



TÁRSADALOMKUTATÓ

NMHH – NEGATÍV TAPASZTALATOK A HÍRKÖZLÉSI SZOLGÁLTATÁSOK IGÉNYBEVÉTELE KAPCSÁN

2025. DECEMBER



TÁRSADALOMKUTATÓ



Adatfelvétel ideje

2025. november 3. –
2025. november 21.



Adatfelvétel módja

A kutatás 1000 fő
megkeresésével, telefonos
megkérdezés formájában zajlott.



Reprezentativitás

A minta reprezentatív a 15
évesnél idősebb lakosságra nem,
kor, településtípus és iskolai
végzettség szerint.

A számok összege a kerekítés miatt nem minden esetben 100. 1000 fős
mintanagyság és 95 százalékos megbízhatósági szint esetén a maximális
mintavételi hiba 3,1 százalék.

SZOCIODEMOGRÁFIAI JELLEMZŐK

Nem



Kor



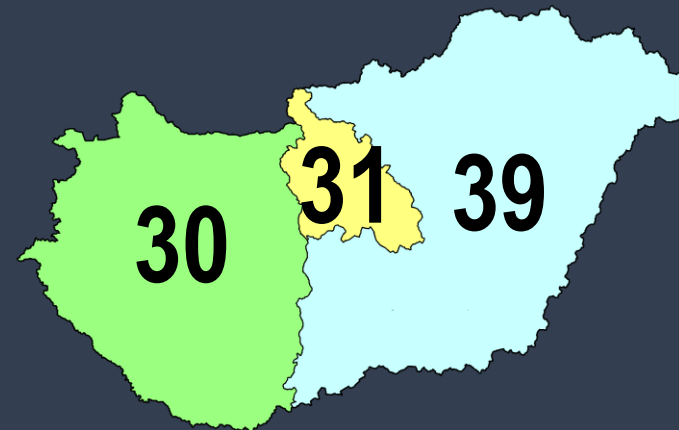
Iskolai végzettség



Településtípus



Régió



VEZETŐI ÖSSZEFOGLALÓ I.

A pénzügyi és nem pénzügyi csalások előfordulása

- Az anyagi kár okozására irányuló csalások közül a legmagasabb arányban hamis vagy hamisnak tűnő weboldalakkal találkoztak a 15 éves és annál idősebb magyarok, 77 százalékuk látott már ilyen oldalt élete során, és 71 százalék látott internetes oldalakon olyan terméket, ami nem tűnt valósnak. Bár a kutatásban résztvevők 66 százalékát hívták már ismeretlen számról csaló szándékkal, az elmúlt 12 hónapban csak 18 százalék tapasztalta meg ezt a negatív élményt. A nem anyagi kár okozására irányuló online csalások is elterjedtek: a válaszadók 68 százalékával fordult már elő ilyen típusú visszaélés élete során. A megkérdezettek 14 százalékát zaklatták már online, 5 százalékot az elmúlt 12 hónapban. A szülők 3 százaléka nyilatkozott úgy, hogy zaklatták már gyermekét, és 2 százalék válaszolt úgy, hogy az elmúlt 12 hónap során előfordult ilyen eset.
- Az elmúlt 12 hónapban a leggyakoribb anyagi kár okozására irányuló megkeresési forma a csaló e-mail volt, melyet a megkérdezettek 34 százaléka tapasztalt meg, míg a nem anyagi kár okozására irányuló, online felületen tapasztalt negatív élmények között a hamis információ megjelenése (MI segítségével alkotott/deepfake tartalmak) és a megtévesztő hirdetések domináltak 28-28 százalékkal.

A csalások gyakorisága és anyagi hatása

- A csalási kísérletek gyakran ismétlődnek: a csaló e-maileket fogadók 15 százaléka 2-5 alkalommal, 5 százalék 6-10 alkalommal, 8 százalék pedig több mint 10 alkalommal szembesült ezzel a negatív tapasztalattal az elmúlt 12 hónapban. Csaló szándékú sms-t a megkérdezettek 14 százaléka kapott 2-5 alkalommal, 3 százalék 6-10 alkalommal, 1 százalék pedig 10-nél több alkalommal. A hamis vagy hamisnak tűnő internetes oldalakat és tartalmakat tekintve a gyanús, hamisítottnak tűnő termékekkel való találkozás kapcsán jelenik meg a legmagasabb arányban ismétlődés, ahol 8 százalék 4-5 alkalommal, 16 százalék pedig ötnél is többször látott ilyen terméket.
- Az anyagi kár okozása viszonylag ritka a kísérletek számához képest: a legmagasabb arányban, 3 százalékban a telefonhívások okoztak tényleges pénzügyi veszteséget a kutatás résztvevőinek. Az e-mailben, üzenetküldő alkalmazásokban, illetve sms-ben küldött csaló szándékú üzeneteket tekintve a károsultak aránya csupán 2-2-2 százalék a 15 éves és annál idősebb magyarok körében. A hamis internetes oldalak közül a webáruházak a kutatásban résztvevők 3 százalékát tévesztették meg, a befektetést kínáló oldalak, a közüzemi szolgáltatást kínáló oldalak, az online piacterek, valamint a banki oldalak pedig 2-2-2-2 százalékot.

VEZETŐI ÖSSZEFOGLALÓ II.

Jelentési hajlandóság és tapasztalatok a hatóságokkal

- A károsultak jelentési hajlandósága alacsony: a telefonos csalást az elmúlt 12 hónapban megtapasztalóknak 47 százaléka, míg a hamis oldalakkal találkozókna, a csaló szándékú sms-t, valamint üzenetküldő alkalmazáson keresztül küldött üzenetet fogadóknak mindössze 30-30-30 százaléka tett bejelentést. A telefonos csalásokat leginkább az NMHH-nak (43 százalék) és a rendőrségnek (37 százalék) jelezték a bejelentők. A csaló szándékú e-mailek és hamis internetes oldalak, termékek bejelentői elsősorban a cégnek/hivatalnak/eredeti oldalnak (37-23 százalék) jelezték az eseteket. A bejelentések fogadása a telefonhívások esetén valósult meg a legmagasabb arányban, a csalást jelzők 62 százaléka nyilatkozott úgy, hogy minden esetben fogadták bejelentését, és 27 százalék azok aránya, akiknek jelzését nem minden esetben fogadták.
- A hamis vagy gyanús oldalak bejelentőinek 57 százaléka volt elégedett az ügyintézással, míg a nem anyagi kár okozására irányuló csalások esetén az elégedettek aránya csupán 41 százalék. A hamis oldalakat, termékeket és a nem anyagi kár okozására irányuló internetes csalásokat tekintve az elégedetlenség legfőbb oka a visszajelzés hiánya, amit a panaszosok 32-42 százaléka kifogásolt. Azok a válaszadók, akik nem tettek bejelentést, leggyakrabban azzal indokolták döntésüket, hogy nem érte őket komoly kár (például a csaló szándékú e-maileket fogadók 45 százaléka jelölte meg ezt a válaszlehetőséget, a csaló sms-ek áldozatainak esetén 42 százalék, a közösségi oldalon keresztül érkező üzenetek fogadóit tekintve pedig 41 százalék).

Részletes tapasztalatok csatornánként

- A telefonos csalások terén a válaszadók 28 százalékát belföldi és külföldi számról is keresték az elmúlt 12 hónapban csaló szándékkal, 14 százalékot csak belföldi számról, 7 százalékot pedig csak külföldi számról. A hívások során a legmagasabb arányban előforduló negatív tapasztalat a személyes vagy banki adatok kicsalására irányuló kísérlet volt, melyet az áldozatok 43 százaléka jelölt meg. Üzenetküldő alkalmazásokban a kutatás résztvevőinek 12 százalékát hívták fel csalók az elmúlt 12 hónapban, és 19 százalékuk kapott csaló szándékkal írt üzenetet ilyen felületen. A digitális tudatosságot jelzi, hogy az üzenetküldő alkalmazásokat használók 77 százaléka tudja, hogy le lehet tiltani a telefonszámokat.
- Az SMS-alapú visszaélések a megkérdezettek 25 százalékát érintették az elmúlt 12 hónapban, és ezen üzenetek az esetek 76 százalékában valamilyen csomagküldő szolgálat nevében íródtak. Hasonló a helyzet a csaló e-mailekkel is, melyek 65 százaléka meg nem rendelt csomagokról szólt, és a válaszadók 55 százaléka nyilatkozott úgy, hogy a kapott üzenetek mindegyikében szerepelt link.
- Az online vásárlások során tapasztalt problémákat vizsgálva látható, hogy a vásárlók 59 százaléka kapott a képeknél rosszabb minőségű terméket, 30 százalékukkal pedig előfordult már, hogy egyáltalán nem érkezett meg a rendelés.

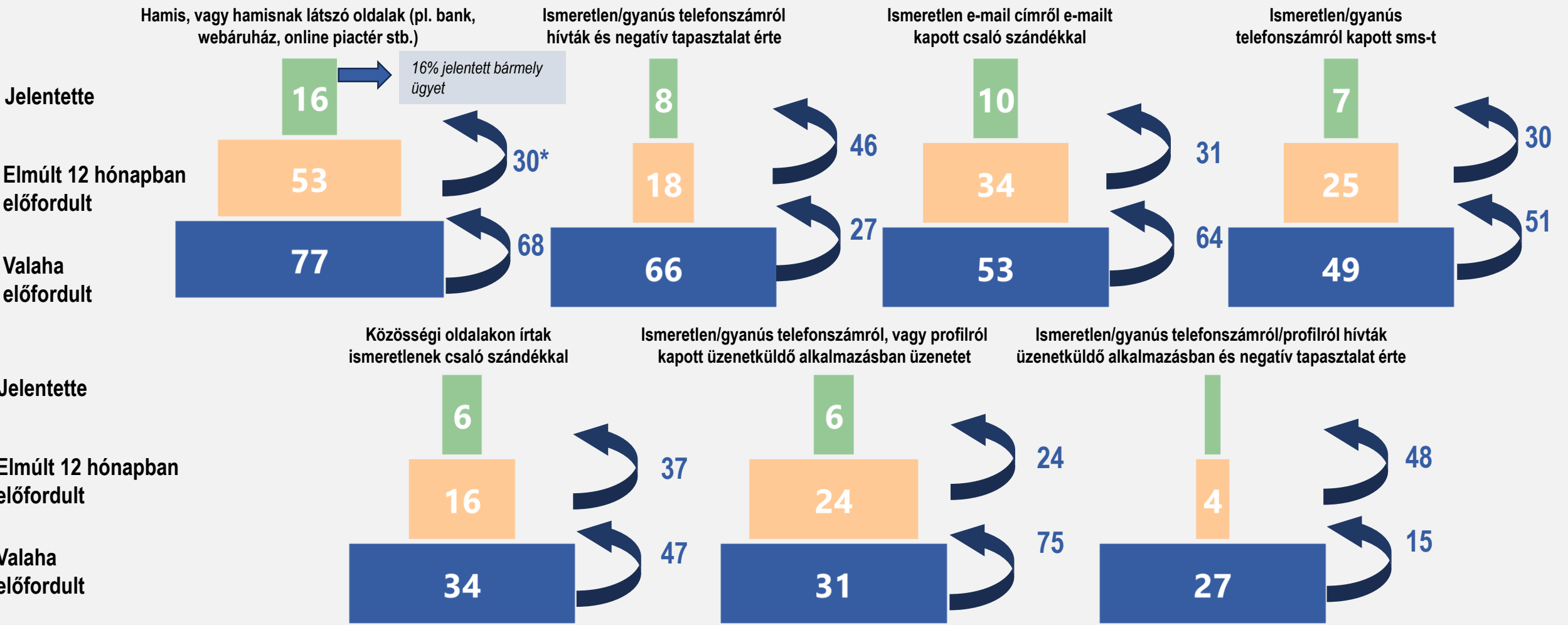
VEZETŐI ÖSSZEFOGLALÓ III.

Tudatosság és prevenció

- A 15 éves vagy annál idősebb magyar lakosság jelentős része tájékozódott már az egy csalástípusok elleni védekezési lehetőségekről: 65 százalékuk találkozott már telefonos, 66 százalékuk pedig internetes csalások elleni tájékoztatóval. Az internetes vagy telefonos zaklatás elleni védekezésről a kutatásban résztvevők 53 százaléka szerzett információt. A telefonos és internetes csalások elleni védekezéssel kapcsolatos tájékoztatás elsődleges forrása mindkét esetben a pénzintézetek honlapja vagy közleménye volt 51, illetve 46 százalékkal. Ezt követik az internetes híroldalak 42-41 százalékos említési aránnyal, majd a közösségi híroldalak, mely információforrást a telefonos és internetes csalástípusok elleni védekezésről tájékozódók 36-36 százaléka jelölt meg. Online zaklatás elleni védelemről elsősorban internetes híroldalokról (39 százalék) tájékozódtak azon válaszadók, akik találkoztak már információval a témával kapcsolatban.
- A KiberPajzs ismertsége 39 százalékos a teljes mintában.

PÉNZÜGYI CSALÁSOK

Leginkább hamis, vagy annak látszó weboldalakkal (77 százalék) találkoztak a kutatás résztvevői a vizsgált anyagi kár okozására irányuló csalások közül, 53 százalék tapasztalt ilyet az elmúlt 12 hónapban, és 16 százalék jelentette. Ismeretlen telefonszámról a megkérdezettek 66 százalékát hívták, ezt 18 százalék tapasztalta meg az elmúlt 12 hónapban, és 8 százalék jelentette. Csaló szándékú e-mailt 53 százalék kapott, 34 százalék az elmúlt 12 hónap során, a jelentők aránya pedig ezen csalástípus esetén 10 százalék.

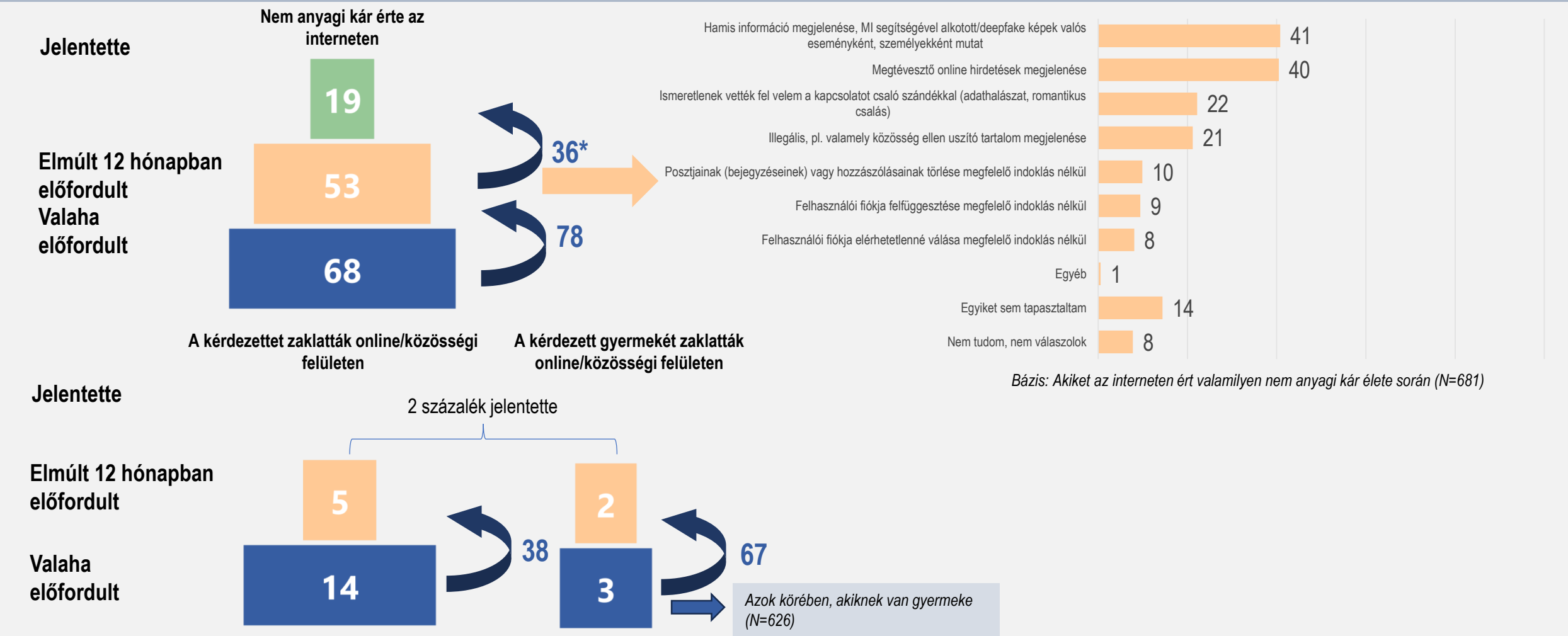


Kérdés1: Kérem, jelölje meg, hogy az alábbiak közül melyek fordultak már elő Önnek élete során!; **Kérdés2:** Előfordult-e Önnek az elmúlt 12 hónapban?; **Kérdés3:** Jelentette az esetet, eseteket valamilyen hatóság vagy szolgáltató felé?; **Bázis:** Teljes minta (N=1000); százalékos megoszlás

* Konverziós ráta: az adott csalást, visszaélést életükben megtapasztalók hány százaléka tapasztalta meg az elmúlt 12 hónapban is, és azok hány százaléka jelentette

NEM PÉNZÜGYI CSALÁSOK

Anyagi kár okozására nem irányuló csalással a kutatásban résztvevők 68 százaléka találkozott az interneten, 53 százalék tapasztalt ilyet az elmúlt 12 hónapban, és 19 százalék azok aránya, akik jelentettek ilyen ügyet. A megkérdezettek 14 százalékát zaklatták valaha online felületen, 5 százalékot az elmúlt 12 hónapban, gyermekéről a szülők 3-2 százaléka nyilatkozott így, és ezeket az ügyeket csupán 2 százalék jelentette.



CSALÁS TAPASZTALÁSA TELEFONOS, INTERNETES SZOLGÁLTATÁSOK HASZNÁLATA SORÁN

A vizsgált csalásokat, visszaéléseket tekintve látható, hogy életük során a válaszadók legmagasabb arányban az interneten böngészve találkoztak olyan termékkel vagy ajánlattal, amely nem tűnt valósnak (71 százalék). Ezt követi az ismeretlen vagy gyanús telefonszámról csalo szándékkal érkező hívás (66 százalék), majd az ismeretlen e-mail címről csalo szándékkal küldött e-mail (53 százalék).

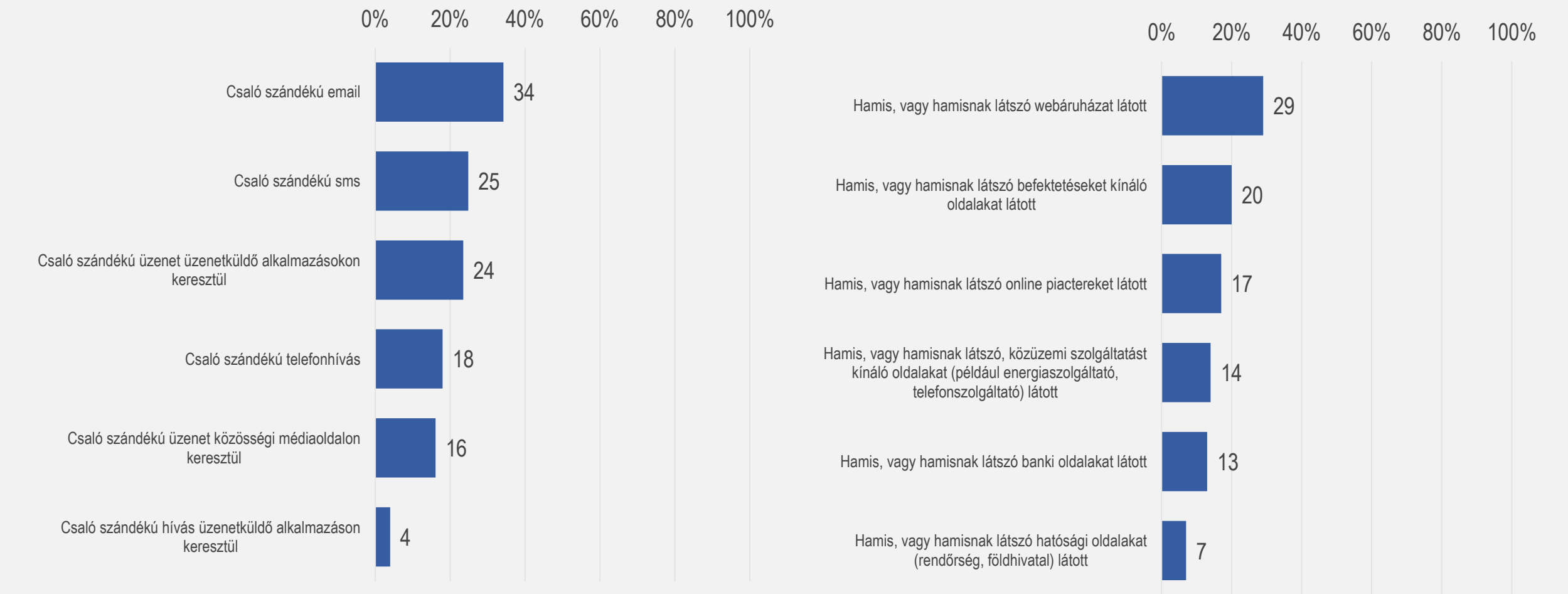


Kérdés: Kérem, jelölje meg, hogy az alábbiak közül melyek fordultak már elő Önnel élete során!

Bázis: Teljes minta (N=1000); százalékos megoszlás

PÉNZÜGYI CÉLÚ CSALÓ SZÁNDÉK TAPASZTALÁSA AZ ELMÚLT EGY ÉVBEN

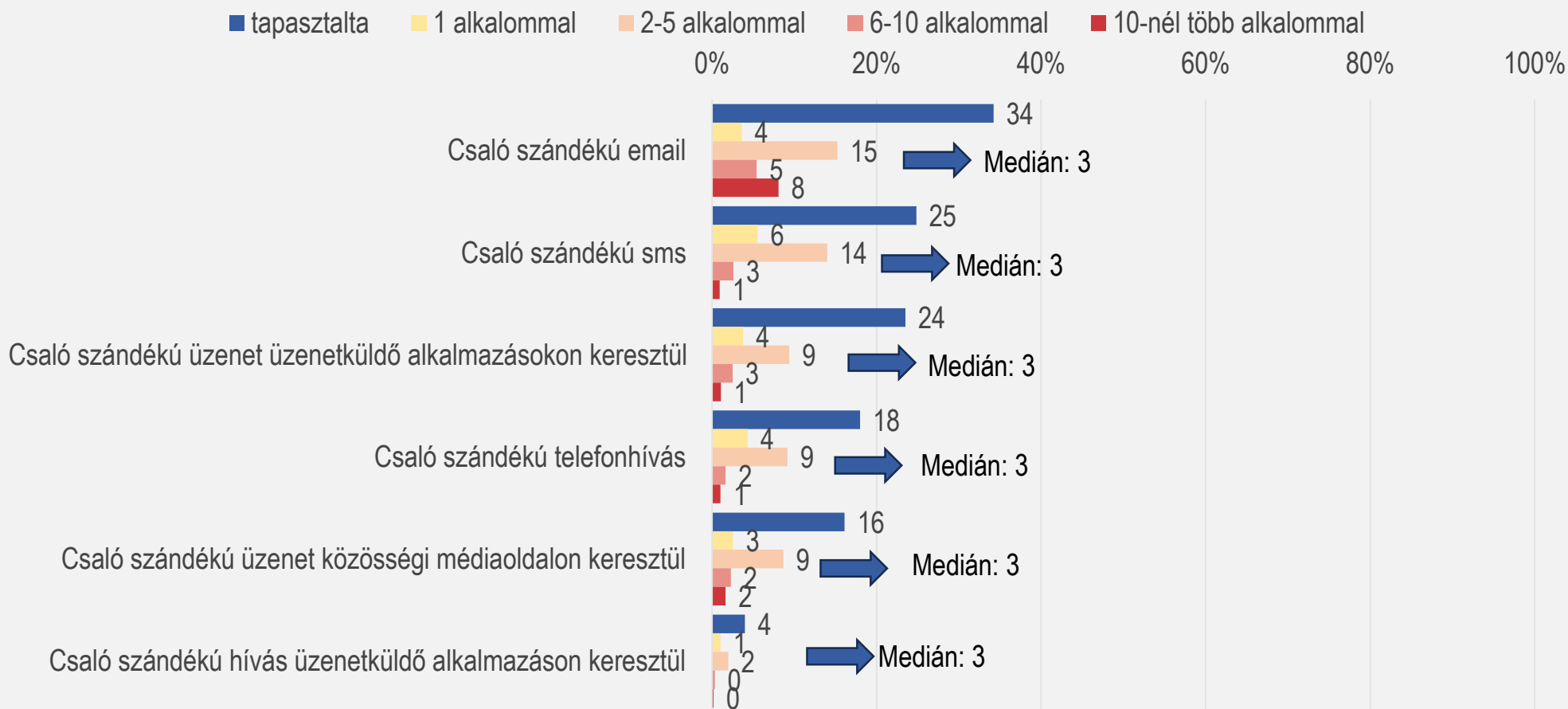
Az elmúlt 12 hónapban tapasztalt, anyagi kár okozására irányuló megkeresések közül a teljes minta tagjai legmagasabb arányban a csaló szándékú e-mailt (34 százalék), a hamis vagy gyanús internetes oldalak közül pedig a hamis, vagy hamisnak látszó webáruházakat (29 százalék) említették meg. (Míg az bal oldali diagram kategóriáinak esetén a csaló szándék bebizonyosodott, addig a jobb oldali diagramon felsorolt, interneten látott oldalak, lehet, hogy csak hamisnak látszottak, de valójában nem azok, ezért a két diagram adatai nem összehasonlíthatóak, külön lettek ábrázolva.)



