

Hamis termékek kereslete Magyarországon, 2018

A hamis termékekkel és az illegális forrásból származó szerzői jog által védett tartalmakkal kapcsolatos lakossági attitűdök alakulása 2009-2018 között

Kutatási jelentés

2018. szeptember

Az adatfelvételben közreműködtek:

Himesi Zsuzsa	adatfelvételi munkatárs
Hudácskó Szilvia	adatfelvételi asszisztens
Szeitl Blanka	adatfelvételi kutató
Szivós Péter	ügyvezető igazgató

Tartalomjegyzék

1. Bevezetés	4
2. Vezetői összefoglaló	5
3. Hamis termékekkel kapcsolatos vásárlási szokások	7
1.1. Hamis termékek vásárlásával kapcsolatos fogyasztói attitűdök alakulása 2010 és 2018 között	7
1.2. Hamis terméket vásárlók aránya és a vásárlók társadalmi összetétele	13
1.3. Tervezett és valós vásárlási szokások összefüggése	16
1.4. A hamisított terméktípusok vásárlásának társadalmi mechanizmusa	18
4. A hamis termék vásárlásának motivációi: miért és hol vásárolnak az emberek hamis terméket?	19
2.1. Miért vásárolnak az emberek hamis termékeket?	19
2.2. Társadalmi szemléletformálás: a gyógyszerhamisítás veszélyeire figyelmeztető felhívások	20
2.3. Hol vásárolnak hamis termékeket?	21
2.4. Hamisított termékek az informális piachelyeken	26
5. Hamisítással kapcsolatos attitűdök	27
3.1. Márkahűség és a hamis termékekhez való viszonyulás	27
3.2. Mit gondolnak az emberek a hamis termékekről?	30
3.3. Mit gondolnak az emberek a hamis termékeket forgalmazók és vásárlók büntethetőségéről?	34
3.4. Mit gondolnak az emberek a hamisítás társadalmi és gazdasági következményeiről?	40
3.5. Mit gondolnak a megkérdezettek az interneten fellelhető anyagokról?	44
6. Internethasználat és szerzői jogvédelem alatt álló tartalom	45
4.1. Az illegális tartalmakat fogyasztók és letöltők attitűdje	45
4.2 A fogyasztók főbb szocio-demográfiai jellemzői	46
4.3 Letöltők és potyázók.....	48
4.4 A letöltések körülményei és indokai	50
4.5 Letöltési szokások változtatására való hajlandóság	51
4.6 Az illegális letöltés legális alternatívái	52
7. Módszertani megjegyzés	55

1. BEVEZETÉS

A Hamisítás Elleni Nemzeti Testület (HENT) megalakulásakor három fontos feladatot tűzött ki:

- a hamisításra vonatkozó statisztikai adatok rendszerbe foglalása,
- a szellemi tulajdon védelmével és a jogérvényesítéssel kapcsolatos tudatosság növelése, szemléletformálás, illetve
- a jogérvényesítéssel összefüggő jogszabályi környezet, a jogalkalmazás kérdéseinek, valamint a jogosultakat segítő intézkedéseknek és eszközöknek az áttekintése.

A tudatosság-növelés és a jogszabályalkotás eredményességéhez elengedhetetlen, hogy a HENT megismerje az emberek véleményét a hamisítás jelenségéről, valamint a magyar lakosság vásárlási szokásait a (tudottan, vagy vélhetően) hamis termékek tekintetében. Ezen kérdések feltérképezésének céljából a TÁRKI 2009 óta minden évben országos lakossági felmérést végez a HENT megbízásából. Az adatfelvétel 1000 fő megkérdezésére épül¹, és a 18 éven felüli felnőtt lakosságot nem, kor, iskolai végzettség és lakóhely szempontjából reprezentálja.

A tanulmányban az alábbi kérdésköröket vizsgáljuk:

1. **Vásárlási szokások:** mely társadalmi-demográfiai csoportok vásárolnak hamis terméket? Melyek a legnépszerűbb hamis termékcsoporthoz a magyar vásárlók körében? Ebben a részben azt is vizsgáljuk, hogy a tervezett (vásárolna-e?) és a valós viselkedés (vásárolt-e?) hogyan függ össze. Azaz azt teszteljük empirikusan, hogy azok, akik elméleti szinten vásárolnának hamis termékeket (ruházat, illatszerek, CD, DVD), azok az elmúlt egy évben megtették-e ezt a különböző termékek esetében.
2. **A hamis termékek vásárlásának körülményei, illetve motivációi:** hol, hogyan és miért vásárolnak hamis termékeket az emberek?
3. **A hamisítással kapcsolatos lakossági attitűdök:** a hamisítás büntethetősége; társadalmi- és gazdasági és egészségre gyakorolt hatásának megítélése.
4. **Internethasználók és szerzői jogvédelem alatt álló tartalom:** az illegális tartalmakat letöltők és fogyasztók típusai és jellemzése.

¹ A pontos elemszámok az idősoros elemzés során a következők voltak: 2009-ben 1008 fő; 2010-ben 1013 fő; 2011-ben 1012 fő; 2012-ben 1012 fő, 2013-ban 1012 fő, 2014-ben 1007 fő, 2015-ben 1001 fő, 2016-ban 999 fő, 2017-ben 1017 fő, 2018-ban 1012 fő.

2. VEZETŐI ÖSSZEFOGLALÓ

VÁSÁRLÁSI SZOKÁSOK

1. **2018-ban a megkérdezettek 83%-a nem vásárolna**, míg további 15% talán vásárolna hamis terméket. Mindössze 2% válaszolta, hogy bármikor vásárolna illegális, vagy kétes forrásból származó terméket.
2. 2010 és 2018 között nem tapasztalható jelentős elmozdulás, mivel **13-18% között mozgott azok aránya, akik valóban vásároltak az elmúlt évben bármilyen hamis terméket.**
3. A különböző hamis termékek vásárlásával kapcsolatban magas szinten stagnál az elutasítók aránya: 2018-ban a válaszadók több, mint kétharmada (67%) zárkózik el **a hamis ruházati termékek** vásárlásától, míg az egyéb véleményen lévő válaszadók kisebb arányban szerepelnek.
4. **A hamis illatszerek, illetve kozmetikumok** elutasítottsága határozottabb (82%), mint a ruháké: 2018-ban csupán a lakosság 13%-a jelezte, hogy talán venne, további 4% pedig, hogy bármikor venne ilyen terméket.
5. **A hamis CD-t, DVD-t vásárlók** aránya nagyságrendjét tekintve 2018-ban a korábbi évekhez hasonlóan alakult: 3% válaszolta, hogy bármikor vásárolna ilyen hamis terméket, míg a megkérdezett lakosság 83%-a határozottan elutasította ezt a fogyasztói viselkedést.
6. 2018-ban 18% nyilatkozta azt, hogy vásárolna vagy elfogadna **illegálisan másolt, letöltött számítógépes programokat.**
7. A válaszadók 4%-a nyilatkozott úgy, hogy venne **nem megbízható forrásból származó gyógyszert** és 18% lehetségesnek tartja, hogy **kétes eredetű élelmiszert vagy italt** vásároljon.
8. A válaszadók döntő többsége nem használna letöltési célra **ingyenesen hozzáférhető vagy fizetős illegális oldalakat** (2018-ban 86% nem töltené le tartalmat fizetős illegális oldalról, míg az ingyenes illegális oldalak elutasítottsága 81%).
9. Vizsgálataink szerint **az életkor, az iskolai végzettség, a településtípus és a jövedelem** mutat statisztikailag szignifikáns összefüggést a hamis termékek vásárlásával. Az elemzések alapján elmondható, hogy életkori csoportok alapján a fiatalok (18-30 évesek), iskolai végzettség szerint a szakmunkás végzettségűek, településszerkezetet tekintve a fővárosban élők, illetve bevételeik alapján az alacsony jövedelműek vásároltak legnagyobb arányban hamis terméket a 2018-as adatfelvételt megelőző évben.

A HAMIS TERMÉKEK VÁSÁRLÁSÁNAK KÖRÜLMÉNYEI, ILLETVE MOTIVÁCIÓI

1. A ruházati cikkek, az illatszerek, a CD-k, DVD-k, a számítógépes programok és a gyógyszerek vásárlói számára általában a hamis termék választásának **elsődleges motivációja egyaránt az ár volt**, míg az élelmiszerek esetében a válaszadók leginkább azért választották a nem megbízható forrásból származó terméket, mert **„nem volt gond annak minőségével”**.

2. **Átlagosan a megkérdezettek 15%-a vásárolt piacon vagy utcán valamilyen hamisított terméket 2018-ban.** Az országos átlaghoz képest magasabb arányban vásárolnak hamisított termékeket az informális gazdaságban a legalsó jövedelmi ötödbe tartozók, illetve azok, akik szubjektív megítélésük szerint nagyon rossz egészségi állapotúak.
3. **A megkérdezettek több mint egyharmada (34%) kimondottan a márkás ruhákat és cipőket preferálja, ugyanakkor 42% számára nem fontos, hogy viselete márkás legyen.**
4. Tízből öt magyar fontosnak tartja, hogy a márkás termék, amit visel, eredeti legyen, míg a fennmaradó öt számára nem játszik fontos szerepet a ruha eredetisége.
5. 2018-ban a megkérdezettek 18%-a értett egyet azzal a kijelentéssel, hogy a hamis termék van olyan jó minőségű, mint az eredeti.

A HAMISÍTÁSSAL KAPCSOLATOS LAKOSSÁGI ATTITÚDOK

1. A magyarok szigorúan ítélik meg a hamis termékek árusítását: **63%-uk bűncselekménynek tartja a hamisítványok eladását, 29%-uk pedig a fogyasztót is felelősségre vonná.**
2. **Az emberek 65%-a büntetné a mostaninál szigorúbban a hamisítókat,** viszont 10%-uk megengedőbb lenne velük. 2018-ban 71% azoknak az aránya, akik szerint fontos a **gyakoribb és hatékonyabb ellenőrzés,** míg csupán 9% nem ért egyet ezzel.
3. Jellemzően a társadalom egyik leggazdagabb részénél, valamint az észak-alföldi és észak-magyarországi régiókban élők körében tapasztalható a legnagyobb szigorúság a hamisítókkal és a hamisítványok terjesztőivel kapcsolatban.
4. 2018-ban **a megkérdezettek több mint fele (51%) szerint a hamisítás veszélyes,** míg a válaszadók 21%-a szerint a hamisítás nem rejt magában valós veszélyt. A bizonytalanok magas aránya (27%) jelzi, hogy ebben a kérdésben nem egyértelmű a lakosság állásfoglalása.
5. **A hamisítás munkahelyekre gyakorolt negatív hatását a megkérdezettek 56%-a érzékeli,** s ennél nagyobb arány (69%) vélekedik úgy, hogy a hamisítványok megvásárlása a szervezett bűnözés bevételeit növeli.

INTERNETHASZNÁLÓK ÉS SZERZŐI JOGVÉDELEM ALATT ÁLLÓ TARTALOM

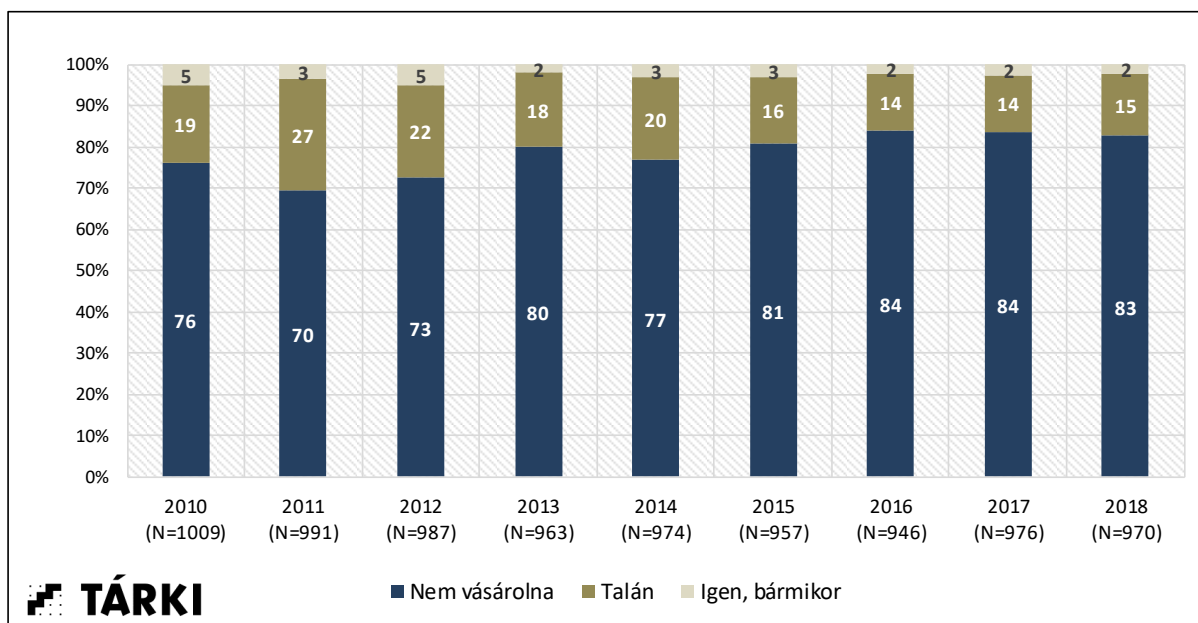
1. **Az internethasználók 72%-a szerint a legális letöltési lehetőségek mennyisége kielégítő.**
2. 2018-ban **az internetezők 87-88%-a tagadta, hogy nézett vagy hallgatott volna nem jogtisztá filmet vagy zenét.** Akik viszont bevallottan fogyasztják ezeket a tartalmakat, ők jellemzően többször is éltek az illegális zenék és filmek nyújtotta lehetőségekkel.
3. **Az illegális letöltést választók 51%-a azzal indokolja a letöltést, hogy nem akar fizetni azért, amit ingyen is meg tud szerezni,** s további 17% hivatkozik arra, hogy nincs pénze megfizetni a legális tartalmakat.
4. **Az internethasználók 74%-a nem lenne hajlandó fizetni azért, hogy az online világban legális forrásból férhessen hozzá tartalmakhoz.**

3. HAMIS TERMÉKEKKEL KAPCSOLATOS VÁSÁRLÁSI SZOKÁSOK

1.1. HAMIS TERMÉKEK VÁSÁRLÁSÁVAL KAPCSOLATOS FOGYASZTÓI ATTITÚDÖK ALAKULÁSA 2010 ÉS 2018 KÖZÖTT

A lakossági attitűdöket vizsgáló felmérésben 2010 óta rendszeresen megkérdeztük a válaszadókat, hogy vásárolnának-e általában (1. ábra), illetve vásároltak-e hamis terméket az elmúlt 12 hónapban (2. ábra).

