejlesztés Fejér megyében a fogyasztóvédelem társadalmasítására” címen pályázatot nyert. A program az Európai Szociális Alap támogatásával valósul meg, amelynek része Fejér megye lakossága körében primer kutatási projektek megvalósítása is a fogyasztóvédelem területén.

A program keretén belül kutatóintézetünk 2010. januárjában telefonos kutatást végzett Fejér megye felnőtt lakossága körében az internetes és telefonos vásárlásokkal szolgáltatásokkal kapcsolatos tapasztalatokról illetve fogyasztóvédelmi problémákról. A kutatás során kíváncsiak voltunk arra, hogy a lakosok mennyire bíznak az internetes áruházakban, üzletkötőkben, milyen fogyasztói sérelmek érték őket az igénybevett on-line szolgáltatások során, illetve mennyire vannak tisztában azzal, hogy milyen fogyasztói jogaik vannak az internetes vásárlás esetén. Jelen kutatási beszámoló ennek a kutatásnak az eredményeit foglalja össze.

2. Módszertan

Az Echo Innovációs Műhely Echo Survey Szociológiai Kutatóintézete reprezentatív telefonos kutatást végzett Fejér megye felnőtt lakossága körében 2010. január 9-17. között az emberek fogyasztóvédelmi problémáiról az internetes vásárlások vonatkozásában.

A telefonos kutatás során 300 fő válaszolt a feltett kérdésekre, a válaszmegtagadásokból fakadó kis mértékű torzulásokat többszemponú matematikai súlyozás segítségével korigáltuk. A beszámolóban közölt adatok az adatfelvétel sajátossága miatt (az internetet ismerő, az on-line vásárlásról fogalommal bíró lakosokra koncentrált felvétel) nem a megye egészének lakosságát, hanem az internetet ismerő lakosokat reprezentálják településméret, kor és nem szerint. A mintavételi hiba jelen kutatás esetén +/- 5 százalék. A kérdőívből kinyerhető empirikus adatokat kódolás után számítógépen rögzítettük és ellenőriztük. Az adatelemzést SPSS programmal végeztük.

3. Az e-kereskedelemmel való kapcsolat és a bizalom indexe

A kutatás során többféle szempont alapján vizsgáltuk az emberek internetes áruházakkal és telefonos valamint on-line eladókkal való kapcsolatát, így személyes érintettséget, a bizalmat, az általános és konkrét fogyasztói sérelmeket, panaszos ügyeket valamint az internetes vásárlással kapcsolatos attitűdöket egyaránt igyekeztünk feltárni a telefonos interjúk korlátozott kereti között.

Szakmai publikációkban gyakran találkozni azzal a figyelmeztetéssel, hogy az egységes szabványok ellenére meglehetősen gyerekcipőben jár a felhasználók internetes védelme, s jellemző, hogy az európai uniós államokban az internet hozzáférések számának növekedésével párhuzamosan nő az online csalások száma is. Az is jellemző tendencia, hogy folyamatosan növekszik az interneten termékeket és szolgáltatásokat vásárló európaiak aránya, ám a legtöbben továbbra is saját hazájukban nézelődnek, a nemzetközi megrendeléseknél hiányzik ugyanis az alapvető bizalom.

Egy korábbi nemzetközi kutatás¹ szerint 2006-2008 között az Európai Unió internetező polgárainak 2006-ban 27, 2008-ban pedig már 33 százaléka rendelt legalább egy terméket valamilyen online megoldáson keresztül. Nem meglepő módon a skandináv országok vezetik a ranglistát. Dánia, Norvégia, Svédország, Finnország, valamint Izland esetében ugyanis a netezők több mint 90 százaléka rendelt már az interneten, míg a közösség három legnépesebb országában, az Egyesült Királyságban, Franciaországban, valamint Németországban ez az arány 50 százalék körüli - ami szintén nem lebecsülendő.

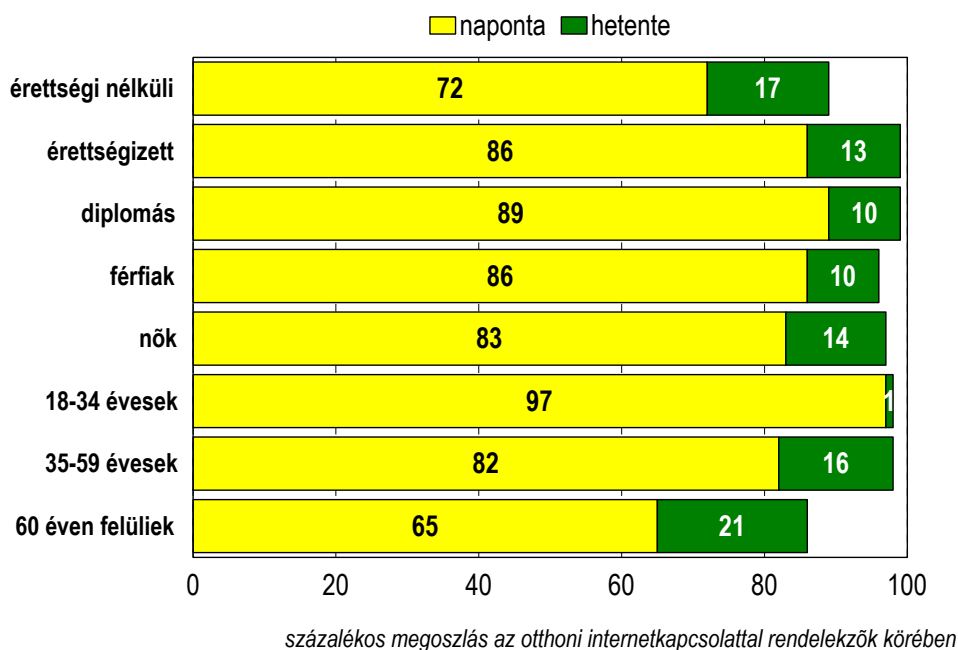
Az on-line vásárlás egyik alapfeltétele az internetes kapcsolat és a vásárlás szempontjából nem elhanyagolható az sem, hogy van-e otthoni internet kapcsolat. A telefonos kutatás alapján a megkérdezett fejr megyei lakosok 79 százaléka olyan háztartásban él, ahol van internet is, s mára már kezd eltűnni a generációs szakadék is e tekintetben, mert míg korábban a fiatalok és idősebbek között volt tapintható egyfajta sajátos törésvonal, jelenleg ez a határ a 60 évre tolódott ki, vagyis nemcsak a fiatalok, hanem a középkorú (30-45) és az idősödő (45-59) korcsoport tagjai számára is adott az on-line vásárlás alapvető feltétele².

¹<http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/354&format=HTML&aged=0%E3%80%88uage=HU>

² A kutatás témájából fakadóan azon válaszadók, akik nem ismerték az internetet illetve telefonnal nem rendelkeznek és ennek megfelelően on-line attitűddel sem rendelkeztek, nem kerültek be a mintába, így ez jellemzően tájékoztató adat, a teljes populációban nyilván alacsonyabb internet

Az otthoni internet-kapcsolattal rendelkező fejér megyei lakosok 85 százaléka naponta, 12 százaléka hetente használja az internetet, míg egyötödök ennél ritkábban. Az otthoni internettel rendelkezők körében a főbb demográfiai mutatók csak kis mértékben módosítják a trendeket, gyakorlatilag eltűnik a nemek szerinti különbség és az iskolai végzettség erős hatása is csökken (már az érettségivel nem rendelkező, otthoni internettel rendelkezők körében is több mint 70 százalék a napi internet használók köre. Az életkor szerint azért kimutatható az eltérés, minél idősebb valaki, annál ritkábban használja az internetet, de azt is látni kell, hogy az otthoni internettel rendelkező idősek 65 százaléka naponta használja, vagyis a relatív lemaradás.