Kérdés: Amik előfordultak az elmúlt 1 évben
Bázis: Teljes minta (N=1000); százalékos megoszlás

AHÁNYSZOR ANYAGI KÁR OKOZÁSÁRA IRÁNYULÓ MEGKERESÉS ÉRTE

Csaló szándékú e-mailt a kutatásban résztvevők 34 százaléka kapott, 4 százalék 1 alkalommal, 15 százalék 2-5 alkalommal, 5 százalék 6-10 alkalommal, 8 százalék pedig 10-nél több alkalommal. Csaló szándékú sms-t a megkérdezett 25 százaléka fogadott, 6 százalék 1 alkalommal, 14 százalék 2-5 alkalommal, 3 százalék 6-10 alkalommal, 1 százalék pedig 10-nél több alkalommal. Üzenetküldő alkalmazáson keresztül a válaszadók 24 százaléka kapott csaló üzenetet, 9 százalékot 2-5 alkalommal kerestek. Telefonon a megkérdezettek 18 százalékát keresték csaló szándékkal, 9 százalékot 2-5 alkalommal. Csaló szándékú üzenetet 16 százalék kapott közösségi médiaoldalon keresztül, 9 százalék 2-5 alkalommal, üzenetküldő alkalmazáson keresztül pedig 4 százalékot hívtak, 2 százalékot 2-5 alkalommal.



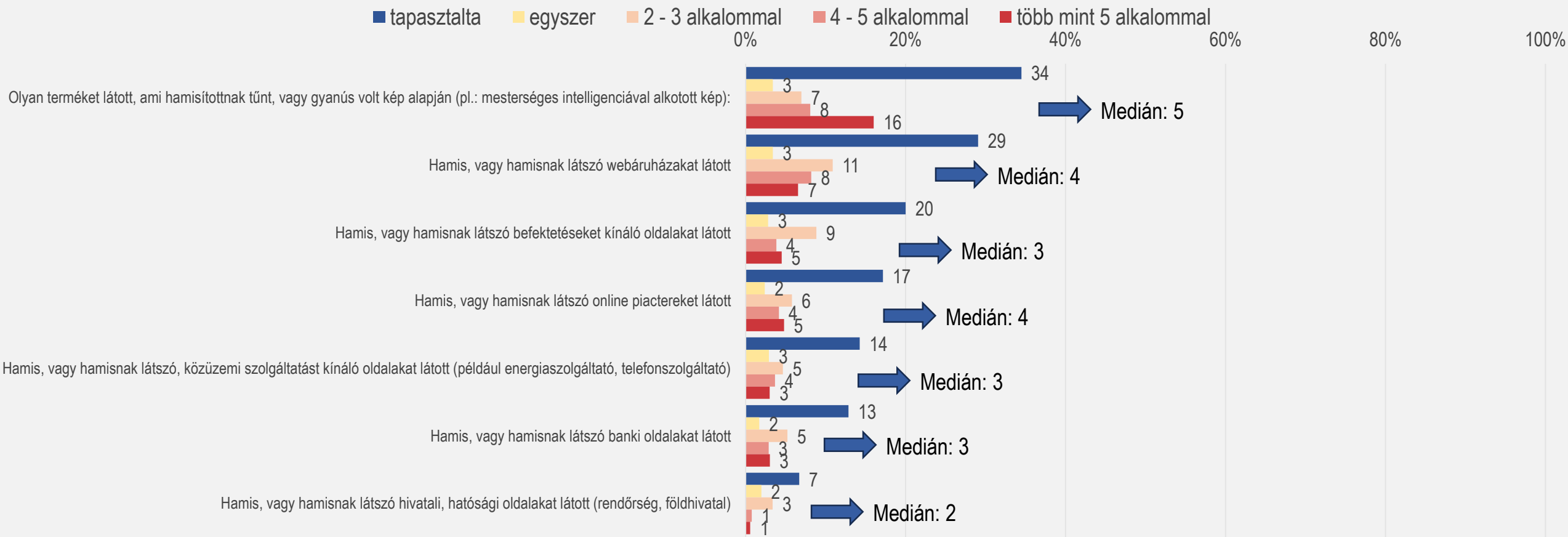
Kérdés1: Ahányszor negatív tapasztalat érte az egyes anyagi kár okozására irányuló csalások megtapasztalása során

Kérdés2: Amik előfordultak az elmúlt 1 évben

Bázis: Teljes minta (N=1000); százalékos megoszlás

INTERNETES OLDALAKON MEGJELENŐ HAMIS VAGY HAMISNAK LÁTSZÓ TARTALMAK

A megkérdezettek 34 százaléka látott az elmúlt 12 hónapban olyan terméket, ami hamisítottnak tűnt, vagy gyanús volt kép alapján, 3 százalék egyszer, 7 százalék 2-3 alkalommal, 8 százalék 4-5 alkalommal, 16 százalék pedig több mint 5 alkalommal. Hamis, vagy hamisnak látszó webáruházzal a kutatásban résztvevők 29 százaléka találkozott, 11 százalék 2-3 alkalommal, 8 százalék 4-5 alkalommal. Hamis, vagy hamisnak látszó befektetési oldalakat a válaszadók 20 százaléka látott, 9 százalék 2-3 alkalommal, 4 százalék 4-5 alkalommal. Olyan online piactereket, melyek hamisak voltak, vagy hamisnak tűntek, a válaszadók 17 százaléka fedezett fel, 6 százalék 2-3 alkalommal, 4 százalék 4-5 alkalommal, 5 százalék pedig több, mint 5 alkalommal.



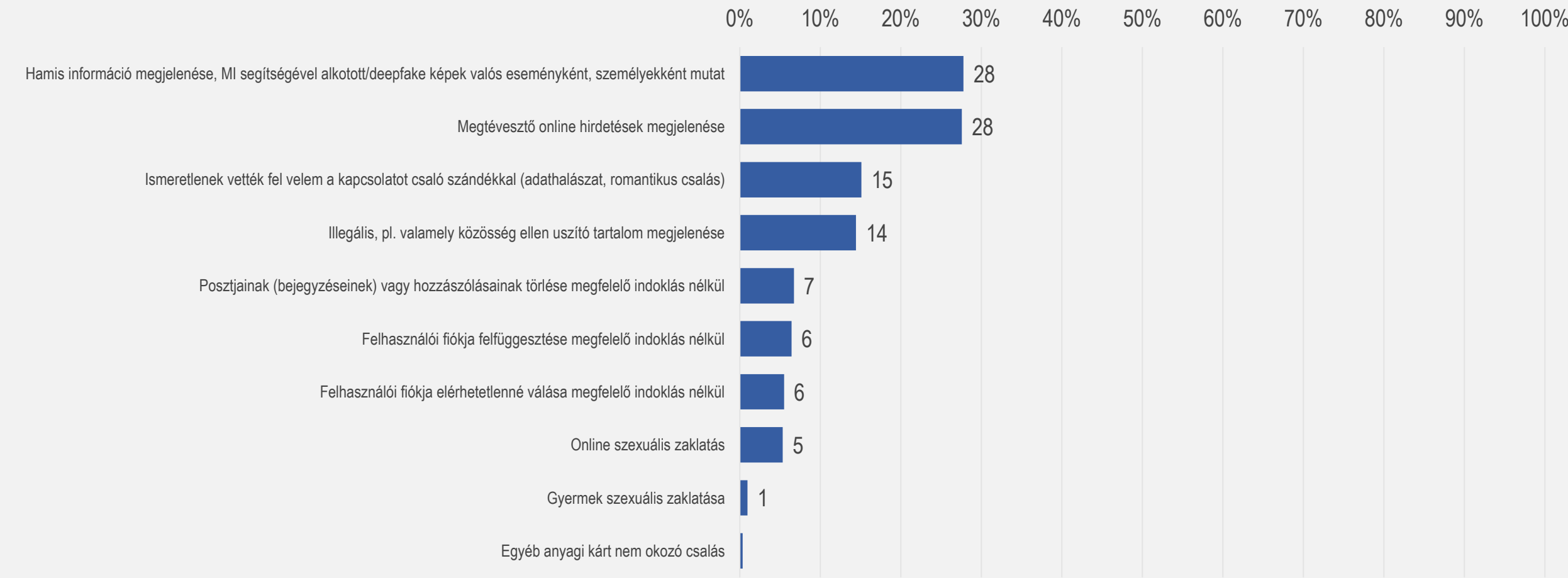
Kérdés1: Az interneten böngészve az alábbiak közül melyeket tapasztalta az 12 hónapban?

Kérdés2: Hányszor tapasztalta ezeket?

Bázis1,2: Teljes minta (N=1000); százalékos megoszlás

NEM PÉNZÜGYI CÉLÚ CSALÓ SZÁNDÉK TAPASZTALÁSA AZ ELMÚLT EGY ÉVBEN

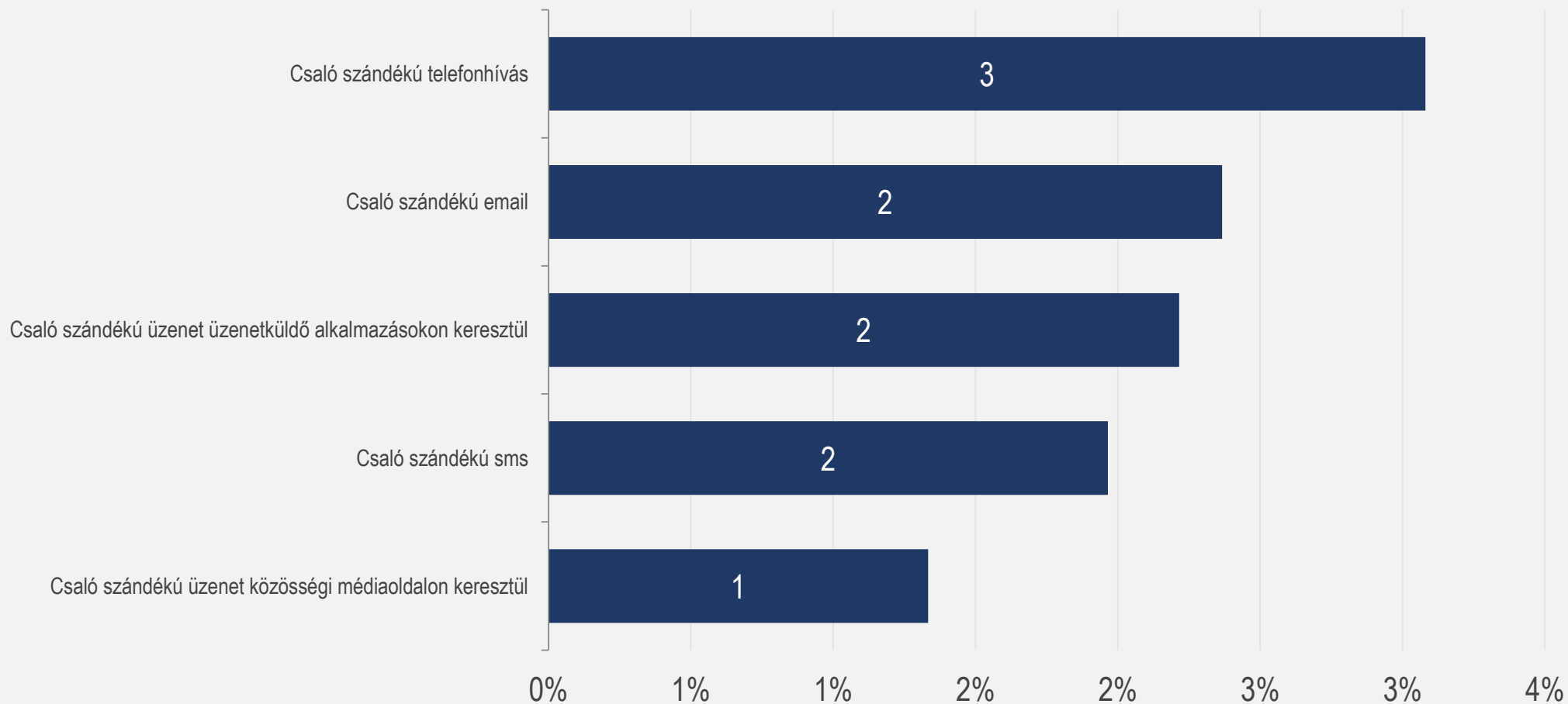
Az elmúlt 12 hónapban a nem anyagi kár okozására irányuló csalások közül a hamis információ, például MI segítségével alkotott/deepfake képek megjelenése (28 százalék) és a megtévesztő online hirdetések megjelenése (28 százalék) volt a leggyakoribb. Ezt követte az ismerkedésnek tűnő kapcsolatfelvétel csaló szándékkal, ezt a válaszlehetőséget az összes válaszadó 15 százaléka jelölte meg.



Kérdés: Amik előfordultak az elmúlt egy évben
Bázis: Teljes minta (N=1000); százalékos megoszlás

AKIKET ÉRT ANYAGI KÁR PÉNZÜGYI CSALÁS MIATT

Az összes válaszadót tekintve a legmagasabb arányban a csaló szándékú telefonhívás miatt érte a megkérdezetteket anyagi kár (3 százalék), 2-2-2 százalék károsult anyagilag csaló szándékú e-mail, üzenetküldő alkalmazásokon keresztül érkezett csaló szándékú üzenet, valamint csaló szándékú sms miatt.

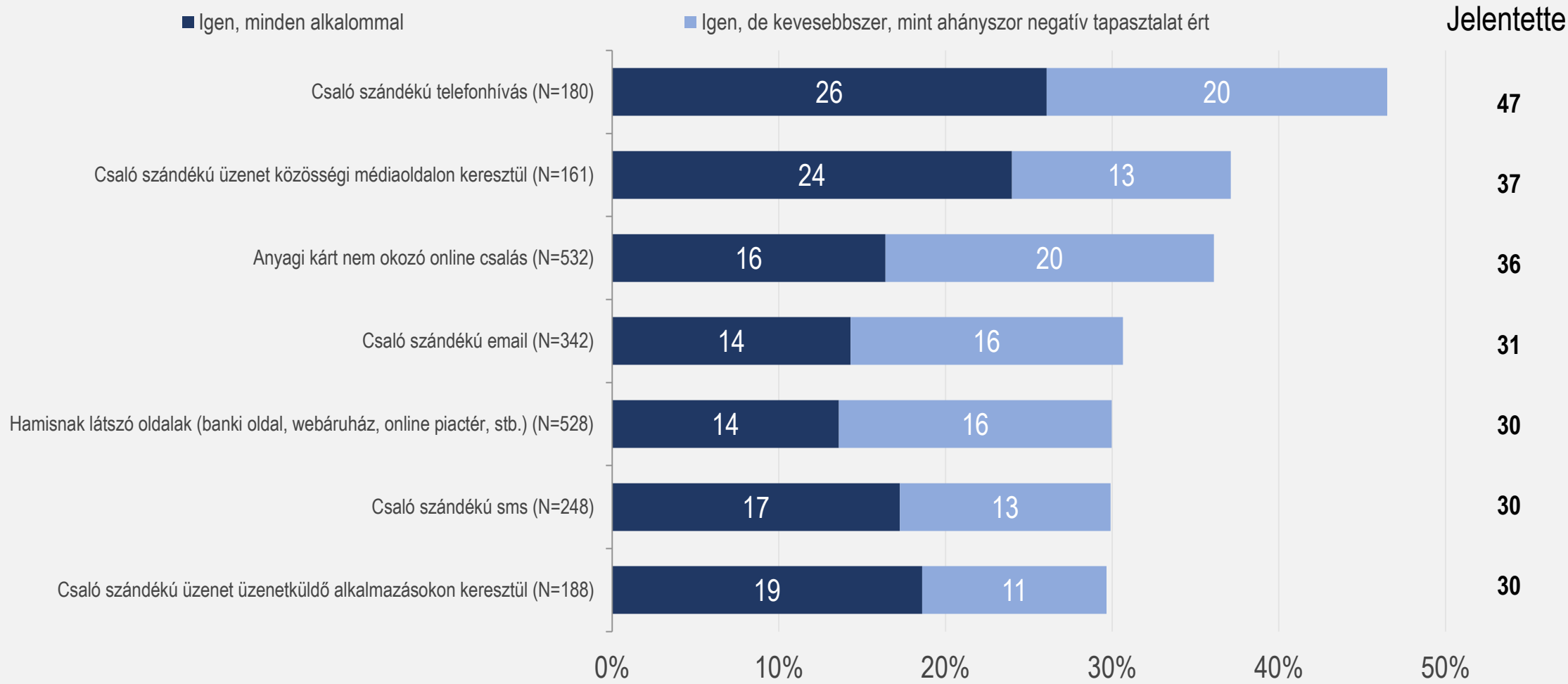


Kérdés: Akiket anyagi kár ért az egyes pénzügyi csalások megtapasztalása során

Bázis: Teljes minta (N=1000); százalékos megoszlás

A NEGATÍV TAPASZTALATOK JELENTÉSE

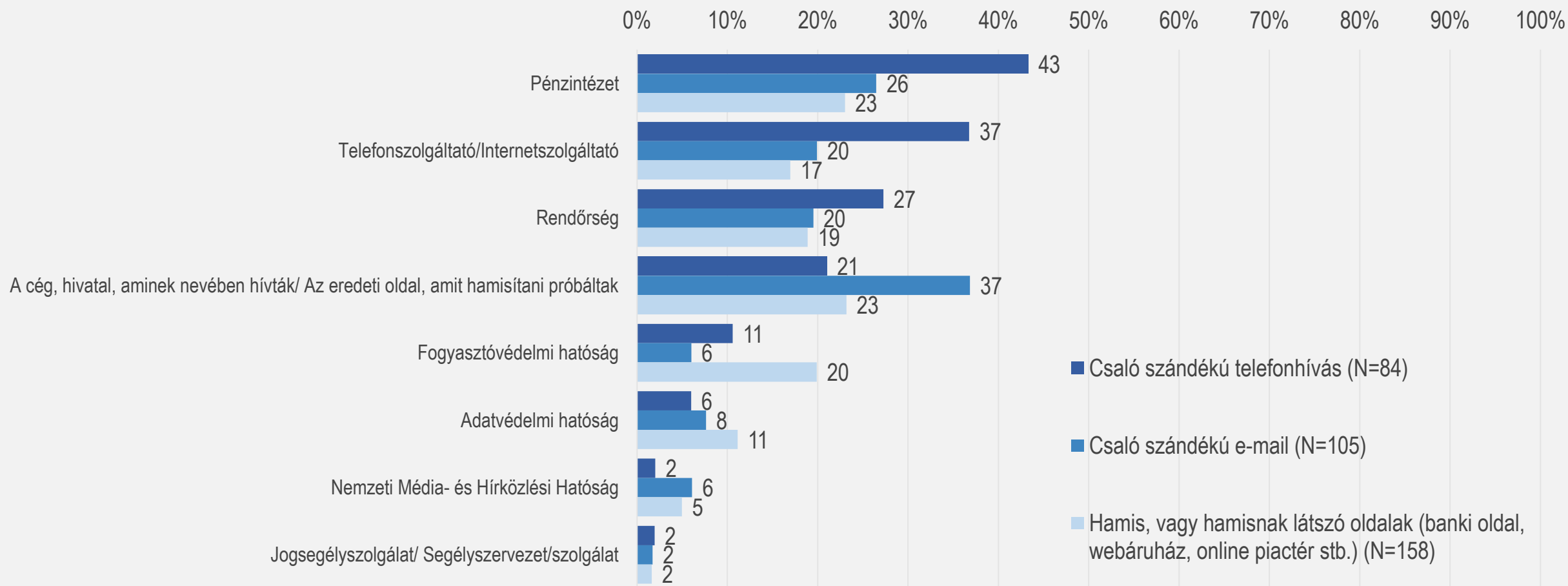
Az egyes csalástípusok, visszaélések áldozatait tekintve látható, hogy a negatív tapasztalatok közül legmagasabb arányban (47 százalék) a csaló szándékú telefonhívást jelentették az elmúlt 12 hónapban azok, akik tapasztaltak ilyet. Ezt követi a közösségi médiaoldalon keresztül küldött üzenet (37 százalék), majd a nem anyagi kár okozására irányuló internetes csalás (36 százalék). A csaló szándékú e-maileket 31 százalékban jelentették azok, akik megtapasztalták ezen csalástípust.



Kérdés: Jelentette-e az esetet az egyes pénzügyi csalások megtapasztalása során
Bázis: Akiknek kárt okozott az adott csalástípus – soronkénti bázisok; százalékos megoszlás

AKIKNEK JELENTETTÉK AZ EGYES CSALÁSTÍPUSOKAT

Pénzintézethez a telefonos csalást bejelentők 43 százaléka fordult, a csaló e-mailt jelentők 26 százaléka, és a hamis vagy gyanús oldalról beszámolók 23 százaléka. A telefonszolgáltatót a csaló szándékú telefonhívást jelentők 37 százaléka kereste fel, az internetszolgáltatót a csaló e-mailt jelentők 20 százaléka, és a hamis oldalt jelentők 17 százaléka. A rendőrséget a csaló telefonhívásokat jelentők 27 százaléka kereste fel, csaló szándékú e-mailt 20 százaléka jelentett a rendőrségnek, hamis vagy hamisnak tűnő oldalakat pedig 19 százaléka. A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóságot a csaló szándékú telefonhívást jelentők 2 százaléka kereste fel, csaló szándékú e-mail esetén 6 százaléka jelentett az NMHH-nak, hamis vagy hamisnak tűnő oldalak esetén pedig 5 százaléka.

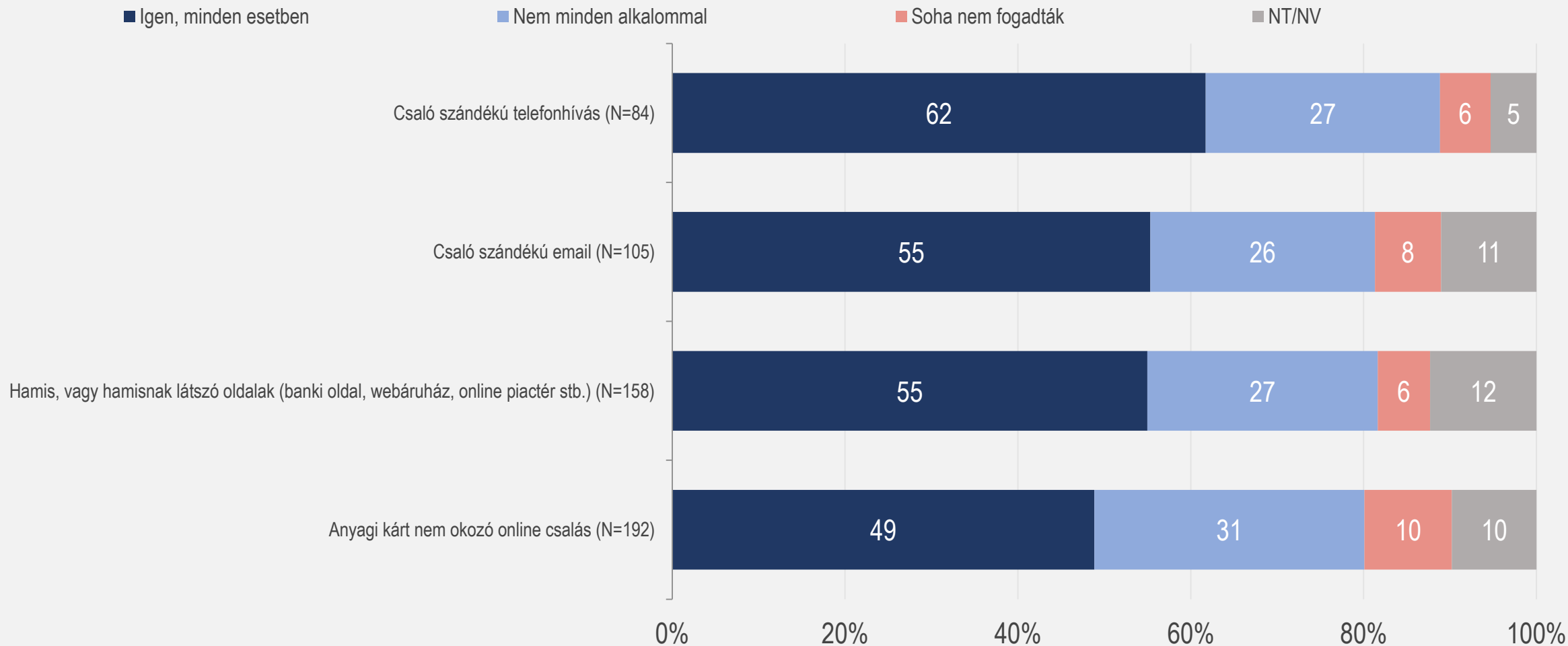


Kérdés: Kinek jelentette a negatív tapasztalatot, tapasztalatokat?

Bázis: Akik jelentették az egyes csalástípusokat – soronkénti bázis; százalékos megoszlás

A JELZÉSEK FOGADÁSA AZ EGYES CSALÁSOK ESETÉN

A csaló szándékú telefonhívások bejelentéseit fogadták a legmagasabb arányban minden esetben (62 százaléka jelölte meg a bejelentőknek), ezt követi a csaló e-mail és a hamis oldalak bejelentése (55-55 százalék nyilatkozott így a bejelentők körében). A legkevésbé az anyagi kárt nem okozó online csalások bejelentését fogadták minden esetben (49 százaléka jelölte meg az érintetteknek).