1. ábra: Vásárolna-e hamis terméket? (százalékos megoszlás, 2010-2018 között)



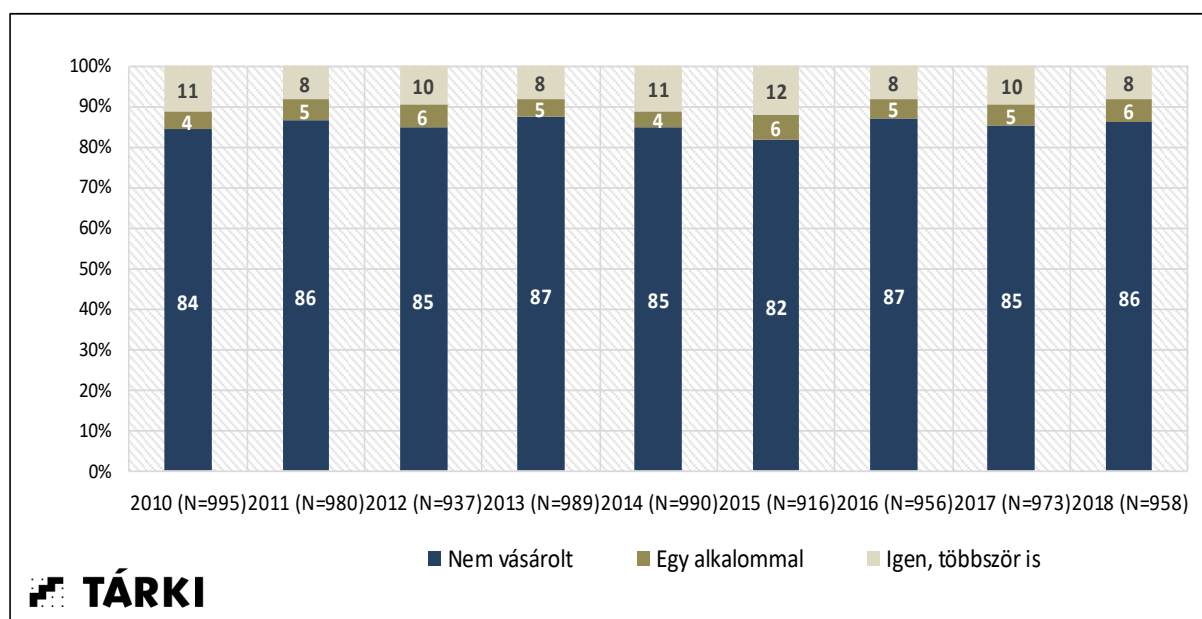
2018-ban korábbi évek felméréseihez hasonló megoszlást tapasztalunk annak tekintetében, hogy a válaszadók vásárolnának-e szándékosan hamis terméket. **A megkérdezettek 83%-a nem vásárolna**, míg 15% talán vásárolna és mindössze 2% válaszolta, hogy igen, bármikor vásárolna illegális, vagy kétes forrásból származó terméket.

A korábbi évek adataival összevetve azt láthatjuk, hogy a megoszlás illeszkedik az előző évek eredményeihez és kisebb elmozdulások figyelhetők meg. 2011-től 2013-ig növekedett azok aránya, aki elutasítja a hamis termékeket (2011-ben 70%, 2012-ben 73%, 2013-ban 80% nyilatkozott így). Ebben a trendben valamelyest visszalépést jelent a 2014-es adat, mikor is a lakosság 77%-a állította, hogy nem vásárolna hamis terméket, azonban 2015 és 2018 között végig 80% felett maradt az elutasítási arány.

Ha azok arányát vizsgáljuk, akik nyitottak lennének hamis termék vásárlására, hasonló tendenciákat tapasztalunk: míg 2010 és 2012 között 24-30% között mozgott a hamisított termékek iránt nyitottak aránya, addig 2013-ra ez az arány 20%-ra csökkent, majd 2014-ben 23%-ra emelkedett. 2015-ben újra csökkenésnek indult (19%), majd 2016-ra tovább csökkent (16%), s 2017-ben pedig szintén 16% volt. **Idén a hamis termékek vásárlására nyitott válaszadók aránya 17%**. Fontos azonban kiemelni, hogy a lakosság mindössze 2%-a nyilatkozott úgy, hogy bármikor vásárolna hamis terméket, ennél jóval nagyobb (15%) azok aránya, akik „talán” vásárolnának.

Érdeemes továbbá azt is megvizsgálni, hogy a lakosság hány százaléka vásárolt ténylegesen hamis terméket az elmúlt egy év során. Elsőként az általánosan megfogalmazott kérdéssel eredményét mutatjuk be, majd pedig a termékcsoportonkénti kérdés eredményét. Az általános megfogalmazás nyomán („Vásárolt-e Ön az elmúlt egy évben hamis terméket?”) 2010 és 2018 között nem tapasztalható jelentős elmozdulás, hiszen **13-18% volt azok aránya, akik valóban vásároltak az elmúlt évben bármilyen hamis terméket.**²

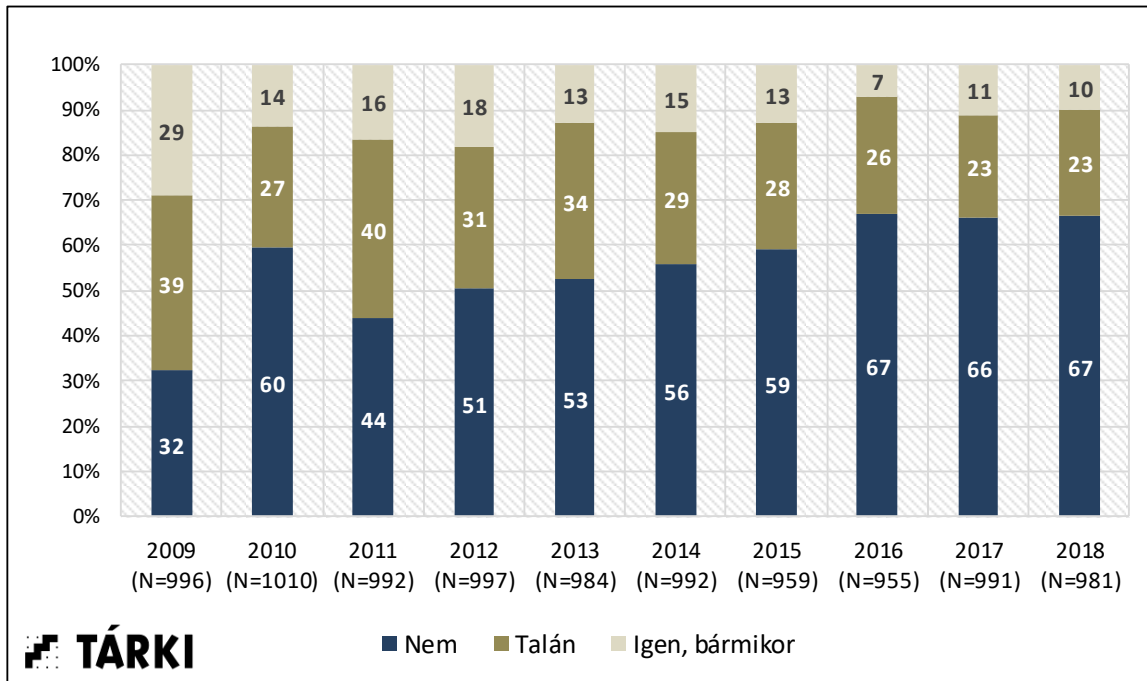
2. ábra: Vásárolt-e hamis terméket? (százalékos megoszlás, 2010-2018 között)



A hamisított **ruházati termékek** vásárlásának elutasítottságával kapcsolatos attitűdöket vizsgálva, 2017-hez képest nincsenek lényeges elmozdulások. Ezzel szemben a 2000-es évek végén még tapasztalhatóak voltak számottevő változások: míg 2009-ben mindössze minden harmadik válaszadó utasította el kategorikusan a hamis ruházati termékek vásárlását, addig 2010-ben 60%, 2011-ben 44%, 2012-ben és 2013-ban minden második válaszadó elzárkózott az ilyen termékek vásárlásától. 2014-ben és 2015-ben további kis emelkedést tapasztalhattunk, hiszen 2015-ben a megkérdezettek 59%-a utasította el a hamis ruházati termékeket. 2016-ban látványosan tovább emelkedett az elutasítók aránya (67%), mely állandósulni látszik: **2017-ben 66%, majd 2018-ban ismét 67% volt a hamis ruházati termékek vásárlásától elzárkózók aránya.** Tehát 2016 és 2018 között a válaszadók kétharmada zárkózott el a hamis ruházati termékek vásárlásától, ugyanakkor ebben az időszakban 7-11% között mozgott azoknak az aránya, akik saját bevallásuk szerint bármikor vásárolnának hamis ruházati terméket (3. ábra).

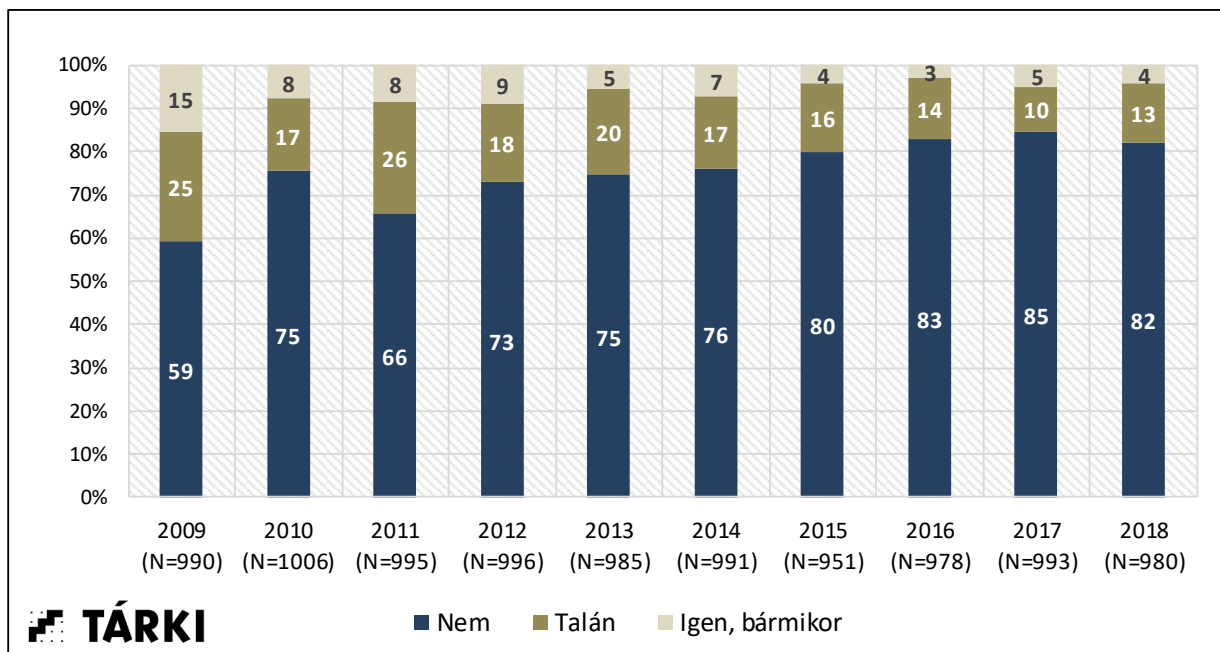
² Az eredmények értelmezésekor fontos figyelembe venni, hogy itt a kérdezettek visszaemlékezése alapján rögzített válaszokról van szó, amelyeket a szubjektív elemek, információhiány (a vásárló nincs tudatában annak, hogy hamis terméket vásárolt) és a vissza (nem)emlékezésből eredő pontatlanságok is torzíthattak.

3. ábra: Vásárolna-e olyan ruházati terméket, ami egy márkás termék utánzata, hamisítványa, ha lényegesen olcsóbb, mint az eredeti? (százalékos megoszlás, 2009-2018 között)



A hamis illatszerek, illetve kozmetikumok elutasítottsága határozottabb (82%), mint a ruháké: 2018-ban csupán a lakosság 13%-a jelezte, hogy talán venne, további 4% pedig, hogy bármikor venne ilyen terméket. Figyelemreméltó, hogy a hamis illatszerek, valamint kozmetikumok elutasítottsága 2011 és 2017 között folyamatosan növekedett: 2011-ben 66%, 2017-ben pedig már 85% volt az elutasítók aránya, azonban ez a növekedés 2018-ban megtört (82%) (4. ábra).

