

## Hamisítás Magyarországon 2013

*kivonat a kutatási jelentésből*

A kutatási jelentésből kiemelt, közérdeklődésre leginkább számot tartó eredmények olvashatók ebben a kivonatban.

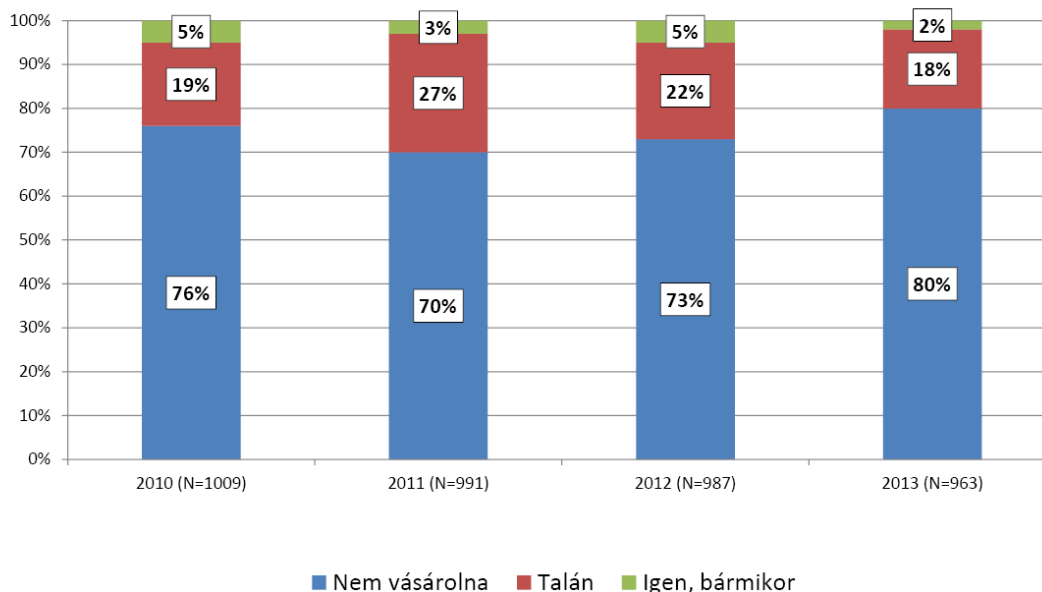
**A teljes tanulmány letölthető a Hamisítás Elleni Nemzeti Testület weboldaláról:**

[http://www.hamisitasellen.hu/system/files/Kutatasi\\_jelentes\\_1.pdf](http://www.hamisitasellen.hu/system/files/Kutatasi_jelentes_1.pdf)

### Attitűdök és valós vásárlások

**2013-ban az emberek ötöde (20%) nyitott hamis termék vásárlására.** Ez javulást jelent a korábbi évek 27%-30%-ához képest.