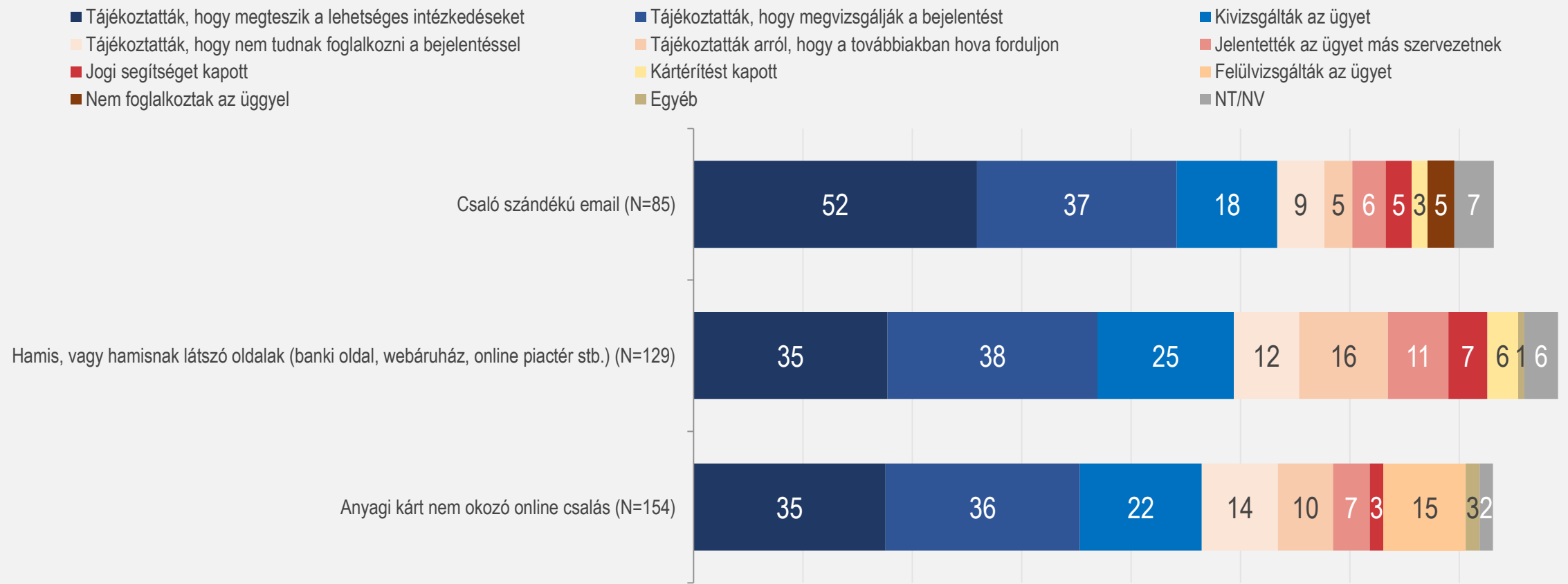


Kérdés: Fogadták a jelzését a bejelentés során?

Bázis: Akik jelentették a negatív tapasztalatot (soronkénti bázis); százalékos megoszlás

TAPASZTALATOK A JELZÉSEK FOGADÁSA UTÁN

A csaló szándékú e-mailek jelentőit tekintve 52 százalék kapott tájékoztatást a tervezett lépésekről és 37 százalék arról, hogy megvizsgálják a bejelentést, míg a hamis vagy gyanús oldalak esetén ezek a tapasztalatok 35 és 38 százalékos arányban jelentek meg, a nem anyagi kár okozására irányuló csalásoknál pedig 35 és 36 százalékos arányban. Az ügy kivizsgálása a hamis weboldalak jelentése esetén történt meg a legmagasabb arányban 25 százalékkal, a nem anyagi kár okozására irányuló csalásoknál 22 százalék, a csaló szándékú e-mailnél pedig 18 százalék jelölte meg ezt a tapasztalatot. Arról, hogy hova forduljon, az érintettek 9 százalékát tájékoztatták csaló e-mail esetén, 12 százalékot a hamis oldalakat tekintve, és 14 százalékot az anyagi kárt nem okozó internetes csalások esetén. Az egyéb konkrét segítségnyújtások, mint például a kártérítés vagy a jogi segítségnyújtás, minden vizsgált, 75-ös elemszámot elérő csoportban 10 százalék alatt maradtak. Érdekeség, hogy az anyagi kárt nem okozó csalásoknál az esetek 15 százalékában felülvizsgálták az ügyet, viszont megjelent egy 14 százalékos réteg is, akiket arról tájékoztattak, hogy nem tudnak foglalkozni a bejelentésükkel.

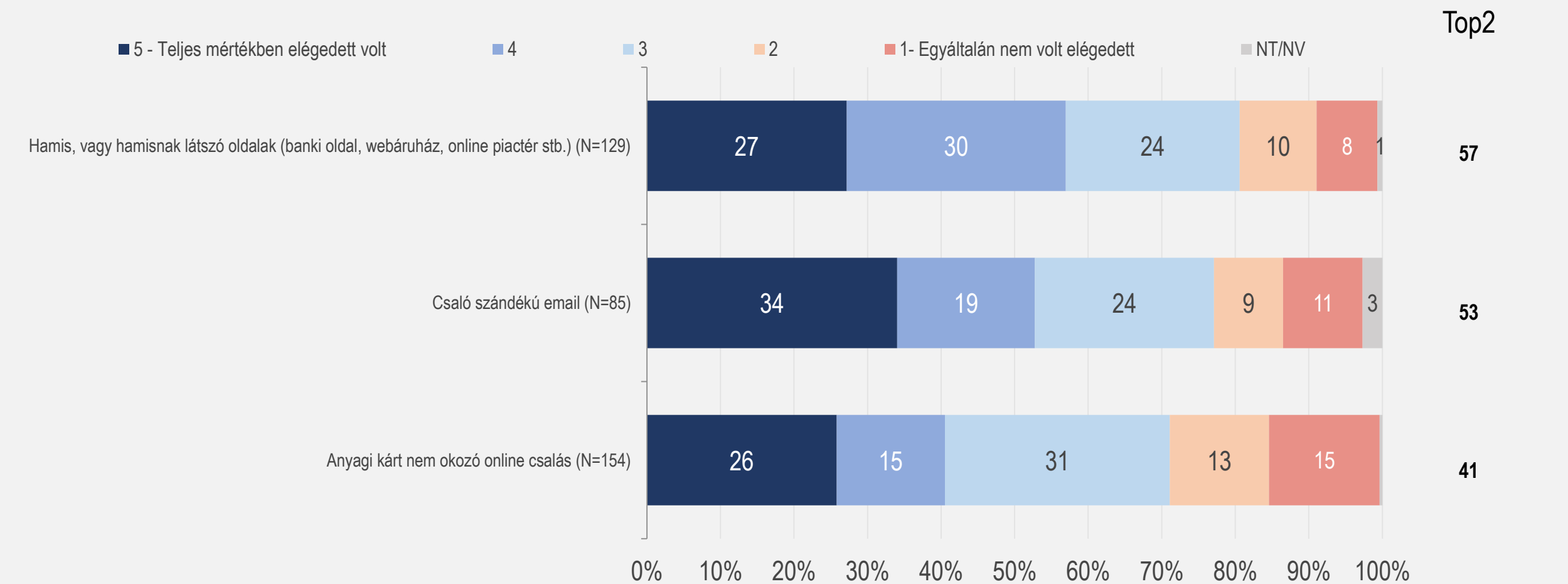


Kérdés: Mit tapasztalt, miután fogadták a jelzését?

Bázis: Akik jelentették a negatív tapasztalatot (soronkénti bázis); százalékos megoszlás

ELÉGEDETTSÉG AZ ÜGYINTÉZÉSSSEL AZ EGYES CSALÁSOK ESETÉN

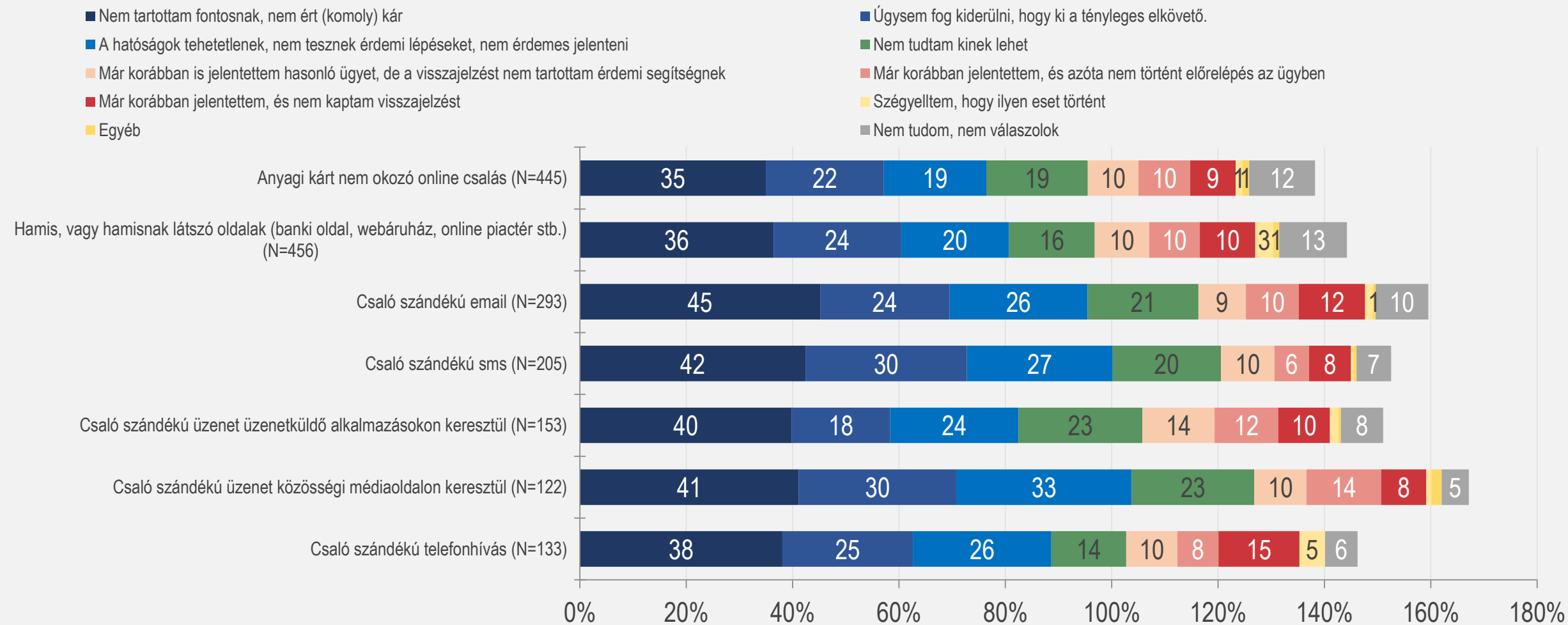
Azon megkérdezettek körében, akiknek hamis oldalon tapasztalt, anyagi kár okozására irányuló csalás esetén fogadták jelzését, 57 százalék volt elégedett az ügyintézéssel, 27 százalék volt teljesen elégedett, 30 százalék pedig inkább. Azon válaszadók között, akiknek fogadták a jelzését csaló szándékú e-mail esetén, 53 százalék fejezte ki elégedettségét az ügyintézéssel kapcsolatban, 34 százalék volt teljesen elégedett, és 19 százalék volt inkább elégedett. Azon megkérdezettek, akiknek fogadták a jelzését anyagi kárt nem okozó csalás esetén, 41 százalékban voltak elégedettek az ügykezeléssel, 26 százalék teljes mértékben, 15 százalék inkább elégedett volt.



Kérdés: Kérjük, értékelje, hogy összességében mennyire volt elégedett az ügykezeléssel a bejelentés(ek) kapcsán?
Bázis: Akiknek fogadták a jelzését, mikor negatív tapasztalatot jelentett (soronkénti bázis); százalékos megoszlás

AMIÉRT NEM JELENTETTÉK AZ ESETET

Leginkább azért nem jelentették az esetet az egyes csalástípusok áldozatai, mert nem tartották fontosnak / nem érte őket (komoly) kár, legmagasabb arányban a csaló szándékú email és a csaló szándékú sms kapcsán jelenik meg ez az ok az adott csalástípus áldozatainak körében (45-42 százalék). A második leggyakrabban előforduló ok az, hogy a hatóságok tehetetlenek, ezt a válaszlehetőséget a csaló szándékú sms-eket, illetve közösségi médiaoldalon keresztül érkező üzeneteket fogadók jelölték meg a legmagasabb arányban (30-30 százalék).

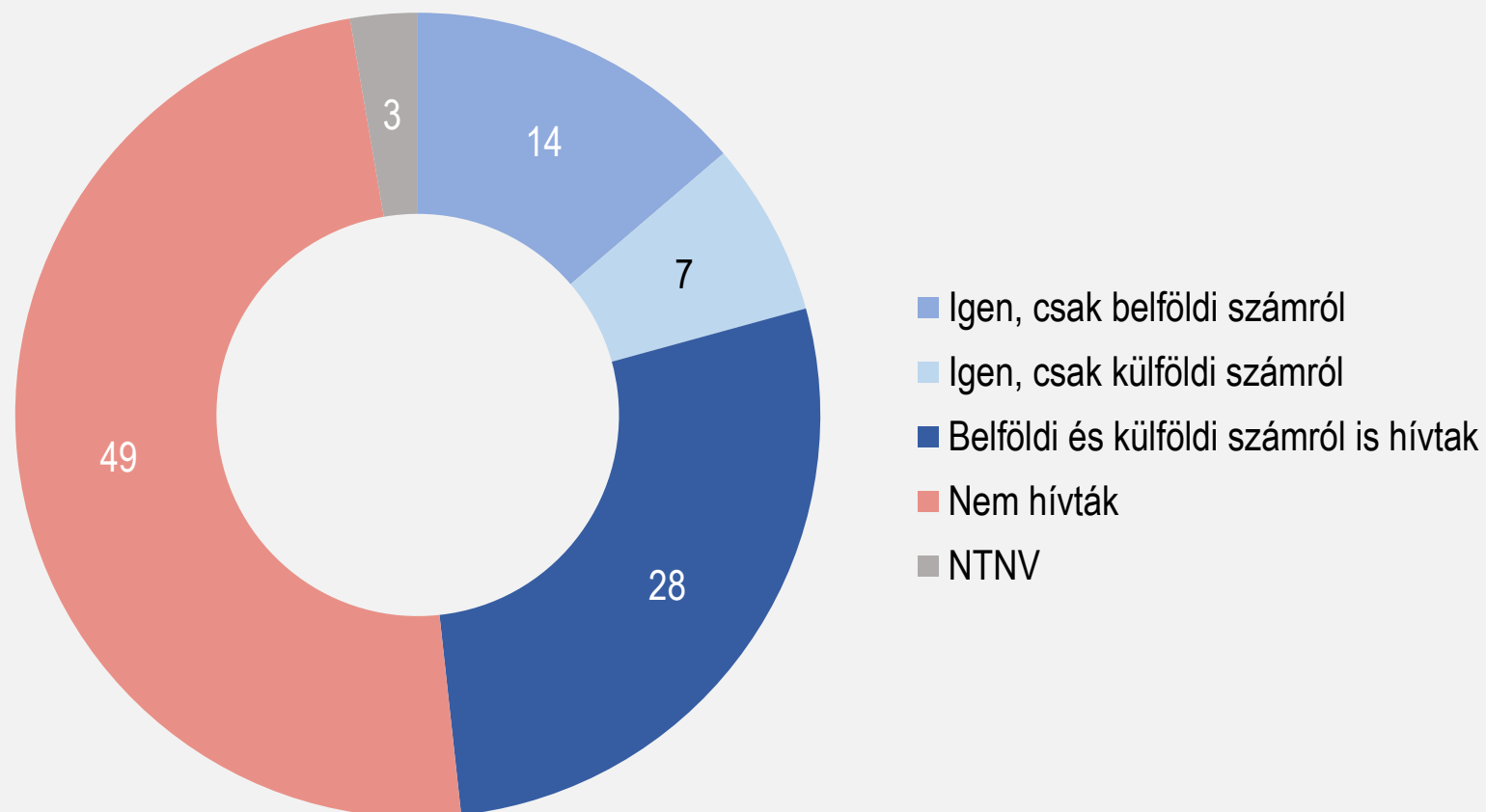


Kérdés: Amikor nem jelentette az esetet, miért nem?

Bázis: Akikkel előfordultak az egyes csalástípusok, de nem jelentették őket – soronkénti bázis; százalékos megoszlás

CSALÓ SZÁNDÉKÚ TELEFONHÍVÁS AZ ELMÚLT 12 HÓNAPBAN

Az elmúlt 12 hónapban a megkérdezettek 28 százalékát hívták belföldi és külföldi számról is, 14 százalékot csak belföldi számról, 7 százalékot pedig csak külföldi számról.



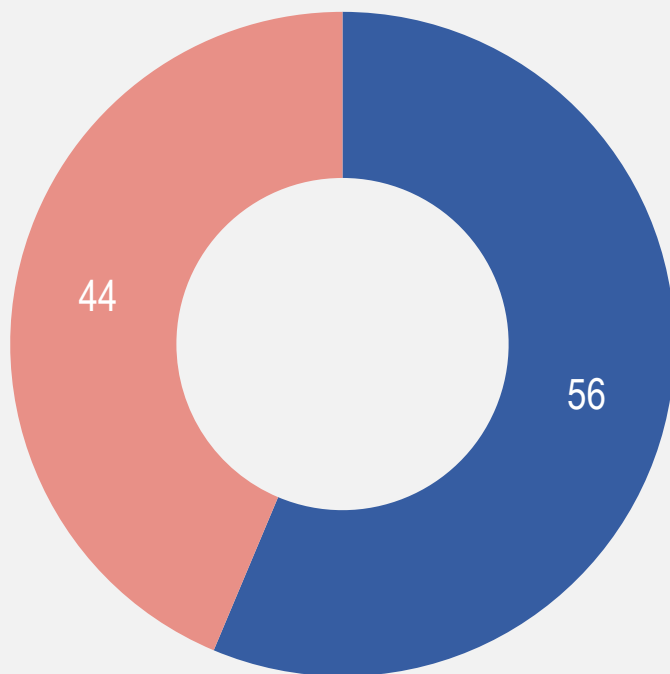
Kérdés: Hívták Önt ismeretlen, vagy gyanús telefonszámról telefonján csaló szándékkal az elmúlt 12 hónapban?

Bázis: Teljes minta (N=1000); százalékos megoszlás

AKIK FELVETTÉK A TELEFONT, VAGY VISSZAHÍVTÁK A SZÁMOT

Az elmúlt 12 hónapban csaló szándékkal hívott válaszadók közül 56 százalék vette fel a telefont bármely alkalommal, 44 százalék soha. A visszahívás tekintetében látható, hogy a csalástípusban érintett válaszadók 10 százaléka hívott vissza a csalót, amikor kereste, 83 százalék nem, és 7 százalék próbálta, de nem volt visszahívható a szám.

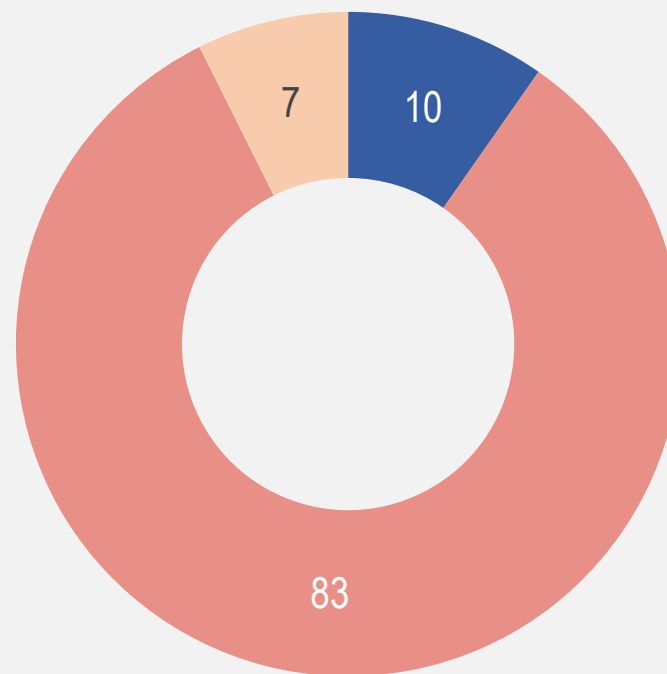
Felvette?



■ igen

■ nem

Visszahívta?



■ igen

■ nem

■ próbálta, de nem volt visszahívható

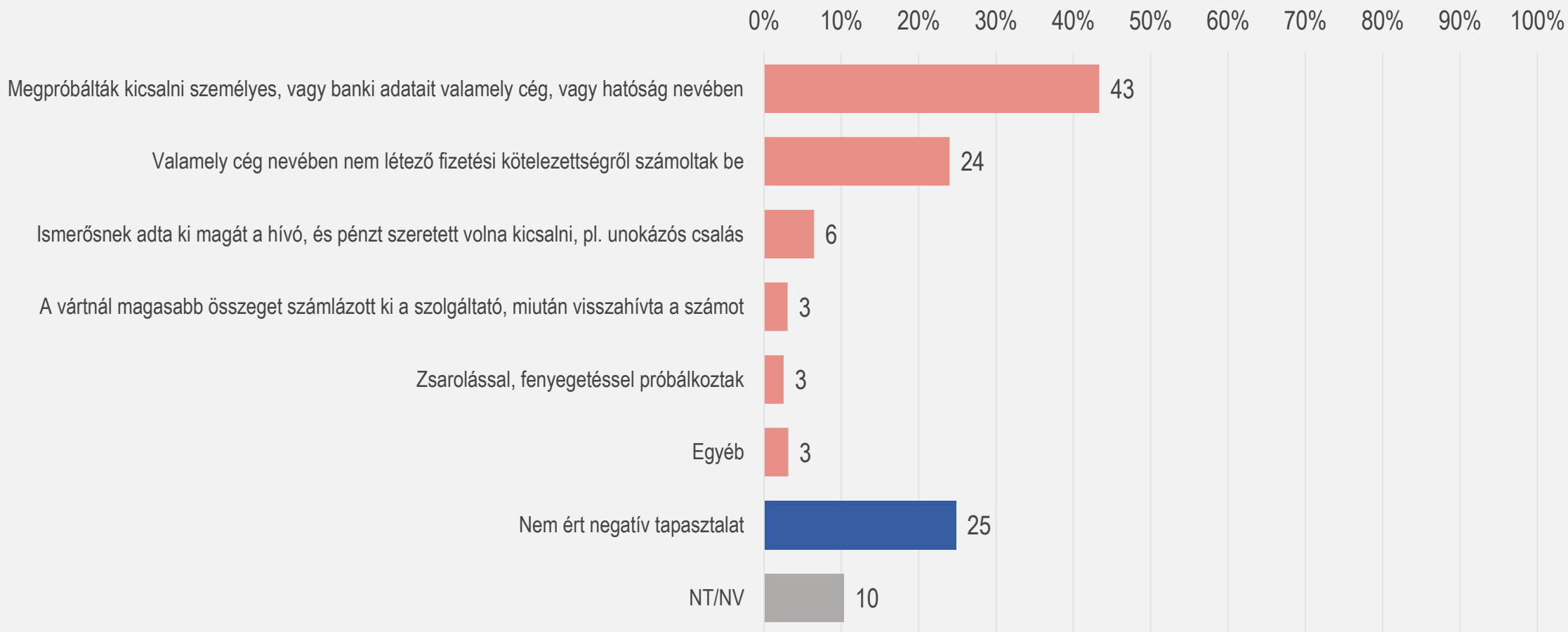
Kérdés1: Előfordult, hogy felvette a telefont az elmúlt 12 hónapban, amikor ismeretlen, vagy gyanús számról keresték, és kiderült, hogy csaló szándékkal hívják?

Kérdés2: Előfordult, hogy visszahívta a számot?

Bázis1, 2: Akiket hívtak telefonon csaló szándékkal az elmúlt 12 hónapban (N=483); százalékos megoszlás

A NEGATÍV TAPASZTALAT TÍPUSA A CSALÓ SZÁNDÉKÚ TELEFONHÍVÁS SORÁN

Azon megkérdezettek körében, akik felvették a telefont, vagy visszahívták a számot, amikor csaló szándékkal hívták őket, 43 százaléktól próbálták meg kicsalni személyes, vagy banki adatait valamely cég, vagy hatóság nevében, 24 százaléknak pedig nem létező fizetési kötelezettségről számoltak be a csalók valamely cégnek álcázva magukat. A kérdésre válaszolók 25 százalékát nem érte negatív tapasztalat csaló szándékú telefonhívás kapcsán.

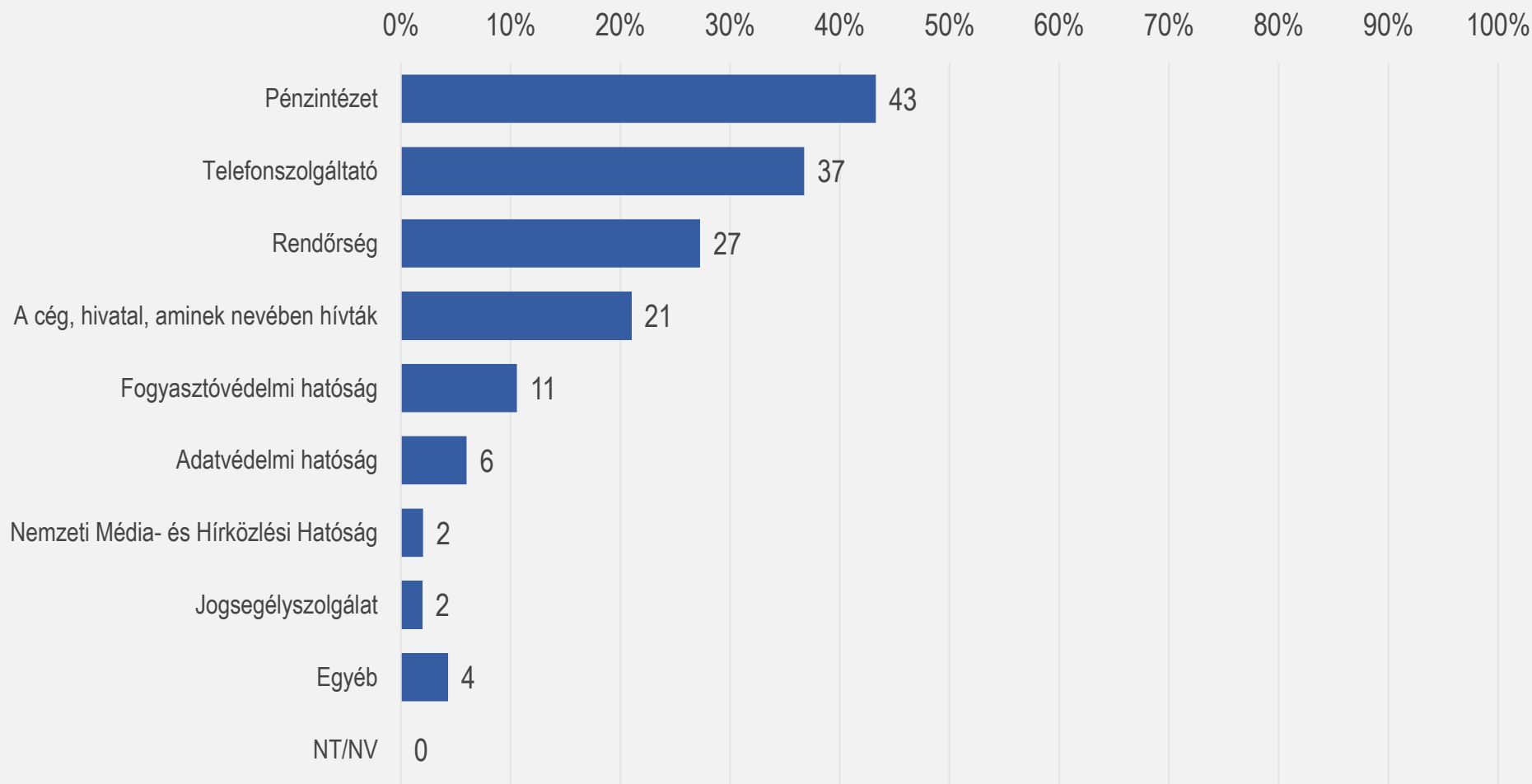


Kérdés: Érte valamilyen negatív tapasztalat, amikor felvette, vagy visszahívta az ismeretlen, vagy gyanús telefonszámot?