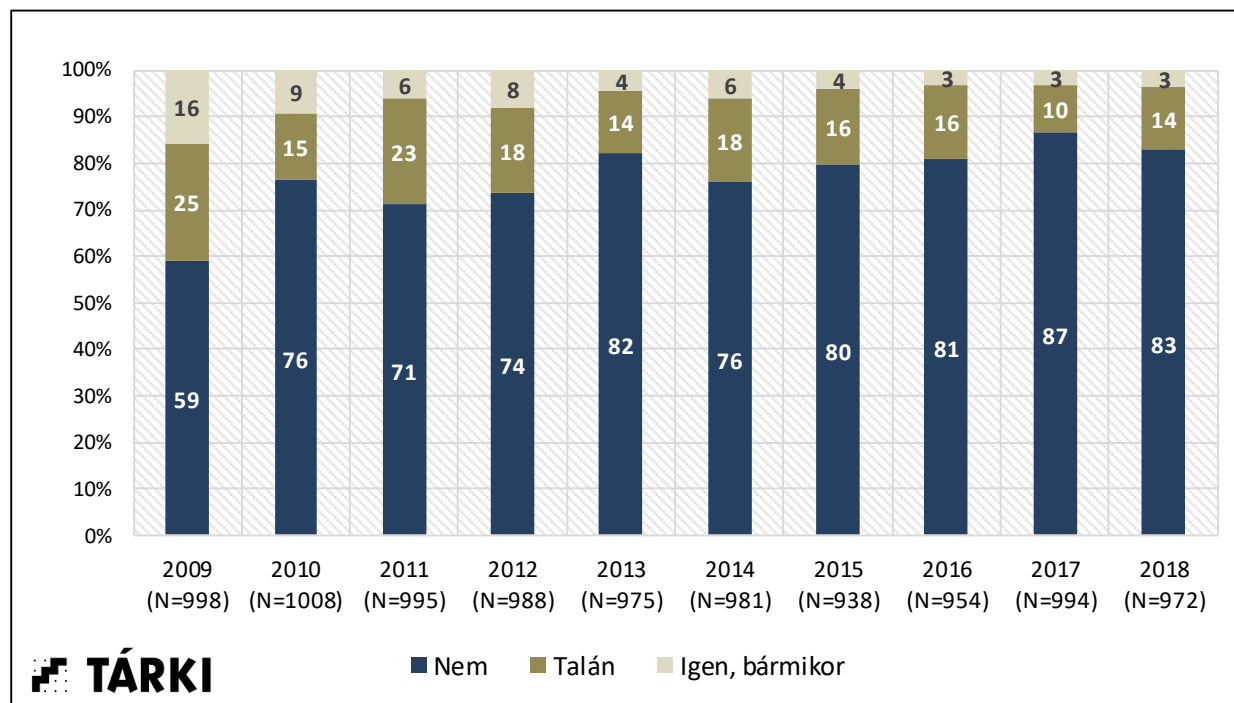
4. ábra: Vásárolna-e hamis illatszert, kozmetikumot, ha lényegesen olcsóbb, mint az eredeti? (százalékos megoszlás, 2009-2018 között)



A hamis CD-t, DVD-t vásárlók aránya nagyságrendjét tekintve 2018-ban a korábbi évekhez hasonlóan alakult: 3% válaszolta, hogy bármikor vásárolna ilyen hamis terméket, 14% talán vásárolna, míg a megkérdezett lakosság **83%-a határozottan elutasította ezt a fogyasztói viselkedést.**

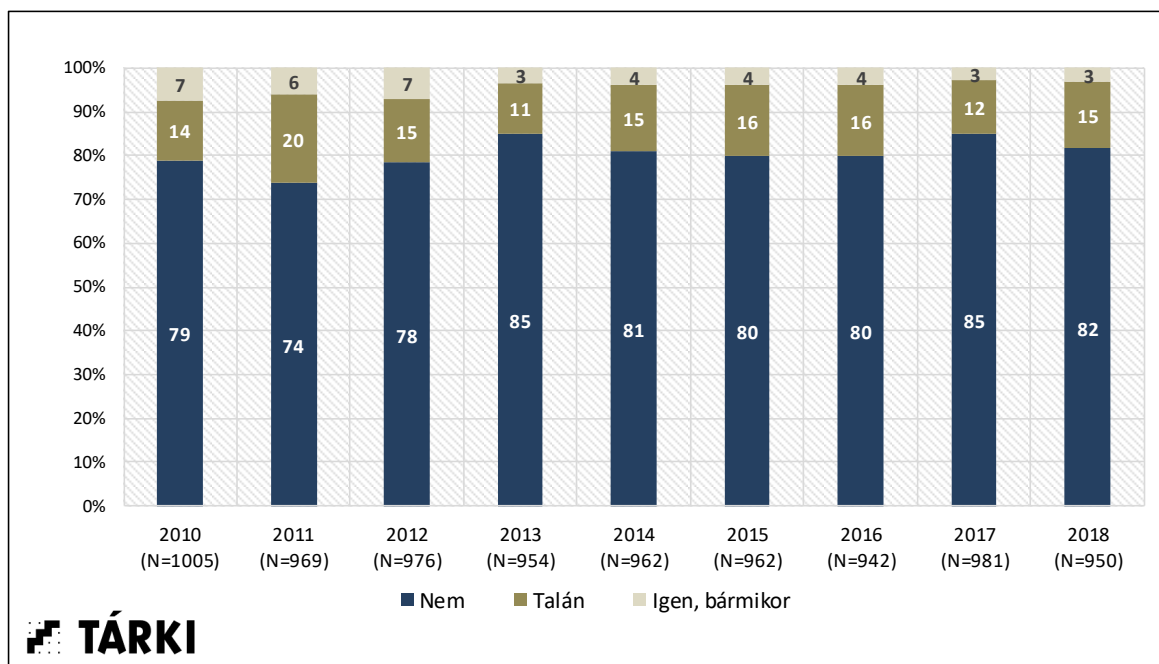
A korábbi évekkel összehasonlítva azt láthatjuk, hogy 2010-ben 76% volt az elutasítók aránya, ezt követően visszaesett, majd fokozatosan emelkedett 2013-ig, mikor is több mint 80% fejezte ki ellenérzését ebben a tekintetben. A 2014-es adatok valamelyest elmaradtak a 2013. évi biztató eredményektől, de 2016-ra újra elérte a az elutasítók aránya a 2013-as szintet (81%), s 2017-ben meg is haladta azt. Ehhez képest a 2018-as adatok ismét visszaesést mutatnak az elutasítók arányát tekintve (83%) (5. ábra). Összességében az látszik, hogy 2009 és 2018 között töredékére esett vissza a hamis CD-t, DVD-t vásárlók aránya (41%-ról 17%-ra), azonban ezek az árucikkek a legális piacon is veszítettek a népszerűségükből a vizsgált időszakban.

5. ábra: Vásárolna-e hamis, másolt CD-t, DVD-t, ha az lényegesen olcsóbb, mint az eredeti? (százalékos megoszlás, 2009-2018 között)



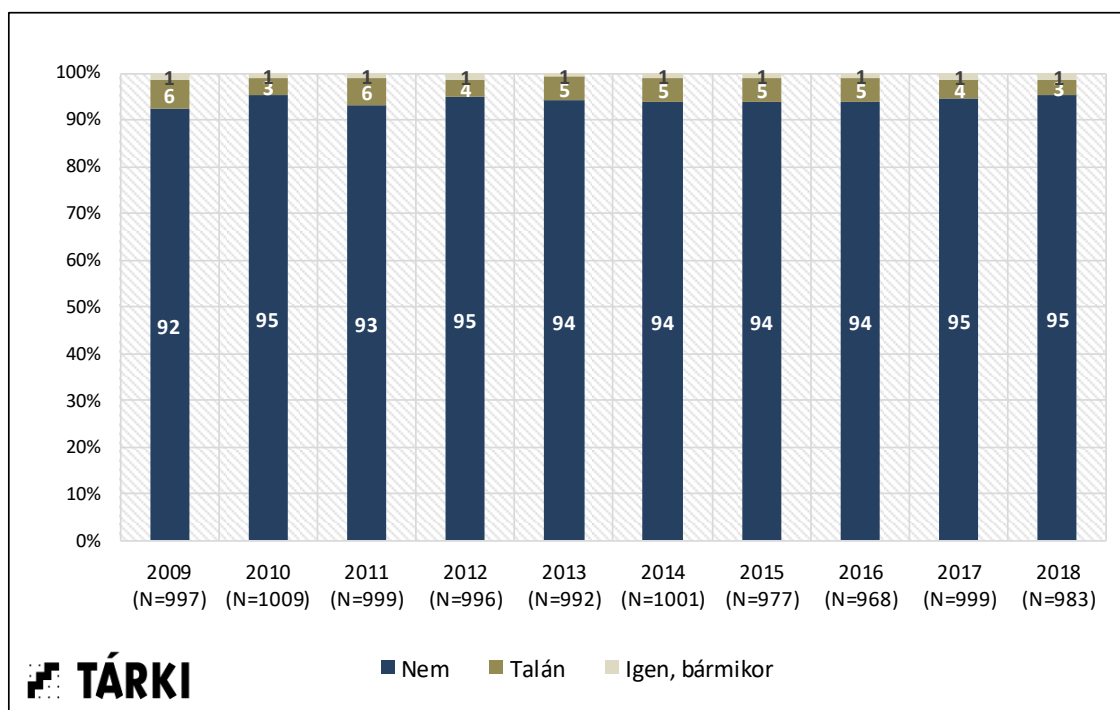
Az illegálisan másolt, letöltött **számítógépes programokat** megvásárlók, felhasználók aránya 2011-től 2013-ig folyamatosan csökkent (26%-ról 14%-ra), 2014-ben emelkedést mutatott (19%), majd 2015-ben és 2016-ban stagnált (20-20%). 2017-ben a válaszadók 15%-a, **2018-ban pedig 18%-a nyilatkozta azt, hogy vásárolna vagy elfogadna illegálisan másolt, letöltött számítógépes programokat.** Ezzel összhangban 2013 és 2018 között 80-85% között változott az elutasítási arány (6. ábra).

6. ábra: Vásárolna-e, elfogadna-e Ön illegálisan másolt, letöltött számítógépes programokat, ha az eredetinel lényegesen olcsóbban vagy ingyen jutna hozzá? (százalékos megoszlás, 2010-2018 között)



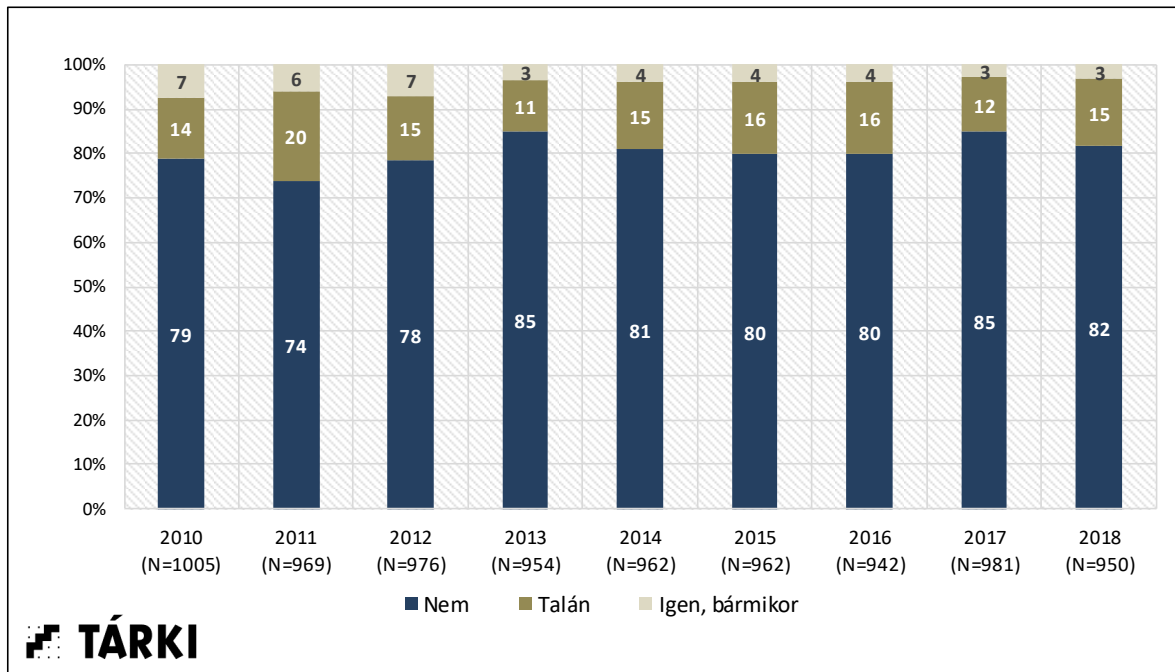
2018-ban a válaszadók 4%-a nyilatkozott úgy, hogy venne, vagy lehetségesnek tartja, hogy venne nem megbízható forrásból származó **gyógyszert**. A vizsgált időszakban a korábbi évek adataihoz képest nem történt elmozdulás, ezért idén is ez az a terület, ahol a **legnagyobb a hamis termékek elutasítottsága (95%)** (7. ábra).

7. ábra: Ön vásárolna-e nem megbízható forrásból származó gyógyszert, ha lényegesen olcsóbb, mint a patikában? (százalékos megoszlás, 2009-2018 között)



Hasonlóan a korábbi termékekhez, a nem megbízható forrásból származó **élelmiszerek és italok** fogyasztását is elutasítja a kérdezettek döntő többsége: 2013 óta folyamatosan 80% felett van azoknak az aránya, akik nem vennének kétes eredetű enni- vagy innivalót. Ugyanakkor a legnagyobb elutasítási arány 2013-ban és 2017-ben volt tapasztalható (85%) (8. ábra).

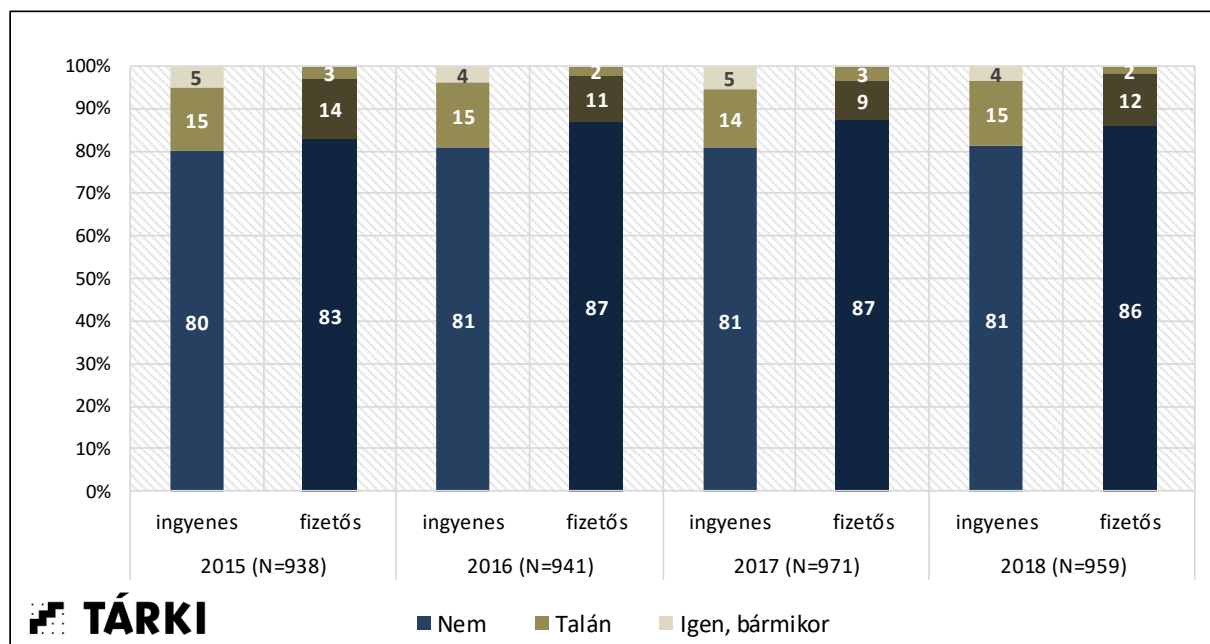
8. ábra: Ön vásárolna-e nem megbízható forrásból származó élelmiszert vagy italt, ha lényegesen olcsóbb, mint az üzletekben? (százalékos megoszlás, 2010-2018 között)



Azt is megkérdeztük a mintába került személyektől, hogy használnának-e zenékhez, illetve filmekhez való hozzáférés céljából **illegálisan működő ingyenes, illetve fizetős internetes oldalakat**. A válaszadók döntő többsége nem használna ilyen célra ingyenes, illegálisan működő oldalakat: 2012-ben 80%, 2013-ban 83%, 2014-ben 79%, majd **2015 és 2018 között 80-81% körül mozog az elutasítók aránya**. Ugyanakkor a fizetős illegális oldalak elutasítottsága még erősebb: 2012-ben 84%, 2013-ban 87%, 2014-ben 82%, 2015-ben 83%, majd **2016 és 2018 között pedig 86-87% ez az arány** (9. ábra)³.