#### Vásárolna-e hamis terméket? (2010-2013 között)

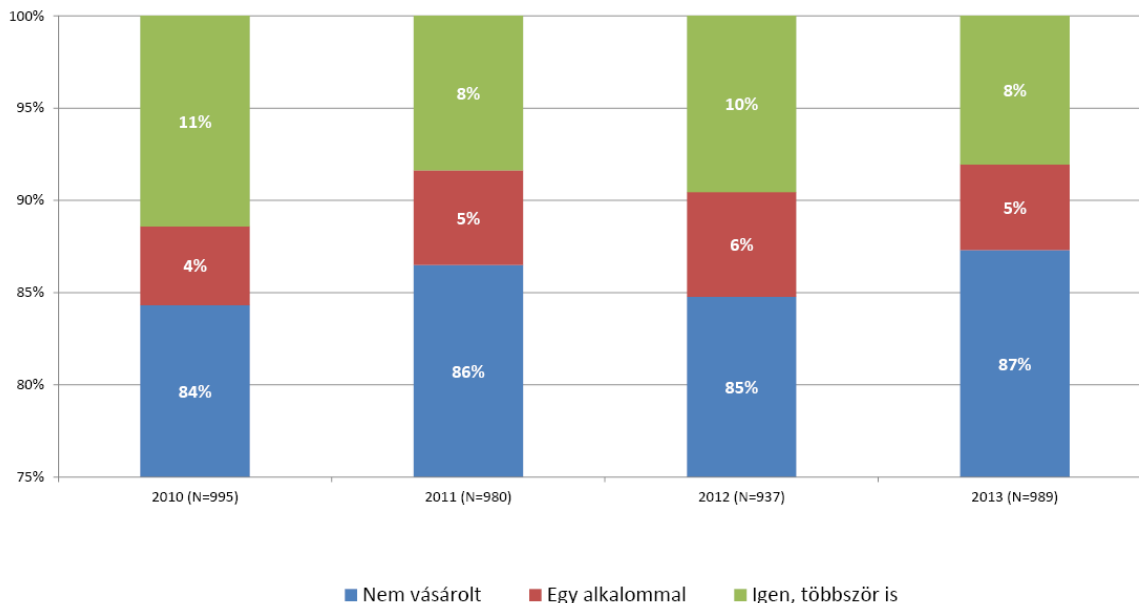


2013-ban az emberek több mint fele (53%) **elzárkózott a hamis ruházati termék vásárlása elől**, 13%-uk viszont bármikor venne hamis ruhát. Ez 2009-hez képest javuló tendencia, mert abban az évben csupán minden harmadik megkérdézett (32%) utasította el a hamis ruha vásárlását.

A **hamis illatszerek, egyéb kozmetikumok** elutasítottsága még határozottabb, mint a ruháké: 2013-ban mindössze minden huszadik válaszadó (5%) venne bármikor és minden ötödik (20%) talán venne ilyen hamisítványt. Ez a 25% a 2009-ben mért 40%-hoz képest igen kedvező érték.

2013-ban az emberek 13%-a nyilatkozott úgy, hogy vásárolt hamis terméket az elmúlt egy évben.<sup>1</sup>

#### Vásárolt-e hamis terméket? (2010-2013 között)



A **hamis termékeket vásárlók aránya** összességében folyamatosan csökkent, de ennek mértéke és üteme némileg eltérően alakul termékcsoportonként.

A korábbi évekhez hasonlóan 2013-ban is a „legnépszerűbb” termékek a **hamis ruhák**: a válaszadók 18%-a vásárolt hamis ruhát 2013-ban, ami három százalékos emelkedést jelent 2012-höz képest.

**Hamis illatszert** minden huszadik megkérdezett vásárolt, ami igen jó tendencia, hiszen ez a 2010-es adatnak pontosan a fele.

**Hamis CD-t vagy DVD-t** az emberek 3%-a vásárolt, ugyanúgy, ahogyan **hamis számítógépes programokat, szoftvereket** is.

Az egészséget leginkább veszélyeztető termékcsoportok esetében a **hamis élelmiszert** vásárlók aránya 4%, a **hamis gyógyszereket** illetően viszont a tavalyi 4%-os bevallás 2013-ban 1%-ra esett vissza.

<sup>1</sup> Fontos figyelembe venni, hogy itt a megkérdezettek visszaemlékezése alapján rögzített válaszokról van szó, melyeket szubjektív elemek, információhiány – a vásárló nincs tudatában annak, hogy hamis terméket vásárolt – és a visszaemlékezés hiányából eredő pontatlanságok is torzíthattak. Feltehetően a valós arányok ennél valamelyest magasabbak lehetnek.

### **A hamis termékeket vásárlók szocio-demográfiai összetétele**

A kor a legfontosabb magyarázó változója a hamis termékek fogyasztásának: a vásárlóerő szempontból legaktívabb korcsoport, a fiatal középkorúak vettek legnagyobb arányban (29%) hamis terméket az elmúlt egy évben. A 31-44 éveseket követik a fiatalok (18-30 évesek) 25%-kal.