Internet használat gyakorisága

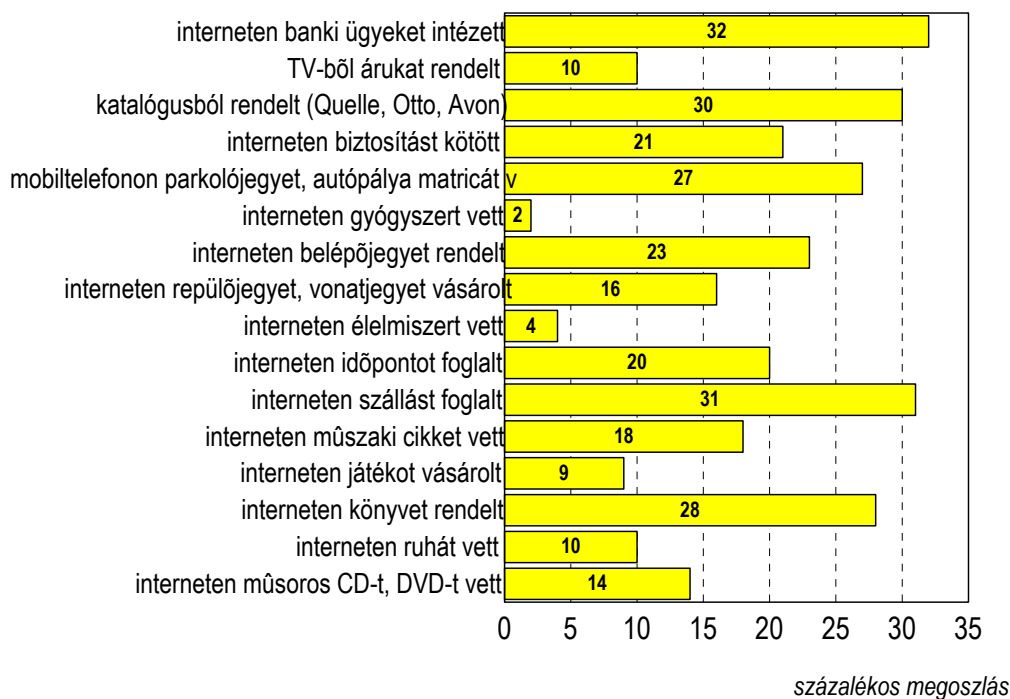


A kutatás során megkérdezett Fejér megyei lakosok közel kétharmadának volt már kapcsolata valamilyen on-line szolgáltatóval vagy rendelt már árut TV-n keresztül vagy katalógusból. A legnagyobb arányban az interneten keresztüli banki ügyintézés, az on-line szállásfoglalást és a katalógusból való rendelést, említették, mint olyan szolgáltatást, mint amit már igénybe vettek (30-32 százalékuk). Ehhez hasonló arányt (27-28 százalék) mutat a mobiltelefon történő

penetráció.

autópálya-matrica vagy parkolójegy vásárlás és az internetes könyvvásárlás előfordulása. A megkérdezettek közel egyötöde kötött már on-line alapon biztosítást, foglalt időpontot, vásárolt belépőjegyet vagy műszaki cikket. A gyógyszer, élelmiszer, játék jellemzően azok a termékek, amik az internetes vásárlások köréből kimaradnak Fejér megyében is.

On-line szolgáltatókkal kapcsolatba kerülők aránya

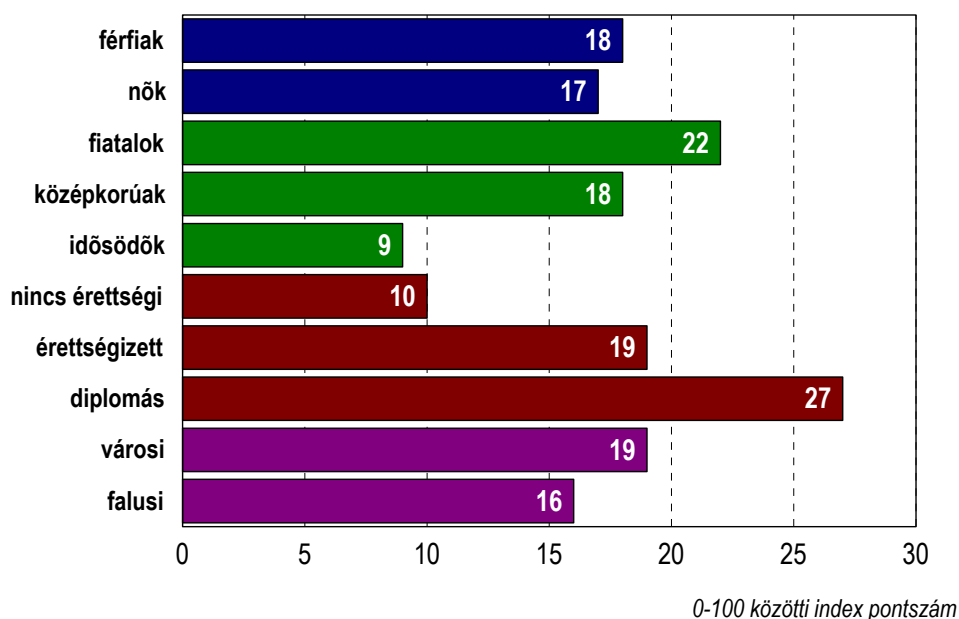


Nemek szerint vizsgálva a válaszok megoszlását a férfiak között magasabb arányban találunk olyanokat, akik már rendeltek interneten keresztül mozi vagy színházjegyet, vásároltak repülőjegyet, foglaltak időpontot hivatali ügyintézéshez, foglaltak szállást vagy vettek könyvet, míg nők között az átlagnál magasabb a TV-ből árukat rendelők aránya, a katalógusból vásárlóké valamit az internetes játékot vásárlóké. Mindez azt is mutatja, hogy családon belüli vásárlási szokások nemi megoszlása tükröződik vissza az on-line vásárlási szokásokban is. Életkor szerint jellemző tendencia, hogy fiatalok (35 éven aluliak) majdnem minden on-line vásárlás esetében aktívabbak, mint a középkorú vagy idősebb fogyasztók, de azért néhány kivétel akad. Ilyen az internetes biztosítás-kötés, a mobiltelefonos parkolójegy vagy matrica vásárlás és az on-line hivatali ügyintézés, ezek esetében az aktív, középkorú

korosztálynak (35-59 év) van a legintenzívebb kapcsolata a szolgáltatókkal. Az idős korosztály több mint fele egyáltalán nem került kapcsolatba tágan értelmezett on-line szolgáltatókkal (ide értve a TV-n keresztül vagy katalógusból való áru rendelését is), míg a fiatal felnőtteknél kétharmaduknál van már ilyen tapasztalat. Részben az életkorral összefüggésben az is kimutatható, hogy az iskola végzettség emelkedésével intenzívebb kapcsolat mutatható ki a lakosok és az internetes szolgáltatók között.

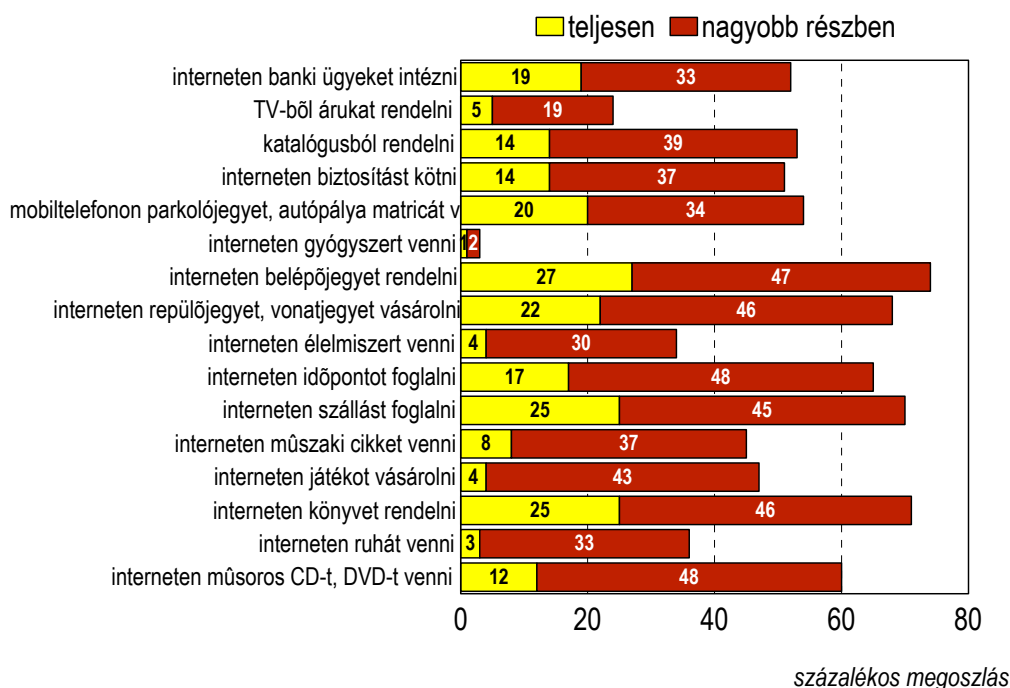
Ha a kapott válaszokat egyfajta sajátos kapcsolati indexben akarjuk kifejezni, ami 0-100 pont között mutatja, hogy kinek mennyi és mennyi féle internetes áruházzal, szolgáltatóval van kapcsolata, mennyi on-line vásárlási tapasztalata van, akkor százalékos skálán az átlag 18 pont, mely a fentiekben részletezett módon eltérő az egyes társadalmi csoportokban. A legmagasabb a fiatalok és a diplomások körében.