³ Az ábrán a 2015-2018-as adatok vannak feltüntetve, ugyanakkor a szövegben szerepeltettük a korábbi kutatások (2012-2014) eredményeit is.

9. ábra: Ön használna-e olyan ingyenes, illetve fizetős internetes oldalakat filmekhez, zenékhez való hozzáférés céljából, amelyekről tudja, hogy tartalma nem legális forrásból származik? (százalékos megoszlás, 2015-2018 között)



1.2. HAMIS TERMÉKET VÁSÁRLÓK ARÁNYA ÉS A VÁSÁRLÓK TÁRSADALMI ÖSSZETÉTELE

A következőkben azt vizsgáljuk, hogyan alakul a **hamis termék vásárlók aránya és társadalmi összetétele** 2010 és 2018 között, vagyis mennyire elterjedt a hamisított termékek vásárlása, és mely társadalmi csoportok vesznek az átlagosnál nagyobb vagy kisebb valószínűséggel hamis terméket, termékcsoportokat.

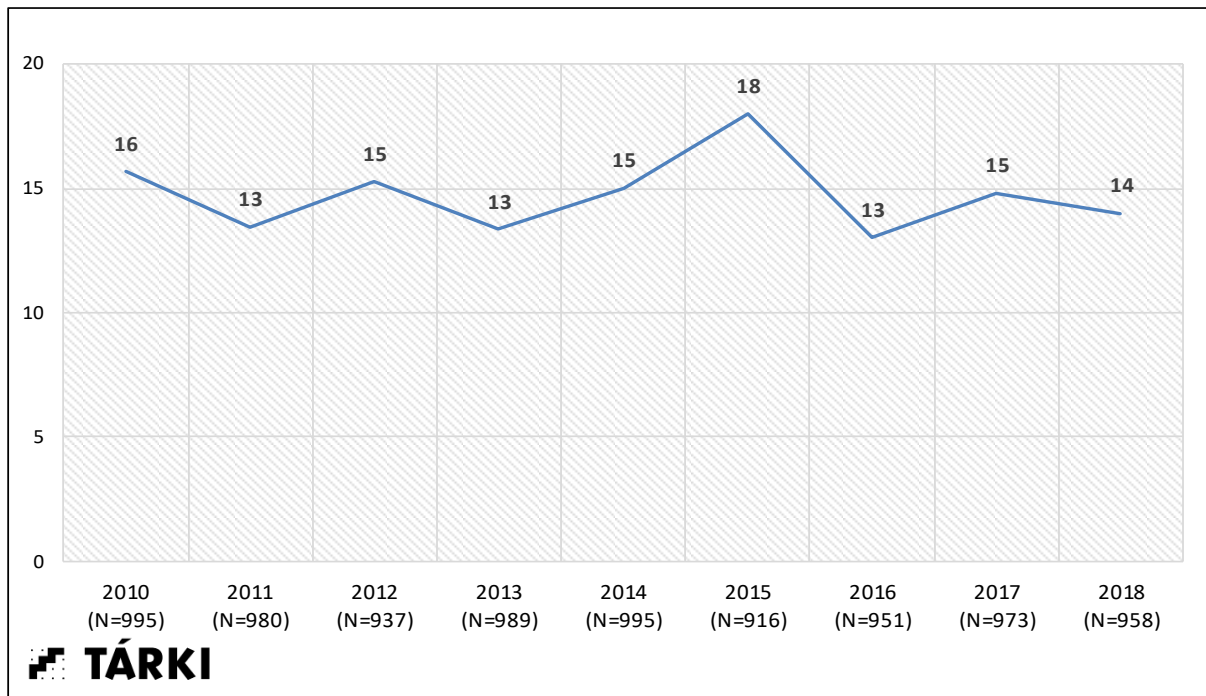
A mintába került személyektől megkérdeztük, hogy vásároltak-e az elmúlt egy évben hamis terméket. **A hamis árut vásárlók arányát a 10.1 ábra mutatja: 2010 óta ez az arány 13-18% között mozog.**

Ezt követően a mintába került személyektől terméktípusonként is megkérdeztük, hogy vásároltak-e hamis terméket, és így összesítve a válaszokat magasabb vásárlási arányt tapasztaltunk (2010 és 2018 között 21-26%).⁴ A 10.2 ábra „Összesen” oszlopa azoknak a válaszadóknak az arányát mutatja, akik legalább egy termékcsoporthoz igennel válaszoltak. Ez az arány 2010-ben 26% volt, 2011 és 2014 között 22-23% körül mozgott, 2015-ben újra 26%-ra emelkedett, majd 2016 és 2018 között 21-23% volt. **2018-ban a válaszadók 21%-a vásárolt nem megbízható forrásból származó terméket vagy termékeket a kérdezést megelőző egy évben.**

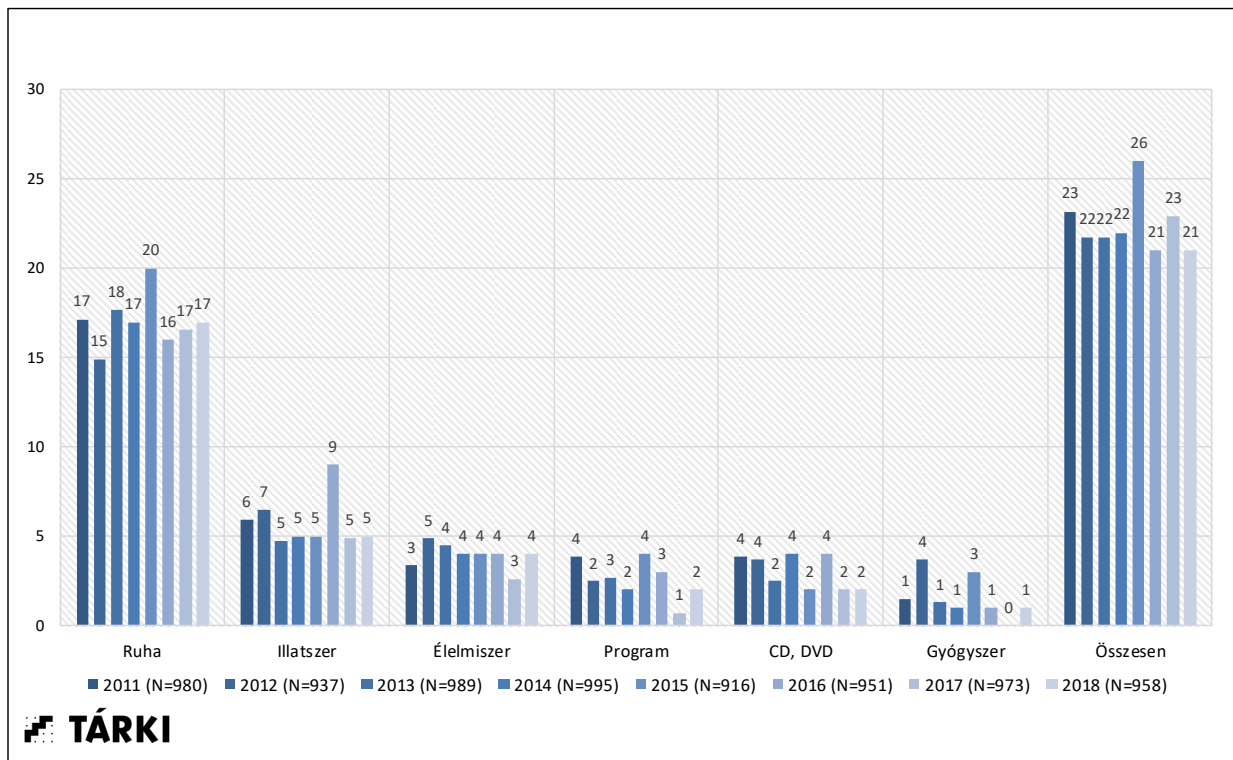
Termékcsopontonként vizsgálva a hamis termékeket vásárlók arányát, **folyamatos csökkenést** tapasztalhatunk, de ennek mértéke és üteme **némileg eltérően alakul az egyes árucikkek esetében.**

⁴ Ebben tendenciában, – amely minden vizsgált évben megfigyelhető – valószínűleg szerepet játszik az, hogy a termékek konkretizálásával a válaszadók jobban vissza tudtak emlékezni arra, hogy vásároltak-e ilyen típusú terméket az elmúlt egy év során.

10.1 ábra: A hamisított termékek vásárlóinak alakulása (százalékos megoszlás, 2010-2018 között)



10.2 ábra: A hamisított termékek vásárlóinak alakulása (százalékos megoszlás, 2011-2018 között)⁵



⁵ A grafikonon 2011-2018 közötti adatok szerepelnek, azonban az elemzésben feltüntettük a 2010-es eredményeket is. Az „Összesen” oszlop azoknak a válaszadóknak az arányát mutatja, akik legalább egy termékcsoporthoz választották, hogy vásároltak ilyen hamis terméket az elmúlt évben.

A korábbi évekhez hasonlóan **2018-ban is a legkelendőbb hamisított termék a hamisított márkás ruházat**: a vásárlók 17%-a vásárolt hamis ruhát ebben az évben, ami összhangban van a korábbi évek tapasztalataival (a vizsgált időszakban 15-20% között mozog ez az arány). Hamis illatszert a megkérdezettek 5%-a vásárolt, CD-t vagy DVD-t, illetve programokat összesen 2-2%. Az egészségre leginkább veszélyes termékek közé tartoznak a bizonytalan forrásból származó élelmiszerek, illetve a hamis gyógyszerek: míg az előbbiből 4% vásárolt 2018-ban, addig az utóbbiból 1%.

Időbeli összehasonlításban az egyik fontos változás a hamis programokat letöltők és a hamis CD-t vagy DVD-t vásárlók arányának visszaesése. A programok esetében 2010 óta 6%-ról 2%-ra, míg a CD-k vagy DVD-k esetében 7%-ról 2%-ra esett vissza a vásárlók aránya. Ezt a csökkenést a piaci folyamatok is befolyásolták, hiszen egyre kisebb a CD-k, DVD-k iránti fogyasztói kereslet.

Megvizsgáltuk, hogy a különféle hamis termékek vásárlására mely társadalmi csoportok a leginkább és a legkevésbé hajlamosak és azt találtuk, hogy **az életkor, az iskolai végzettség, a településtípus és a háztartás jövedelme statisztikailag szignifikáns összefüggést mutatnak a hamis termékek vásárlásával**. Az elemzések alapján elmondható, hogy életkori csoportok alapján a fiatalok (18-30 évesek), iskolai végzettség szerint a szakmunkás végzettségűek, településszerkezetet tekintve a fővárosban élők, illetve bevételeik alapján az alacsony jövedelműek vásároltak legnagyobb arányban hamis terméket a 2018-as adatfelvételt megelőző évben.

A vizsgálat további legfontosabb eredményei az alábbiakban foglalhatók össze:

- **Nemek** tekintetében nincs számottevő összefüggés a hamis termékcsoportok vásárlásában; férfiak és nők azonos arányban szereztek be a fent említett hamis árukat.
- **A kor** gyenge magyarázó változója a hamis termékek fogyasztásának: a különböző terméktípusok összegzett mutatója **a fiatalok (18-30 évesek)** korcsoportjában a legmagasabb: a vásárlóerő szempontból ők képezik a legaktívabb korcsoportot.
- **A településtípus** mérete hatással van a hamis termékek vásárlásának gyakoriságára. A **budapesti lakosok** minden hamis terméktípust **átlagon felüli** mértékben fogyasztanak. Ennek feltehetőleg egyik oka a hozzáférésben mutatkozó különbségek (nagyobb településeken több a piac, illetve elterjedtebb az internet-használat és így az internetes vásárlás is).
- **A jövedelem** – melynek nagysága alapján öt, nagyjából egyenlő csoportra osztjuk a válaszadókat – szintén magyarázza a hamis termékekkel kapcsolatos vásárlási szokásokat. **A három legalacsonyabb jövedelmi ötödbe tartozó megkérdezettek az átlagnál magasabb arányban vásároltak hamis terméket** az elmúlt egy év során.

Azoktól, akik legalább egyszer vásároltak hamis terméket, megkérdeztük, hogy milyen tényezők álltak a vásárlás hátterében. 2018-ban a **válaszadók 70%-a számára a termék alacsonyabb ára játszott alapvető szerepet** (azért vásárolt hamis terméket, mert az „olcsó volt”), 59% szerint nem volt gond a termék minőségével, 41% említette, hogy nem játszott szerepet a döntésében a termék hamisított volta, – szüksége volt rá, ezért megvette, – és csupán 3% nevezett meg egyéb okot.

1.3. TERVEZETT ÉS VALÓS VÁSÁRLÁSI SZOKÁSOK ÖSSZEFÜGGÉSE

Ebben a fejezetben arra a kérdésre keressük a választ, hogy mennyire erős az összefüggés a kérdezettek tervezett és múltbeli vásárlási szokásai között.

Azok, **akik elzárkóznak a hamis termék megvásárlásától, döntő többségükben (91%) nem vásároltak** ilyen terméket az elmúlt egy évben. Ugyanakkor a hamis termék megvásárlására nyitott válaszadók 42%-a vásárolt kétes forrásból származó terméket.