Emellett viszont meglepő, hogy a válaszadók jövedelmi helyzete nem mutat statisztikailag szignifikáns összefüggést hamistermék-fogyasztási szokásaikkal.

A hamis termékeket általában nagyobb eséllyel vásárolják a közép-magyarországi régióban élők illetve a budapesti lakosok, minden hamis terméktípust átlagon felüli mértékben fogyasztanak. Ezt feltehetőleg elsősorban a hozzáférés különbségei eredményezik (nagyobb településen több a piac, illetve elterjedtebb az internethasználat és így az internetes vásárlás is).

Kevesebb hamis terméket vásárolnak viszont a nyugdíjasok, a felsőfokú végzettségűek és az észak-alföldi régióban élők.

A **hamis ruházati termékek** fő vásárlói a közép- vagy észak-magyarországi régióban élnek, harmincasok, gyeseen vannak és nem magas az iskolázottságuk, de nagyon alacsony vagy nagyon magas a jövedelmük.

2013-ban kevesebb **hamis illatszert** vásárolnak a fogyasztók bevallottan, mint 2009-ben. A budapestiek és a közép-magyarországiak, a kevésbé iskolázottak és a 40 év alattiak vásárolják leginkább ezeket.

A **hamis élelmiszerek** vásárlói a hamis ruházati termékek vásárlóira hasonlítanak: közép-magyarországiak és budapestiek, alacsony iskolázottságúak és alacsony vagy magas jövedelműek.

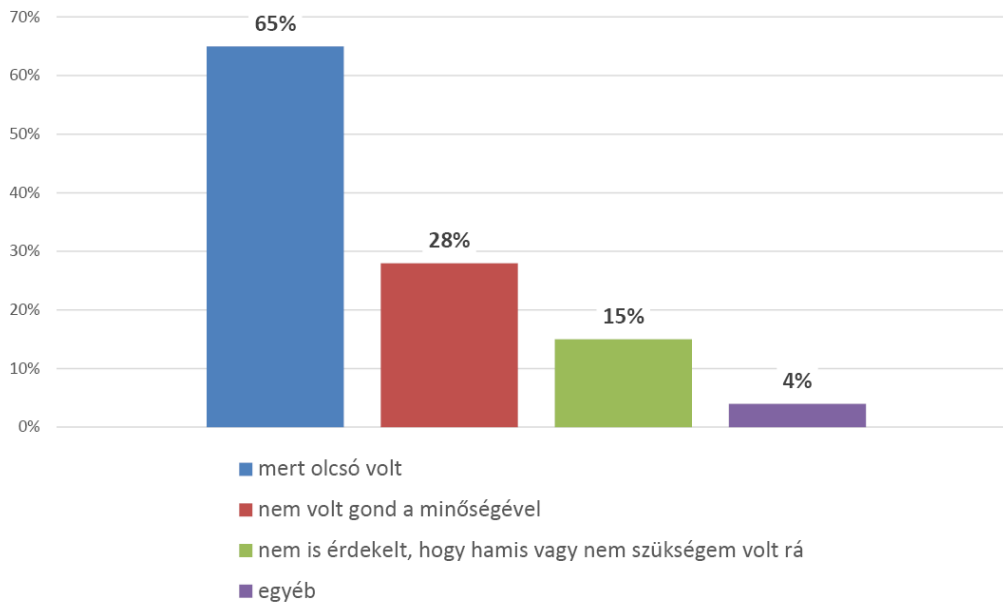
A **hamis CD, DVD és a számítógépes programok** vásárlása is csökkent 2009-hez képest. Tipikus vásárlóik a fiatal, különösen a még tanuló státuszú, iskolázottabb budapesti férfiak.

### **Motivációk: miért és hol vásárolnak az emberek hamis termékeket?**

2013-ban a hamisítványok vásárlásának lehetséges okaira is rákérdezett.