Bázis: Akik felvették a telefont, vagy visszahívták a számot, amikor csaló szándékkal hívták őket (N=277); százalékos megoszlás

AKIKNEK JELENTETTEK CSALÓ SZÁNDÉKÚ TELEFONHÍVÁST

Azon válaszadók, akik jelentették a csaló szándékú telefonhívást, a pénzintézetet keresték meg a legmagasabb arányban (43 százalék). Ezt követi a telefonszolgáltató (37 százalék) és a rendőrség (27 százalék).

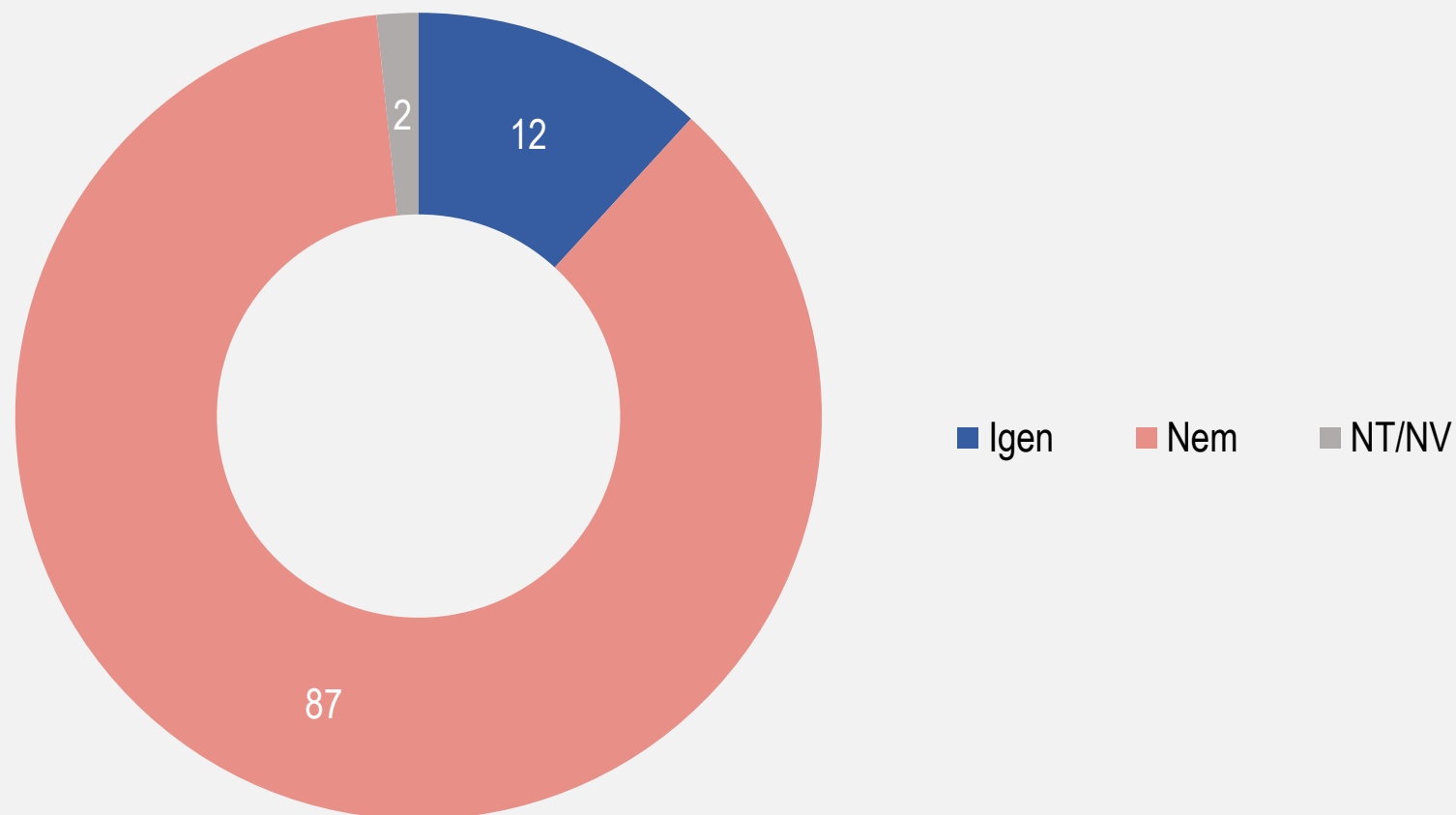


Kérdés: Kinek jelentette a negatív tapasztalatot, tapasztalatokat?

Bázis: Akik jelentették, amikor csaló szándékkal hívták őket (N=84); százalékos megoszlás

CSALÓ SZÁNDÉKÚ HÍVÁS ÜZENETKÜLDŐ ALKALMAZÁSOKBAN AZ ELMÚLT 12 HÓNAPBAN

A kutatásban résztvevők 12 százalékát hívták üzenetküldő alkalmazáson keresztül csaló szándékkal az elmúlt 12 hónapban.



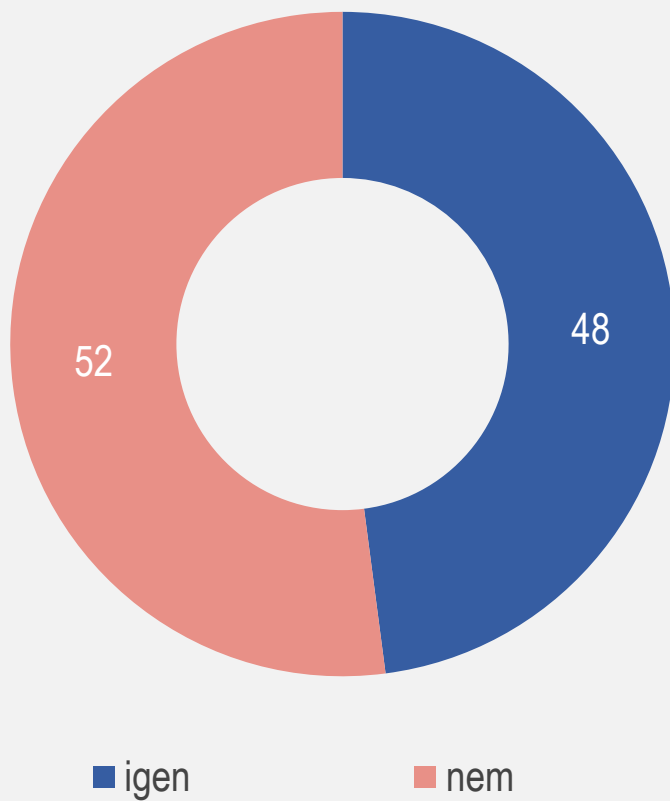
Kérdés: Hívták ismeretlen / gyanús telefonszámról / profilról üzenetküldő alkalmazáson keresztül csaló szándékkal az elmúlt 12 hónapban?

Bázis: Teljes minta (N=1000); százalékos megoszlás

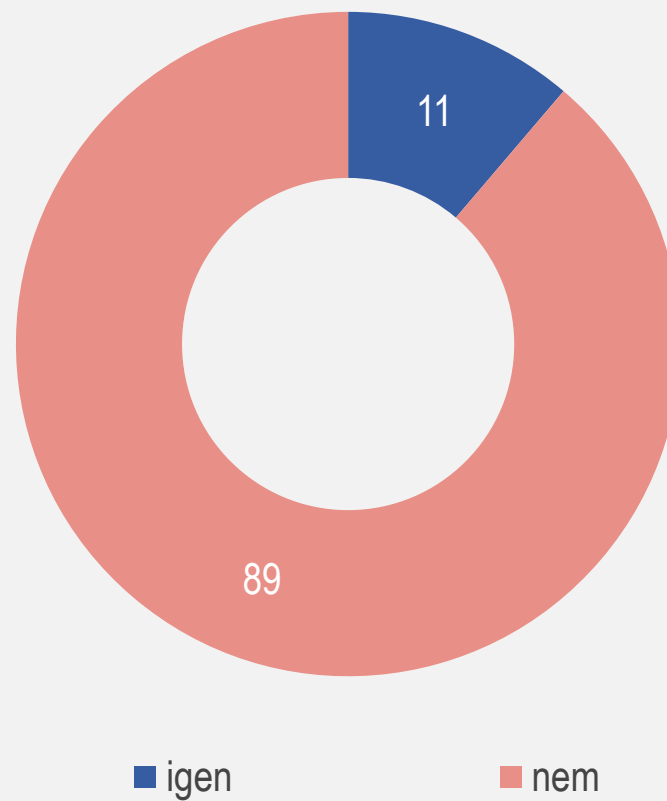
AKIK FELVETTÉK, VAGY VISSZAHÍVTÁK A SZÁMOT AZ ÜZENETKÜLDŐ ALKALMAZÁSBAN

Az elmúlt 12 hónapban üzenetküldő alkalmazásban csaló szándékkal hívott megkérdezettek közül 48 százalék vette fel a telefont legalább egyszer, 52 százalék soha. Az ismeretlen számok, vagy profilok visszahívóinak aránya 11 százalék, míg 89 százalék soha nem hívta vissza ezeket.

Felvette?



Visszahívta?



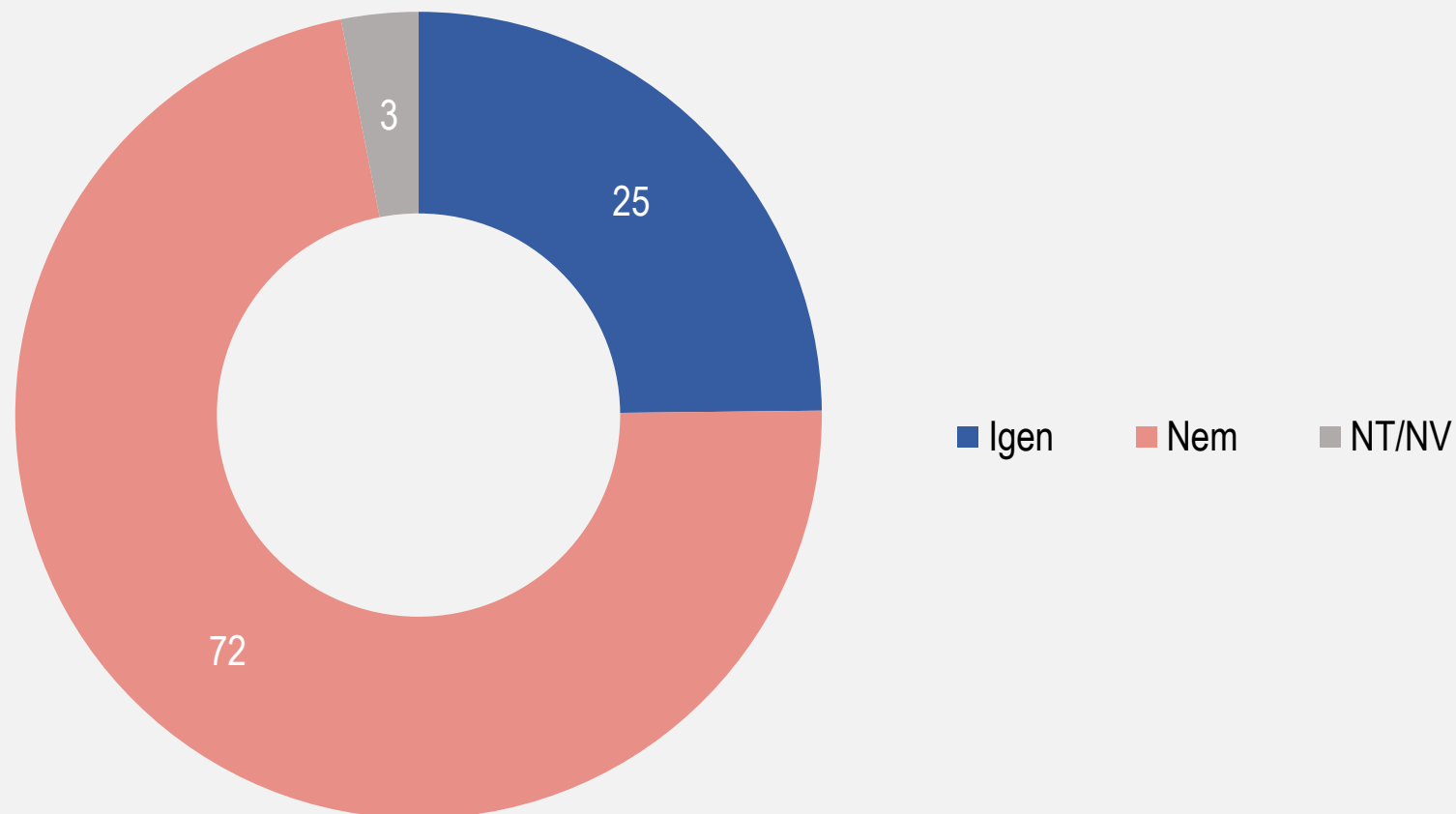
Kérdés1: Előfordult, hogy felvette a telefont, amikor ismeretlen, vagy gyanús számról, profilról keresték üzenetküldő alkalmazáson keresztül, és kiderült, hogy csaló szándékkal hívták?

Kérdés2: Előfordult, hogy visszahívta a számot, profilt?

Bázis1, 2: Akiket hívtak üzenetküldő alkalmazásokon keresztül csaló szándékkal az elmúlt 12 hónapban (N=118); százalékos megoszlás

CSALÓ SZÁNDÉKÚ SMS AZ ELMÚLT 12 HÓNAPBAN

A megkérdezettek 25 százaléka kapott csaló szándékú sms-t az elmúlt 12 hónapban.

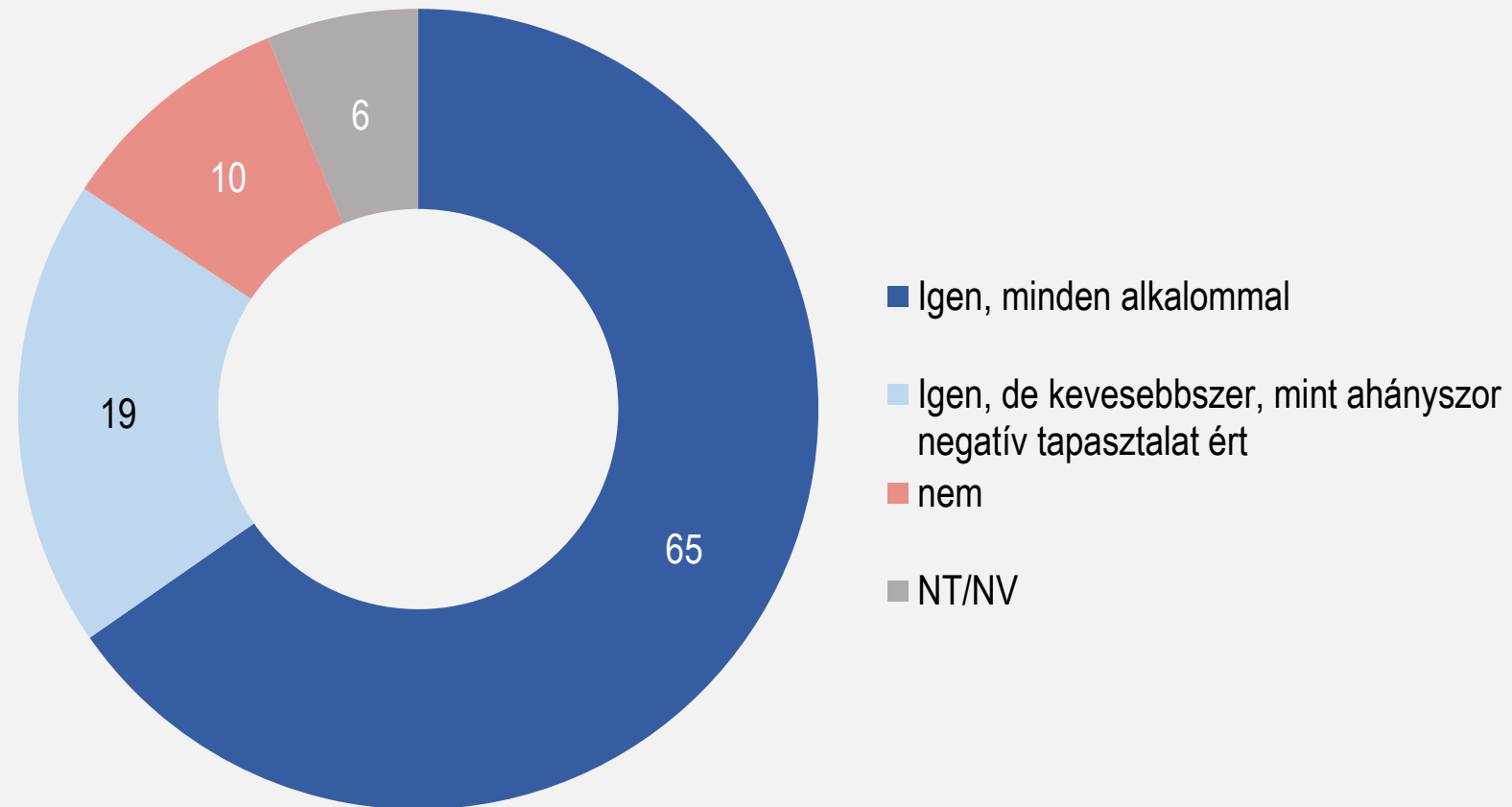


Kérdés: Írtak Önnek ismeretlen, vagy gyanús telefonszámról vagy profilról sms-t csaló szándékkal az elmúlt 12 hónapban?

Bázis: Teljes minta (N=1000); százalékos megoszlás

LINK A CSALÓ SZÁNDÉKÚ SMS-BEN

Azon válaszadók körében, akik csaló szándékú sms-t kaptak az elmúlt 12 hónapban, 65 százalék nyilatkozott úgy, hogy az sms minden alkalommal tartalmazott linket, 19 százalék kevesebbszer látott linket, mint ahány üzenetet kapott, 10 százalék pedig sosem fedezett fel linket az sms-ekben.

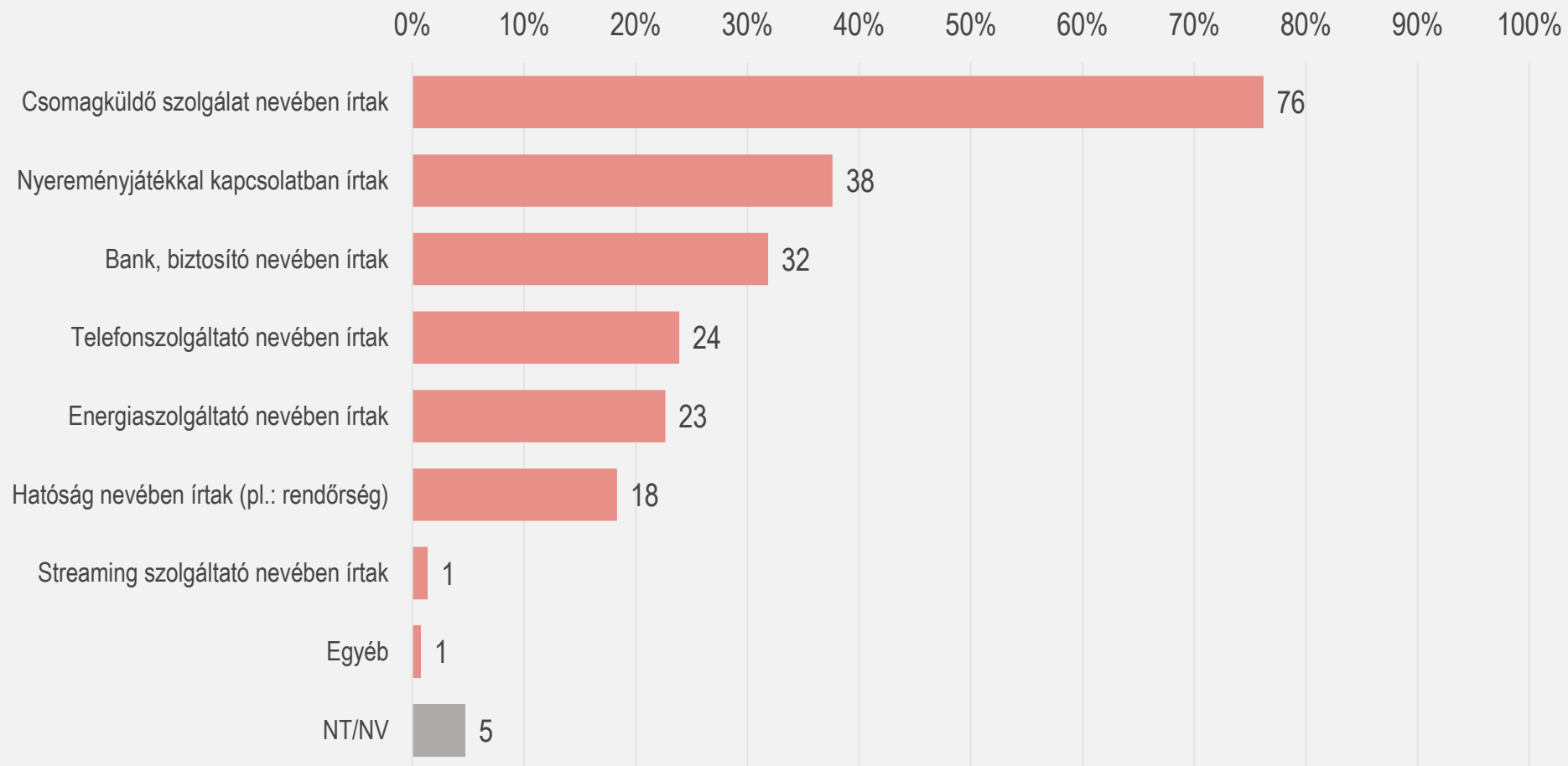


Kérdés: Tartalmazott linket az ismeretlen vagy gyanús telefonszámról, csaló szándékkal küldött sms?

Bázis: Akiknek írtak sms-t csaló szándékkal az elmúlt 12 hónapban (N=248); százalékos megoszlás

CSALÓ SZÁNDÉKÚ SMS-EK TARTALMA

A csaló szándékú sms-ek legmagasabb arányban csomagküldő szolgálat nevében íródtak (76 százalék). Második helyen a nyereményjátékkal kapcsolatos tartalmat (38 százalék) említették azon válaszadók, akiknek írtak sms-t csaló szándékkal az elmúlt 12 hónapban, harmadik helyen pedig a bank, biztosító nevében íródott üzenetet (32 százalék).

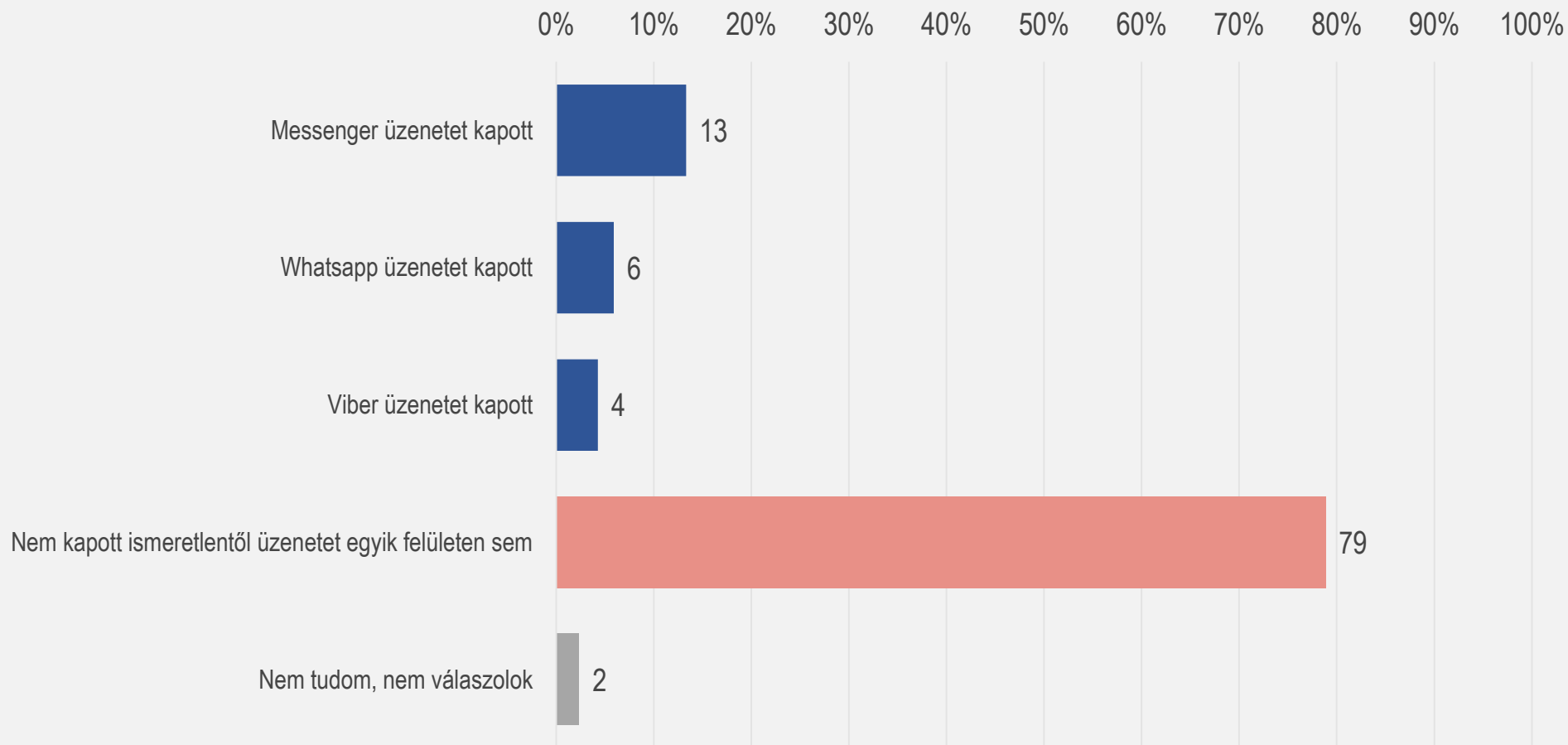


Kérdés: Mi volt az ismeretlen vagy gyanús telefonszámról, csaló szándékkal küldött sms, sms-ek tartalma?