Termékcsoportok szerinti bontásban azt láthatjuk, hogy minden termék esetében nagyon erős – szignifikáns – a kapcsolat a tervezett és megvalósult viselkedés között. Azok, akik elzárkóznak a hamis termékek vásárlásától, jellemzően nem vásárolták az adott terméket az adatfelvételt megelőző évben. Ez az összefüggés arra utalhat, hogy **a hamis terméket nem vásárlók tudatosan és következetesen utasítják el ezeket az árukat.**

Végül, hangsúlyozni kell, hogy a kérdezett visszaemlékezése alapján mért múltbeli viselkedés feltehetőleg alulbecsli a valós vásárlási arányokat, és ez a torzító hatás különösen erős azokban az esetekben, amikor az ezt megelőző kérdésnél a válaszadó már „elköteleződött” egy, a hamisítást elutasító attitűd mellett. Az *1. táblázat* szerint minden termékcsoport esetében szoros összefüggés van a hamisított termék vásárlásának terve és annak megvalósulása között.⁶

⁶ A hamis termékek (általánosságban véve), a gyógyszerek, valamint az élelmiszerek, italok esetében a „bármikor vásárolna” válaszkategória alacsony elemszáma miatt az eredmények értelmezhetősége korlátozott.

1. táblázat: A tervezett és a múltbeli vásárlási szokások összefüggése (százalékos megoszlás, 2018)

	N	Igen, többször is vásárolt	Egy alkalommal vásárolt	Nem vásárolt	%
Hamis termék					
Nem vásárolna	776	4%	4%	91%	100
Talán vásárolna	127	25%	14%	61%	100
Igen, bármikor vásárolna	((19))	42%	16%	42%	100
Összesen	922	8%	6%	86%	100
Ruha					
Nem vásárolna	647	1%	3%	96%	100
Talán vásárolna	223	18%	19%	63%	100
Igen, bármikor vásárolna	96	43%	16%	42%	100
Összesen	966	9%	8%	83%	100
Illatszer					
Nem vásárolna	806	0%	1%	99%	100
Talán vásárolna	130	9%	9%	82%	100
Igen, bármikor vásárolna	(42)	14%	24%	62%	100
Összesen	978	2%	3%	95%	100
CD/DVD					
Nem vásárolna	804	0%	0%	99%	100
Talán vásárolna	132	2%	4%	94%	100
Igen, bármikor vásárolna	(32)	16%	6%	78%	100
Összesen	968	1%	1%	98%	100
Számítógépes program					
Nem vásárolna	776	0%	0%	100%	100
Talán vásárolna	142	2%	6%	92%	100
Igen, bármikor vásárolna	(30)	13%	10%	77%	100
Összesen	948	1%	2%	98%	100
Gyógyszer					
Nem vásárolna	936	0%	1%	99%	100
Talán vásárolna	(32)	0%	3%	97%	100
Igen, bármikor vásárolna	((14))	14%	0%	86%	100
Összesen	982	1%	1%	99%	100
Élelmiszer, ital					
Nem vásárolna	916	1%	1%	98%	100
Talán vásárolna	56	27%	7%	66%	100
Igen, bármikor vásárolna	((11))	9%	27%	64%	100
Összesen	983	3%	1%	96%	100

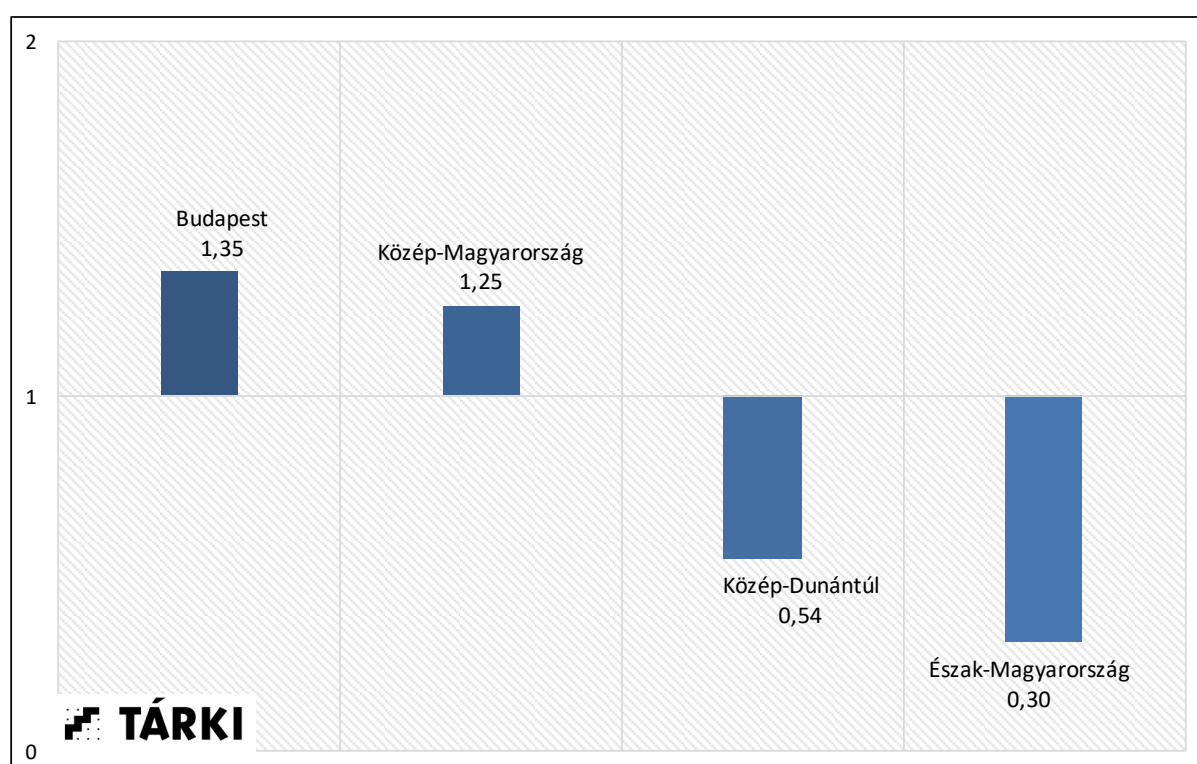
(): a sormarginális elemszáma 50 alatti
 (()): a sormarginális elemszáma 30 alatti

1.4. A HAMISÍTOTT TERMÉKTÍPUSOK VÁSÁRLÁSÁNAK TÁRSADALMI MECHANIZMUSA

Ebben a fejezetben – mintegy a korábbi fejezetekben írtak összefoglalásaként – azt vizsgáljuk, hogy a hamisított termékek vásárlásának valószínűségére **mely társadalmi tényezők hatnak** a legerősebben.

A 11. ábrán azokat a tényezőket mutatjuk be, amelyek erősen hatnak a hamisított termék vásárlására. Általában a hamisított termék vásárlásának esélyét növeli (ha a cellában szereplő érték egynél nagyobb) vagy csökkenti (ha a cellában szereplő érték egynél kisebb) az adott társadalmi csoporthoz tartozás ténye. A hamisított termékeket **általában nagyobb eséllyel vásárolják a közép-magyarországi régióban élők** (így a fővárosiak is), ugyanakkor kisebb az esélye a hamis termék vásárlásának közép-dunántúliak és az észak-magyarországiak körében.

11. ábra: A hamisított termék vásárlás esélyének legnagyobb eltérései az átlagostól (2018)



A fentiekén kívül megállapítható, hogy a **hamis márkás ruházati termékek és a hamisított illatszerek tipikus vásárlói** az észak-alföldi régióban élnek, a legalsó jövedelmi ötödbe tartoznak, harminc év alattiak és szakmunkás végzettségűek. A **hamisított élelmiszerek** fő vásárlói a középkorúak (46-60 évesek) és az idősek (61 éven felüliek).

4. A HAMIS TERMÉK VÁSÁRLÁSÁNAK MOTIVÁCIÓI: MIÉRT ÉS HOL VÁSÁROLNAK AZ EMBEREK HAMIS TERMÉKET?

2.1. MIÉRT VÁSÁROLNAK AZ EMBEREK HAMIS TERMÉKEKET?

A kutatásban a hamis termék vásárlásának lehetséges okaira is rákérdeztünk. Az alábbi táblázatban foglaljuk össze a 2017-ben és 2018-ban felvett adatokat (2. táblázat).

2. táblázat: A hamis termék vásárlásának lehetséges okai (százalékos megoszlás, 2017 és 2018)

2017	Általában (N=234)	Ruha (N=180)	Illatszer (N=54)	Élelmiszer (N=31)	CD, DVD (N=22)*	Program (N=29)*	Gyógyszer (N=13)*
Mert olcsó volt	62	68	80	58	59	59	54
Nem volt gond a minőségével	57	55	56	97	96	72	92
Nem is érdekelte, hogy hamis vagy nem, szüksége volt rá	47	51	56	59	52	48	31
Egyéb	2	0	0	3	5	2	2
2018	Általában (N=212)	Ruha (N=166)	Illatszer (N=49)	Élelmiszer (N=40)	CD, DVD (N=20)*	Program (N=22)*	Gyógyszer (N=11)*
Mert olcsó volt	70	72	88	70	95	77	91
Nem volt gond a minőségével	59	62	78	80	60	59	64
Nem is érdekelte, hogy hamis vagy nem, szüksége volt rá	41	45	31	58	35	27	36
Egyéb	3	1	2	3	0	9	9

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

* Alacsony esetszámok. Az eredmények tájékoztató jellegűek.

2018-ban a hamis ruházati termékek, illatszerek, CD-k, DVD-k, programok és gyógyszerek megvásárlásának elsődleges motivációja egyaránt az alacsony ár volt, s egyedül az élelmiszerek esetében volt a választás legerősebb indoka a termék kifogástalan minősége. Az a típusú szkeptikus megközelítés, hogy „nem is érdekelt, hogy hamis vagy nem, szükségem volt rá”, a válaszadók 27-58%-ára volt jellemző. Ha az adatokat összehasonlítjuk a 2017-es adatfelvétel eredményeivel, akkor kitűnik, hogy több terméktípus esetében változott az elsődleges motiváló tényező: leginkább az alacsonyabb ár miatt vásároltak hamis terméket a megkérdezettek.

Azokat, akik az alacsony ára miatt választották a hamis terméket, megkérdeztük, hogy abban az esetben eredeti terméket választottak volna, ha az nem lett volna sokkal drágább a hamisnál.

A 3. táblázat megoszlásai igazolták azt a feltételezést, hogy a hamis termék vásárlásának elsődleges motivációja az alacsony ár. **2018-ban a hamis terméket vásárlók 84% nyilatkozta azt, hogy az eredeti terméket választotta volna, ha ahhoz olcsóbban tudott volna hozzájutni.** A „nem tudom” válaszok nagy aránya ugyanakkor azt mutatja, hogy a gyógyszerek és élelmiszerek esetében többen bizonytalanok abban, hogy kis árkülönbség esetén érdemes lenne-e eredeti terméket vásárolni.

3. táblázat: Eredeti terméket választott volna, ha nem lett volna sokkal drágább a hamisnál? (százalékos megoszlás, 2017 és 2018)

2017	Általában (N=90)	Ruha (N=118)	Illatszer (N=35)*	CD, DVD (N=5)*	Program (N=6)*	Gyógyszer (N=6)*	Élelmiszer (N=10)*
igen	68	72	67	81	31	30	48
nem	16	17	27	19	59	46	19
nem tudom	16	11	6	0	10	24	33
összesen	100	100	100	100	100	100	100
2018	Általában (N=99)	Ruha (N=106)	Illatszer (N=35)*	CD, DVD (N=14)*	Program (N=3)*	Gyógyszer (N=6)*	Élelmiszer (N=25)*
igen	84	81	59	73	66	40	43
nem	7	11	30	27	34	43	35
nem tudom	9	8	11	0	0	18	23
összesen	100	100	100	100	100	100	100

* Alacsony esetszámok. Az eredmények tájékoztató jellegűek.

2.2. TÁRSADALMI SZEMLELETFORMÁLÁS: A GYÓGYSZERHAMISÍTÁS VESZÉLYEIRE FIGYELMEZTETŐ FELHÍVÁSOK

A kutatás során, 2013 óta minden évben arra is rákérdeztünk, hogy találkoztak-e a fogyasztók a gyógyszerhamisítás veszélyeire figyelmeztető felhívásokkal.

2018-ban megkérdezettek 14%-a TV-ben látott gyógyszerhamisítás veszélyeivel foglalkozó felhívást, 7%-a interneten, illetve további 6% gyógyszerértékesítési plakátokon látott ilyen témájú figyelmeztetést. Ennél kisebb arányban találkoztak a fogyasztók a gyógyszerhamisítás veszélyeivel foglalkozó hirdetési anyaggal újságban, illetve rádióban (3%, illetve 4%), míg a válaszadók 20%-a nem emlékezett arra, hogy találkozott-e ilyen témájú hirdetéssel az elmúlt hónapokban.

Összességében **a magyar felnőtt lakosság 24%-a találkozott a gyógyszerhamisítás veszélyeivel foglalkozó hirdetéssel 2018-ban**, mely némi visszaesést jelent a tavalyi évhez képest, amikor a válaszadók 30%-a jelezte, hogy találkozott ilyen felhívással.

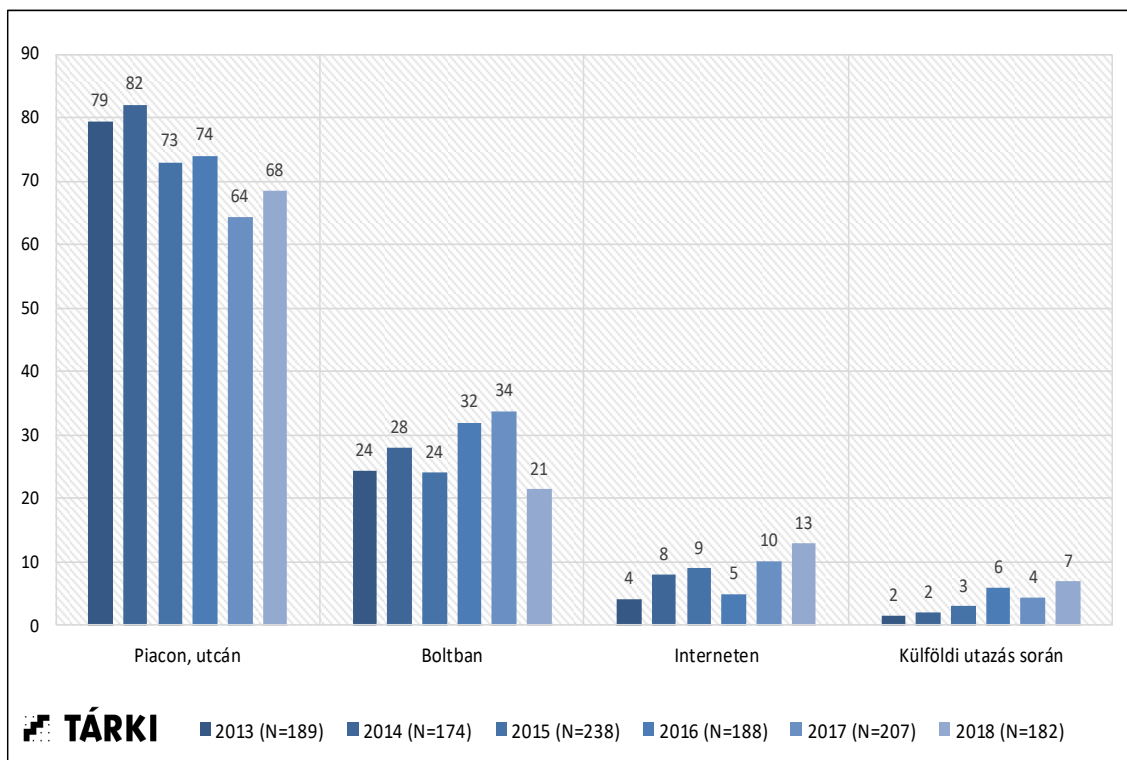
Idén a hirdetést átlagon felüli arányban látták a nyugat- és közép-dunántúli régiókban élők.