A hamisítványokat beszerzők kétharmadánál (65%) fontos volt a termék alacsony ára, majdnem egyharmaduk (28%) szerint nem volt gond a termék minőségével. A vásárlók 15%-a azt is említette, hogy nem játszott szerepet döntésében a termék hamissága: szüksége volt a termékre, ezért megvette azt.

### A hamis termék vásárlásának lehetséges okai\* (2013, N=150)



\* Mivel a kérdés esetében több választ is meg lehetett jelölni az oszlopok összege a 100%-ot meghaladhatja.

Míg a ruházati cikkek, az illatszerek és a CD-k és DVD-k illetve a számítógépes programok esetében a hamis termék választásának elsődleges **motivációja egyaránt az alacsony ár** volt, addig az élelmiszerek, a gyógyszerek és az illatszerek esetében a válaszadók azért választották a hamisítványt, mert „**nem volt gond annak minőségével**”. A magas számok (élelmiszerek 51%, gyógyszerek 48%, illatszerek 38%) azt mutatják, az emberek egyfajta öngazolásként jelölhették be a többi mellett ezt a választ is.

Az a típusú közönyösnek tűnő megközelítés, hogy „nem is érdekelt, hogy hamis vagy nem, **szükségem volt rá**”, a CD-k és DVD-k vásárlásának esetében volt viszonylag gyakori válasz.

A hamisítványok **beszerzésének helye** szinte évről évre azonos: hamis ruhát és illatszert legtöbbször továbbra is piacról és boltból szereznek be az emberek.

Vizsgálatunk során mindenképpen kiemelendő, hogy **az interneten keresztül** beszerzett illatszerek aránya megnövekedett: míg tavaly az internetet beszerzési forrásként csupán a válaszadók 4%-a használta, 2013-ban már minden tizedik válaszadó jelölte meg a világhálót. Ez a tendencia a hamis CD-k, DVD-k esetében is megfigyelhető: az interneten a válaszadók ötöde (19%) vesz ilyen hamisítványokat, szemben a korábbi évek 8-9%-ával.

A gyógyszerek, táplálék-kiegészítők beszerzési forrásainak aránya is sokat változott az elmúlt években: amíg régebben legtöbbször piacon vagy utcán, boltban és ismerőstől szereztek be a hamis gyógyszert, 2013-ban jelentősen megnőtt azok aránya, akik **interneten** (21%) vagy **edzőteremben** (20%) veszik meg

ezeket. Ismerősökön keresztül már csak az emberek 7%-a vásárol hamis gyógyszert és a megkérdezettek közül senki nem jelölte be, hogy az elmúlt egy évben piacon vagy utcán jutott volna hamis gyógyszerhez. A magyarok kétharmada (65%) úgy gondolja, hogy az interneten kínált gyógyszerek döntő többsége hamis. Ezzel szemben a megkérdezettek egy tizede meg van arról győződve, hogy biztonságos az interneten gyógyszert beszerezni.

A HENT az interneten forgalmazott bizonytalan forrásból származó gyógyszerek keresletének visszaszorítása érdekében 2013 márciusában kommunikációs kampányt indított. A kutatás adatai szerint az emberek 42%-a találkozott a gyógyszerhamisítás veszélyeire felhívó üzeneteinkkel (plakát, TCR, weboldal, interjúk-beszélgetések rádiókban, televíziókban és a nyomtatott sajtóban).

### **Márkahűség és márkahűtlenség**

2013-ban a népesség közel felének (46%) nem fontos, hogy a ruha, amit visel, **márkás** legyen, egyötödük (22%) viszont kimondottan a márka ruhákat keresi a boltok polcain.

Mindezek felül a fogyasztók 60%-ának, akik kedvelik a márka termékeket, nem fontos, hogy a márka termék, amit viselnek, **eredeti-e vagy hamisítvány**.