Bázis: Akiknek írtak sms-t csaló szándékkal az elmúlt 12 hónapban (N=248); százalékos megoszlás

CSALÓ SZÁNDÉKÚ ÜZENET AZ ELMÚLT 12 HÓNAPBAN ÜZENETKÜLDŐ ALKALMAZÁSOKBAN

Az az elmúlt 12 hónapban a kutatásban résztvevők 13 százaléka kapott csaló szándékú Messenger üzenetet, 6 százalék WhatsApp üzenetet, és 4 százalék Viber üzenetet.

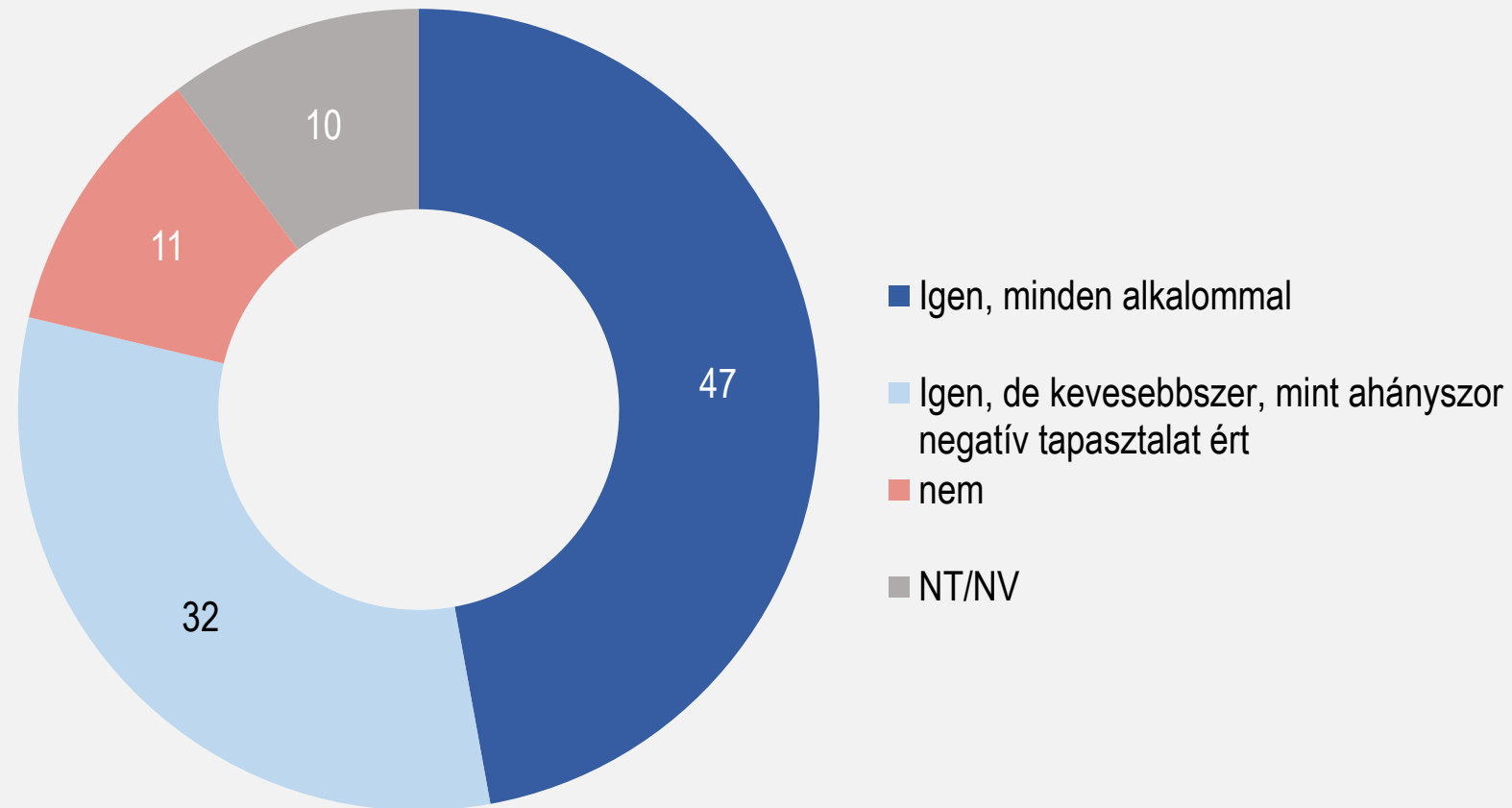


Kérdés: Írtak Önnek ismeretlen, vagy gyanús telefonszámról vagy profilról üzenetet csaló szándékkal az elmúlt 12 hónapban?

Bázis: Teljes minta (N=1000); százalékos megoszlás

LINK A CSALÓ SZÁNDÉKÚ ÜZENETKÜLDŐ ALKALMAZÁSBAN KÜLDÖTT ÜZENETBEN

Azon válaszadók körében, akik kaptak csaló szándékú üzenetet üzenetküldő alkalmazásban, 47 százalék jelölte meg, hogy az üzenet minden alkalommal tartalmazott linket, 32 százalék esetén kevesebbszer, mint ahányszor ilyen negatív tapasztalat érte, 11 százalék pedig sosem talált linket a kapott üzenetekben.

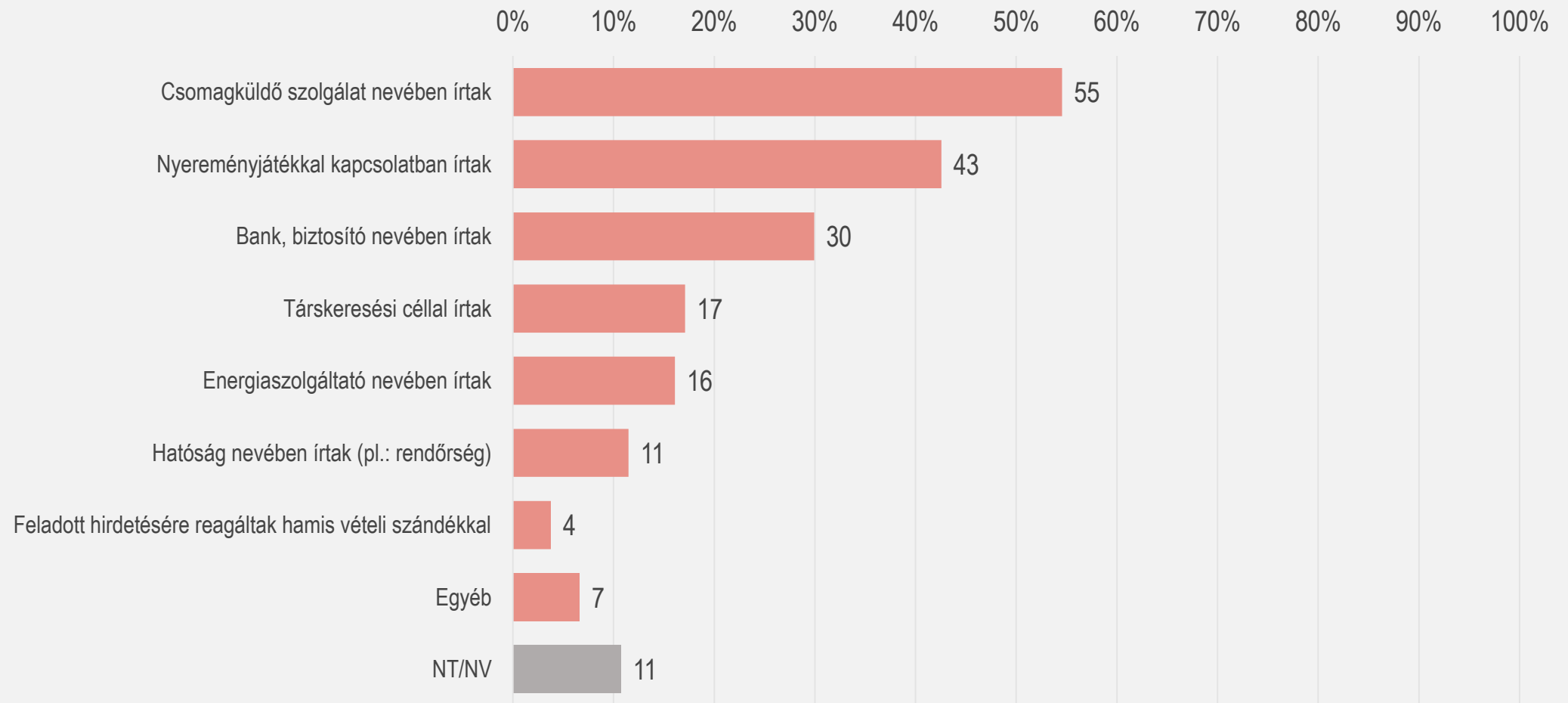


Kérdés: Tartalmazott linket az ismeretlen telefonszámról, vagy profilról, csaló szándékkal küldött Messenger, Viber vagy Whatsapp üzenet?

Bázis: Akiknek írtak üzenetet üzenetküldő alkalmazással csaló szándékkal az elmúlt 12 hónapban (N=188); százalékos megoszlás

ÜZENETKÜLDŐ ALKALMAZÁSBAN KÜLDÖTT CSALÓ SZÁNDÉKÚ ÜZENETEK TARTALMA

Az üzenetküldő alkalmazásban küldött csaló szándékú üzenetek legfőképp csomagküldő szolgálat nevében íródtak (55 százalék). Ezt követi a nyereményjátékkal kapcsolatos tartalom (43 százalék), majd a bank, biztosító nevében írt üzenet (30 százalék).



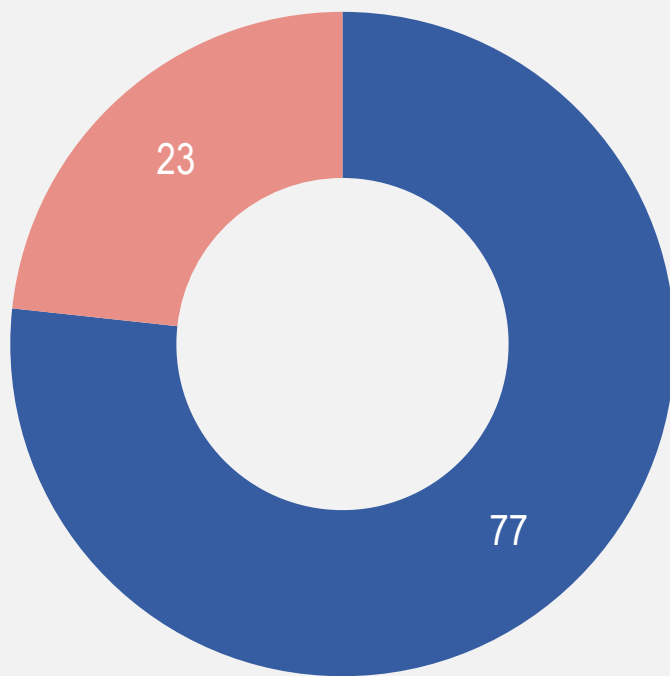
Kérdés: Mi volt az ismeretlen telefonszámról/profilról csaló szándékkal küldött Messenger, Whatsapp, Viber üzenetek tartalma?

Bázis: Akiknek írtak üzenetet üzenetküldő alkalmazással csaló szándékkal az elmúlt 12 hónapban (N=188); százalékos megoszlás

ÜZENETKÜLDŐ ALKALMAZÁSOK FUNKCIÓINAK ISMERETE

Az üzenetküldő alkalmazásokat használók közül 77 százalék tudja, hogy le lehet tiltani telefonszámot. A kérdésre válaszolók 68 százaléka van tisztában azzal, hogy be lehet állítani, kinek a hívásait/üzeneteit kapja meg.

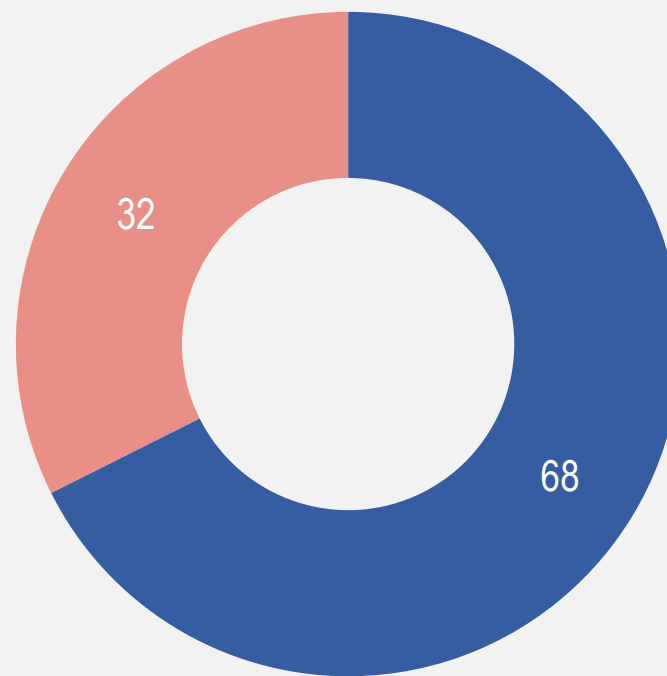
Letilthat telefonszámot



■ igen

■ nem

Beállíthatja, hogy mit kap meg



■ igen

■ nem

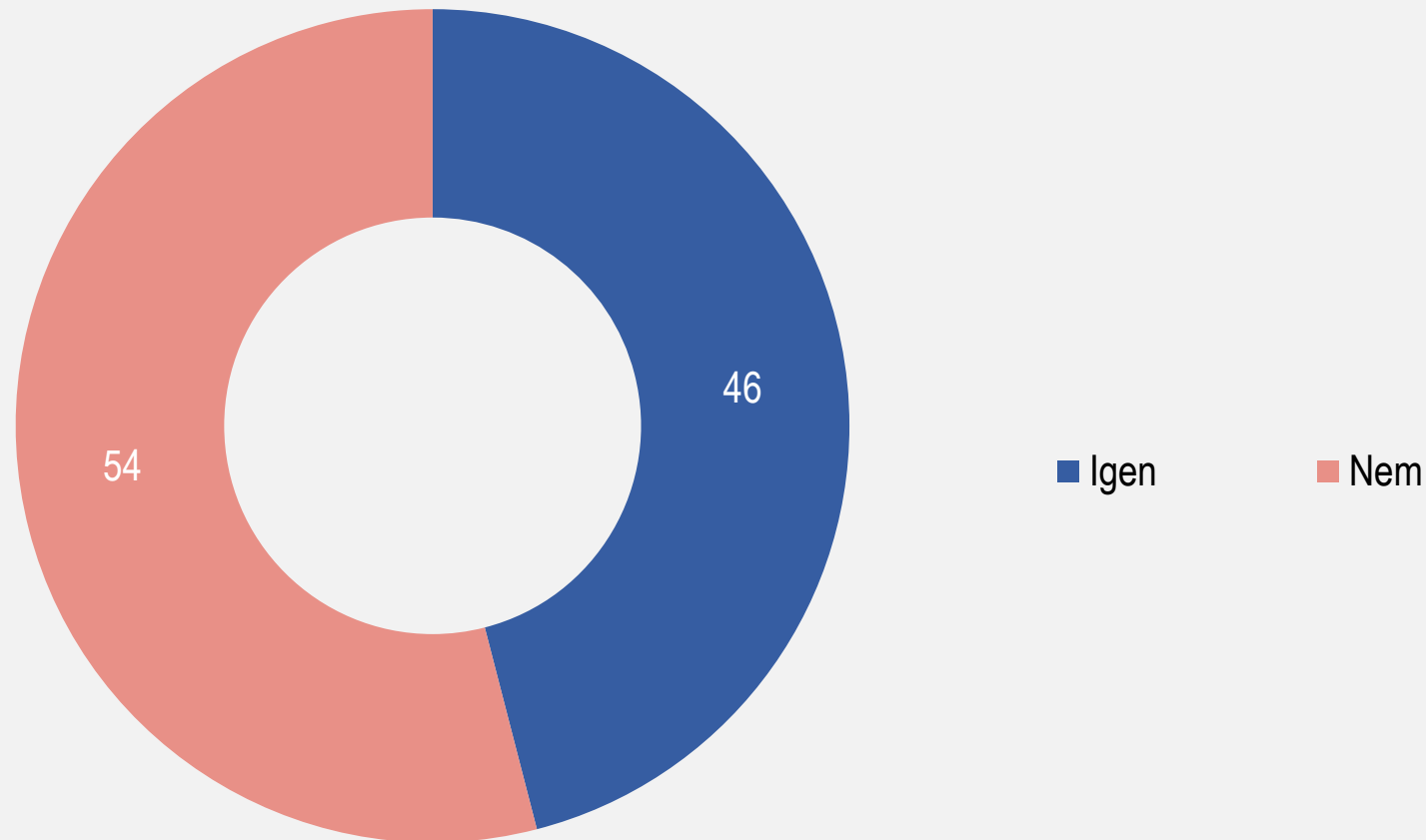
Kérdés1: Tud Ön arról, hogy van olyan funkció az üzenetküldő alkalmazásokban, mint pl. Messenger, Viber és a WhatsApp, ahol letilthat telefonszámot, így nem tudják többet az adott hívószámról elérni?

Kérdés2: Tud Ön arról, hogy van olyan funkció az üzenetküldő alkalmazásokban, mint pl. Messenger, Viber és a WhatsApp, amellyel beállíthatja, hogy kinek a telefonhívásait, üzeneteit kapja meg?

Bázis1, 2: Akik használnak üzenetküldő alkalmazásokat (N=760); százalékos megoszlás

A SZOLGÁLTATÓ NEM TUDJA KÖVETNI A HÍVÁSOKAT ÜZENETKÜLDŐ ALKALMAZÁSOKBAN

Az üzenetküldő alkalmazásokat használók közül 46 százalék tudja, hogy a telefonos szolgáltatók nem tudják követni az alkalmazásokon keresztül folytatott hívásokat.

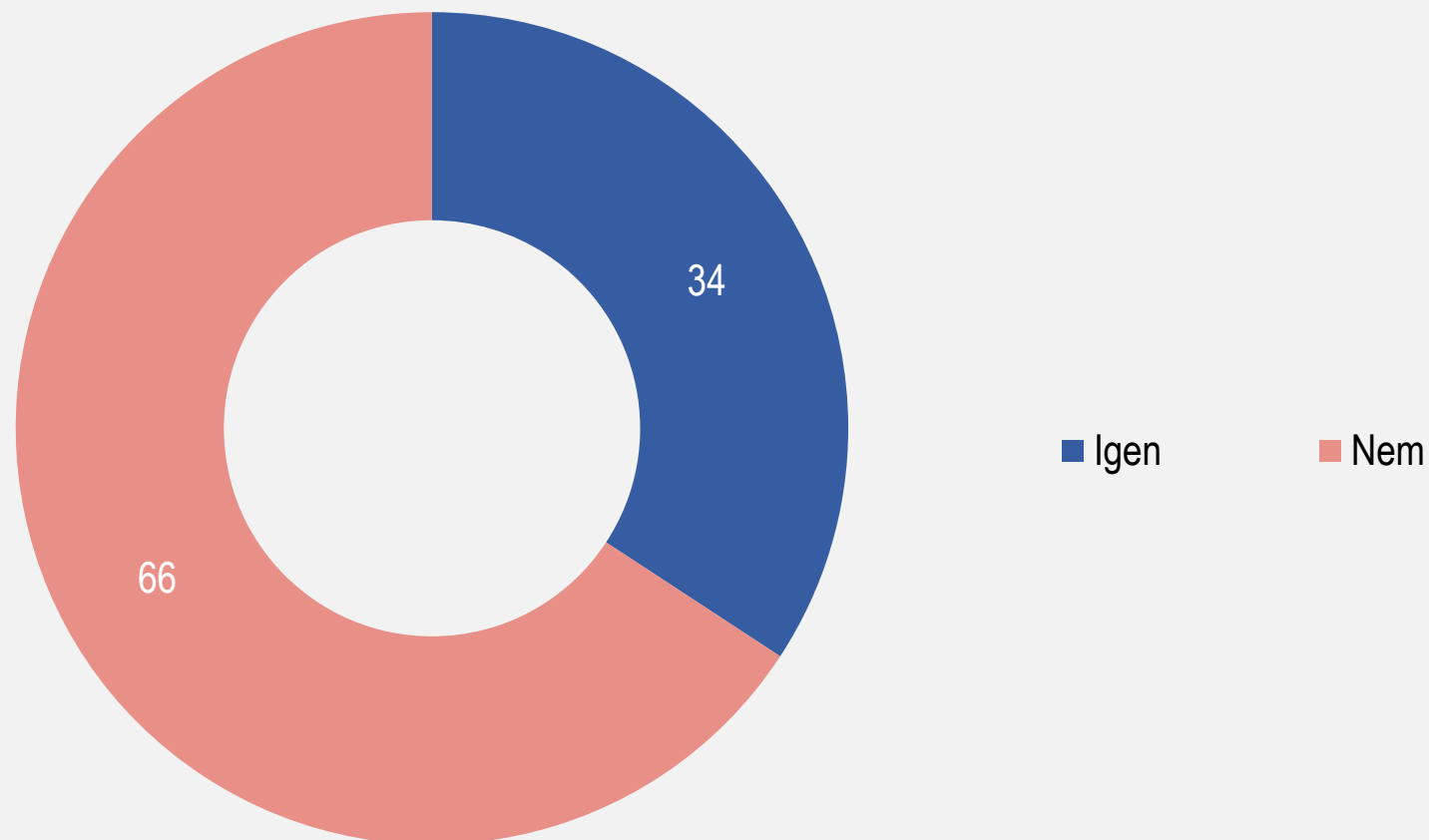


Kérdés: Tud arról, hogy az üzenetküldő alkalmazásokon keresztül folytatott telefonhívásokat a telefonos szolgáltatók nem tudják követni?

Bázis: Akik használnak üzenetküldő alkalmazásokat (N=760); százalékos megoszlás

CSALÓ SZÁNDÉKÚ E-MAIL AZ ELMÚLT 12 HÓNAPBAN

Az elmúlt 12 hónapban a kutatásban résztvevők 34 százaléka kapott csaló szándékú email-t.

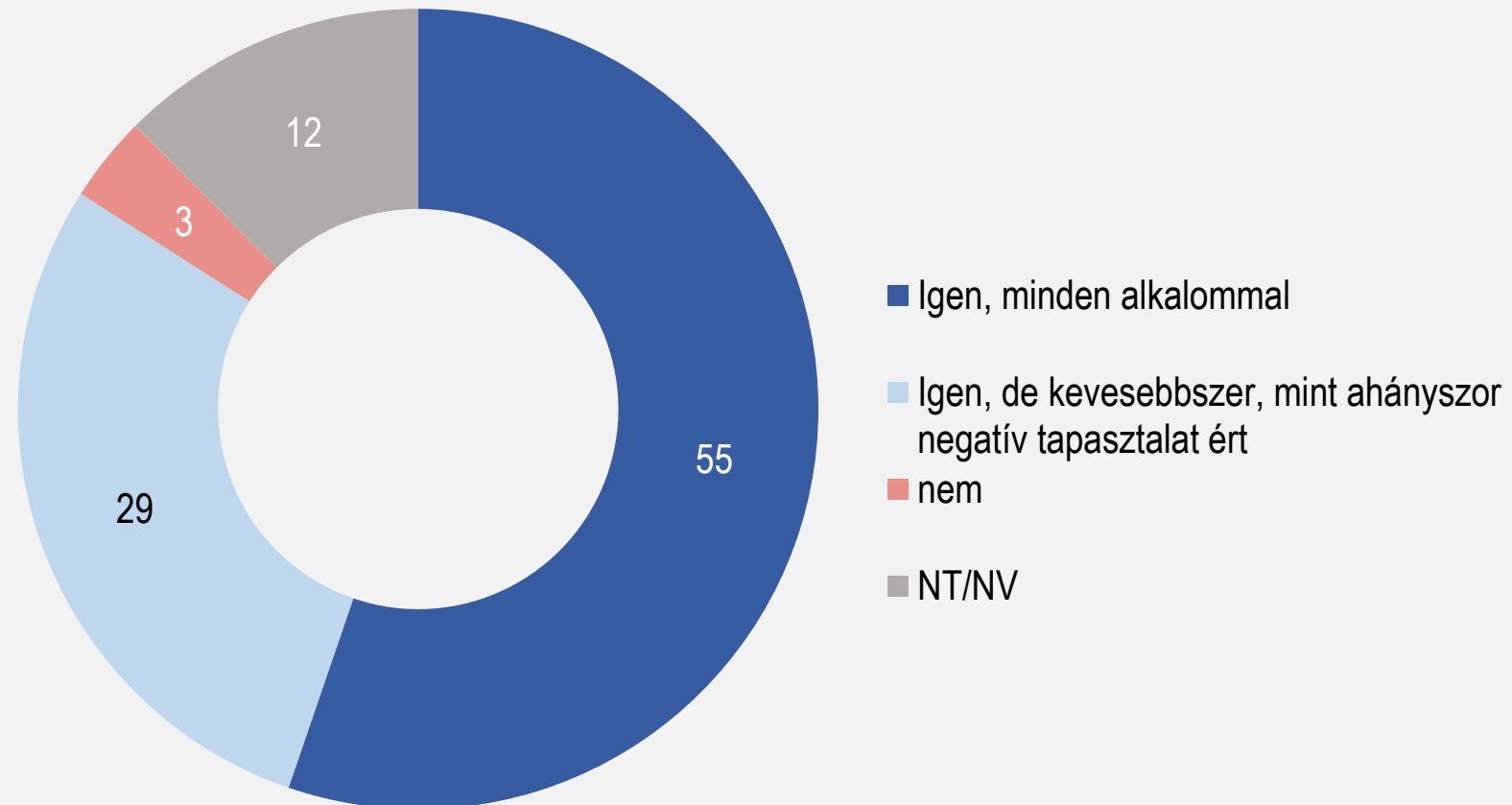


Kérdés: Küldtek Önnek ismeretlen e-mail címről e-mailet csaló szándékkal az elmúlt 12 hónapban?

