



Hamisítás Magyarországon 2014

Kivonat a kutatási jelentésből

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

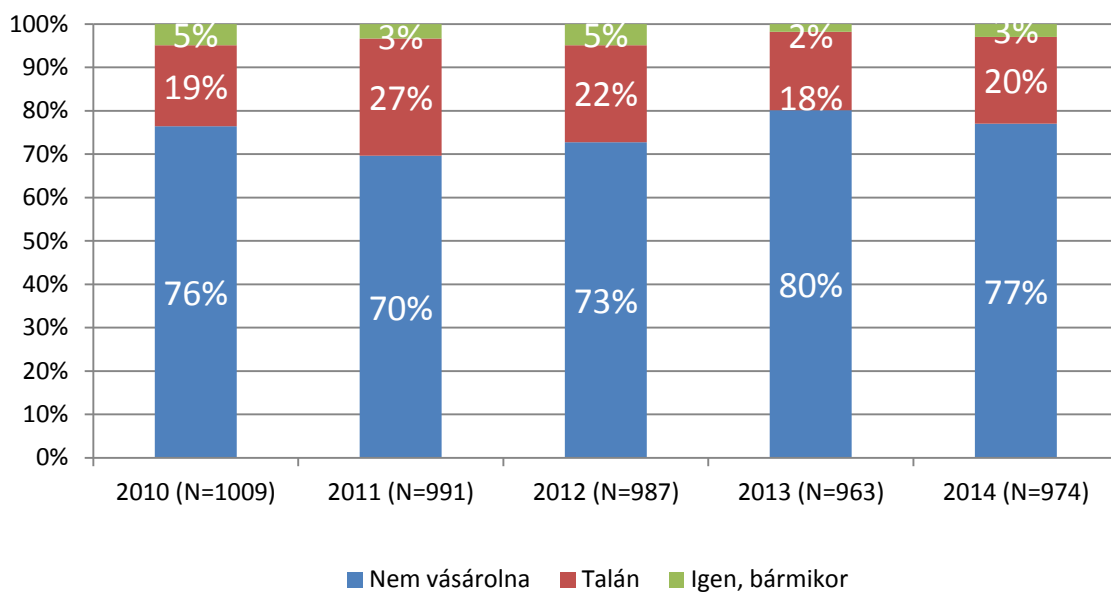
A teljes tanulmány letölthető a Hamisítás Elleni Nemzeti Testület weboldaláról:

<http://www.hamisitasellen.hu/2014/10/fogyasztoi-kutatasi-jelentes/>

Attitűdök és valós vásárlások

2014-ben a megkérdezettek **23%-a nyitott hamis termékek vásárlására**. Ez illeszkedik a korábbi évek adataihoz, az időszorban jelentős elmozdulás nem figyelhető meg. **A hamisítás konstans probléma Magyarországon.**

Vásárolna-e hamis terméket? (2010-2014)