**Összevetve az elmúlt három év adatait** (2011, 2012 és 2013) kirajzolódik, hogy a magyar fogyasztók 43%-a érzéketlen a márkákra, azaz **nem fontos számukra a márkajelzés** egy ruhán, de amennyiben van rajta, nem ellenőrzik annak eredetiségét. Tipikusan ilyenek a legfeljebb nyolc általános iskolai osztályt végzettek, az idősek (61+), a közepes és legalacsonyabb jövedelműek, illetve a dél-dunántúliak.

A fogyasztók 28%-a ennek pont az ellenkezője: **márkahű**. Ők előnyben részesítik a márka termékeket és csak az eredeti modelleket veszik meg. Ők jellemzően fiatalok (18-30 év), diplomával rendelkező budapesti vagy közép-magyarországi férfiak.

Szinte ugyanekkora csoportot alkotnak 27%-kal a márkaérzéketlen eredetiségűek: akiknek bár nem fontos a márka, **ha mégis vásárolnak, csak eredetit vesznek**. Általában felsőfokú végzettségű fiatal középkorúak (31-45 év), dunántúliak, megyeszékhelyeken élők.

Végül a fogyasztók 2%-ának fontos, hogy márkajelzéssel ellátott ruhát hordjon, de annak eredetiségére nem figyelnek, ők a tipikusan piacon vásárlók. Ez a kategória inkább a budapestiekre jellemző.

### **Vélemények a hamis termékek minőségéről**

2009 óta nincs jelentős változás abban, ahogyan az emberek a hamis termékek minőségéről gondolkodnak: 2013-ban 62%-uk szerint **a hamis termék minősége nem egyezik az eredetivel**, viszont 15%-uk szerint a hamisítvány van olyan jó minőségű, mint az eredeti. Ezt főként a közép-magyarországiak (26%), a legfeljebb a nyolc általános iskolai osztályt végzettek (21%) és a 61 éven felüliek (20%) vallják.

Az emberek 70%-a már 2009 óta pedig úgy gondolja: hosszú távon jobban megéri eredeti terméket vásárolni, mint hamisítványt.

A válaszadók egytizede (9%) szívesen **büszkélkedik hamis termékével**, ezzel 21%-uk egyet is ért meg nem is, 70%-uk viszont elítéli ezt a magatartást.

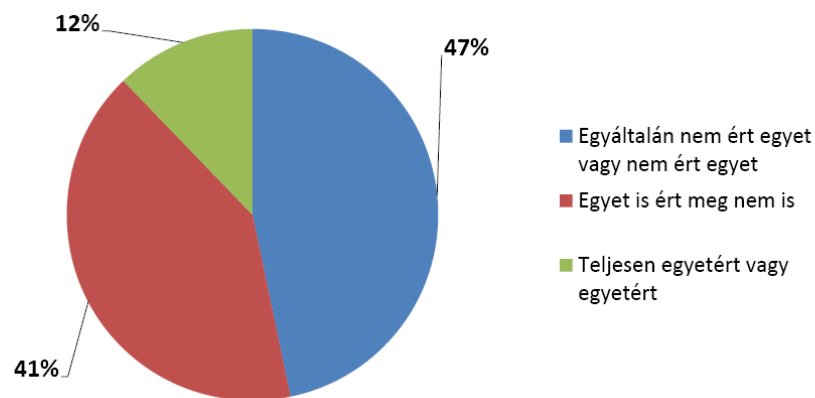
### Vélemények a hamisítványokat értékesítők büntetethezességéről és a hamisítás következményeiről

A magyarok több mint 60%-a 2013-ban is **a hamisítók gyakoribb és hatékonyabb ellenőrzésében** látja a hamisítás elleni küzdelem megoldását. A fogyasztók 65%-a szerint bűncselekményt követ el az, aki hamisítványokat árul, a lakosság 62%-a pedig szigorúbban büntetné a hamisítókat és a hamisítványok terjesztőit. A legelnézőbbek a hamisítókkal szemben a legfeljebb nyolc általános iskolai osztályt végzettek és a fiatalok (18-30 év).