Bázis: Teljes minta (N=1000); százalékos megoszlás

LINK A CSALÓ SZÁNDÉKÚ E-MAILBEN

A kutatás azon résztvevői között, akik csaló szándékú e-mailt kaptak az elmúlt 12 hónapban, 55 százalék nyilatkozott úgy, hogy az e-mail minden alkalommal tartalmazott linket, 29 százalék válaszolta azt, hogy kevesebbszer, mint ahányszor ilyen negatív tapasztalat érte, 3 százalék pedig sosem látott linket az emailben.

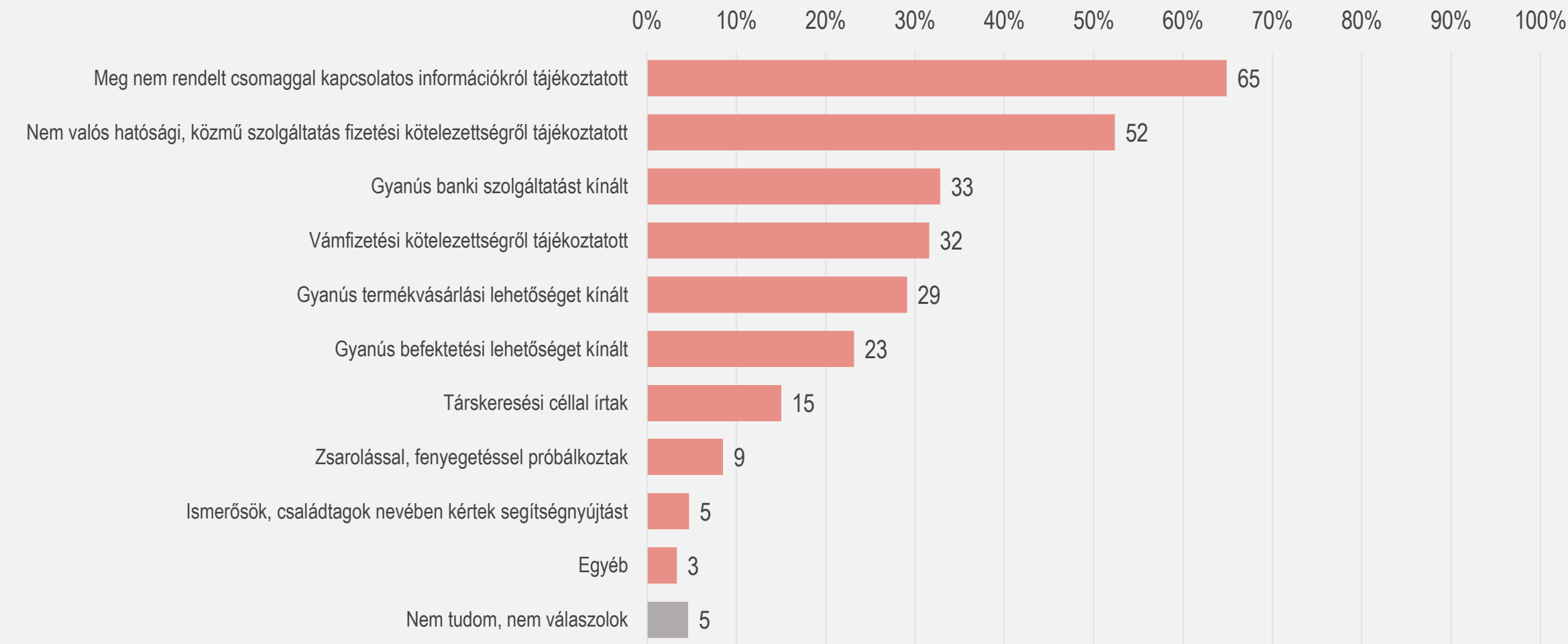


Kérdés: Tartalmazott linket az ismeretlen címről küldött, csaló szándékú e-mail?

Bázis: Akiknek írtak e-mailt csaló szándékkal az elmúlt 12 hónapban (N=342); százalékos megoszlás

CSALÓ SZÁNDÉKÚ E-MAILEK TARTALMA

A csaló szándékú e-mailek legmagasabb arányban említett tartalma a meg nem rendelt csomaggal kapcsolatos információ (65 százalék). Ezt követi a nem valós hatósági, közmű szolgáltatáshoz köthető, fizetési kötelezettségről szóló tájékoztatás (52 százalék), majd a gyanús banki szolgáltatás kínálása (33 százalék).

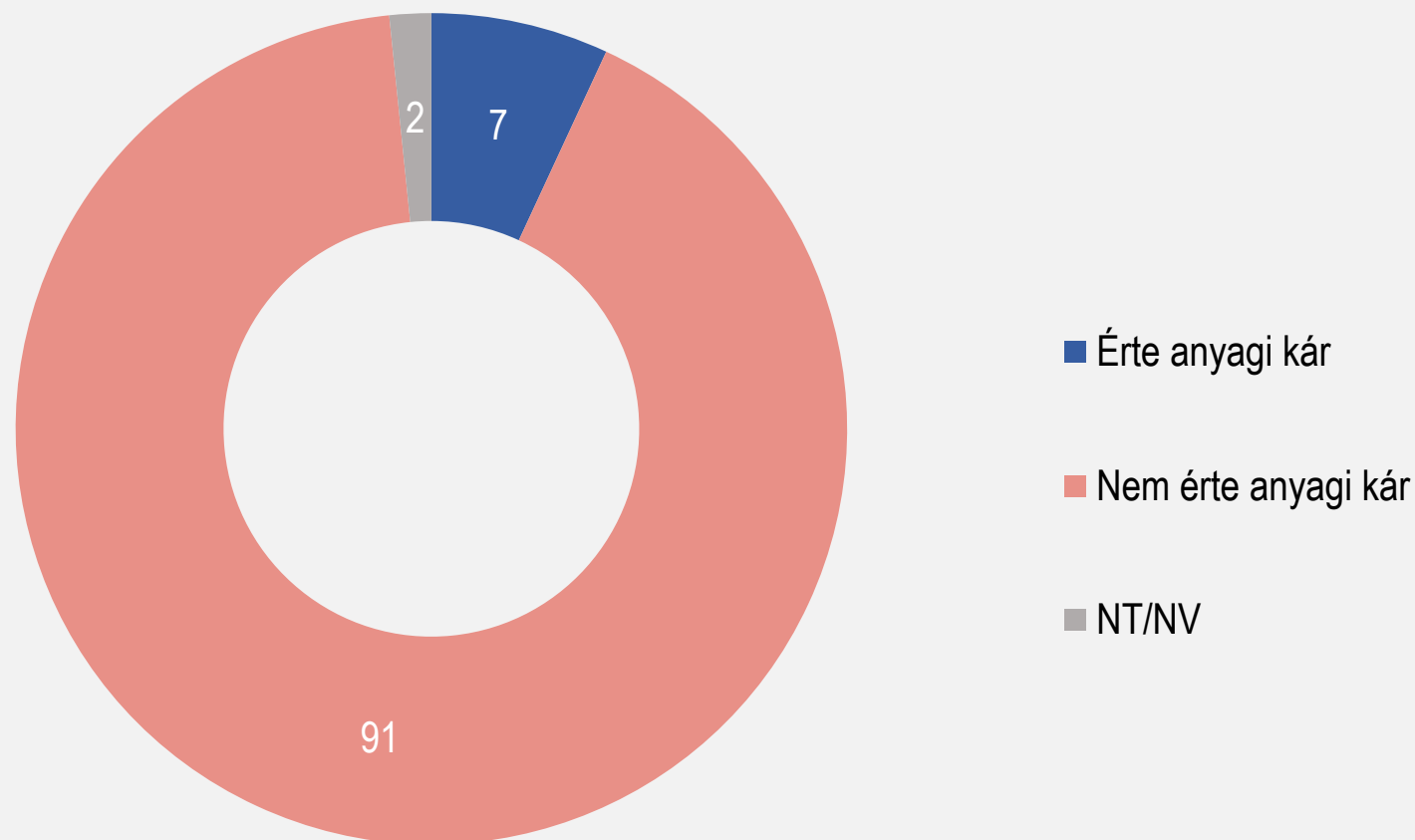


Kérdés: Mi volt az e-mail, e-mailek tartalma?

Bázis: Akiknek írtak e-mailt csaló szándékkal az elmúlt 12 hónapban (N=342); százalékos megoszlás

ANYAGI KÁR A CSALÓ SZÁNDÉKÚ E-MAILEK MIATT

Azon megkérdezettek körében, akik kaptak csaló szándékú e-mailt az elmúlt 12 hónapban, 7 százalékot ért anyagi kár, 91 százalékot pedig nem.

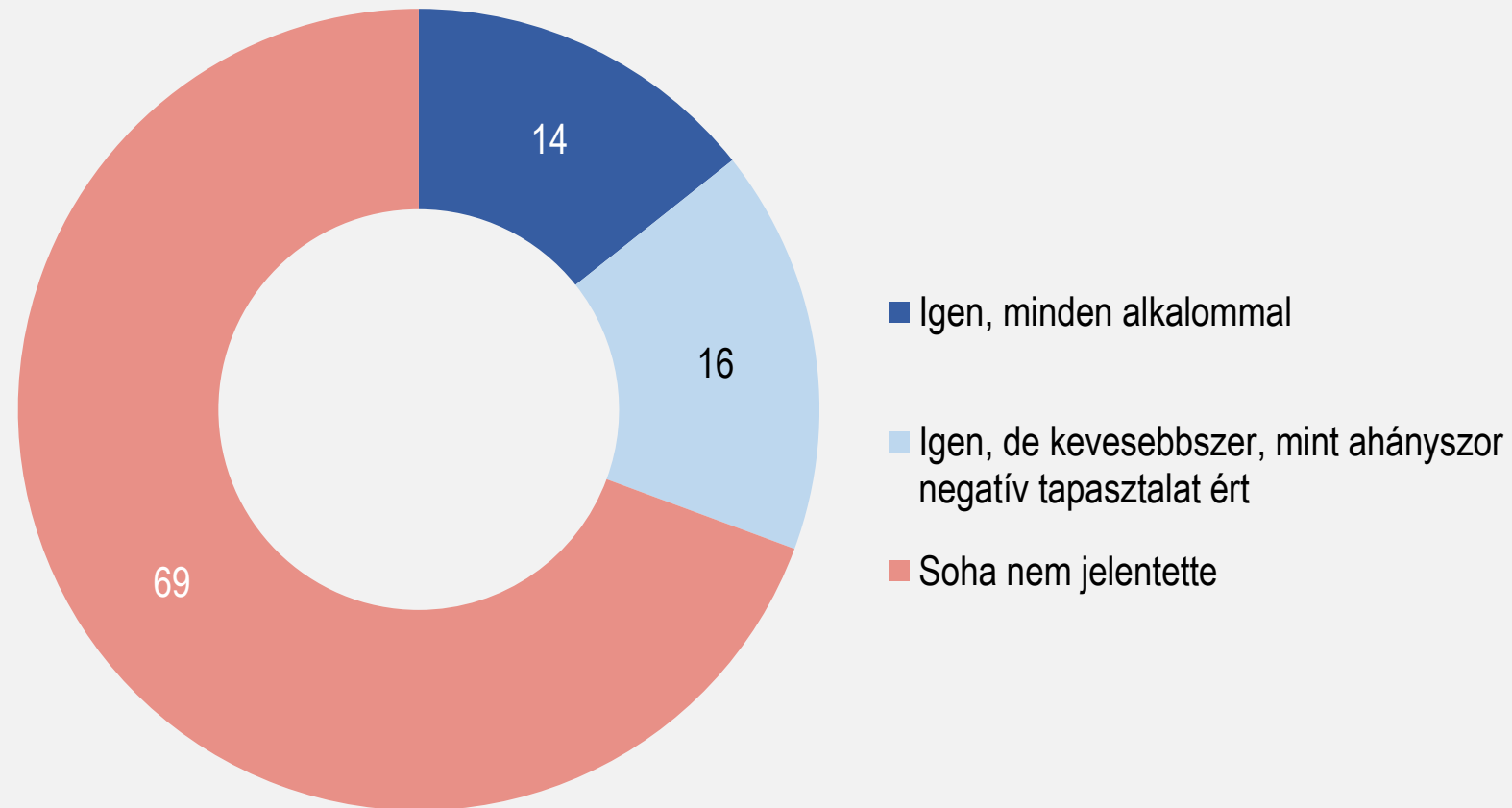


Kérdés: Milyen mértékű anyagi kár érte a kényszerűen az ismeretlen címről küldött, csaló szándékú e-mail-ek miatt?

Bázis: Akiknek írtak e-mailt csaló szándékkal az elmúlt 12 hónapban (N=342); százalékos megoszlás

CSALÓ SZÁNDÉKÚ E-MAILEK JELENTÉSE

Azon megkérdezettek körében, akik kaptak csaló szándékú e-mailt az elmúlt 12 hónapban, 69 százalék soha nem jelentette az esetet. A válaszadók 14 százaléka jelentette a csaló szándékú e-mailt minden alkalommal, és 16 százalék jelezte az esetet kevesebbszer, mint ahányszor ilyen negatív tapasztalat érte.

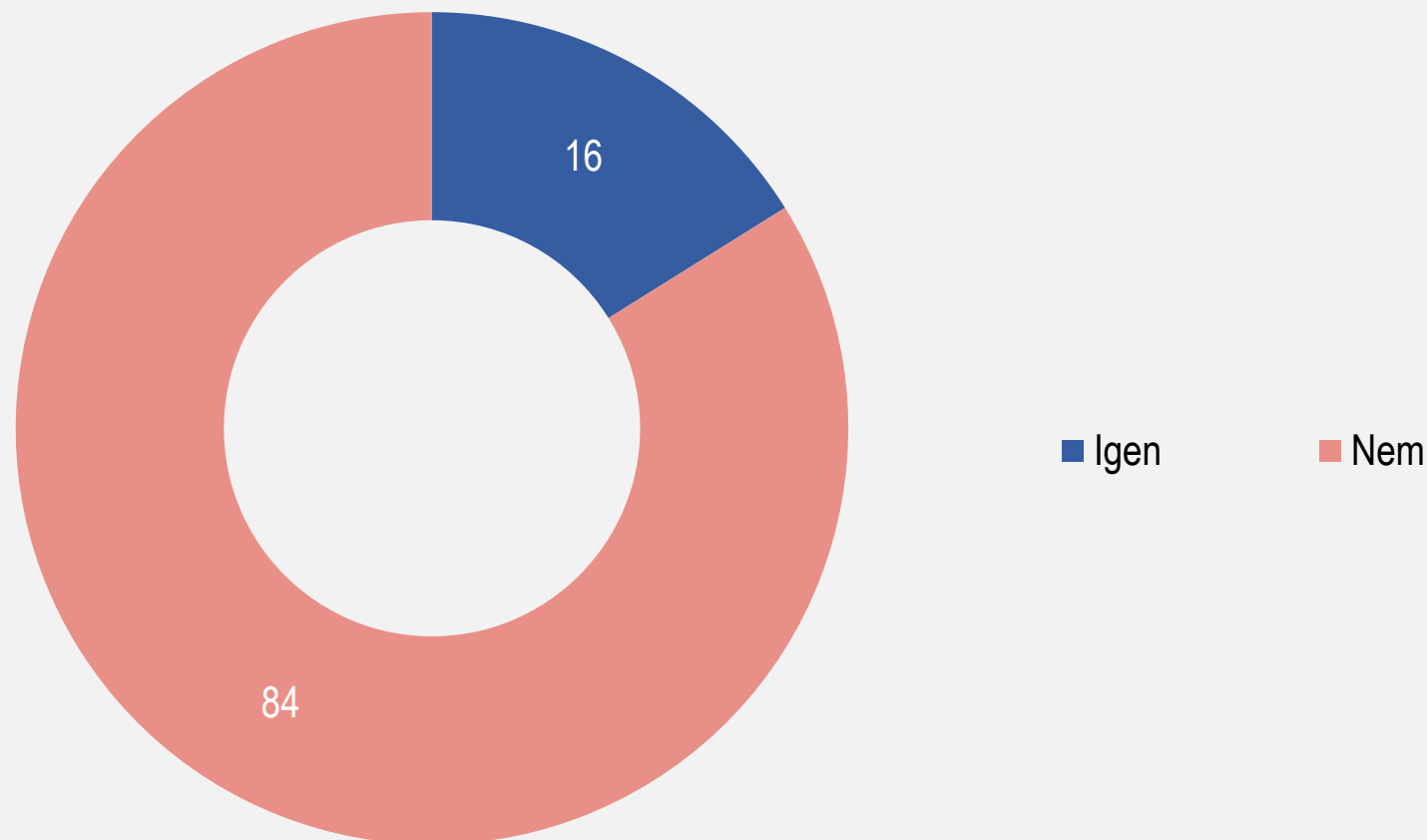


Kérdés: Jelentette az esetet, eseteket valamilyen hatóság vagy szolgáltató felé?

Bázis: Akiknek írtak e-mailt csaló szándékkal az elmúlt 12 hónapban (N=342); százalékos megoszlás

CSALÓ SZÁNDÉKÚ ÜZENET KÖZÖSSÉGI OLDALAKON AZ ELMÚLT 12 HÓNAPBAN

Az elmúlt 12 hónapban a kutatásban résztvevők 16 százalékát keresték meg közösségi oldalon csaló szándékkal.

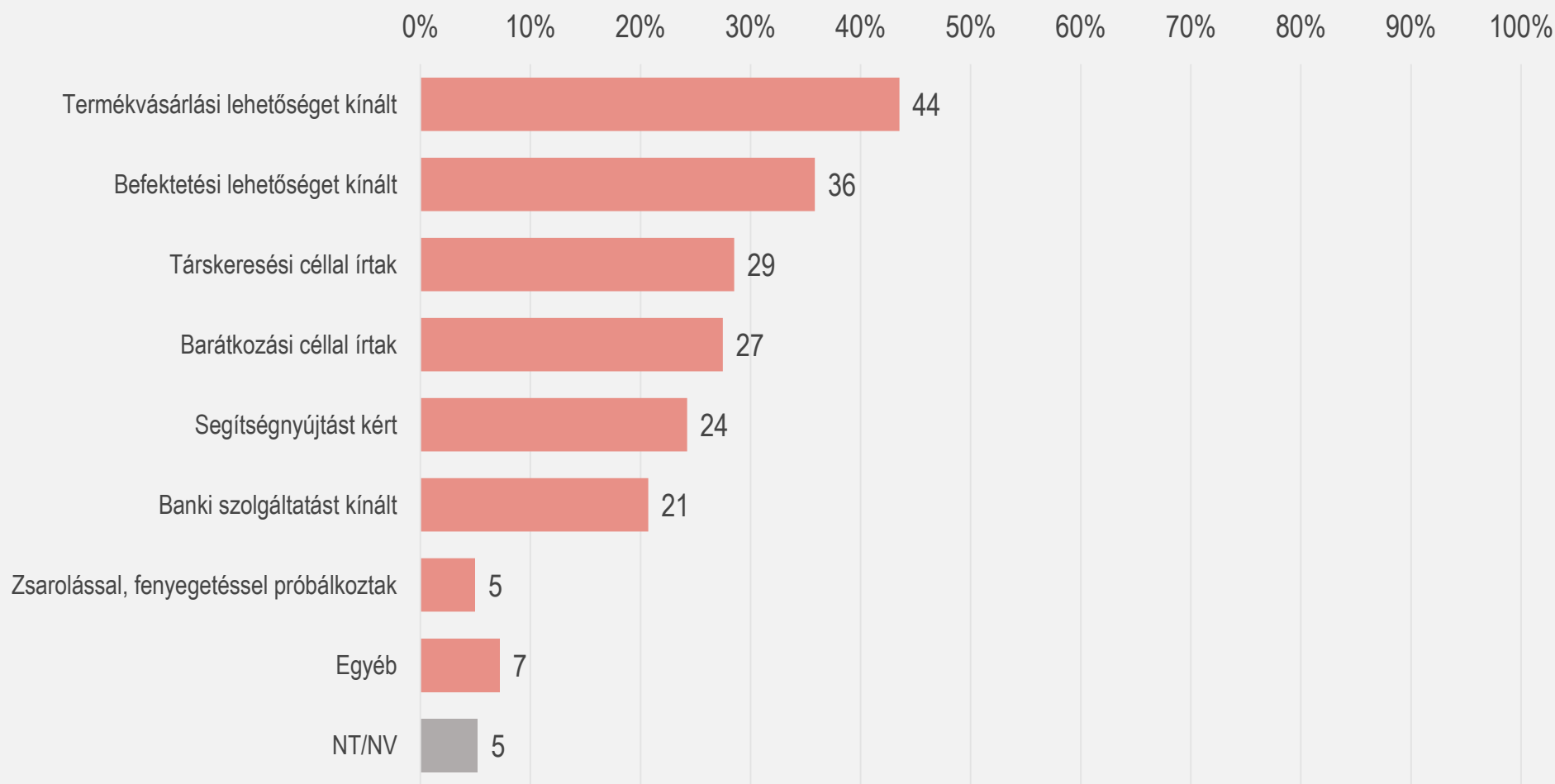


Kérdés: Írtak Önnek közösségi oldalakon (pl. Facebook, Instagram) ismeretlenek csaló szándékkal üzenetet az elmúlt 12 hónapban?

Bázis: Teljes minta (N=1000); százalékos megoszlás

KÖZÖSSÉGI OLDALAKON KAPOTT CSALÓ SZÁNDÉKÚ ÜZENETEK TARTALMA

A közösségi oldalon érkezett csaló szándékú üzenetek leginkább termékvásárlási lehetőséget kínáltak (44 százalék), befektetési lehetőséggel kapcsolatban a kérdésre válaszolók 36 százaléka kapott üzenetet, társkeresési célú üzenetet pedig 29 százaléknak küldtek.

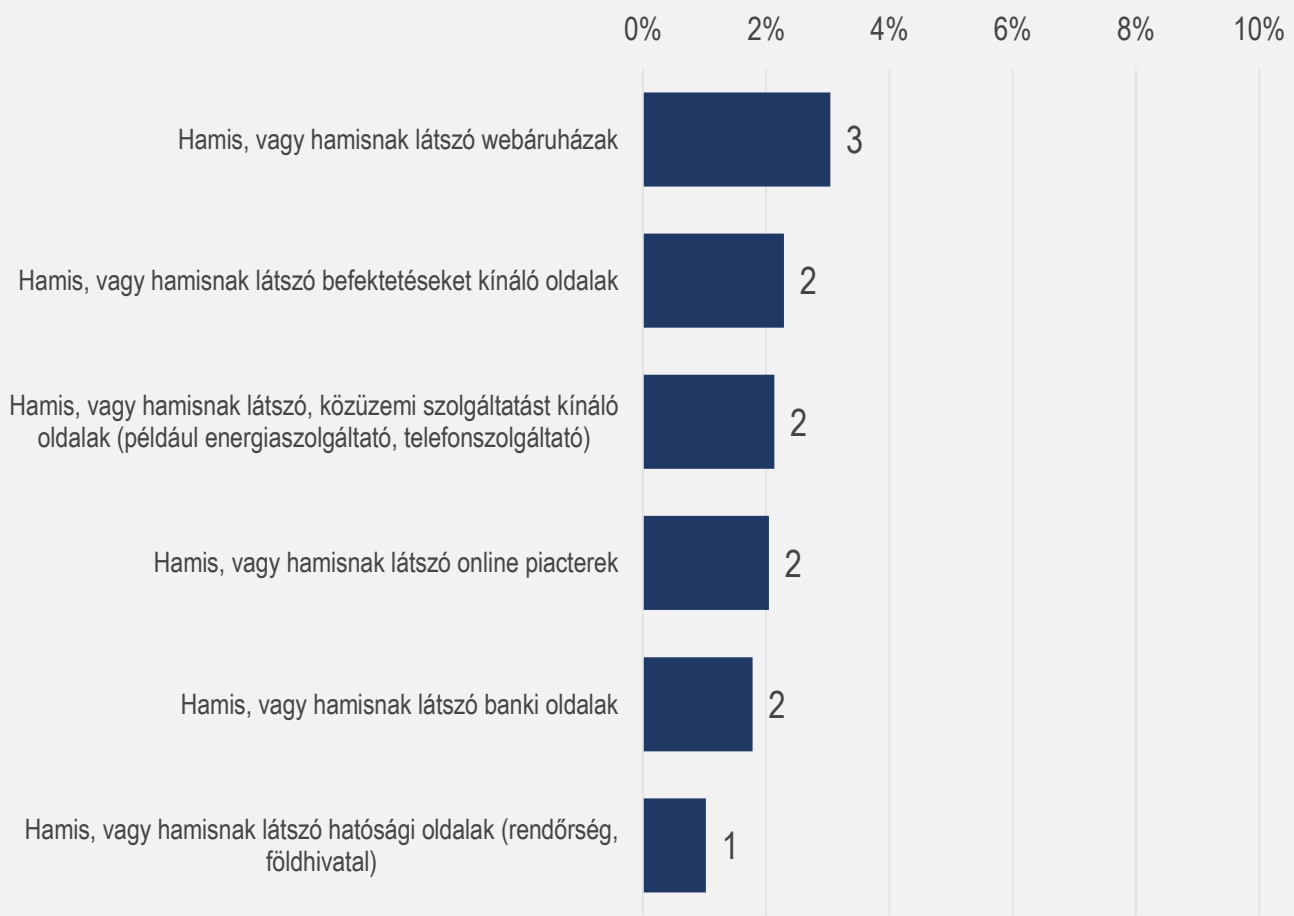


Kérdés: Mi volt az üzenet, üzenetek tartalma?

Bázis: Akiknek írtak üzenetet közösségi oldalakon csaló szándékkal az elmúlt 12 hónapban (N=161); százalékos megoszlás

AKIKET MEGTÉVESZTETTEK HAMIS OLDALAK AZ INTERNETEN

A teljes mintát tekintve, a hamis vagy hamisnak látszó internetes oldalak közül a legnagyobb arányban a webáruházak miatt érte a válaszadókat negatív tapasztalat (3 százalék). A kutatásban résztvevők 2-2-2-2 százalékát érte negatív tapasztalat a hamis befektetéseket kínáló oldalak, közüzemi szolgáltatást kínáló oldalak, online piacterek és banki oldalak miatt.