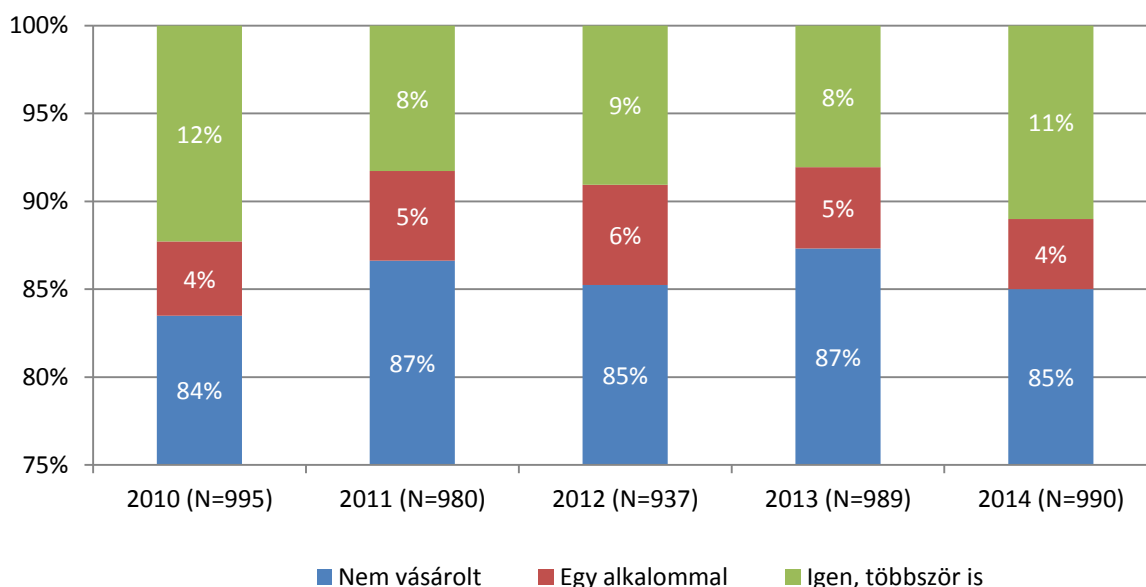
Jelentősen **csökkent tavaly óta** a válaszadók között azok aránya, akik **hamis ruházati cikket vásárolnának**. 2014-ben a megkérdezettek több mint fele elutasította ennek lehetőségét, míg 2009-ben még csak minden harmadik válaszadó nyilatkozott így.



A hamis illatszerek elutasítottsága tartósan magas. A válaszadók háromnegyede – a tavalyi évi mintához hasonlóan – elzárkózik a hamis kozmetikumoktól és illatszerektől, még akkor is, ha azok jóval olcsóbbak. 2009-óta e téren is jelentős javulás figyelhető meg.

A valós vásárlásokat vizsgálva azonban **kevésbé kedvező** a kép. Összességében – valamennyi termékcsoporthoz – 3%-kal nőtt azok aránya, akik az elmúlt évben egynél több alkalommal vásároltak hamis terméket. A több éves trend hullámzó, azok aránya, akik elmondásuk szerint nem vásároltak az elmúlt 12 hónapban hamisítványt, 84 és 87% között mozog.

Vásárolt-e hamis terméket? (2010-2014)



Az egyes termékcsoporthoz vizsgálva változatos kép rajzolódik ki az elmúlt egy év megvalósult vásárlásai tekintetében¹. Továbbra is **a ruházati cikkek alkotják a „legnépszerűbb” hamisítvány-csoportot**, a megkérdezettek 17%-a vásárolt ilyet az elmúlt évben. Ez kismértékű csökkenés a tavalyi méréshez képest.

Hamis illatszer beszerzéséről a válaszadók 5%-a számolt be, ami a tavalyi évvel holtversenyben a legalacsonyabb mérték; a 2009-es kiinduló adatfelvételhez képest **megfeleződött** e személyek aránya.

A CD- és DVD-hamisítványok vásárlóinak aránya az elmúlt egy év folyamán 4% volt, szemben a 2013-as 2%-os eredménnyel. A nem jogtiszt programok vásárlóinak aránya tavalyhoz képest 3-ról 2%-ra csökkent.

¹ 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. A valós arányok ennél valamelyest magasabbak lehetnek.



Az egészségre legnagyobb kockázatot jelentő termékcsoportoknál a hamis gyógyszerek vásárlóinak aránya a tavalyihoz hasonlóan 1%. Az élelmiszerek esetében sem regisztráltunk változást, az emberek 4%-a vásárolt hamisított terméket idén is.