Kapcsolati-index az on-line áruházakkal, szolgáltatókkal az egyes társadalmi csoportokban



Az internetes és más hasonló on-line szolgáltatók, áruházak közül leginkább mozikban, színházakban, a repülőjegy/vonatjegy, szállás értékesítésben valamint a könyv-áruházakban bíznak a Fejér megyei lakosok, ám ez a bizalom relatív, mert mindössze a megkérdezettek 22-27 százaléka mondta, hogy teljes mértékben és további 45-47 százaléka, hogy inkább lehet bízni ezekben az on-line piacokban.

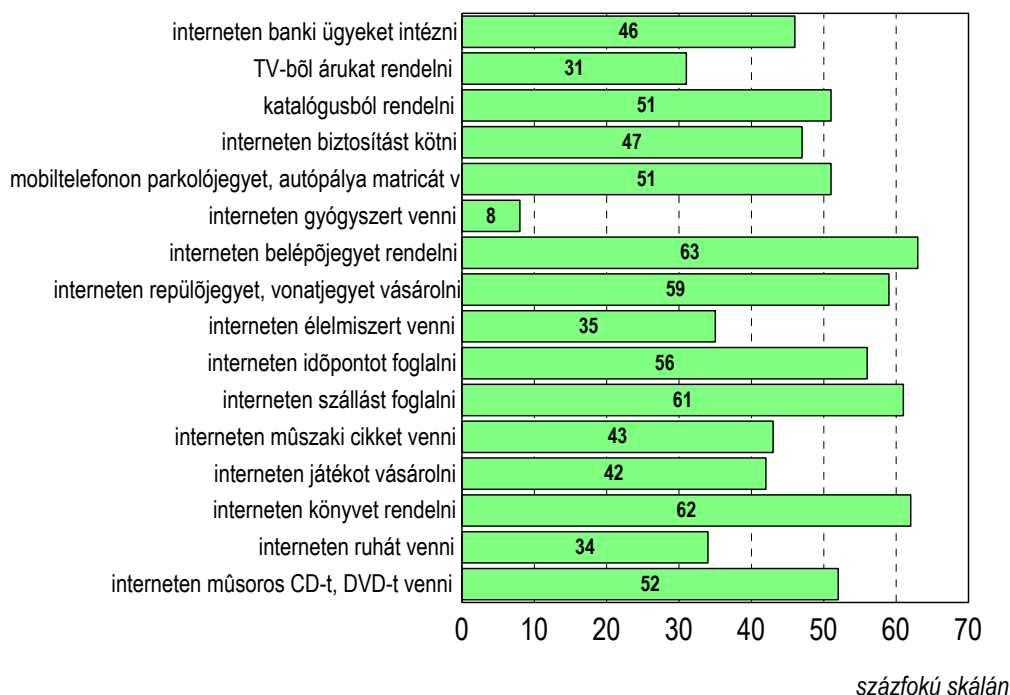
Mennyire megbízható...



Az internetes banki ügyintézésben, a katalógusból való rendelésben, az on-line alkuszokban, a mobilos vásárlásban az emberek fele bízik. Még kevésbé bíznak az emberek a TV shopokban, az internetes élelmiszer illetve gyógyszer forgalmazásban, de a műszaki cikkeket és a ruhákat árusító internetes kereskedőkben sem bízik a lakosok többsége.

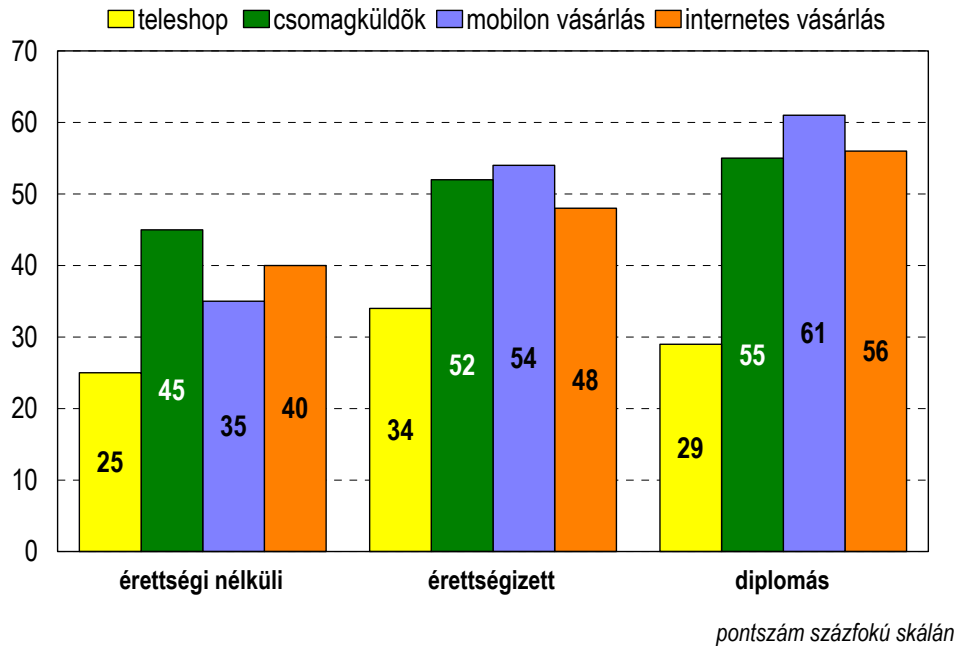
A kapott válaszokat százaléku skálára számolva (a bizonytalan válaszokat kivéve az elemzés alól) meghatározható az egyes internetes szolgáltatói piac lakossági bizalom-indexe. Ezek alapján a belépőjegyeket, szállást illetve könyveket értékesítő on-line árusítók 61-63 pontos bizalmi indexe pozitív véleményt tükröz, a legtöbb terület a 40-60 pont közötti bizonytalanságot tartományban van, a teleshop, a élelmiszer, a ruházati termékek és a gyógyszerek internetes forgalmazóinak 8-34 pontos bizalomindexe már erős ellenérzéseket tükröz.

Bizalom-indexek



Az egyes demográfiai változók mentén vizsgálva az internetes piacterek bizalom-indexének alakulását kirajzolódik egy-két sajátos tendencia. Jellemző, hogy a fiatalok a legtöbb web áruházban, on-line kereskedésben jobban bíznak, mint az idősebbek, ez alól kivételt képez a gyógyszer vásárlása és az internetes időpont foglalás. Az is kimutatható, hogy a nők jobban bíznak a teleshopokban, mint a férfiak. Az iskolai végzettség emelkedésével meredeken nő az internetes piacba vetett bizalom, s a vidék-város relációban is mérhető különbség, a megye rurális területein élők jellemzően jobban bíznak az internetes vásárlásokban, mint városlakók, ez alól csak a könyvvásárlás képez kivételt, amely esetében éppen fordított a mutató.

Az e-kereskedelem iránti bizalom alakulása



Az ember egy-egy e-kereskedelmi szolgáltatóval kapcsolatosan úgy is véleményt formálhatnak, ha nincs vele közvetlen kapcsolata és nyilván megalapozottabb véleményt fogalmazhatnak róla, ha kliens minőségében érintettek az adott szolgáltatónál, e-piactéren. Ha e dimenzió mentén nézzük a bizalom-indexet, akkor azt látjuk, hogy aki az adott szolgáltató csoportnak kliense vagy kliense volt, érezhetően sokkal nagyobb bizalommal vannak a szolgáltató iránt, mint akik csak hallomás alapján formáltak véleményt, illetve ez valószínűleg fordítva is igaz, akik nem bíznak az adott szolgáltatóban nem is veszik igénybe pénzügyi szolgáltatásaikat. Az is jellemző, hogy akik soha nem használták és nem is tervezik, hogy használják az adott e-kereskedelmi lehetőségeket, alapvetően bizalom-hiány miatt zárkóznak el.