2.3. HOL VÁSÁROLNAK HAMIS TERMÉKEKET?

2010 óta rendszeresen megkérdezzük az illegális forrásból származó termékek fogyasztóit, hogy honnan szerzik be ezeket a termékeket.⁷

A hamis ruhát a vásárlók több mint kétharmada piacon vagy utcán szerzi be ezt a terméket (68%), további 21% pedig boltban (is) vásárol. A boltban vásárlás gyakorisága ingadozik: 2014 és 2017 között 10 százalékponttal emelkedett a bolti vásárlások gyakorisága (24%-ról 34%-ra), azonban 2018-ban látványosan lecsökkent (21%). Az interneten beszerzett termékek aránya 2010 és 2013 között minimális volt, azonban 2014-ben, 2015-ben, 2017-ben, valamint 2018-ban már jelentősnek mondható az internet részesedése – ez a növekvő trend egyedül 2016-ban tört meg. A külföldi utazás során vásárlók aránya a vizsgált években enyhén növekedett, 2018-ban a válaszadók 7%-a szerezte be ilyen módon a hamis terméket (12. ábra).

12. ábra: Hamis ruházati termékek vásárlásának helyszínei (százalékos megoszlás, 2013-2018 között)*

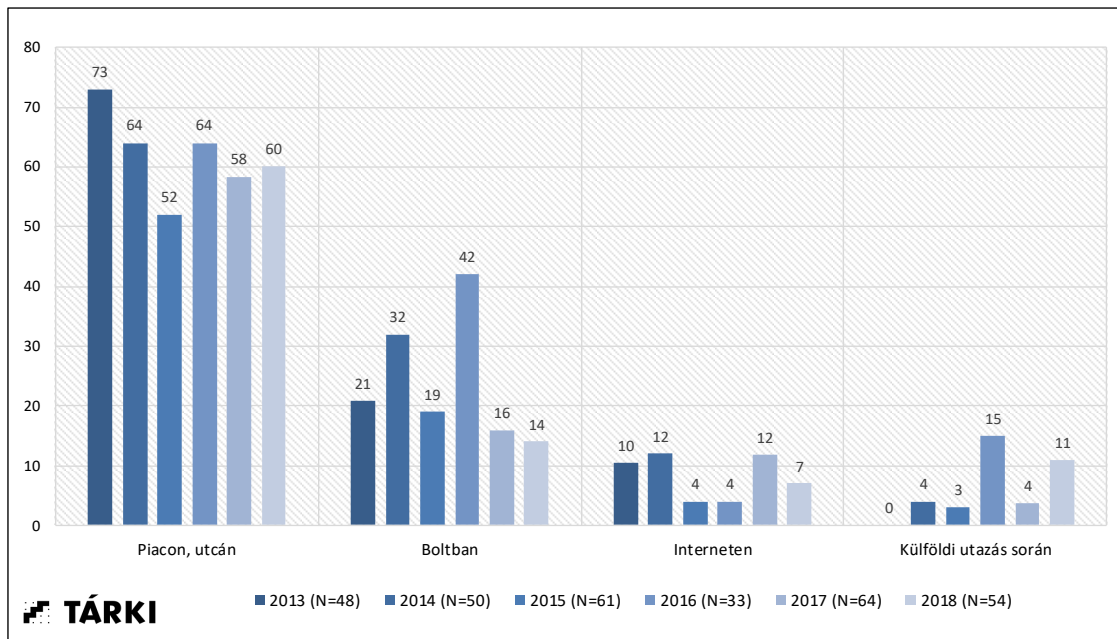


* Mivel a kérdés esetében több választ is meg lehetett jelölni, az oszlopok összege meghaladhatja a 100%-ot.

⁷ Az ábrán a 2013-2018-as adatok vannak feltüntetve, ugyanakkor a szövegben szerepeltettük a korábbi kutatások (2010, 2011, 2012) eredményeit is.

A ruhákhoz hasonlóan a hamis illatszer vásárlásának legfőbb helyszíne szintén a piac és az utca (60%), másodlagos helyszíne pedig az erre szakosodott boltok (14%). Az internetes beszerzések aránya a korábbi évekhez képest 2014-ben megemelkedett 12%-ra, 2015-ben azonban a harmadára esett vissza, majd 2016-ban ez az arány stagnált, és 2017-ben ismét 12%-ra emelkedett. 2018-ban a hamis illatszert vásárlók 7%-a szerezte be interneten keresztül a szóban forgó terméket. A külföldi utazás során vásárlók aránya 2016-ban és 2018-ban volt a legmagasabb (15, illetve 11%) (13. ábra).

13. ábra: A hamis illatszer vásárlás helyszínei (százalékos megoszlás, 2013-2018 között)*



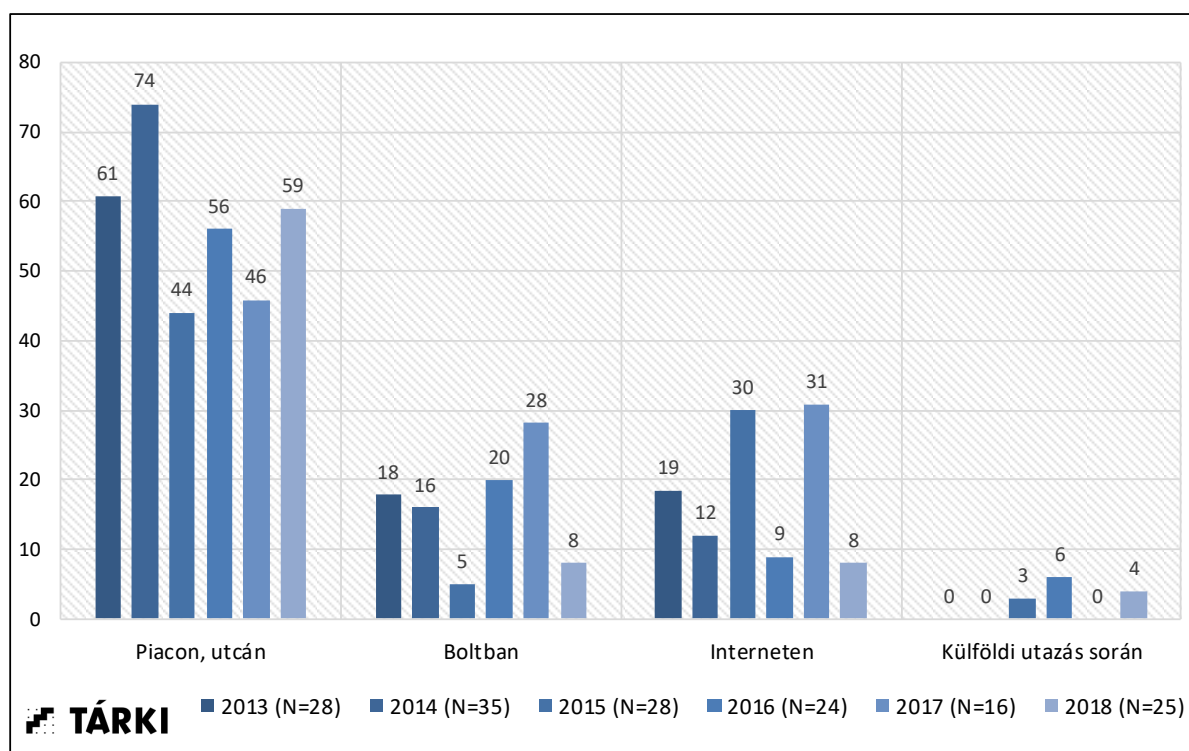
* Alacsony esetszámok; az eredmények tájékoztató jellegűek.

Mivel a kérdés esetében több választ is meg lehetett jelölni, az oszlopok összege meghaladhatja a 100%-ot.⁸

⁸ Látható, hogy a különböző csoportokba jutó alacsony elemszám hatására változnak néhol kifejezetten radikális mértékben az arányok, így az ehhez kapcsolódó elemzés statisztikai szempontok alapján nem tekinthető megbízhatónak. Ez a megkötés egyaránt vonatkozik az illatszerek, a CD, DVD-k vásárlóinak, valamint az illegális tartalmak letöltőinek és a nem megbízható forrásból származó élelmiszerek és gyógyszerek fogyasztóinak csoportjának elemzésére.

A hamis adathordozók beszerzési helyszínei a következő tendenciák szerint alakultak: 2010 és 2014 között valamelyest csökkent a bolti beszerzések aránya, amit 2015-ben egy drasztikusabb csökkenés követett, majd 2016-ban és 2017-ben egy nagy léptékű növekedést figyeltünk meg, azonban 2018-ra ismét csökkent a hamis adathordozókat boltokban beszerzők aránya (8%). Az internetes rendelés aránya 2015-ben és 2017-ben volt a legmagasabb (30, illetve 31%), azonban 2018-ban ez az arány a bolti vásárlásokkal megegyezően 8% volt. A vizsgált időszakban 0-6% között mozog a hamis CD-t és DVD-t külföldi utazás során beszerzők aránya, ugyanakkor **továbbra is a piac és az utca a beszerzések első számú helyszínei a hamis adathordozók esetében is (59%)** (14. ábra).

14. ábra: A hamis CD, DVD vásárlás helyszínei (százalékos megoszlás, 2013-2018 között)*

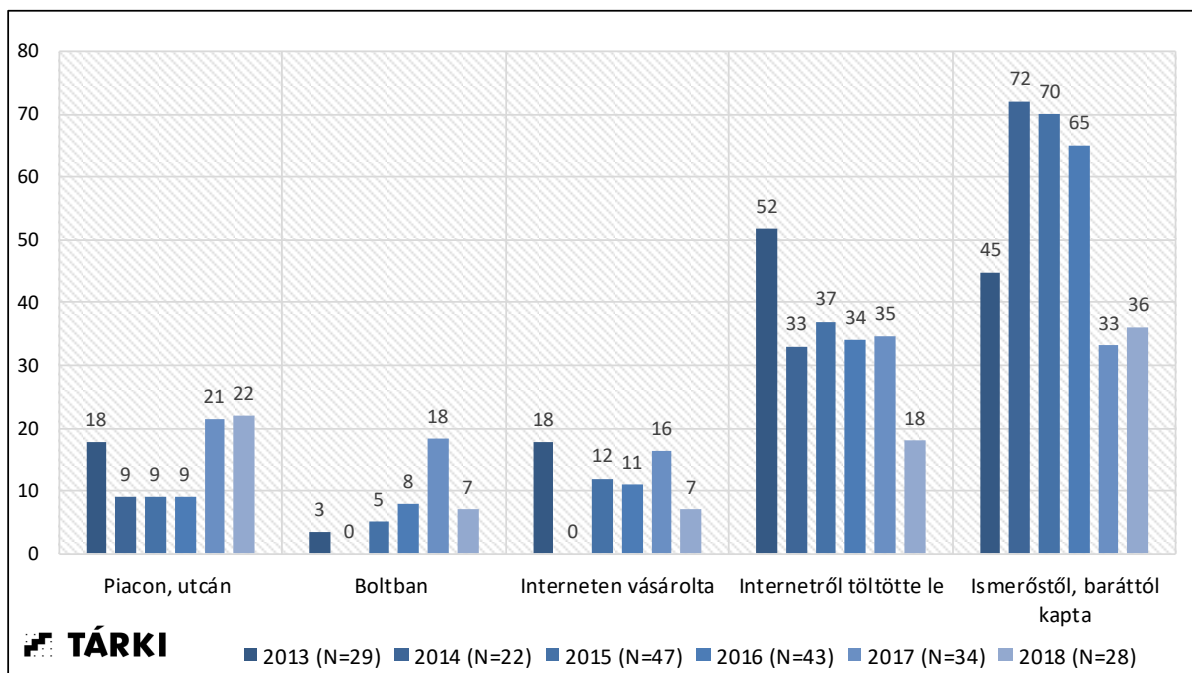


* Alacsony esetszámok; az eredmények tájékoztató jellegűek.

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

Az illegálisan másolt, letöltött számítógépes programok beszerzése a termék jellemzői miatt az előzőktől eltérő mintázatot mutat. 2010 és 2017 között a fogyasztók legmagasabb arányban az internetről töltötték le vagy ismerősüktől, barátaiktól szerezték be az illegális programot. 2018-ban azonban az internetes letöltések aránya 35%-ról 18%-ra csökkent az előző évhez képest, miközben a piaci és utcai vásárlások népszerűbbé váltak: 2017-ben 21%, 2018-ban pedig 22% jelölte meg ezeket a helyeket vásárlási szintéreként. Emellett 2017-ben az ismerőstől, baráttól való beszerzés aránya a felére csökkent (65%-ról 33%-ra), s 2018-ban 36%-ot mértünk, ami azt jelenti, hogy **a legtöbbben idén is az informális személyes kapcsolatok mentén szerezték be az illegális számítógépes programokat (15. ábra).**

15. ábra: Illegálisan másolt, letöltött számítógépes program forrásai (százalékos megoszlás, 2013-2018 között)*

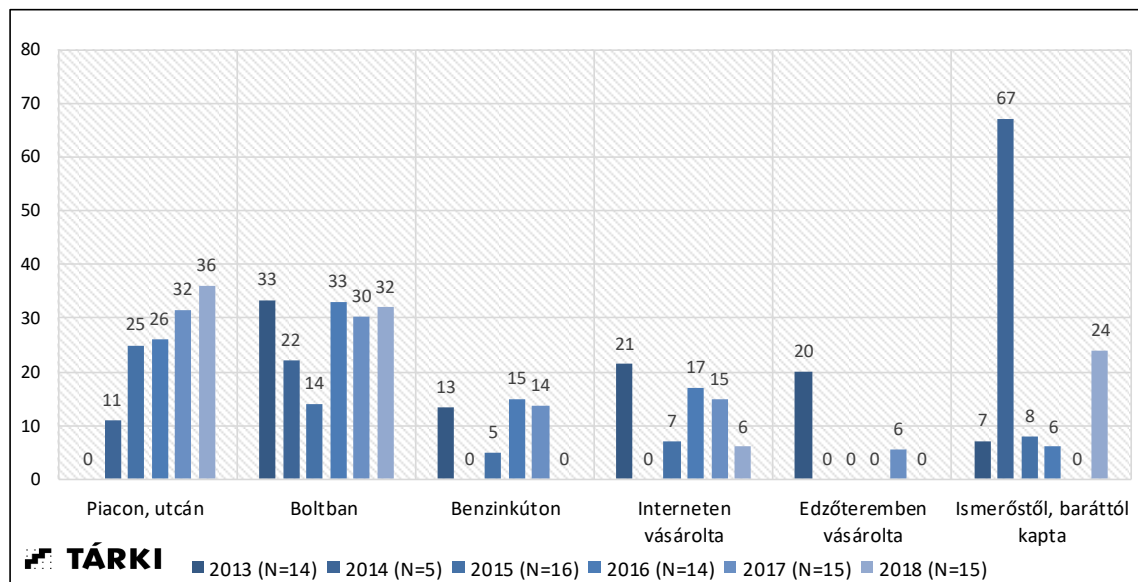


* Alacsony esetszámok; az eredmények tájékoztató jellegűek.