A hamis termékeket vásárlók szocio-demográfiai összetétele

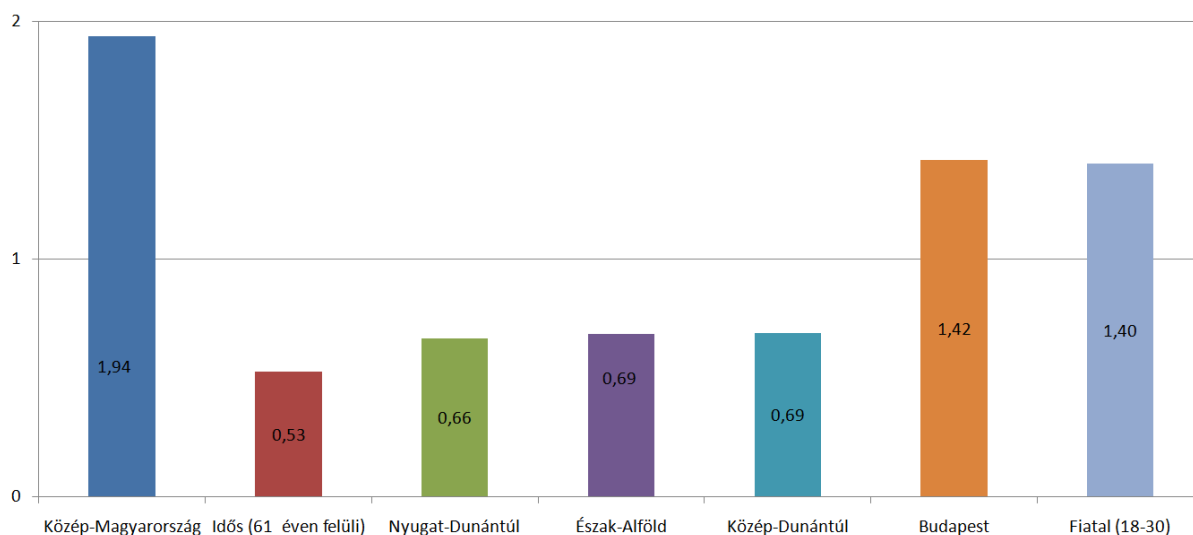
A legfontosabb magyarázó változója a hamis termékek fogyasztásának a kor: a vásárlóerő szempontból legaktívabb korcsoport, a fiatal középkorúak vesznek a legnagyobb arányban hamis ruhát és illatszert, illetve az összes kategória összegzett mutatója is ebben a korcsoportban a legmagasabb.

Nemek tekintetében csak az illatszerek vásárlásában van számottevő eltérés: míg a férfiak 3-4%-a vett az elmúlt évben hamis illatszert, addig a nők 6%-a.

A településtípus szintén sok tekintetben meghatározza a hamis termékekkel kapcsolatos vásárlási szokásokat: a **budapesti lakosok minden hamis terméktípust átlagon felüli mértékben fogyasztanak**, míg a községek lakói jelentősen átlag alatti mértékben vásárolnak hamis termékeket.

Meglepő módon **a jövedelem nem magyarázza** statisztikailag szignifikánsan a hamis termékekkel kapcsolatos vásárlási szokásokat – annak ellenére, hogy az ár a legfontosabb vásárlásra motiváló tényezőnek bizonyult (spórolni az anyagi helyzetétől függetlenül szeretnek a hamisítványok vásárlói). Kivételt CD-k és DVD-k vásárlásánál, valamint a letöltések esetében találtunk: a legfelső és a legalsó jövedelmi ötödbe tartozók fogyasztása kiemelkedő ezen a téren.

A hamisított termék vásárlási esélyének legnagyobb eltérései az átlagostól (2010-2014)





Motivációk: miért és hol vásárolnak az emberek hamis termékeket?

Rákérdeztünk a vásárlások lehetséges okaira is. Az idei mintában szereplő, az elmúlt évben bármilyen **hamisítványt vásárlók háromnegyede számára az alacsony ár fontos szempont** volt, 29% azt is figyelembe vette döntésénél, hogy nem volt gond a termék minőségével.