Különösen nagy különbség mérhető a belépőjegyek, könyvek és repülőjegyek tekintetében, aki már vásárolt ilyen termékeket ezen a módon, tökéletesen megbíznak bennük (87-93 pont pont), aki még nem vásárolt így, de a jövőben kipróbálná 62-65 pontot adott a bizalmi skálán, míg aki teljesen elzárkózik 22-28 ponttal erősen bizalmatlan. Átlagosan 20-30 ponttal magasabb bizalom-index mérhető azok körében, akiknek személyes tapasztalatuk is van az egyes e-kereskedelmi szolgáltatásokkal, mint azok körében, akik még soha nem

próbálták, de alapvetően nyitottak rá a jövőben, s 50-60 ponttal magasabb mint azoké, akik teljesen el is zárkoznak.

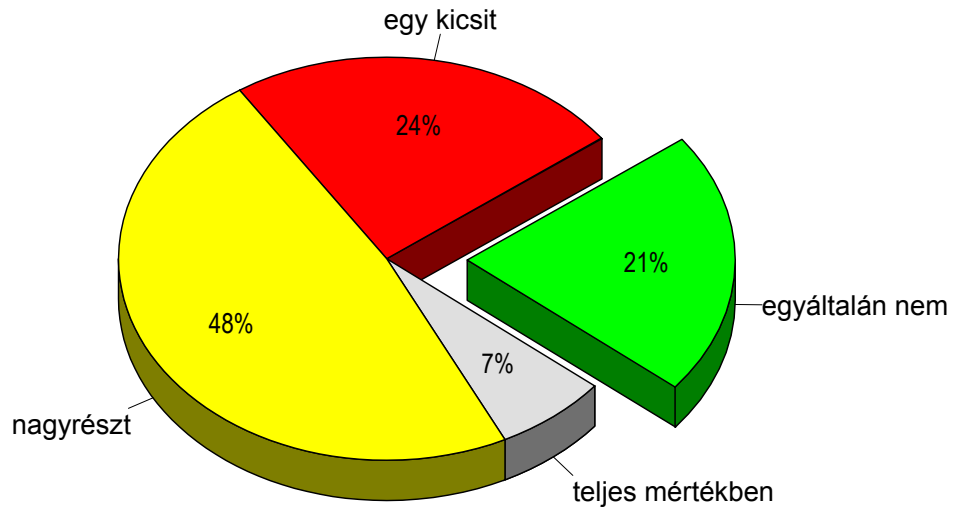
	Volt már kapcsolata az adott szolgáltatóval	Nem volt még kapcsolata, de a jövőben használná	Nem volt még és nem is tervezi a hogy használja az adott szolgáltatást
interneten banki ügyeket intézni	81	61	11
TV-ből árukat rendelni	59	57	17
katalógusból rendelni	73	53	25
interneten biztosítást kötni	78	58	16
mobiltelefonon parkolójegyet, autópálya matricát venni	79	53	19
interneten gyógyszert venni	55	24	6
interneten belépőjegyet rendelni	93	64	22
interneten repülőjegyet, vonatjegyet vásárolni	89	65	19
interneten élelmiszert venni	83	55	16
interneten időpontot foglalni	81	63	17
interneten szállást foglalni	84	61	18
interneten műszaki cikket venni	72	58	12
interneten játékot vásárolni	68	60	14
interneten könyvet rendelni	87	62	28
interneten ruhát venni	68	58	10
interneten műsoros CD-t, DVD-t venni	80	60	27

Bizalom-index pontszám 0-100 között

4. Tájékozottság az internetes vásárlással kapcsolatban

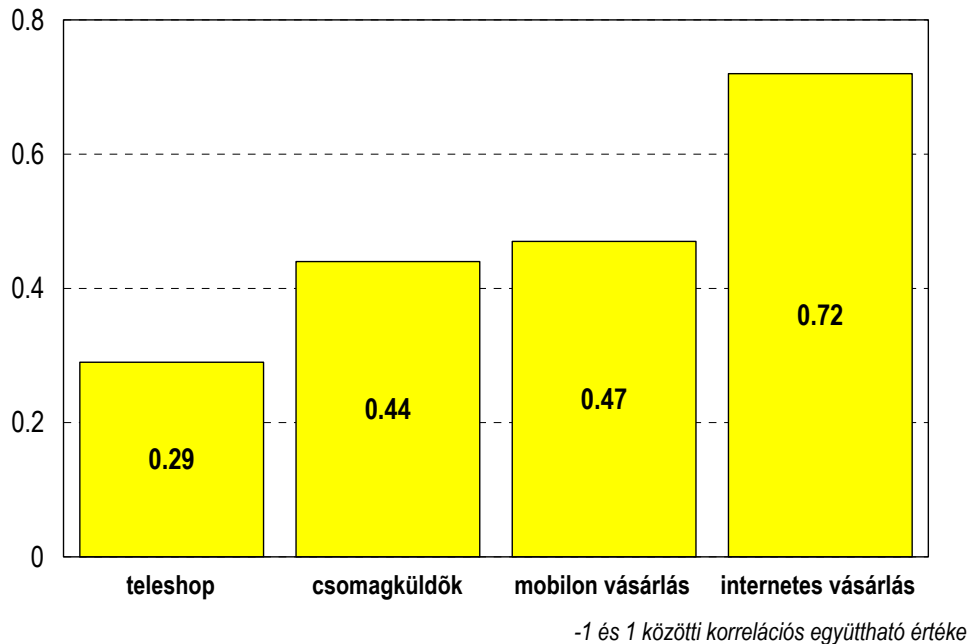
Az on-line vásárlással kapcsolatos ismeretek oktatásának szükségessége már korábban felmerült, de mindeztidáig nem történt az ügyben komoly előrelépés. Mindezzel kapcsolatban elmondható, hogy Fejér megyében mindössze a lakosok 7 százaléka érzi magát teljes mértékben tájékozottnak az internetes vásárlással kapcsolatban, s azok aránya, akik úgy érzik nagyrészt képpen vannak, 48 százalék, míg minden második megkérdezett csak egy kicsit, vagy egyáltalán nem tartja magát tájékozottnak.

Mennyire érzi magát tájékozottnak az internetes vásárlással kapcsolatban?



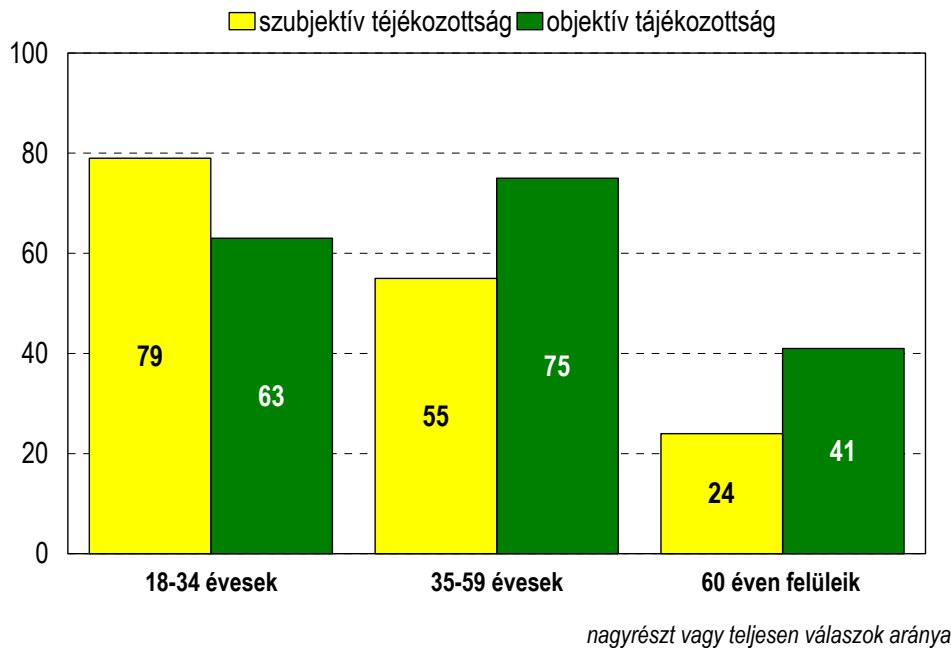
Jellemző, hogy fiatalok és a diplomások az átlagnál jóval tájékozottabbnak tartják magukat az internetes vásárlásokkal kapcsolatban. Az is kimutatható, hogy a tájékozottság és a bizalom nem független egymástól. Azok, akik tájékozottabbak sokkal jobban bíznak az e-kereskedelmi formákban (66-70 pont), mint azok, aki tájékozatlannak tartják magukat (13-4 pont), különösen igaz ez a mobiltelefonon keresztül történő vásárlásra.