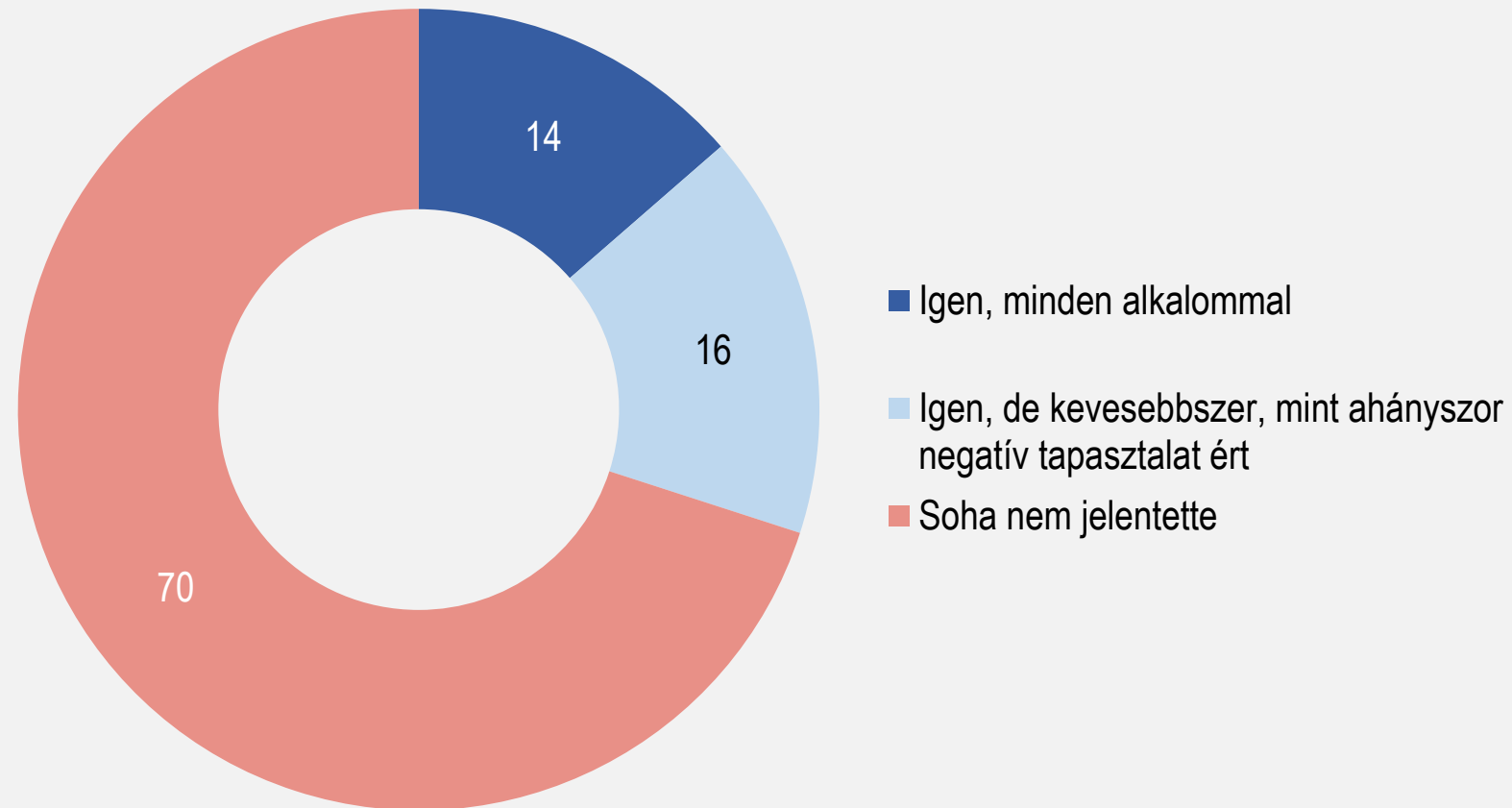


Kérdés: Az alábbi felületek valamelyikén előfordult-e Önnel az elmúlt 12 hónapban, hogy megtévesztették csalók? Ha igen, melyeken?

Bázis: Teljes minta (N=1000); százalékos megoszlás

HAMIS, VAGY ANNAK LÁTSZÓ OLDALAKON TAPASZTALT CSALÁS JELENTÉSE

Azon válaszadók között, akik találkoztak hamis vagy gyanús weboldallal, 70 százalék soha nem jelentette az esetet. A kérdésre válaszolók 14 százaléka jelentette minden alkalommal, 16 százalék pedig kevesebbszer, mint ahányszor ilyen negatív tapasztalat érte.

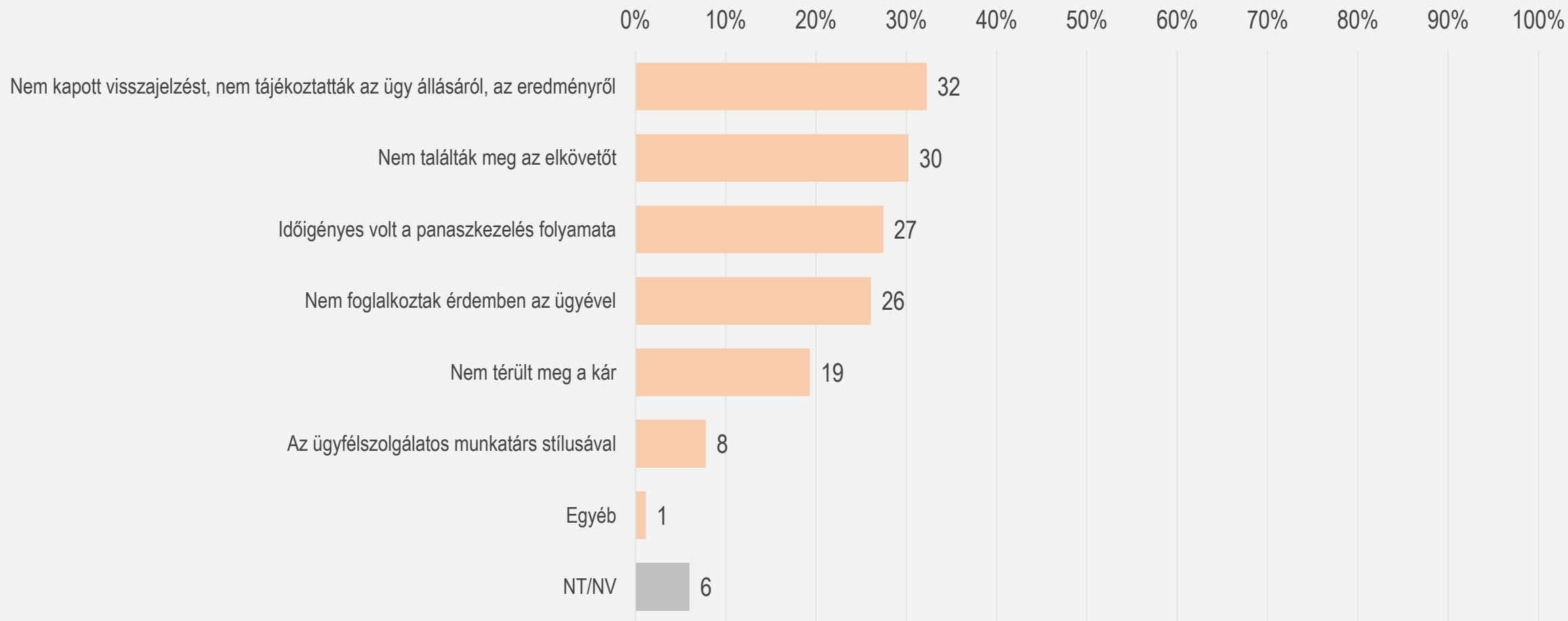


Kérdés: Jelentette az esetet, eseteket valamilyen hatóság vagy szolgáltató felé?

Bázis: Aki találkozott hamis vagy gyanús weboldallal (N=528) százalékos megoszlás

ELÉGEDETLENSÉG AZ ÜGYINTÉZÉSSSEL HAMIS OLDALON TAPASZTALT CSALÁS ESETÉN

A hamis oldalon történt, anyagi kár okozására irányuló negatív tapasztalat bejelentésével elégedetlenek leginkább azt kifogásolták, hogy nem kaptak visszajelzést / nem tájékoztatták őket az ügy állásáról, az eredményről (32 százalék). A második legfőbb ok az volt, hogy nem találták meg az elkövetőt (30 százalék), a harmadik pedig az időigényes panaszkezelési folyamat (27 százalék).



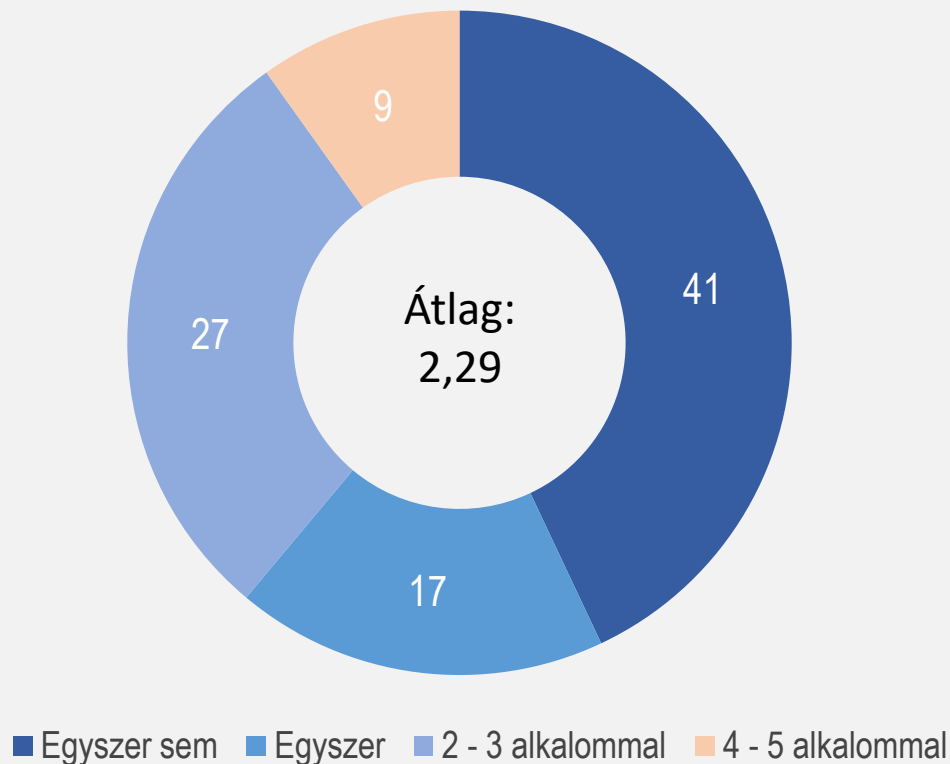
Kérdés: Mivel nem volt elégedett?

Bázis: Akik elégedetlenek voltak az ügyintézással, amikor fogadták a jelzésüket hamis oldalon tapasztalt csalásról (N=93); százalékos megoszlás

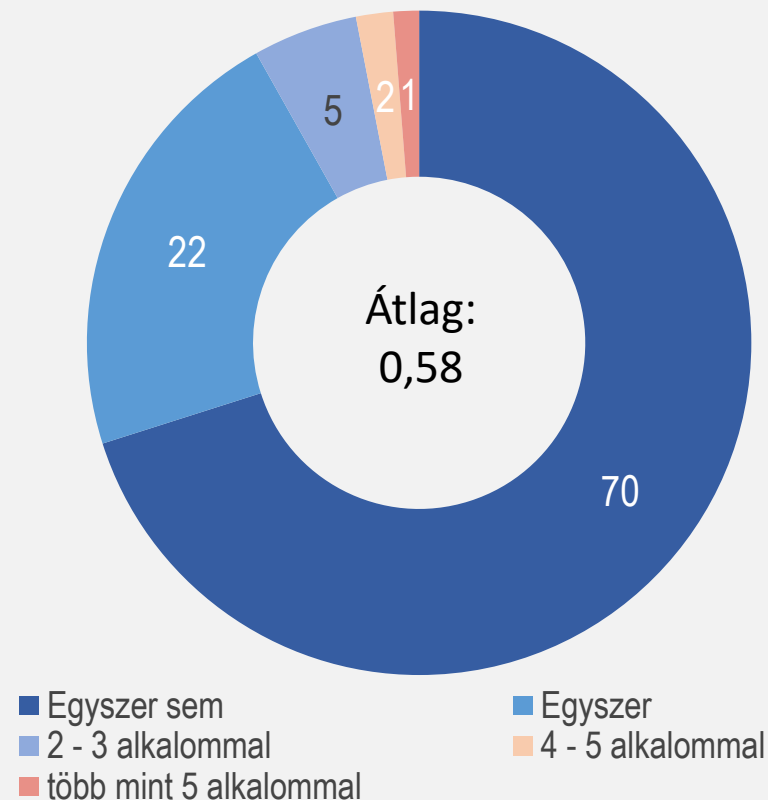
PROBLÉMÁK A MEGVÁSÁROLT TERMÉKKEL

Az internetes vásárlás során az elmúlt 12 hónapban a válaszadók 59 százaléka tapasztalta azt, hogy rendelés esetén a termék minősége rosszabb volt, mint a képeken. Ezt a problémát a válaszadók 17 százaléka egyszer, 27 százalék 2–3 alkalommal, 9 százalék pedig 4–5 alkalommal tapasztalta. Az, hogy a megvásárolt termék nem érkezett meg, a kérdésre válaszolók 30 százalékát érintette. Azon válaszadók körében, akik ezt a problémát tapasztalták, 22 százalék nyilatkozott úgy, hogy egyszer fordult vele elő, hogy nem kapta meg a terméket, 5 százalékhoz pedig 2–3 alkalommal nem jutott el.

Rosszabb minőség, mint a képeken: 59%



Nem érkezett meg: 30%



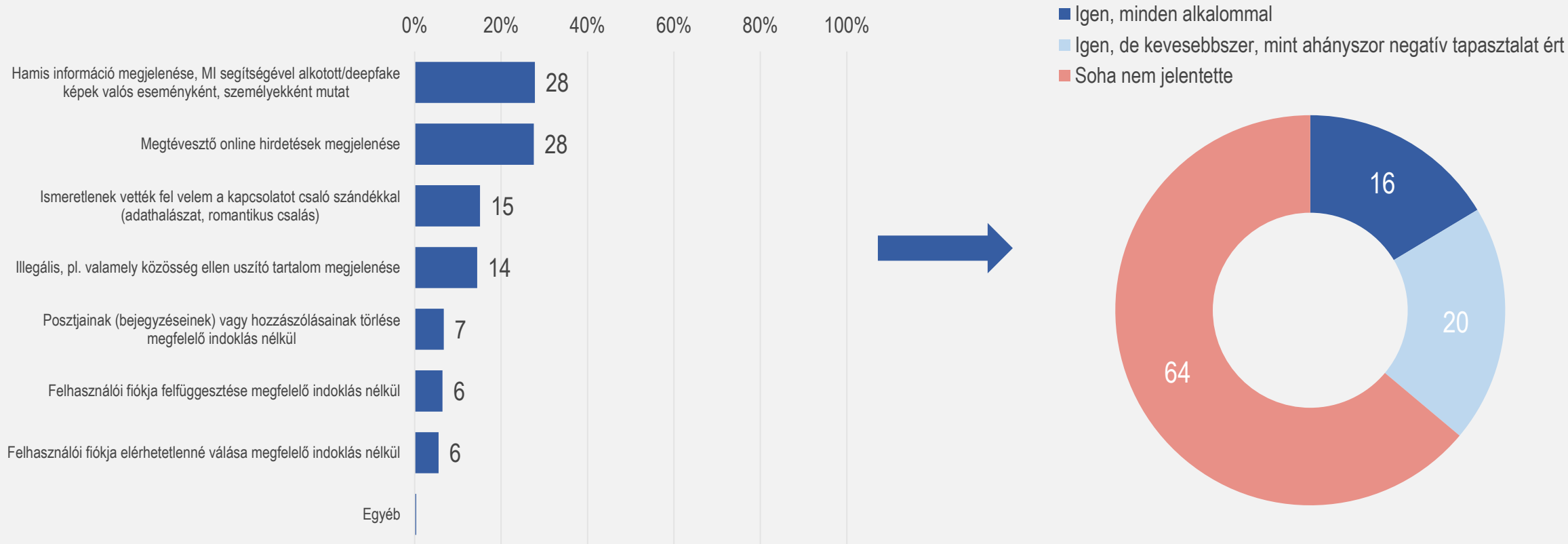
Kérdés1: Az elmúlt 12 hónapban alábbiak hányszor fordult elő Önnel internetes vásárlás során, hogy az online felületen megvásárolt termék, szolgáltatás minősége rosszabb volt, mint a képeken?

Kérdés2: Az elmúlt 12 hónapban alábbiak hányszor fordult elő Önnel internetes vásárlás során, hogy az online felületen megvásárolt termék, szolgáltatás minősége rosszabb volt, mint a képeken?

Bázis1, 2: Akikkel előfordult életük során, hogy az interneten böngészve vagy online piactereken olyan termékkel vagy ajánlattal találkozott, ahol az eladó a vételár átutalása után nem teljesített (N=272); százalékos megoszlás

NEM ANYAGI KÁR OKOZÁSÁRA IRÁNYULÓ CSALÁSOK TAPASZTALÁSA, JELENTÉSE

Az nem anyagi kár okozására irányuló online csalások közül az elmúlt 12 hónapban a legmagasabb arányban tapasztalt csalástípus a hamis információ megjelenése, MI segítségével alkotott/deepfake kép volt (28 százalék) és a megtévesztő online hirdetések megjelenése (28 százalék). Azok közül, akiket anyagi kárt nem okozó negatív tapasztalat ért az interneten vagy a közösségi médiában az elmúlt 12 hónapban, 64 százalék soha nem jelentette az esetet, 20 százalék jelentette, de kevesebbszer, mint ahányszor negatív tapasztalat érte, és 16 százalék azok aránya, akik minden alkalommal jelentették.



Kérdés1: Melyeket tapasztalta az elmúlt 12 hónapban online felületen vagy a közösségi médiában?

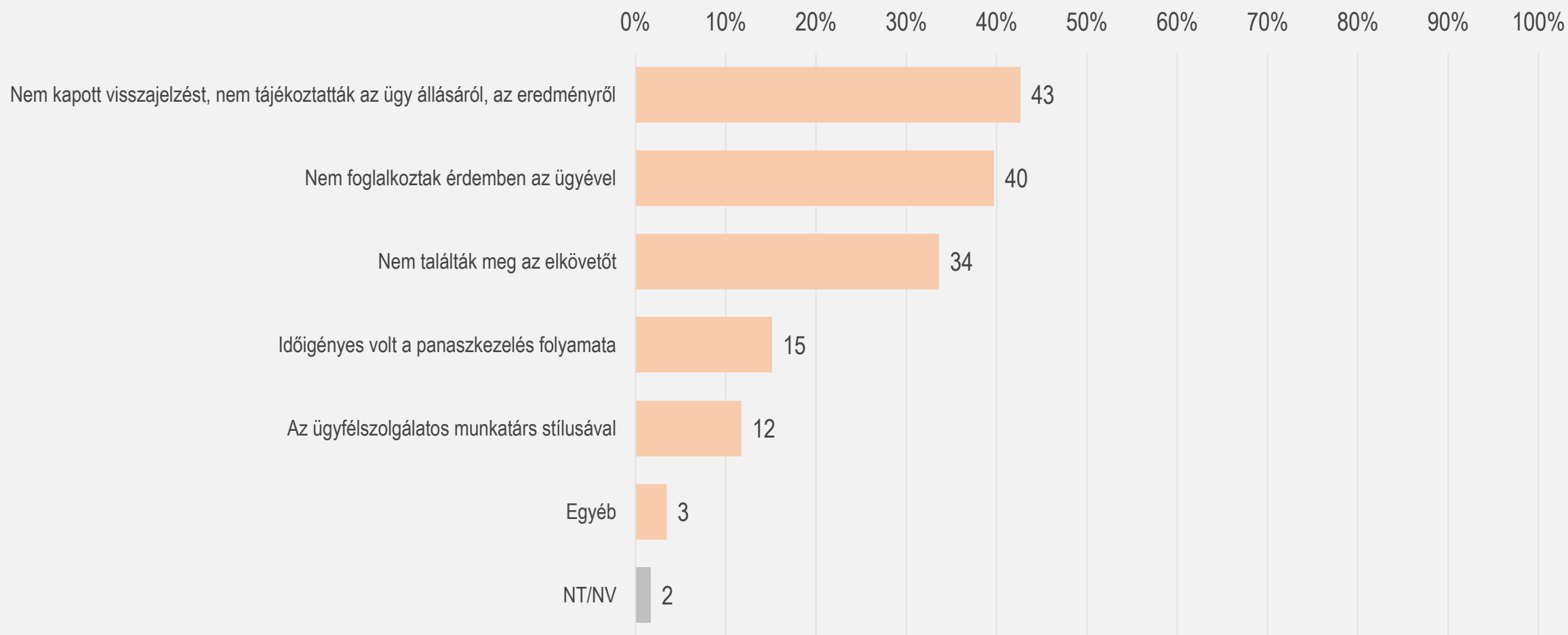
Kérdés2: Jelentette az esetet, eseteket valamilyen hatóság vagy szolgáltató felé?

Bázis1: Teljes minta (N=1000)

Bázis2: Ha érte anyagi kárt nem okozó negatív tapasztalat online felületen vagy közösségi médiában (N=532)

ELÉGEDETLENSÉG AZ ÜGYINTÉZÉSSSEL ANYAGI KÁRT NEM OKOZÓ CSALÁS ESETÉN

A nem anyagi kár okozására irányuló, online negatív tapasztalat bejelentését követő ügyintézési folyamattal elégedetlenek leginkább azt kifogásolták, hogy nem kaptak visszajelzést / nem tájékoztatták az ügy állásáról, az eredményről (43 százalék). Azt, hogy nem foglalkoztak érdemben az ügyével, 40 százalék jelölte meg, azt pedig, hogy nem találták meg az elkövetőt, 34 százalék.

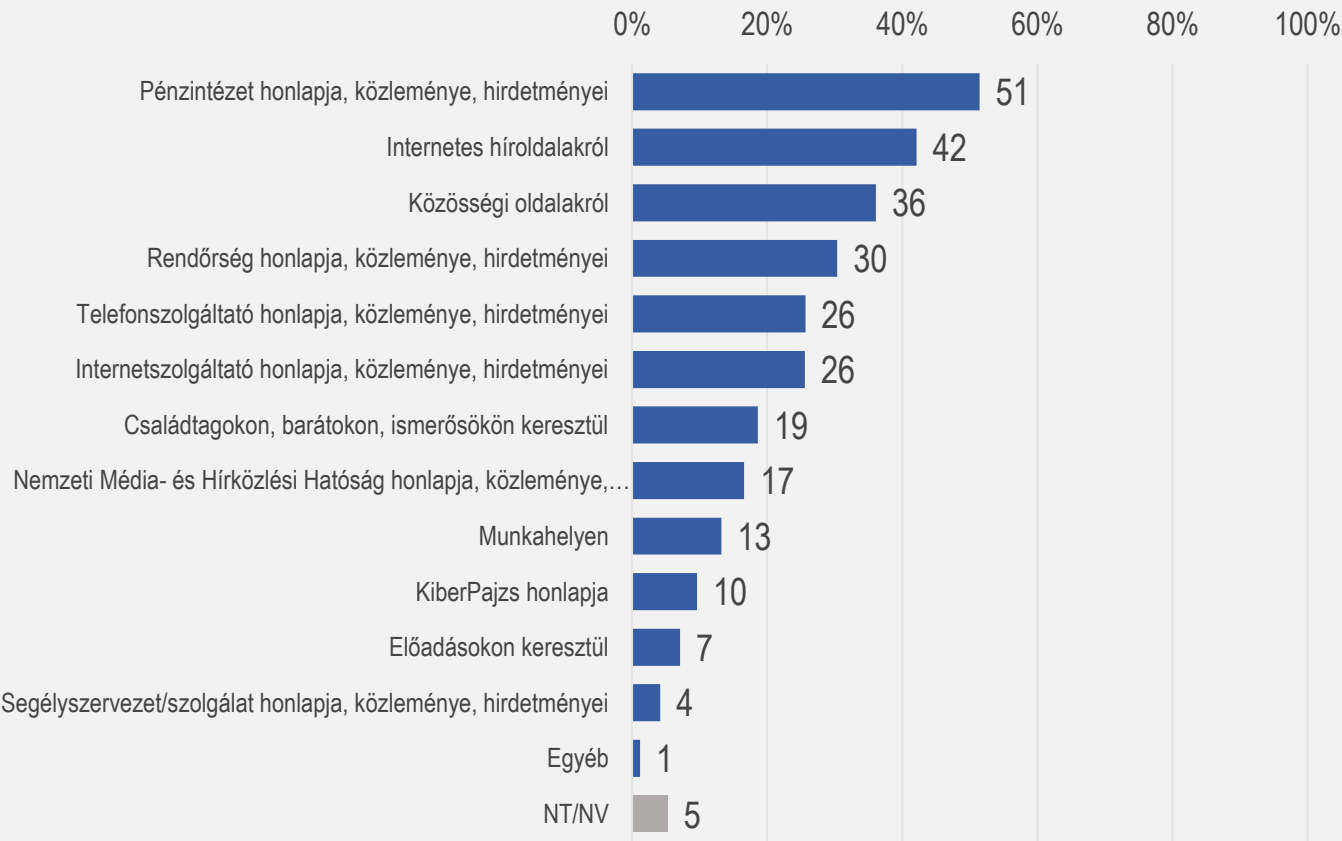
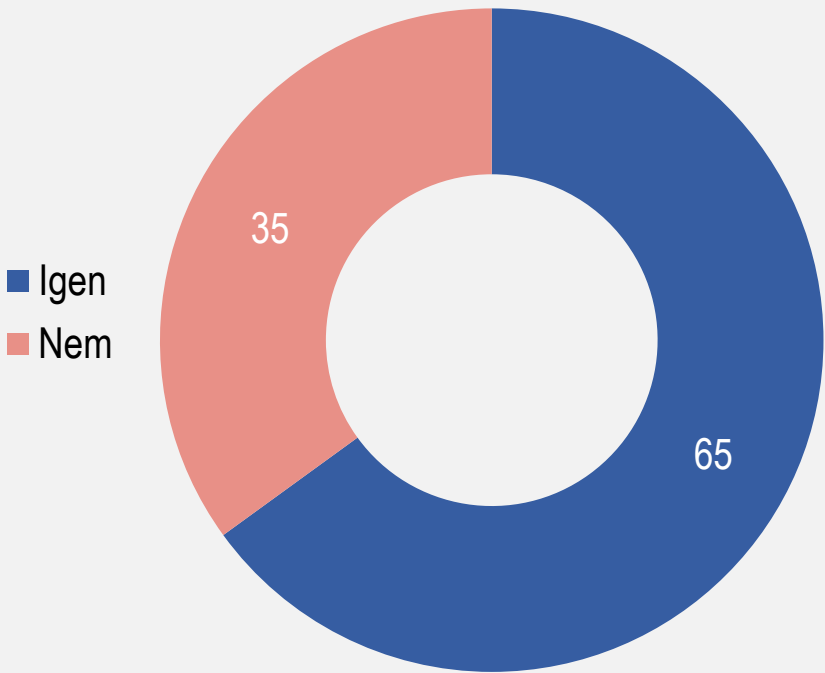


Kérdés: Mivel nem volt elégedett?