A hamis termék vásárlásának lehetséges okai, százalékban (szoftverek és gyógyszer esetében az alacsony esetszám miatt az eredmények megfelelő körültekintéssel kezelendők)

2014 (2013)	általában	ruha	illatszer	élelmiszer	CD, DVD	szoftver	gyógyszer
olcsó volt	76 (65)	82 (71)	81 (71)	68 (32)	28 (54)	28 (63)	44 (28)
nem volt gond a minőségével	29 (28)	30 (33)	35 (38)	33 (51)	37 (19)	19 (34)	43 (48)
nem is érdekelt, hogy hamis vagy nem, szükségem volt rá	16 (15)	20 (17)	8 (20)	28 (13)	72 (33)	38 (10)	39 (5)
egyéb	1 (4)	0 (2)	3 (0)	0 (3)	0 (0)	14 (0)	0 (26)

Míg a minőség említési aránya nem változott jelentősen tavaly óta, addig **az ár befolyásoló szerepe 11%-kal emelkedett** a válaszok tanúsága szerint. A válaszadók 16 százaléka számára nem volt a választását befolyásoló szempont, hogy hamis-e az adott termék: szüksége volt rá, és megvette. Ez az arány alig változott a tavalyi évhez képest.

CD- és DVD-hamisítványok vásárlása esetén kiugróan magas azon közönyösnek tűnő megközelítés aránya, hogy „nem is érdekelt, hogy hamis vagy nem, szükségem volt rá”.

A hamisítványok legfontosabb beszerzési helye évek óta változatlan. **A válaszadók négyötöde „piacon, utcán” jut ezekhez hozzá.** Jelentős emelkedést mutat ugyanakkor az internetes vásárlások említési gyakorisága.

Az egyes termékcsoportok beszerzési helyét vizsgálva fontos különbségek rajzolódnak ki. **A hamis illatszerek esetében** a „piacon, utcán” választ csupán a megkérdezettek 64%-a nevezte meg, a **vásárlások 12%-a az interneten** történt. A bolti vásárlások aránya e termékek esetében több mint 10 százalékos emelkedést mutat 2013-hoz képest.

Kilencből nyolc ember ismerősökön, barátokon keresztül jut hozzá illegálisan másolt vagy letöltött szoftverhez. A második leggyakoribb forrás az internetes letöltés volt (33%). E kategóriában ugyanakkor az alacsony (bevallott) esetszámok miatt óvatosan kell kezelni a konkrét értékeket.



A gyógyszereket, táplálék-kiegészítőket a legnagyobb arányban ismerősöktől, barátoktól, illetve boltban szerezték be a fogyasztók 2014-ben. Az alacsony elemszám miatt a konkrét adatok itt is tájékoztató jellegűek.

Nem megbízható forrásból származó **élelmiszert** a tavalyi évhez képest csökkenő, de a hosszabb távú trendet tekintve növekvő mértékben szerezték be **piacon** (2014-ben 83%), az **utcai** vásárlások aránya egyharmad-egynegyed körül mozgott, és a **bolti** beszerzések aránya is csaknem elérte az egyötödöt. A megkérdezettek közül interneten senki sem szerzett be hamis élelmiszert.

Márkahűség és márkahűtlenség

Ruházati cikkek esetén a **márka jelentőségének emelkedését** figyeltük meg: a népesség közel egyharmada kimondottan márkás ruhákat keres. 2011 és 2013 között 21-22% körül mozgott azok aránya, akik számára fontos volt, hogy márkás legyen a ruha és a cipő, amit viselnek, ez az arány 2014-ben 28%-ra növekedett. Ugyanakkor tízből négy válaszadó szerint, ha a ruháján szerepel márkajelzés, akkor a termék legyen eredeti. A fennmaradó hat személynek nem fontos a ruha eredetisége.

A válaszokból kirajzolódó mintázatok négy nagy csoportba sorolják a népességet.

Az első, legnépesebb csoport, amelybe a magyarok kétötöde (43%) tartozik, **„márka-, és eredetiség-érzékletlen”**. Ők azok, akik számára nem fontos, hogy a ruhájukon márkajelzés díszeljen. Ha bele is futnak egy-egy ilyen darabba, akkor sem érdekli őket, hogy az adott ruha eredeti-e vagy sem. Ők jellemzően a maximum 8 általánost (61%) vagy szakmunkásképzőt (48%) végzetek, idősek (59%) vagy középkorúak (50%), kistélepüléseken élők (49%), dél-dunántúliak (61%) vagy dél-alföldiek.