Az e-kereskedelemmel kapcsolatos tájékozottság és a bizalom összefüggése

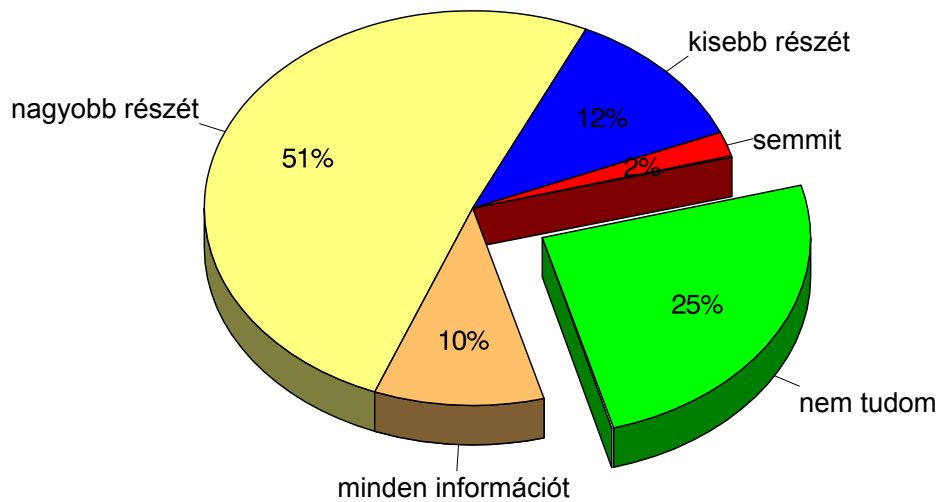


A szubjektív tájékozottság mellett objektív tényezőket is vizsgáltunk, megkérdeztük többek közt azt is a lakosoktól, hogy hallottak-e arról, hogy az interneten történő vásárlás után 8 munkanapon belül visszaküldheti a megrendelt árut vagy lemondhatja a megrendelt szolgáltatást mindenféle indoklás nélkül. A kapott válaszok alapján, meglepően sokan, 65 százalék nyilatkozott úgy, hogy tud erről a lehetőségről. Az ugyanakkor már elgondolkodtató, hogy akik nagyrészt tájékozottnak vélik magukat az internetes vásárlással kapcsolatban, 20 százalékban nem tudtak róla. Kimutatható, hogy e tekintetben nem annyira a fiatalok, mint inkább a középkorúak valamint az érettségivel rendelkezők tűnnek tájékozottabbnak.

On-line vásárlók tájékozottsági mutatója



Véleménye szerint az internetes webáruházak mennyi információt tesznek közzé azok közül, amit a vásárlóknak tudniuk kell?



Egy-egy internetes vásárláskor azonban a vásárlási feltételek és módozatok sokszínűsége és a vonatkozó szabályok sokasága miatt, előfordulhat, hogy hiába olvassa át a fogyasztó a vásárlási feltételeket, úgy érzi nem kapja meg a teljes körű információt. Kutatásunkból kiderült, hogy a Fejér megyében lakó felnőttek mindössze 10 százaléka véli úgy, hogy a webáruházak minden információt közzétesznek azok közül, amit a vásárlással kapcsolatban a fogyasztónak tudnia kell, 51 százalékuk azon a véleményen van, hogy nagyrészt közzéteszik ezeket az információkat, míg 14 százalékuk számára a legtöbb ilyen információ rejtve marad saját bevallásuk alapján.

5. Fogyasztói sérelmek az e-kereskedelemben

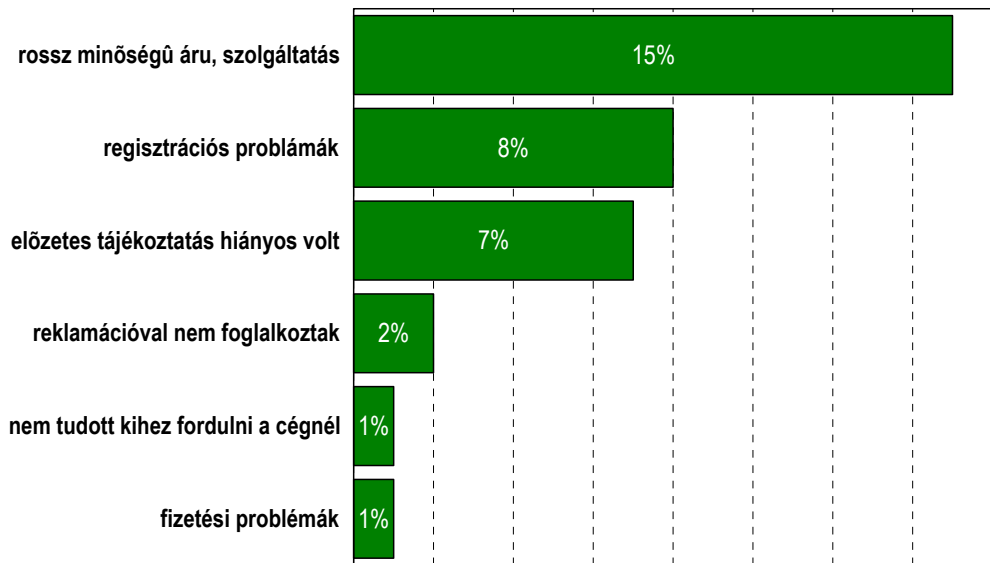
A 2001. évi CVIII. törvény az elektronikus kereskedelmi szolgáltatások, valamint az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások egyes kérdéseiről EU konform módon rendelkezik az adatvédelem, az elektronikus kereskedelmi kapcsolatokban a fogyasztók jogainak védelméről, a szolgáltató felelősségéről, az elektronikus hirdetésre vonatkozó szabályokról.

Ezzel együtt előfordulhatnak fogyasztói sérelmek, problémák e területen is. Az on-line eszközöket használók körében végzett telefonos kutatásunk során kíváncsiak voltunk arra, hogy Fejér megye lakossága körében milyen fogyasztói sérelmek fordultak elő, illetve melyek azok, amelyekkel nagyobb gyakorisággal találkoztak a különböző elektronikus kereskedelmi szolgáltatások igénybevétele során.

A leggyakoribb fogyasztói sérelemként az áru vagy szolgáltatás minőségére vonatkozott, a lakosok 3 százalékánál többször is, további 12 százalékánál egyszer-kétszer előfordult már. A másik elterjedtebb probléma, közel minden tizedik lakos élte már meg, hogy a megrendelés regisztrációjával volt valamilyen probléma, s 7 százalékuk nyilatkozott úgy, hogy előfordult már vele, hogy a tájékoztatás koránt sem volt teljes körű a konkrét internetes vásárlás esetén.

A fenti fogyasztói sérelmek többnyire a vidéken élő nők között fordultak elő nagyobb gyakorisággal, az életkor és az iskolai végzettség mentén nem mutatható ki lényeges különbség az egyes alcsoportok között.