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

A tavalyi évhez hasonlóan, a **gyógyszereket legnagyobb arányban piacon, utcán, illetve boltban szereztek be a fogyasztók.** A rendkívül alacsony elemszám és a számos kiugró érték miatt ezen eredmények csak tájékoztató értékűeként szolgálhatnak (16. ábra).

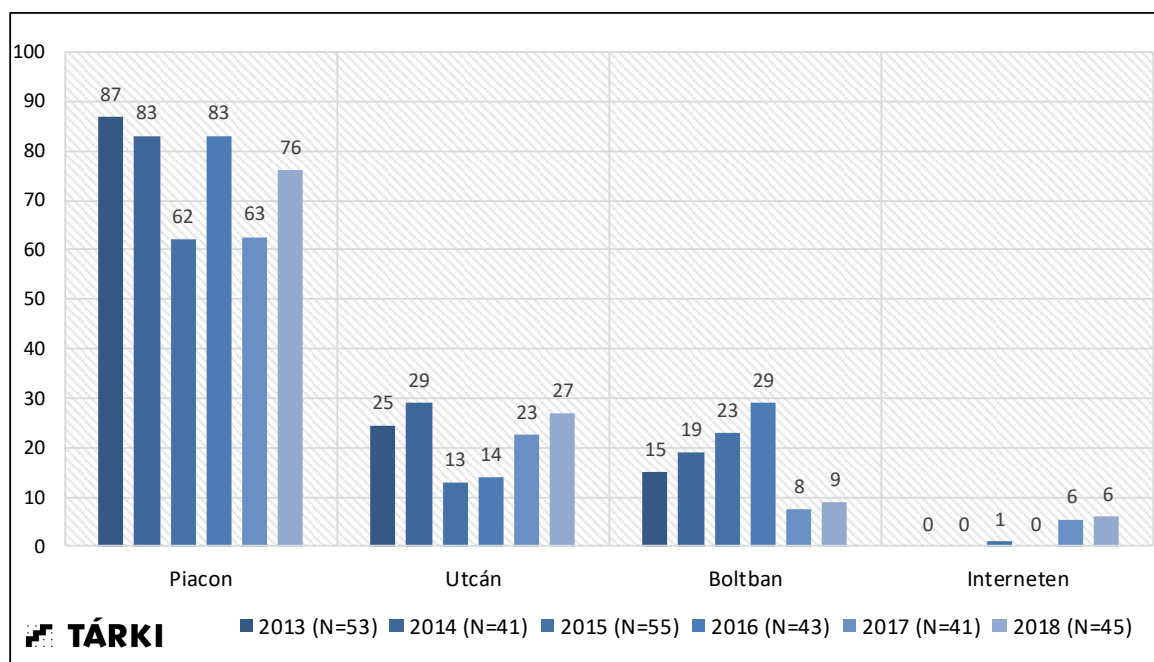
16. ábra: Nem patikából származó gyógyszer forrásai (százalékos megoszlás, 2013-2018 között)*



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

A nem megbízható forrásból származó élelmiszereket legnagyobb mértékben a piacon (76%) és az utcán (27%) szereztek be a válaszadók. A 2010-2018-as intervallumot vizsgálva a bolti beszerzések aránya 2017-ben és 2018-ban a legalacsonyabb (8, illetve 9%), az internetes vásárlások aránya pedig a legmagasabb (6%-6%) (17. ábra).

17. ábra: Nem megbízható forrásból származó élelmiszer forrásai (százalékos megoszlás, 2013-2018)*



* Alacsony esetszámok; az eredmények tájékoztató jellegűek.

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

2.4. HAMISÍTOTT TERMÉKEK AZ INFORMÁLIS PIACHELYEKEN⁹

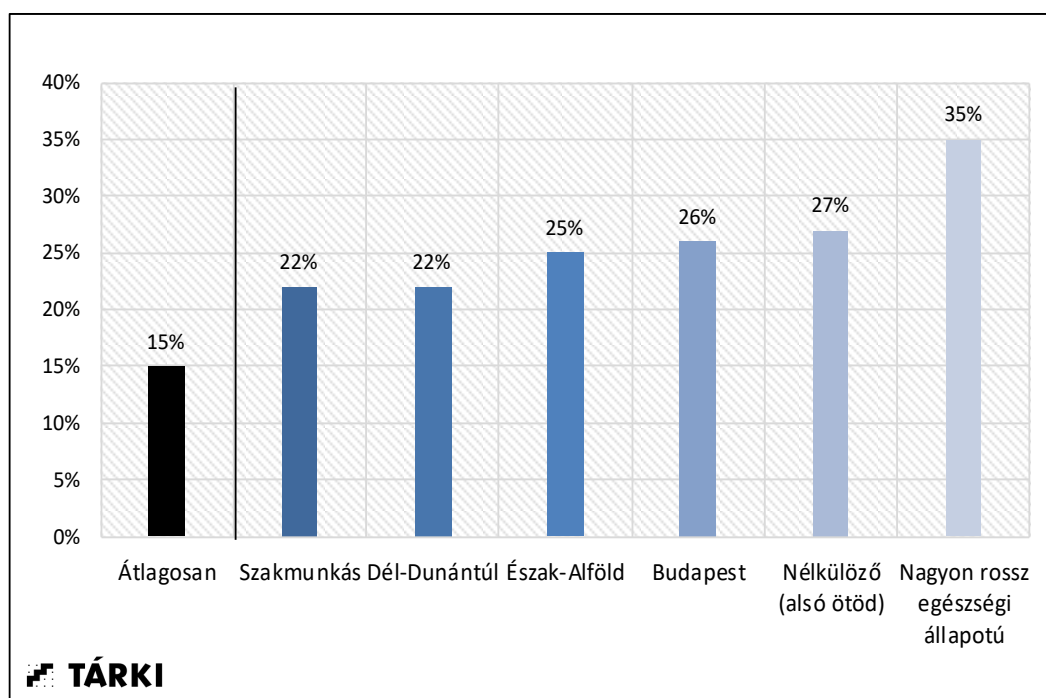
Mint az előző fejezetből kiderült, a vizsgált termékcsoportok közül ötöt (ruházat, illatszer, CD/DVD, gyógyszer és élelmiszer) tipikusan olyan termékek alkotják, amelyeket leggyakrabban a klasszikus informális gazdaságban (vagyis a piachelyeken és/vagy az utcán) vásárolnak az emberek.

Elemzésünk során a piacon/utcán megvásárolható hamisított termékkategóriák vásárlóiból képeztünk egy változót, amely azokat a személyeket tartalmazza, akik vásároltak legalább egyet ezek közül a hamisított termékek közül a piacon, és megvizsgáltuk, hogy melyek azok a tényezők, amelyek az informális piachelyi kereskedelemben való vásárlás esélyét legnagyobb mértékben meghatározzák.

Átlagosan a megkérdezettek 15%-a vásárolt piacon valamilyen hamisított terméket 2018-ban.

A 18. ábra azokat a társadalmi csoportokat jeleníti meg, akik ehhez az országos átlaghoz képest magasabb arányban vásárolnak hamisított termékeket az informális gazdaságban. Ezek alapján elmondható, hogy piacon és/vagy az utcán inkább a legalsó jövedelmi ötödbe tartozók vásárolnak, illetve azok, akik szubjektív megítélésük szerint nagyon rossz egészségi állapotúak.

18. ábra: A piacon és utcán vásárlók aránya egyes társadalmi csoportok körében (2018)



⁹ Az informális kereskedelemről és ennek piachelyi változatáról lásd Sik, Endre (2010a) A KGST-n túl, a kgst-piacig és tovább in: Piachely, kgst-piac, emberpiac szerk.: Czakó Ágnes, Giczi Johanna, Sik Endre, TáTK, Budapest, 93-127 old. és Uő. A kgst-piac „előképei” (a vásár és a piac) és az informális kereskedelem egyéb intézményei in: Piachely, kgst-piac, emberpiac szerk.: Czakó Ágnes, Giczi Johanna, Sik Endre, TáTK, Budapest, 147- 163 old.

5. HAMISÍTÁSSAL KAPCSOLATOS ATTITŰDÖK

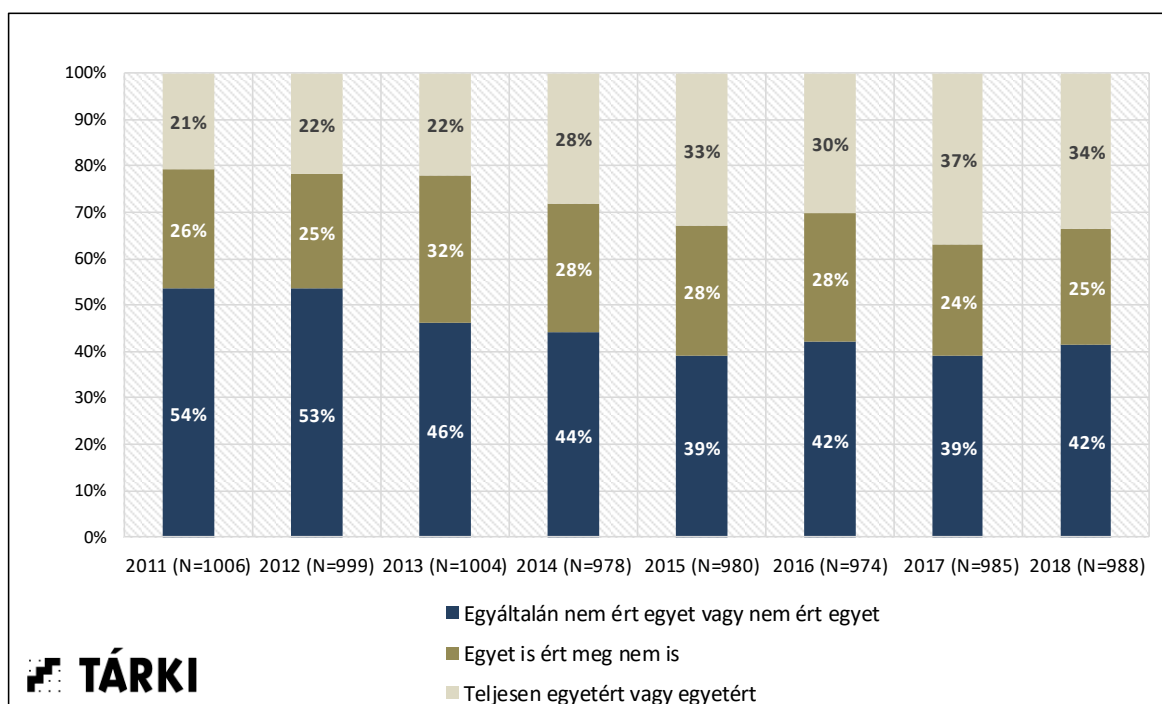
3.1. MÁRKAHŰSÉG ÉS A HAMIS TERMÉKEKHEZ VALÓ VISZONYULÁS

Ebben a fejezetben azt vizsgáljuk, hogy az emberek hogyan vélekednek a márkás ruházati cikkekről, fontos-e számukra ezek viselése és eredetisége. Továbbá, hogy melyek azok a csoportok, amelyek kitüntetett figyelmet fordítanak a fenti kérdésekre, és melyek azok, amelyeket egyáltalán nem foglalkoztat viseletük márkája és/vagy márkás ruhájuk eredetisége.

A megkérdezettek több mint egyharmada (34%) kimondottan a márkás ruhákat és cipőket preferálja, ugyanakkor nagyobb arányt (42%) képviselnek azok, akik számára nem fontos, hogy viseletük márkás legyen.

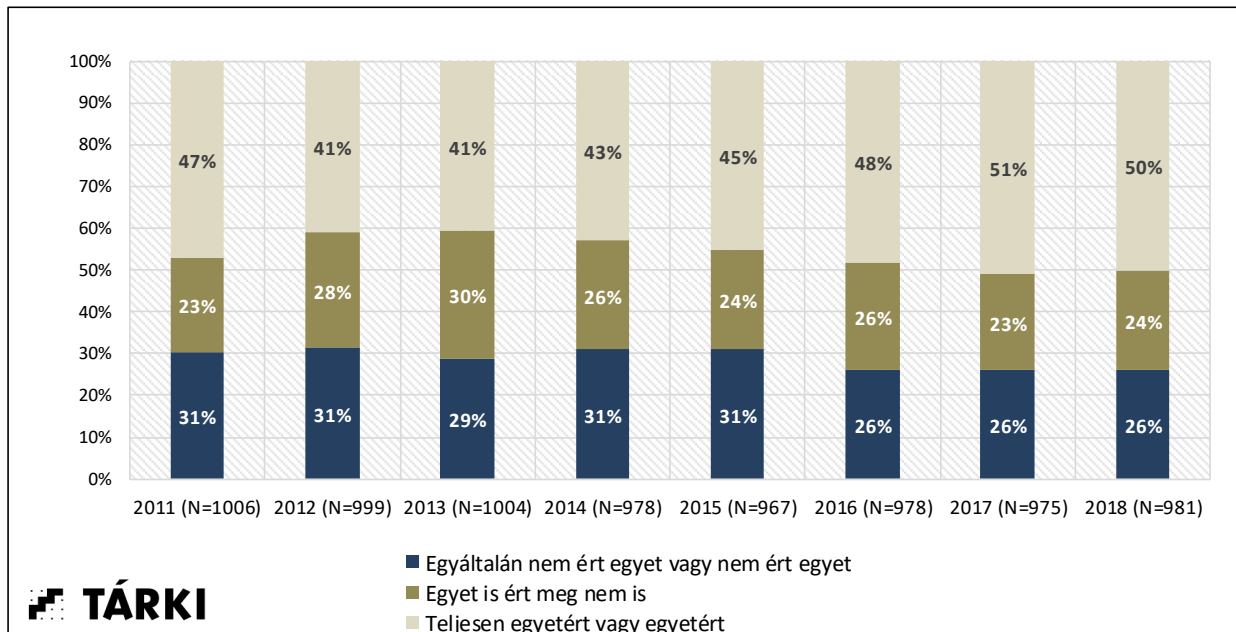
2011-től kezdődően a márkás ruházati cikkek iránti igény növekedését figyelhetjük meg. Míg 2011 és 2014 között 21-28% körül mozgott azok aránya, akik számára fontos volt, hogy márkás legyen a ruha és a cipő, amit viselnek, addig ez az arány 2015-től kezdődően nem csökkent 30% alá (19. ábra).