A következő csoport, amelybe a magyarok nagyjából harmada (31%) tartozik, a **márkahűek** csoportja. Számukra fontos, hogy márkajelzések borítsák ruháikat, és azok eredetiek is legyenek. Ők jellemzően a fiatal (48%) vagy fiatal középkorú (38%), felsőfokú (46%) vagy középfokú (40%) végzettségű, budapesti (40%), közép-magyarországi (37%), felső jövedelmi ötödbe (41%) tartozó férfiak (33%).

A harmadik, 24 százalékot kitevő csoport a **„külsőségre nem adó márkahűeké”**. Számukra nem fontos, hogy egy ruhán márkajelzések legyenek, viszont ha már vannak, elvárják annak eredetiségét. Ők jellemzően a minimum középfokú (27%), de inkább felsőfokú végzettségű (29%), közép- (38%) vagy nyugat-dunántúli (28%), fiatal középkorúak (28%).

A legkisebb létszámú csoport (2%) a **„külvilágnak kiöltözőké”**, akik számára fontos, hogy ruháik márkásaknak tűnjenek, azok eredetiségéhez viszont nem ragaszkodnak.

Vélemények a hamis termékek minőségéről

Az emberek **15-18%-a szerint egyezik meg egy hamisított termék minősége az eredetiével**, míg a megkérdezettek 56%-a szerint valótlan ez az állítás. Ebben a kérdésben 2009 óta kisebb elmozdulás figyelhető meg: ma valamivel többen gondolják azt, hogy a hamis termék minősége is lehet olyan jó, mint az eredetié.



Ez utóbbi csoport körében az átlaghoz képest felülreprezentáltak a nyugat-dunántúliak (24%), a legalsó jövedelmi ötödbe tartozók (27%), a legfeljebb 8 általános iskolai osztályt végzettek (27%), valamint a középkorúak (23%).

Az emberek **több mint kétharmada** szerint hosszú távon **jobban megéri eredeti terméket vásárolni**. E téren nincs jelentős elmozdulás a korábbi évek eredményeihez viszonyítva. Közel ugyanennyien vélik azt, hogy a hamis termékek veszélyesek lehetnek az egészségre. Itt kismértékű, de stabil javulást látni az idősoron, 2009-hez képest 4%-kal többen gondolkodnak így.

Tízből mindössze egy ember gondolja úgy, hogy egy hamis termékkel büszkélkedni lehet, azonban arányuk 2009-hez képest jelentősen emelkedett (5-ről 13%-ra).

Vélemények a hamisítványokat értékesítők büntethetőségéről és a hamisítás következményeiről

A 2013-ban tapasztaltakhoz hasonlóan 2014-ben is azt láthatjuk, hogy a magyarok szigorúan ítélik meg a hamis termékek árusítását: **kétharmaduk bűncselekménynek** tartja a hamisítványok eladását, **37%-uk pedig a fogyasztót is felelősségre vonná**. Csupán az emberek 14 százaléka szerint nem ütközik törvénybe a hamis áruk terjesztése.