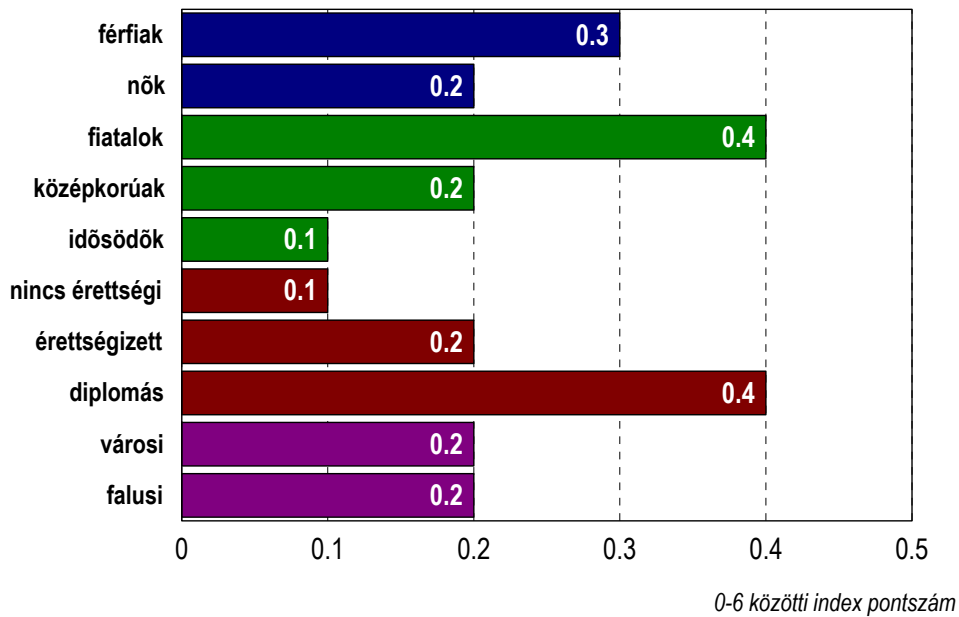
E-kereskedelmi fogyasztói sérelmek előfordulási aránya a megyében



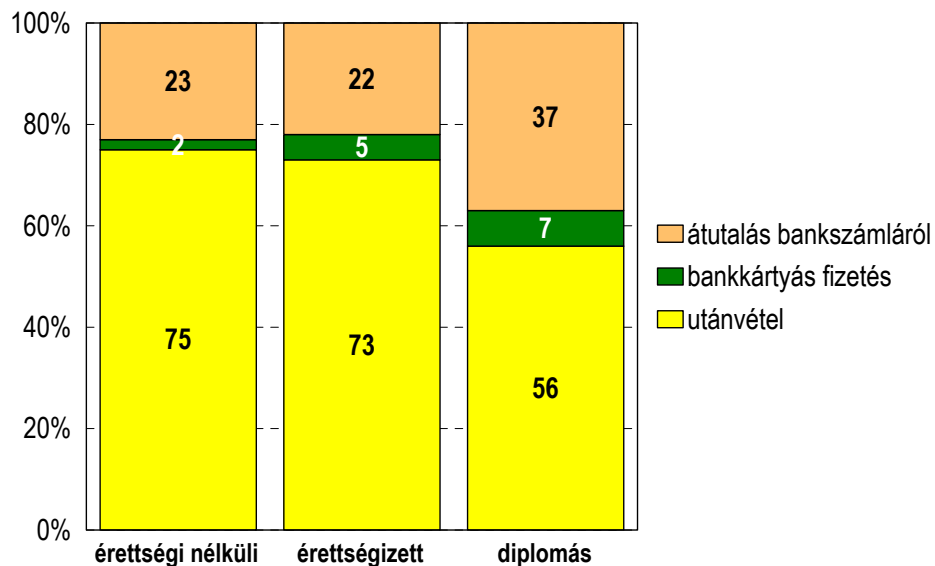
"Igen" válaszok aránya

Összesítve a fogyasztói sérelmeket meghatározható egy sajátos probléma-index, melynek értéke 0-6 közötti tartományban mozoghat, ahol a 0 azokat jelöli, akikkel egyáltalán nem fordult elő e-kereskedelmi szolgáltatásokkal kapcsolatos sérelem, 6 pedig azt jelenti ahol mind a 6 féle előfordult. Ennek átlaga megyei szinten 0,2 pont, mely elfedi azonban azt a tényt, hogy a fiatalok és a képzettebbek (akik a legintenzívebbek az e-kereskedelmi szolgáltatások igénybevételénél) az átlagnál kitettebbek a fogyasztói sérelmeknek.

E-kereskedelmi sérelem-index az egyes társadalmi csoportokban



Ön szerint melyik fizetési mód a legmegbízhatóbb internetes vásárlás esetén?



Az internetes vásárlás esetében az emberek többsége a legmegbízhatóbb fizetési módnak a postai utánvétes (készpénzzel) történő fizetést tartja, ami egy internetes kereskedelmi környezetben nem éppen a legmodernebb mód. Összességében a mintába került lakosok 69 százaléka ezt jelölte meg, mint

legbiztonságosabb fizetési módszert, 26 százalékuk a bankszámláról történő átutalásra szavaz, míg mindössze 5 százalékuk tartja a legmegbízhatóbbnak a bankkártyás fizetést internetes vásárláskor. Az életkor szerint jellemző, hogy míg az időseknél az utánvétel népszerűsége 76 százalékos, addig a fiataloknál csak 62 százalék, s ezzel párhuzamosan mind a bankkártyás, mind pedig az átutalásos mód preferáltabb, mint az időseknél. Nemek szerint is van eltérés, a nők körében magasabb az utánvétel említése, míg a férfiak körében az átlagnál magasabb az átutalás, s ugyanez igaz a város-vidék relációban is.

Különösen az alacsonyabban kvalifikált emberek körében népszerű az utánvétel, míg a diplomás válaszadók 7 százaléka a kártyás fizetést, 37 százaléka az átutalást tartja a legmegbízhatóbb fizetési módnak internetes vásárlás esetében.

6. Vélemények az internetes vásárlásokról

Az internetes vásárlással kapcsolatban sokféle vélemény és attitűd létezik, ezeket a kutatás során megpróbáltuk rendszerezni és felmérni. Ennek érdekében az internetes vásárlással kapcsolatos pozitív és negatív tartalmú kijelentésekről kellett a válaszadónak eldönteni, hogy melyikkel milyen mértékben ért egyet. A kapott válaszokat ez esetben is százfokú skálára számoltuk át. Ezek alapján a Fejér megyei lakosok körében konszenzus van abban, hogy az internetes vásárlással időt lehet megtakarítani, bárholnan elérhető, kényelmes, gyors és könnyű az árakat összehasonlítani. Az egyetértés mértéke százfokú skálán 81-88 pont e kérdésekben. Két veszélyre figyelmeztető jellemző is magas pontszámokat kapott, sokan értenek egyet azzal, hogy kockázatos, mivel nem lehet megvizsgálni a terméket és az interneten megadott vásárlói adatokkal visszaélhetnek. A skálán mért 70-74 pont a bizalmatlanságról árulkodó adat. Többen attól is tartanak (65 pont), hogy illetéktelenek hozzáférhetnek a bankszámlához az internetes vásárláskor, de további problémaként merült fel, hogy elveszik a vásárlás öröme (64 pont), illetve azt vélelmezik többen is, hogy nehezen lehet reklamálni, ha valami probléma van. Abban a kérdésben, hogy bonyolult lenne az internetes vásárlás megosztanának a vélemények, csakúgy mint abban, hogy a megrendelés és a kézbesítés között sok idő telne el.