Bázis: Akik elégedetlenek voltak az ügyintézéssel, amikor fogadták a jelzésüket nem anyagi kár okozására irányuló csalásról (N=114); százalékos megoszlás

TELEFONOS CSALÁSOK ELLENI VÉDEKEZÉSRŐL SZÓLÓ TÁJÉKOZTATÁS ISMERETE

A válaszadók 65 százaléka találkozott már telefonos pénzügyi visszaélések elleni védekezésről szóló tájékoztatóval. Azon megkérdezettek, akik találkoztak telefonos csalás elleni védekezésről szóló tájékoztatóval, a legmagasabb arányban pénzügyi intézmény honlapján/közleményében/hirdetményeiben szereztek erről információt (51 százalék), ezt követik az internetes híroldalak (42 százalék) és a közösségi oldalak (36 százalék).



Kérdés1: Találkozott-e már olyan tájékoztatóval, amely a telefonos pénzügyi visszaélések, csalások elleni védekezésről szól?

Kérdés2: Hol kapott tájékoztatást arról, hogyan védekezhet telefonos pénzügyi visszaélések, csalások ellen?

Bázis1: Teljes minta (N=1000); százalékos megoszlás

Bázis2: Akik találkoztak már telefonos csalás elleni védekezésről szóló tájékoztatóval (N=650); százalékos megoszlás

INTERNETES CSALÁSOK ELLENI VÉDEKEZÉSRŐL SZÓLÓ TÁJÉKOZTATÁS ISMERETE

A kutatásban résztvevők 66 százaléka találkozott már internetes oldalon vagy közösségi médián keresztüli visszaélések elleni védekezésről szóló tájékoztatással. A kutatás azon résztvevői, akik találkoztak internetes csalás elleni védekezésről szóló tájékoztatóval, a leggyakrabban pénzügyi honlapján/közleményében/hirdetményeiben érték el azt (46 százalék). Az internetes híroldalakat a kérdésre válaszolók 41 százaléka jelölte meg, a közösségi oldalakat pedig 36 százalék.



Kérdés1: Találkozott-e tájékoztatással arról, hogyan védekezhet internetes, vagy közösségi médián keresztüli visszaélések, csalások ellen?

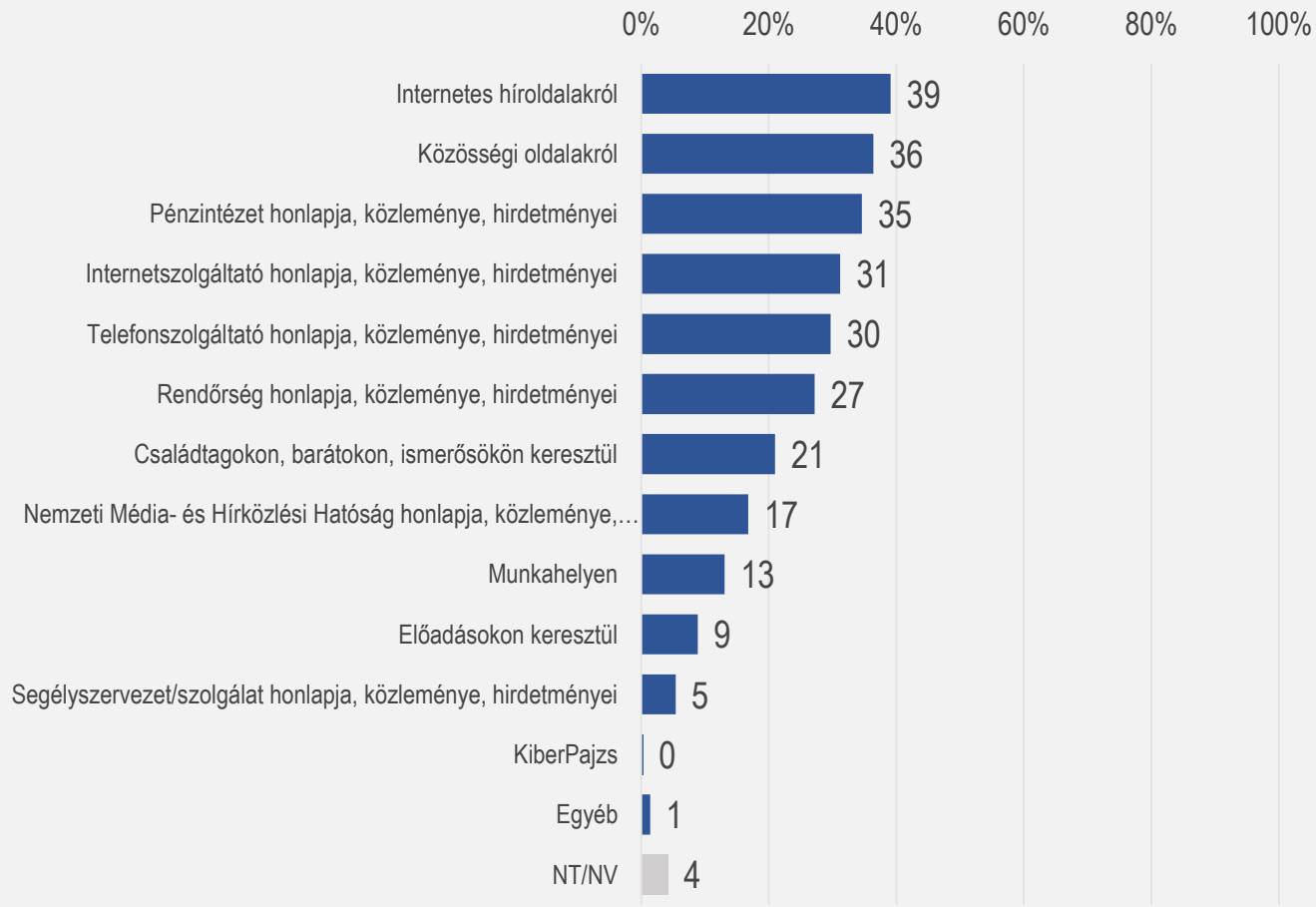
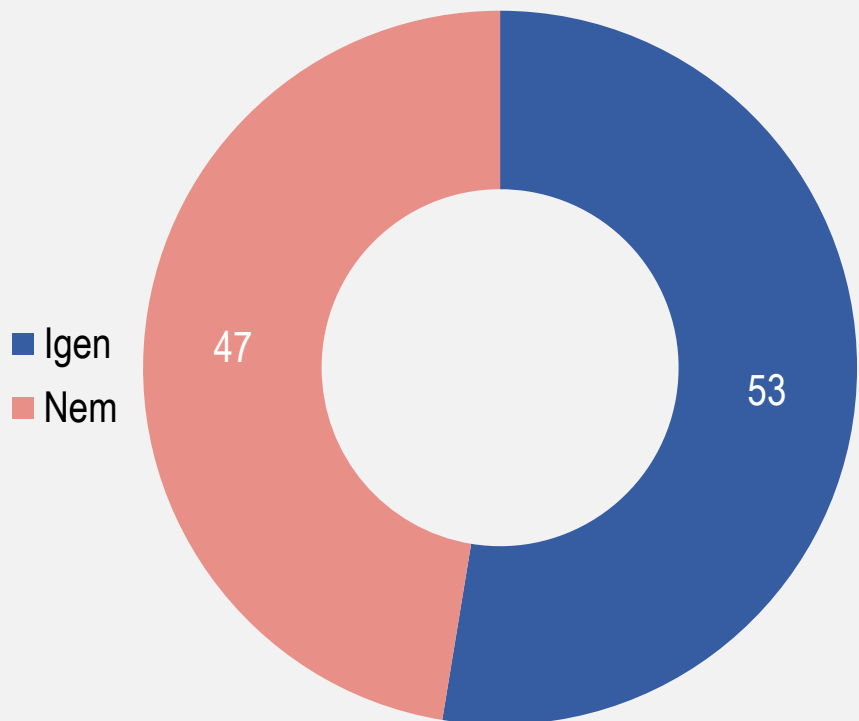
Kérdés2: Hol kapott tájékoztatást arról, hogyan védekezhet internetes, vagy közösségi médián keresztüli visszaélések, csalások ellen?

Bázis1: Teljes minta (N=1000); százalékos megoszlás

Bázis2: Akik találkoztak már internetes csalás elleni védekezésről szóló tájékoztatóval (N=659); százalékos megoszlás

ZAKLATÁS ELLENI VÉDEKEZÉSRŐL SZÓLÓ TÁJÉKOZTATÁS ISMERETE

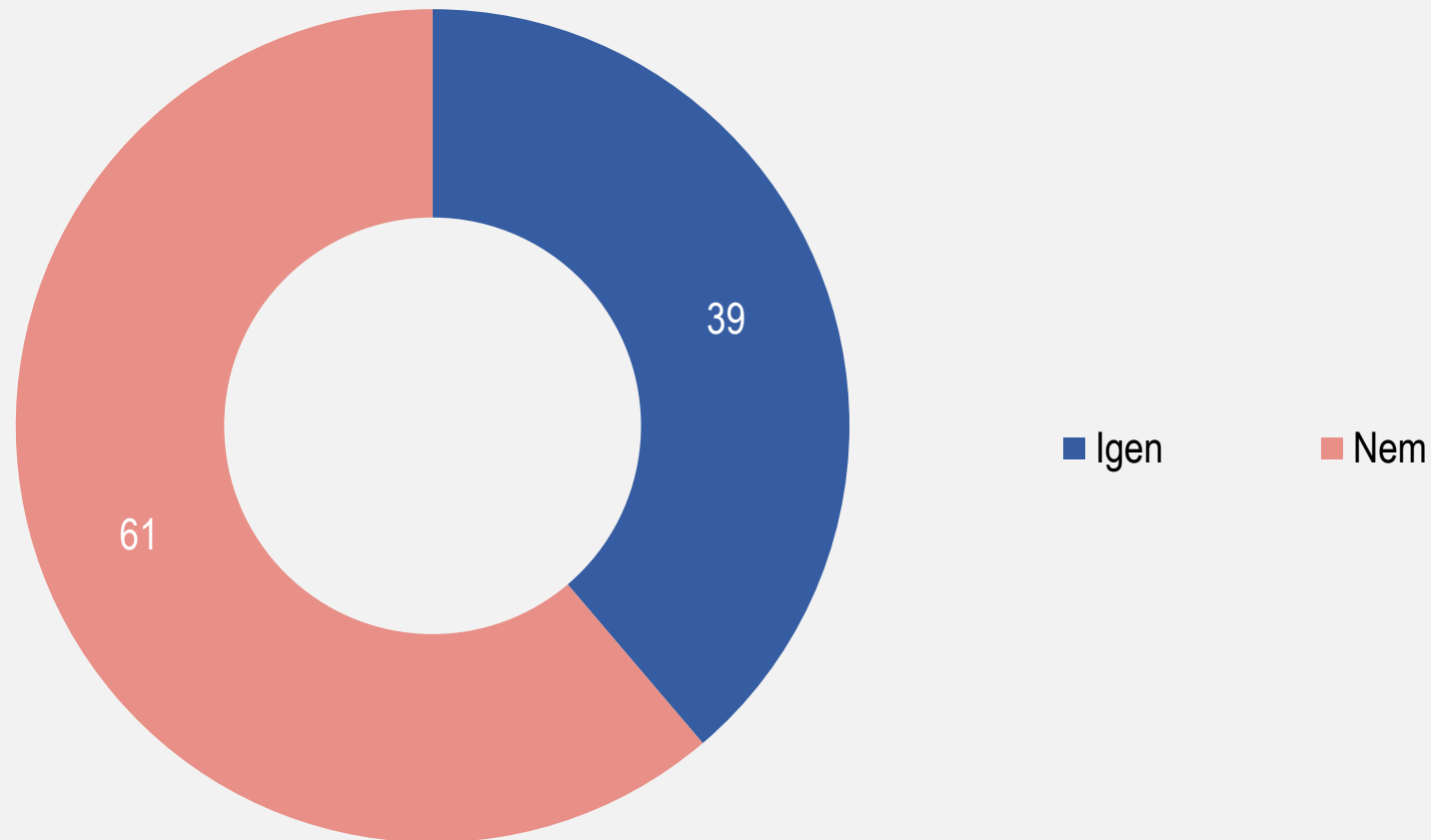
A válaszadók 53 százaléka találkozott már telefonos vagy online zaklatás elleni védekezésről szóló tájékoztatással. Azon válaszadók, akik találkoztak telefonos vagy online zaklatás elleni védekezésről szóló tájékoztatóval, leginkább internetes híroldalokról értesültek olyan információról, ami ezzel kapcsolatos (39 százalék), ezt követik a közösségi oldalak (36 százalék) és a pénzügyi honlapja/közleménye/hirdetményei (35 százalék).



Kérdés1: Találkozott-e tájékoztatással arról, hogyan védekezhetsz telefonos, vagy online zaklatás ellen?
Kérdés2: Hol kapott tájékoztatást arról, hogyan védekezhetsz telefonos vagy online zaklatás ellen?
Bázis1: Teljes minta (N=1000); százalékos megoszlás
Bázis2: Akik találkoztak már zaklatás elleni védekezésről szóló tájékoztatóval (N=526); százalékos megoszlás

KIBERPAJZS PROGRAM ISMERETE

A kutatásban résztvevők 39 százaléka hallott a KiberPajzs programról.

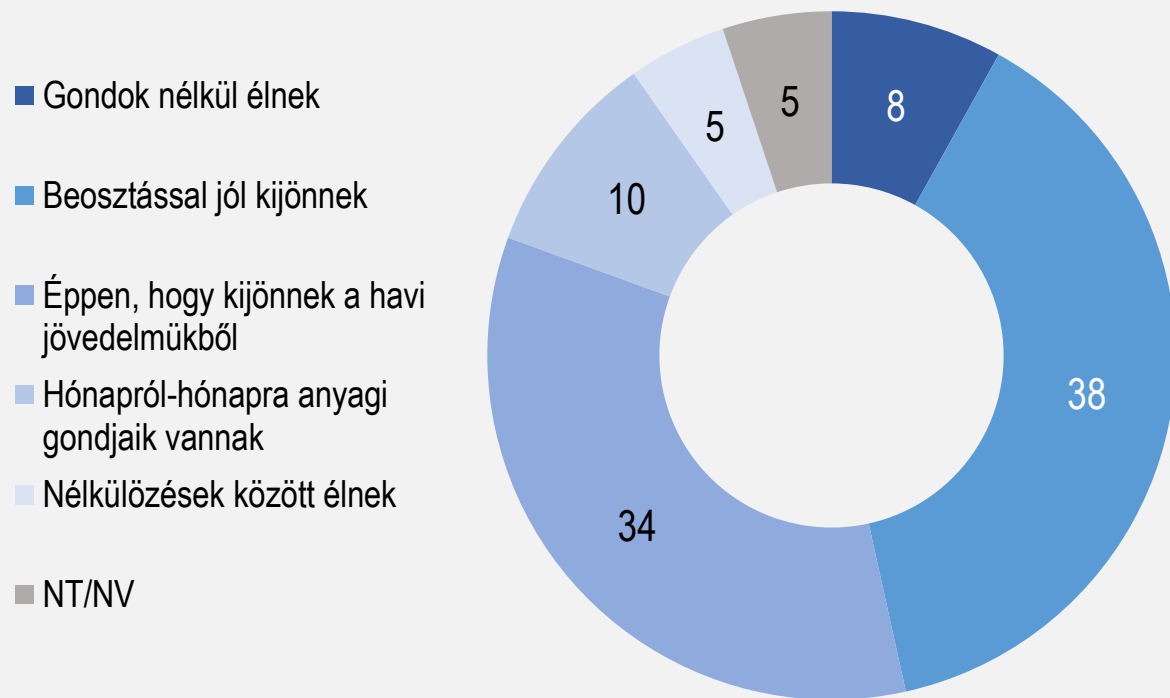


Kérdés: Hallott Ön a KiberPajzs programról?

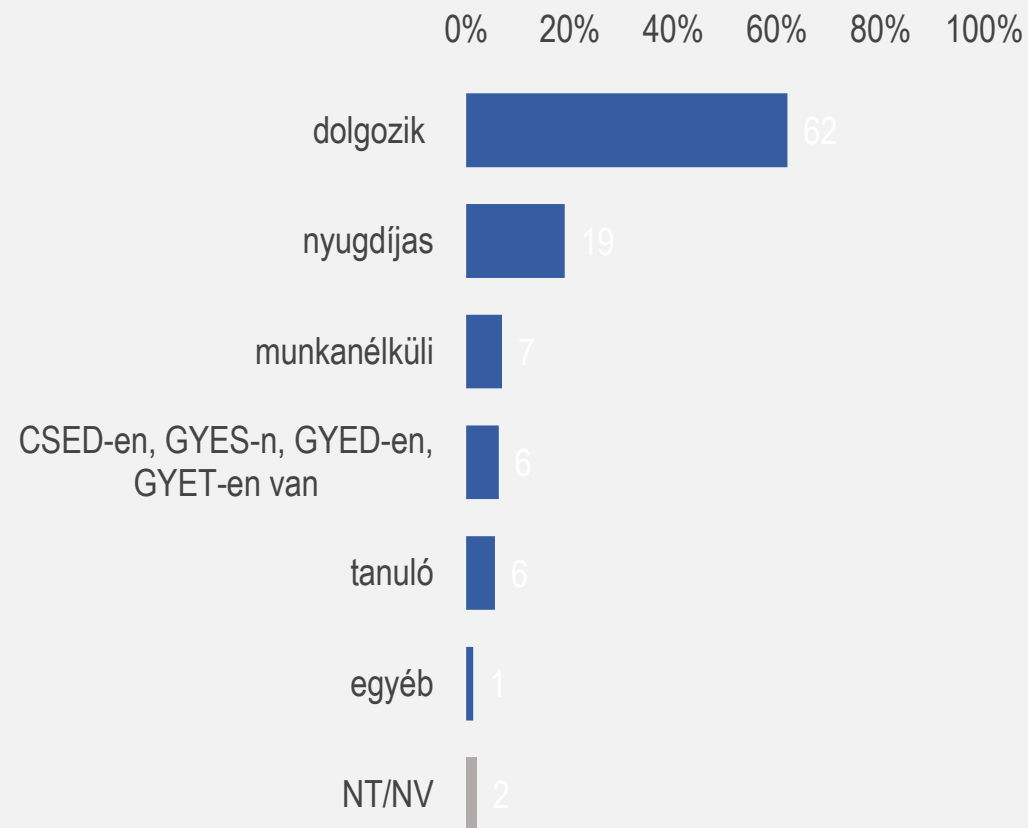
Bázis: Teljes minta (N=1000); százalékos megoszlás

SZUBJEKTÍV ANYAGI HELYZET, GAZDASÁGI AKTIVITÁS

Szubjektív anyagi helyzet



Gazdasági aktivitás



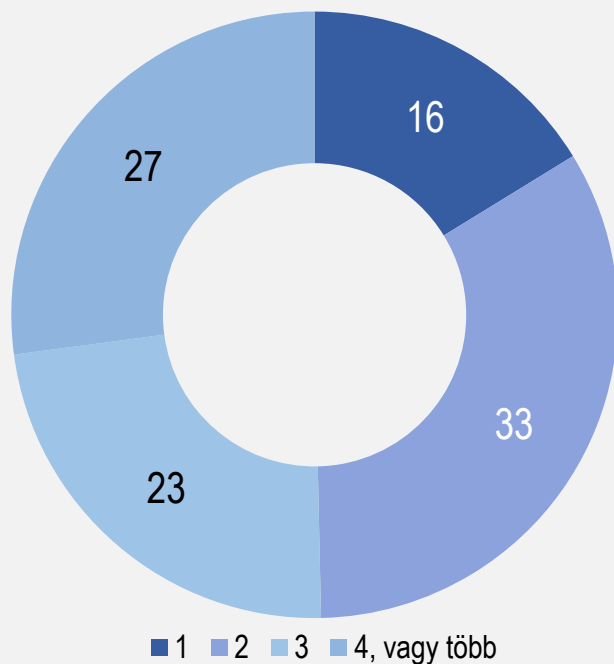
Kérdés1: Hogyan érzi, Önök anyagilag ...

Kérdés2: Ön jelenleg?

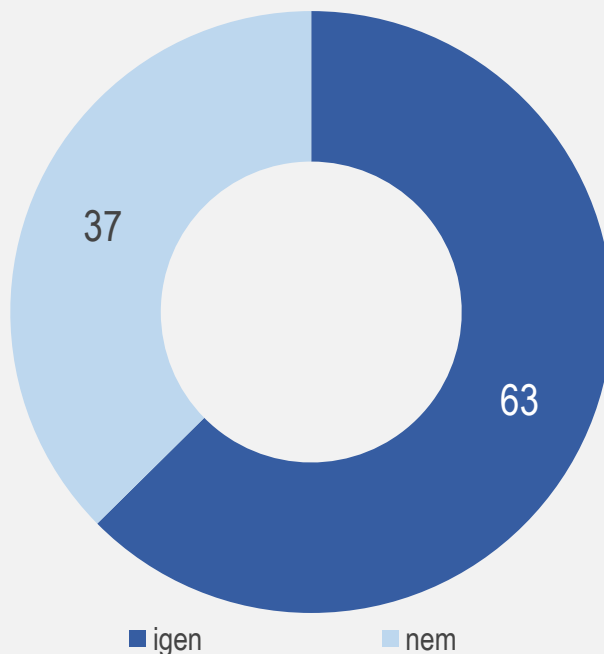
Bázis1,2: Teljes minta (N=1000); százalékos megoszlás

HÁZTARTÁSTAGOK SZÁMA, GYERMEKEK

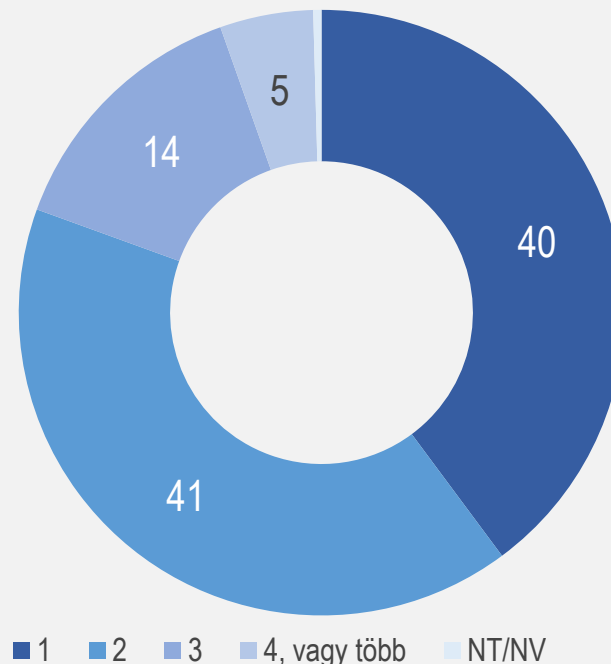
Háztartástagok száma



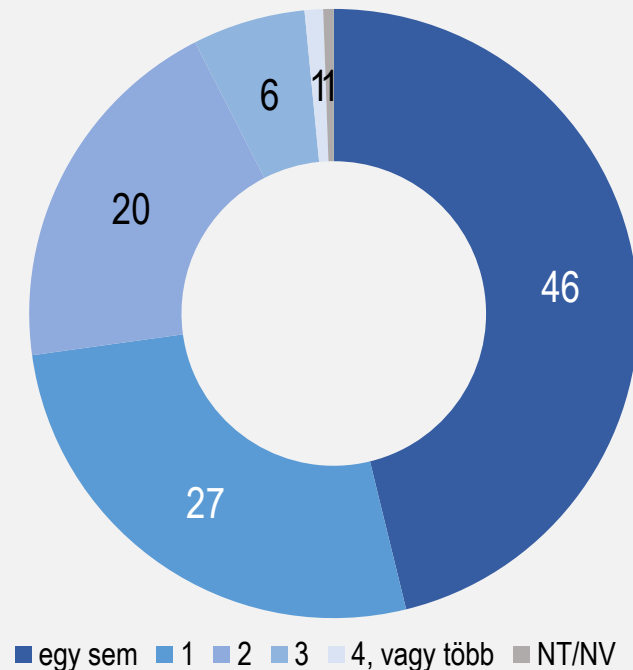
Van-e gyermeke?



Gyermekek száma



18 év alatti gyermekek



Kérdés1: Abban a háztartásban, amelyhez Ön is tartozik, összesen hány háztartástag / családtag él Önt is beleszámítva?

Kérdés2: Van Önnek gyermeke?

Kérdés3: Hány gyermeke van?

Kérdés 4: Gyermekei közül hányan fiatalabbak 18 évesnél?

Bázis 1,2: Teljes minta (N=1000)

Bázis 3,4: Akiknek van gyermeke (N=626); százalékos megoszlás



TÁRSADALOMKUTATÓ

1146 Budapest, Hermina út 16. fszt. 1. ajtó

www.tsdk.hu