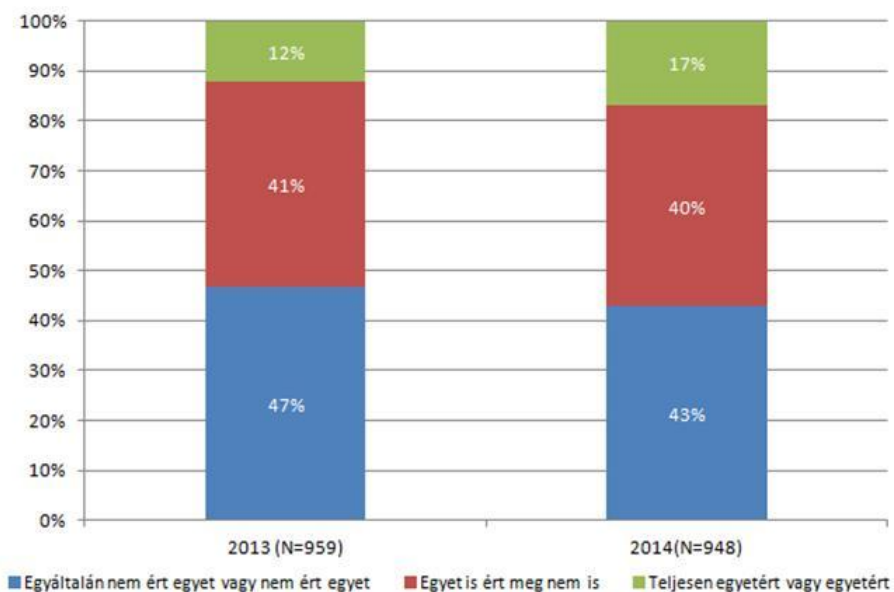
Az emberek 61 százaléka büntetné a jelenleginél szigorúbban a hamisítókat, 14 százaléuk viszont megengedőbb lenne velük szemben. **Tízből négy** magyar (42%) gondolja, hogy **a törvényi szabályozás elrettentheti** a fogyasztót a vásárlástól, míg a népesség egynegyede nem hisz ebben.

2011 óta a magyarok nagyjából hasonló arányban (62-64%) gondolják, hogy az ellenőrzések gyakoriságának és hatékonyságának növelésével lehetne fellépni a hamisítók ellen, a népességnek pusztán 10 százaléka látja másban a megoldást.

2014-ben **a magyarok 43%-a szerint a hamisítás veszélyes**, míg a lakosság 17%-a szerint a hamisítás nem rejt magában annyi valós veszélyt, mint amennyire riogatnak vele. A bizonytalanok magas aránya (40%) jelzi, hogy a kérdésben nem egyértelmű a lakosság állásfoglalása.



A hamisítás nem is olyan veszélyes, csak riogatnak a veszélyekkel (2013-2014)



Tíz magyarból négy gondolja, hogy a **hamisítás megfékezése** csak a nagy, multinacionális vállalatok érdekét szolgálja, további 35% nem tud dönteni a kérdésben, és csak 24% utasítja el a fenti állítást.

Minden eddigénél többen (59%) gondolják ugyanakkor, hogy a **hamisítás miatt munkahelyek szűnnek meg** a gazdaságban. Tízből hét magyar szerint a hamis termékek megvásárlásával növeljük a szervezett bűnözés bevételeit.

A szerzői jogi védelem alatt álló tartalmak és az internet

2014-ben az előző évhez hasonlóan **az internetezők 80 százaléka tagadta**, hogy nézett vagy hallgatott volna nem jogtiszta filmet/zenét. Akik viszont bevallottan láttak már ilyen tartalmakat, azok jellemzően többször is éltek az illegálisan letöltött zenék és filmek nyújtotta lehetőségekkel.

Az illegális tartalom fogyasztására a legnagyobb hatással a nem, az életkor, valamint a településméret van. A férfiak 24, a nők 18%-a töltött már le illegális tartalmakat. Míg a fiatalok (18 és 30 között) 32 százaléka vallotta be, hogy „fogyasztott” illegális tartalmakat, addig ez az arány az időseknél (61 felett) 13 százalék, a középkorúaknál (46-60 közöttiek) pedig 12 százalék. Budapesten átlagon felüli a „fogyasztók” aránya (27%), míg a községekben ez az arány csak 14%.