Az internetes vásárlás...	Egyetértés százfokú skálán	Szórás Százfokú skálán	Nem tudom válasz aránya (%)
Gyors	85	19	11
Kényelmes	86	18	9
bonyolult	41	29	11
kockázatos, mivel nem tudom megvizsgálni a terméket	74	24	5
időt lehet megtakarítani vele	88	17	13
olcsóbban lehet vásárolni az interneten	66	25	33
az interneten megadott adataimmal visszaélhetnek	70	27	11
elveszik a vásárlás öröme	64	31	7
bárhonnan elérhető	88	18	13
illetéktelenek hozzáférhetnek a bankszámlámhoz	65	30	9
nehezen lehet reklamálni, ha valami probléma van	57	27	17
könnyű az árakat összehasonlítani	81	20	26
a megrendelés és a kézbesítés között sok idő telik el	47	30	26

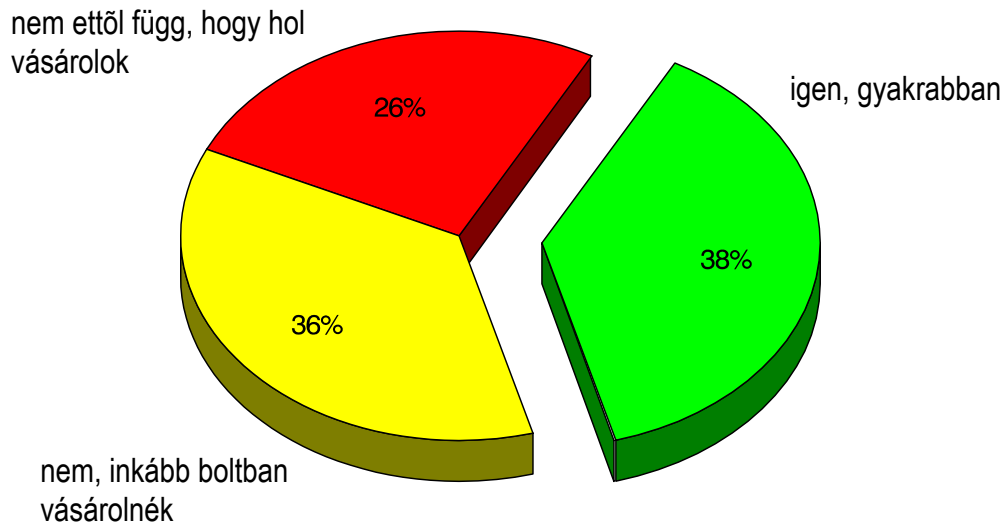
Pontszám 0-100 között, illetve százalék

Felmerül a kérdés, hogy mennyire árérzékenyek a fogyasztók, illetve hogy az internetes vásárlás kedvezőbb anyagi feltételeit kihasználva lehet-e növelni az elektronikus kereskedelemben résztvevő fogyasztók számát. A kutatás során ezzel kapcsolatosan is megfogalmaztunk egy kérdést, melyből az derült ki, hogy a csupán minden harmadik embert vásárolna gyakrabban az interneten, ha különleges kedvezményeket kapna és alacsonyabb áron kapná meg a termékeket, mint a boltban. 26 százaléka úgy foglalt állást, hogy nem a kedvezményektől és az alacsonyabb ártól függ, hogy interneten vásárol vagy máshol, s 36 százaléka kifejezetten visszautasítja az e-kereskedelemben való részvételt.

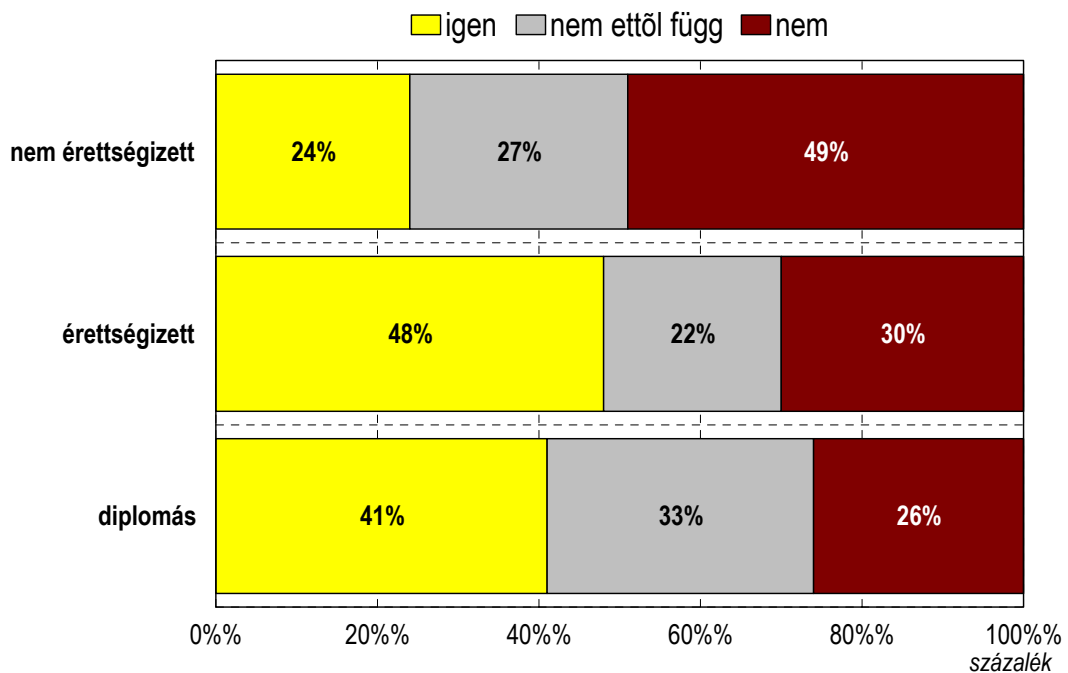
Alcsoportonként vizsgálva a fenti kérdéseket megállapítható, hogy elsősorban a fiatalok és a közepesen kvalifikáltakat (érettségizett, de nem diplomás) lehet elsősorban érdekeltté tenni az árral és a kedvezményekkel az

internetes vásárlásban, a teljesen képzetlenek körében jóval több (49 százalék) az eleve elzárkózó, míg a diplomások körében átlag feletti azok aránya, akik nem az ártól teszik függővé, hogy vásárolnak.

Ön gyakrabban vásárolna-e interneten, ha különleges kedvezményeket kapna és alacsonyabb áron kapná meg a termékeket, mint a boltban?



Ön gyakrabban vásárolna interneten, ha különleges kedvezményeket kapna és alacsonyabb áron kapná meg a termékeket, mint a boltban?



7. Részletes adatok

Kérjük mondja meg Ön szerint mennyire megbízhatóak az alábbiak...?

1. interneten banki ügyeket intézni
2. TV-ből árukat rendelni
3. katalógusból rendelni (Quelle, Otto, Avon)
4. interneten biztosítást kötni
5. mobiltelefon segítségével parkolójegyet, autópálya matricát venni
6. interneten gyógyszert venni
7. interneten belépőjegyet rendelni (mozi, színház)
8. interneten repülőjegyet, vonatjegyet vásárolni

Változó	Kategória	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.
Nem	férfi	48	26	51	46	51	9	66	60
	nő	45	35	51	47	50	8	61	58
Korcsoport	18-34 év	58	40	58	54	59	9	67	64
	35-59 év	46	30	52	49	53	9	66	60
	60 év és idősebb	30	20	37	30	34	7	54	50
Iskolai végzettség	nincs érettségi	31	25	45	34	36	4	56	50
	érettségizett	53	34	53	48	54	10	64	59
	diplomás	57	29	55	59	61	10	76	73
Település	városi	48	23	50	40	46	11	66	59
	falusi	44	42	51	56	58	5	60	59

Bizalmi index százfokú skálán

9. interneten élelmiszert (meleg- és hidegételt) venni
10. interneten időpontot foglalni hivatali ügyintézésre
11. interneten szállást foglalni
12. interneten műszaki cikket venni
13. interneten játékot vásárolni
14. interneten könyvet rendelni
15. interneten ruhát venni
16. interneten műsoros CD-t, DVD-t vásárolni

Változó	Kategória	9.	10.	11.	12.	13.	14.	15.	16.
Nem	férfi	36	55	61	43	41	64	31	51
	nő	34	57	61	43	43	60	36	53
Korcsoport	18-34 év	43	57	63	52	50	69	39	63
	35-59 év	34	57	66	42	41	63	34	50
	60 év és idősebb	25	51	50	31	34	49	27	41
Iskolai végzettség	nincs érettségi	28	50	52	32	28	52	27	42
	érettségizett	41	54	64	49	47	63	37	54
	diplomás	33	68	70	44	48	75	38	60
Település	városi	22	52	61	34	33	65	22	48
	falusi	51	61	62	53	53	59	49	57

Bizalmi index százfokú skálán

Önnel előfordultak-e már az alábbiak?