A megkérdezettek körülbelül fele **nem tart a hamisítás fogyasztókra gyakorolt következményeitől**, úgy gondolják, a hamisítványok nem rejtenek magukban annyi valós veszélyt, mint amennyire riogatnak velük. Viszont a bizonytalanul válaszoló magas aránya (41%) rámutat arra, hogy az embereknek nincs határozott álláspontja a kérdésben.

Amint a hamisítás okozta károkat pontosabban definiáljuk – például munkahelyek elvesztése, a költségvetés megkárosítása, fokozódó szervezett bűnözés, egészségügyi kockázatok –, a bizonytalanok aránya lecsökken és határozottabban foglalnak állást a veszélyesség ténye mellett (55-71%).

#### **A hamisítás nem is olyan veszélyes, csak riogatnak a veszélyekkel (2013, N=959)**



Tíz magyarból négy gondolja úgy, hogy a hamisítás megfékezése csak a nagy, multinacionális vállalatok érdekeit szolgálja, további négy nem tudja eldönteni, mit gondoljon a kérdéstről, és csak ketten utasítják el ezt az állítást.

## A szerzői jogi védelem alatt álló tartalmak és az internet

2013-ban az előző évhez hasonlóan a megkérdezett internetezők 81%-a válaszolta azt, hogy **csak jogtisztá filmet vagy zenét nézett vagy hallgatott** az interneten. Akik viszont bevallottan használtak már illegális oldalakat, jellemzően többször is teszik ezt (15%).

Míg a fiatalok (18-30 év) harmada (31%) használ **illegális forrásból** származó tartalmakat, addig a középkorúak (46-64 év) csupán 13%-a és az idősek (61+) 9%-a él ezekkel az illegális lehetőségekkel. Megvizsgálva az illegális forrásokból letöltőket, megállapítható, hogy a fiatalok mellett felülreprezentáltak még a budapestiek (22%), akik 5%-kal átlag feletti a többi régióhoz képest, és a férfiak (21%) szemben a nőkkel (13%).

Tíz magyarból csak három tudja **eldönteni** (vagy azt gondolja magáról, hogy képes rá), hogy egy interneten lévő tartalom legálisan került-e az internetre – ez 2010 óta nem változott. További három nem tudja, négyen pedig bizonytalanok a kérdés megválaszolásában.

2013-ban tíz internethasználóból hat szerint a **legális letöltési lehetőségek** kielégítőek, ellentétben minden tizedik válaszolóval, akik az ellenkezőjét gondolják ennek. Arra a kérdésre, hogy ismer-e olyan internetes forrásokat, ahol legálisan tud zenét hallgatni vagy filmet letölteni, a válaszadók 63%-a válaszolt igennel. Közülük felülreprezentáltak azok, akik szoktak illegális oldalokról filmeket vagy zenétet letölteni (82%).

A kutatás rákérdezett a **legális oldalak használatára** is: 2012-höz képest ebben nincs eltérés, azok közül, akik ismernek legális oldalakat, 70% vett igénybe egy év leforgása alatt ilyen szolgáltatásokat.

Arra a kérdésre, hogy miért használ illegális oldalakat, a válaszadók 16%-a azt válaszolta, hogy azért, mert máshonnan nem tudja megszerezni ezeket a tartalmakat. Emellett a letöltők több mint fele (58%) ingyenességével illetve saját pénzhiányával **indokolja a letöltést**, a többiek pedig a letöltés egyszerűségére hivatkoznak.

Az internetet használók fele **nem lenne hajlandó fizetni** azért, hogy legálisan hozzájusson a tartalmakhoz, amíg azok ingyenesen is letölthetők, ennek a csoportnak az aránya 2010 óta majdnem 10 százalékponttal nőtt. További 7 százalék azért nem fizetne a letöltésért, mert nem érdekli, hogy az legális forrásból származik-e.

**Hajlandó lenne fizetni azért, hogy legális forrásból interneten férhessen hozzá tartalmakhoz? (2011-2013 között)**