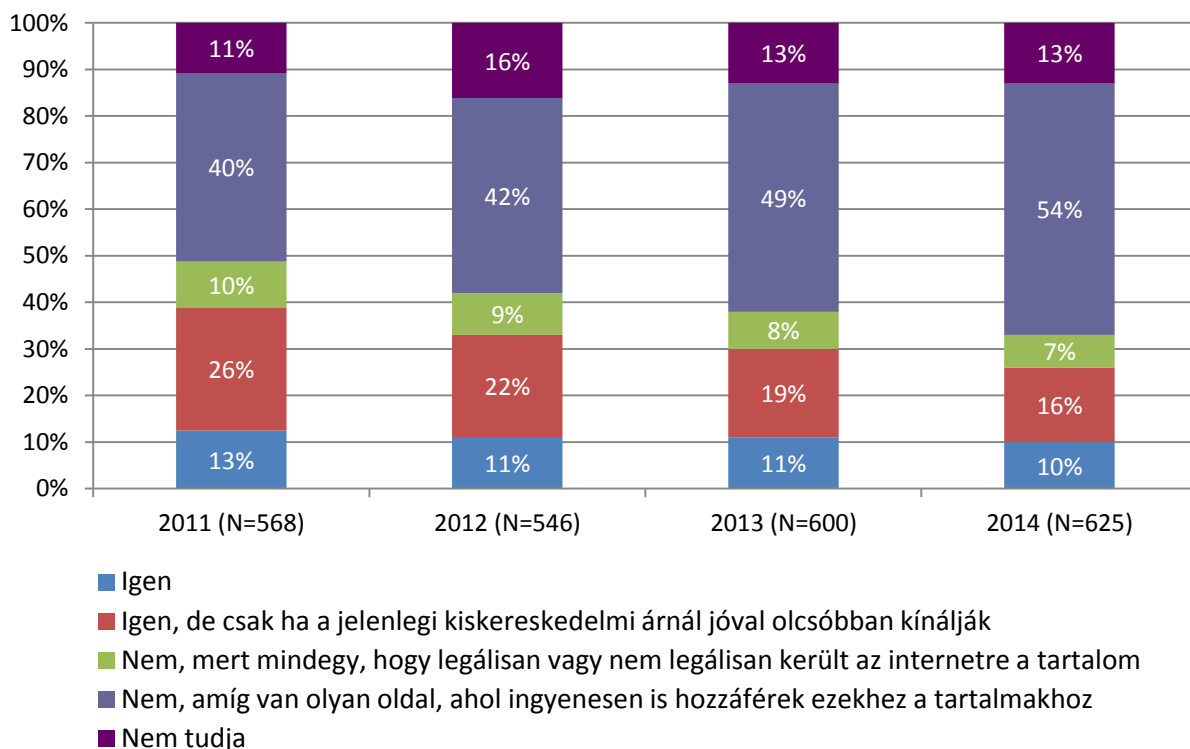
Tíz magyarból három tudja eldönteni (vagy gondolja magáról, hogy képes rá), hogy egy interneten lévő **tartalom legálisan került-e az internetre**. Ez a szám 2010 óta nem változott érdemben. **Tíz internethasználóból hat szerint a legális letöltési lehetőségek** kielégítőek, minden tizedik gondolja ennek az ellenkezőjét.

A letöltők több mint fele (55%) **pénzhiánnyal** indokolja a letöltést, a többiek pedig a **letöltés egyszerűségére** és a fájlok más forrásból való **elérhetetlenségére** hivatkoznak.



Az internetet használók **több mint fele nem lenne hajlandó fizetni** azért, hogy legálisan jusson hozzá a tartalmakhoz (54%), amíg azok ingyenesen is letölthetők. Ennek a csoportnak az aránya 2011 óta majdnem 15 százalékponttal nőtt. További 7 százalék azért nem fizetne a letöltésért, mert nem érdekli, hogy az legális forrásból származik-e. 16 százalék csak akkor váltana, ha jóval olcsóbban lehetne beszerezni a tartalmakat, mint jelenleg, 10 százalék pedig feltételek nélkül fizetne érte.

Hajlandó lenne fizetni azért, hogy legális forrásból férjen hozzá az internetes tartalmakhoz? (2011-2014)



A **legális letöltési lehetőségek** ismertsége 2013-hoz viszonyítva **tovább nőtt**. Míg az előző évben csak az internetezők 63 százaléka tudott ilyen lehetőségekről, addig mára 70 százalékuk ismer ilyen felületeket.