1. interneten banki ügyeit intézte
2. TV-ből árukat rendelt
3. katalógusból árut rendelt (Quelle, Otto, Avon)
4. interneten biztosítást kötött
5. mobiltelefon segítségével parkolójegyet, autópálya matricát vásárolt
6. interneten gyógyszert vett
7. interneten belépőjegyet rendelt (mozi, színház)
8. interneten repülőjegyet, vonatjegyet vásárolt

Változó	Kategória	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.
Nem	férfi	32	7	28	20	28	1	29	20
	nő	30	13	32	22	28	2	18	12
Korcsoport	18-34 év	42	16	37	22	29	3	31	18
	35-59 év	34	9	31	26	33	0	25	15
	60 év és idősebb	10	3	17	8	14	2	7	13
Iskolai végzettség	nincs érettségi	13	5	21	11	8	1	18	13
	érettségizett	35	13	33	22	35	2	23	12
	diplomás	46	10	38	35	36	2	35	30
Település	városi	31	9	38	14	21	2	30	20
	falusi	32	11	20	29	35	1	14	11

„Igen” válaszok százalékos aránya

9. interneten élelmiszert (meleg- és hidegételt) rendelt
10. interneten időpontot foglalt hivatali ügyintézésre
11. interneten szállást foglalt
12. interneten műszaki cikket vásárolt
13. interneten játékot vásárolt
14. interneten könyvet rendelt
15. interneten ruhát vett
16. interneten műsoros CD-t, DVD-t vásárolt

Változó	Kategória	9.	10.	11.	12.	13.	14.	15.	16.
Nem	férfi	4	24	34	19	8	31	8	13
	nő	4	17	29	17	11	25	11	14
Korcsoport	18-34 év	8	22	36	25	13	37	10	23
	35-59 év	4	25	32	16	6	30	11	12
	60 év és idősebb	1	9	24	13	10	12	6	4
Iskolai végzettség	nincs érettségi	1	15	16	9	10	20	3	5
	érettségizett	6	19	31	23	9	26	13	15
	diplomás	4	30	57	23	13	46	14	23
Település	városi	5	23	32	16	11	38	14	11
	falusi	3	16	30	21	7	16	5	16

„Igen” válaszok százalékos aránya

Tájékozottak érzi magát az internetes vásárlással kapcsolatban?

Változó	Kategória	Inkább igen	Inkább nem
Nem	férfi	58	42
	nő	54	46
Korcsoport	18-34 év	79	21
	35-59 év	54	46
	60 év és idősebb	24	76
Iskolai végzettség	nincs érettségi	36	64
	érettségizett	63	37
	diplomás	75	25
Település	városi	52	48
	falusi	60	40

sorszázalékos megoszlás

Véleménye szerint az internetes webáruházak mennyi információt tesznek közzé azok közül, amit a vásárlóknak tudniuk kell?

- 4 - minden információt,
- 3 - nagy részét,
- 2 - kisebb részét vagy
- 1 - nem tesznek közzé semmi információt?

Változó	Kategória	Nem tesznek közzé	Kisebb részt	Nagy-részt	Minden infót
Nem	férfi	5	15	66	14
	nő	1	17	69	13
Korcsoport	18-34 év	4	6	79	11
	35-59 év	2	19	61	18
	60 év és idősebb	3	29	63	5
Iskolai végzettség	nincs érettségi	9	20	57	15
	érettségizett	2	13	70	15
	diplomás	0	13	79	9
Település	városi	3	21	71	6
	falusi	3	11	64	22

A válaszok sorszázalékos megoszlása

Előfordultak-e már Önnel a következők?

1. rossz minőségű árut vagy szolgáltatást kapott
2. reklamált a cégnél, de a cég nem foglalkozott az ügygel
3. reklamálni szeretett volna, de nem tudott kihez fordulni a cégnél
4. az előzetes tájékoztatás nem volt teljeskörű
5. a fizetéskor problémák voltak
6. a megrendelés regisztrációjával probléma volt

Változó	Kategória	1.	2.	3.	4.	5.	6.
Nem	férfi	13	1	0	9	1	13
	nő	14	1	1	6	1	4
Korcsoport	18-34 év	24	0	0	6	0	13
	35-59 év	8	1	1	7	2	6
	60 év és idősebb	15	3	0	9	3	3
Iskolai végzettség	nincs érettségi	8	2	0	4	2	4
	érettségizett	14	0	1	8	1	8
	diplomás	26	2	0	7	2	12
Település	városi	19	2	0	7	0	8
	falusi	11	0	1	7	2	8

„Előfordult” válaszok százalékos aránya

Hallott arról, hogy az interneten történő vásárlás után 8 munkanapon belül visszaküldheti a megrendelt árut vagy lemondhatja a megrendelt szolgáltatást mindenféle indoklás nélkül?

Változó	Kategória	Igen	Nem
Nem	Férfi	67	33
	Nő	64	36
Korcsoport	18-34 év	63	37
	35-59 év	75	25
	60 év és idősebb	51	49
Iskolai végzettség	nincs érettségi	51	49
	Érettségizett	75	25
	Diplomás	70	30
Település	Városi	65	35
	Falusi	66	34

százalékos megoszlás

Ön mennyire ért egyet az alábbi kijelentésekkel? Az interneten történő vásárlás, illetve ügyintézés...

1. gyors
2. kényelmes
3. bonyolult
4. kockázatos, mivel nem tudom megvizsgálni a terméket
5. időt lehet megtakarítani vele
6. olcsóbban lehet vásárolni az interneten

Változó	Kategória	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
Nem	férfi	85	87	38	70	90	67	66
	nő	84	85	44	78	87	65	74
Korcsoport	18-34 év	87	88	35	70	90	71	67
	35-59 év	86	86	37	74	88	64	69
	60 év és idősebb	76	81	59	81	86	62	77
Iskolai végzettség	nincs érettségi	82	81	54	80	84	60	76
	érettségizett	87	88	35	75	90	67	69
	diplomás	86	88	41	67	90	69	64
Település	városi	85	86	43	67	90	65	55
	falusi	84	85	39	82	86	68	84

Egyetértés százfokú skálán

7. az interneten megadott adataimmal visszaélhetnek
8. elveszik a vásárlás öröme
9. bárhonnán elérhető
10. illetéktelenek hozzáférhetnek a bankszámlámhoz
11. nehezen lehet reklamálni, ha valami probléma van
12. könnyű az árakat összehasonlítani
13. a megrendelés és a kézbesítés között sok idő telik el

Változó	Kategória	8.	9.	10.	11.	12.	13.
Nem	férfi	60	87	59	54	84	42
	nő	68	89	70	61	78	51
Korcsoport	18-34 év	57	90	61	55	85	45
	35-59 év	65	86	63	54	81	45
	60 év és idősebb	74	88	75	68	75	53
Iskolai végzettség	nincs érettségi	77	83	71	59	81	51
	érettségizett	62	90	64	56	82	45
	diplomás	57	89	58	57	81	42
Település	városi	55	85	50	55	85	32
	falusi	73	91	80	60	78	58

Egyetértés százfokú skálán

Ön szerint melyik fizetési mód a legmegbízhatóbb internetes vásárlás esetén?

Változó	Kategória	utánvétel (készpénzzel)	bankkártyás fizetés interneten	átutalás bankszámla- számról
Nem	férfi	61	7	32
	nő	76	5	19
Korcsoport	18-34 év	62	8	30
	35-59 év	71	5	24
	60 év és idősebb	76	3	21
Iskolai végzettség	nincs érettségi	75	2	23
	érettségizett	74	5	22
	diplomás	56	7	37
Település	városi	61	6	33
	falusi	77	5	18

százalékos megoszlás

Ön gyakrabban vásárolna-e interneten, ha különleges kedvezményeket kapna és alacsonyabb áron kapná meg a termékeket, mint a boltban?

- 1 – igen, gyakrabban
2 – nem ettől függ, hogy hol vásárolok
3 – nem, inkább boltban vásárolnék

Változó	Kategória	igen, gyakrabban	nem ettől függ	nem
Nem	férfi	37	29	34
	nő	39	22	38
Korcsoport	18-34 év	51	25	24
	35-59 év	35	28	36
	60 év és idősebb	23	21	56
Iskolai végzettség	nincs érettségi	24	27	49
	érettségizett	48	22	30
	diplomás	41	33	26
Település	városi	31	30	39
	falusi	46	21	33

A válaszok százalékos megoszlása

Demográfiai megoszlás

Változó	Kategória	%	Összesen
Nem	férfi	48	100
	nő	52	
Korcsoport	18-34 év	32	100
	35-59 év	44	
	60 év és idősebb	24	
Iskolai végzettség	nincs érettségi	27	100
	érettségizett	49	
	diplomás	24	
Település	városi	55	100
	falusi	45	