19. ábra: Fontos, hogy márkás legyen az a ruha és cipő, amit viselek (százalékos megoszlás, 2011-2018)



Tízből öt magyar fontosnak tartja, hogy a márkás termék, amit visel, eredeti legyen, míg a fennmaradó öt számára nem játszik fontos szerepet a ruha eredetisége (20. ábra).

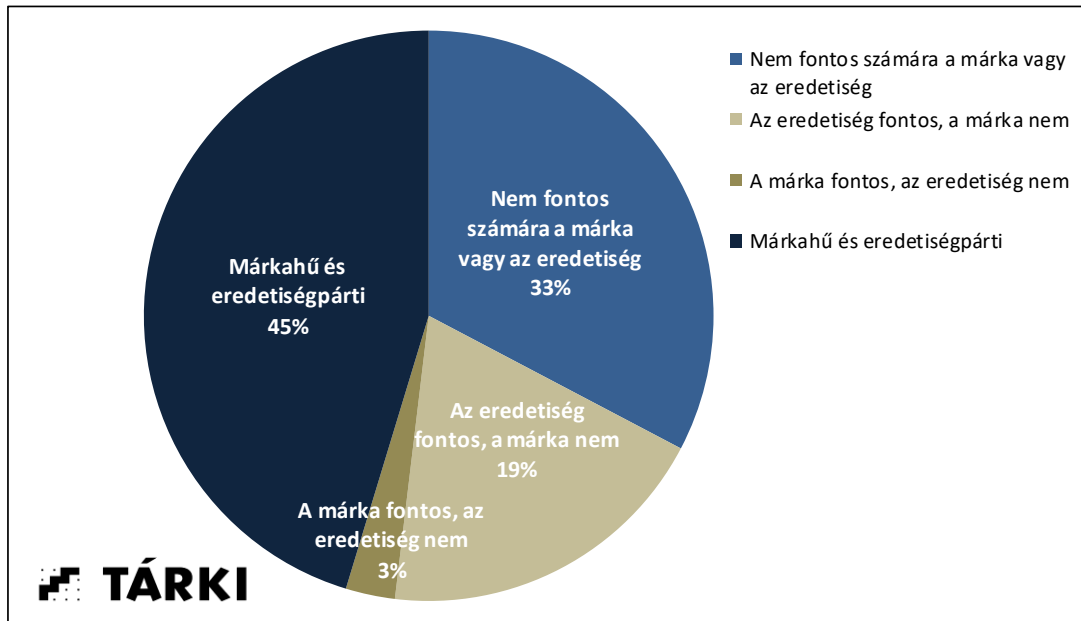
20. ábra: Fontos, hogy az a márkás termék, amit viselek, eredeti legyen (százalékos megoszlás, 2011-2018)



A 2018-as év adatbázisából kiszűrve azokat, akiknek nincs határozott véleményük a márkás és eredeti termékek megítélésével kapcsolatban, megvizsgáltuk azt a kérdést, hogy a magyar lakosság számára fontos-e az eredeti, márkás viselet, vagy elég, ha csak annak látszanak. Az alapján, hogy a magyar fogyasztók mennyire tartják fontosnak, hogy ruhájuk márkás legyen, és hogy maga a ruha eredeti legyen, a népszerűség négy nagy csoportba osztható, amint ezt a 21. ábra is mutatja:

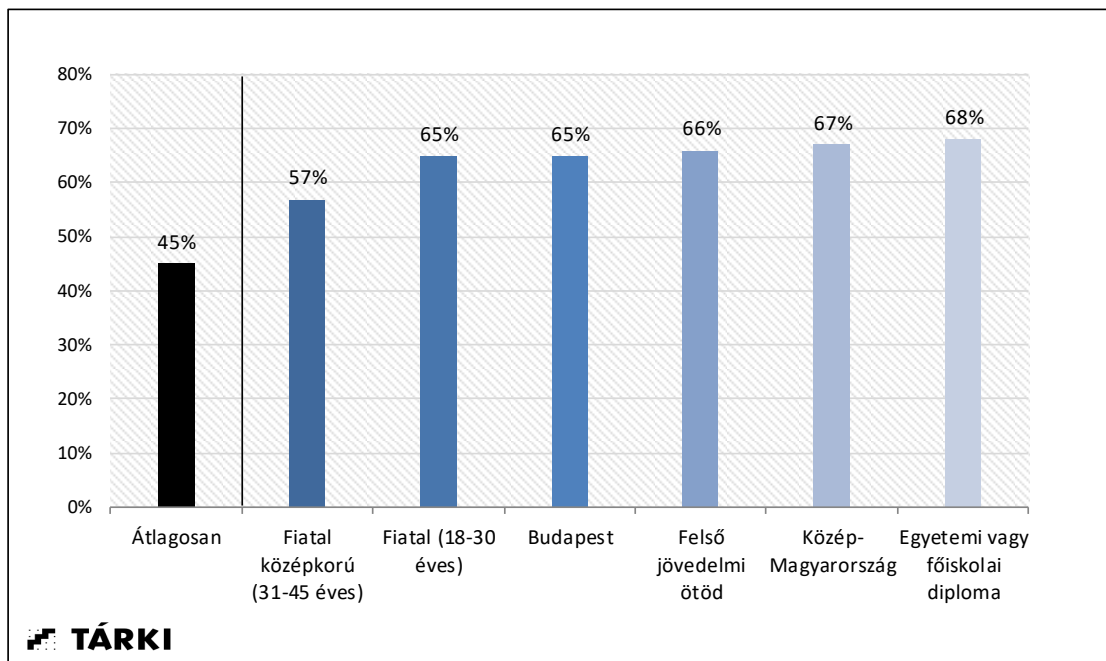
1. Az első, legnépesebb csoport, ahova a felmérésben résztvevők közel fele (45%) tartozik, a márkahűek és eredetiségpártiak csoportja. Számukra fontos, hogy a ruha, amit viselnek egyben márkás és eredeti legyen.
2. A második legnagyobb csoportot – ahova a felmérésben résztvevők harmada (33%) tartozik – azok alkotják, akiknek nem fontos, hogy ruhájuk márkás legyen, viszont, ha találkoznak egy-egy ilyen darabbal, akkor sem foglalkoznak azzal, hogy a márkás ruha eredeti-e vagy sem.
3. A harmadik, 19%-ot kitevő csoport számára nem fontos, hogy egy ruha vagy cipő márkás legyen, viszont a márkás darabok eredetiségét elvárják.
4. A legkisebb létszámú csoport (3%) számára fontos, hogy ruháik márkásak legyenek, annak eredetiségéhez viszont nem ragaszkodnak.

21. ábra: A válaszadók megoszlása a márkás és eredeti termékekről alkotott véleményük alapján (százalékos megoszlás, 2018)



A tipikus márkahű és eredetiségpárti vásárlók jellemzően a fiatalok vagy fiatal középkorúak, diplomások, közép-magyarországiak és a felső jövedelmi ötödbe tartoznak (22. ábra)¹⁰.

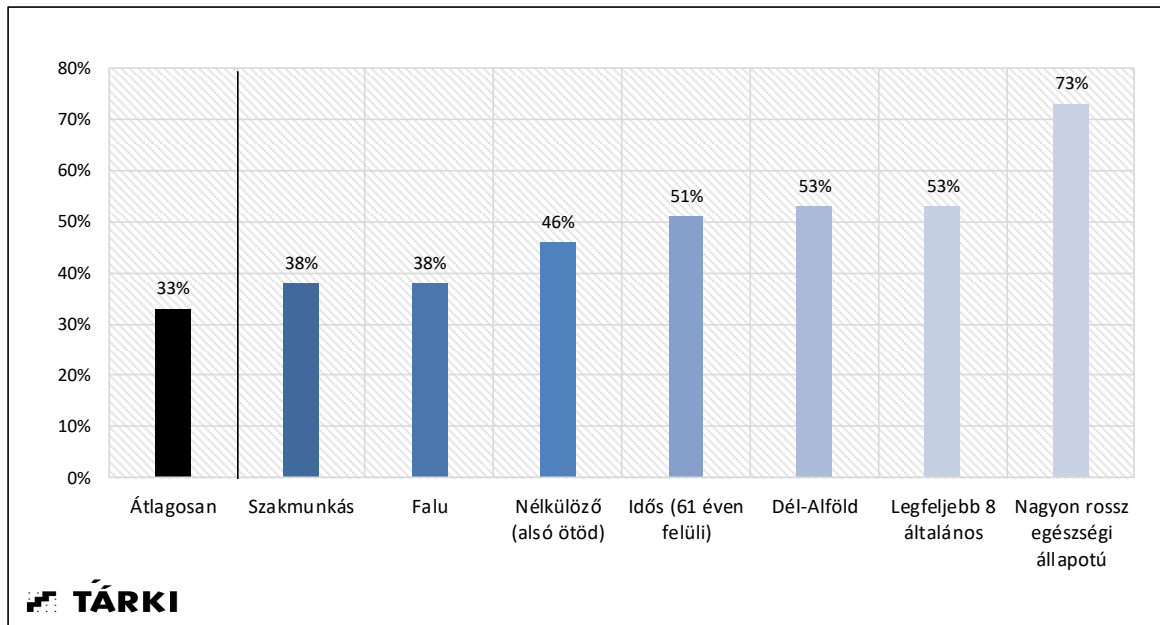
22. ábra: A valódi márkahűek legfontosabb szocio-demográfiai változók szerinti százalékos megoszlása (2018)



¹⁰ A feltüntetett százalékok azt jelölik, hogy a dimenziókon belül, amelyben vizsgálódunk (például: életkor, iskolai végzettség, régió és jövedelem) az adott csoport mekkora arányban alkotja az előbb ismertetett fogyasztói csoportokat. Az ábrákon azokat a társadalmi csoportokat szerepeltetjük, amelyek az országos átlaghoz képest nagyobb arányban alkotják a fogyasztói csoportokat.

Azok a vásárlók, akik számára nem fontos a ruhák márkája, sem a márkás ruhák eredetisége, jellemzően maximum 8 általánost vagy szakmunkásképzőt végeztek, idősek, falvakban élnek, a legalsó jövedelmi ötödbe tartoznak és szubjektív egészségi állapotuk nagyon rossz (23. ábra).

23. ábra: A márkaérzéketlenek legfontosabb szocio-demográfiai változók szerinti százalékos megoszlása (2018)

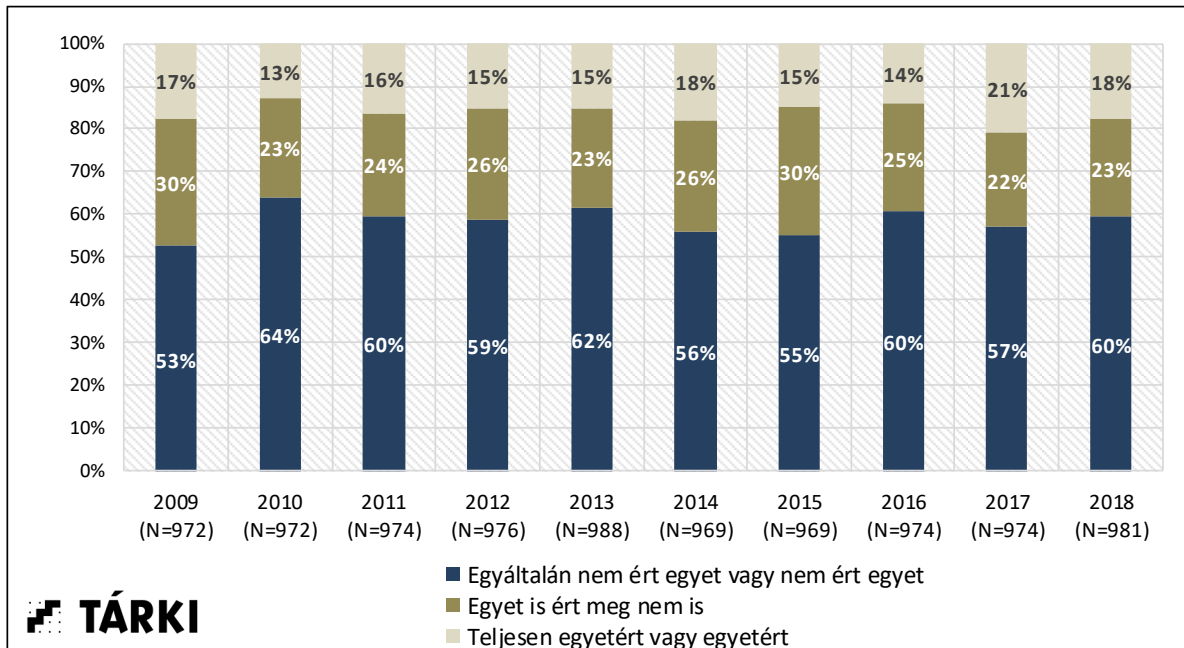


3.2. MIT GONDOLNAK AZ EMBEREK A HAMIS TERMÉKEKRŐL?

A következőkben a hamis termékek minőségéről és ártalmasságáról való általános vélekedéseket összegezzük, illetve felvázoljuk a 2009 óta kirajzolódó trendeket.

Az elmúlt években a megkérdezettek 13-21%-a gondolta azt, hogy egy hamisított termék minősége megegyezik az eredetiével. 2017-ben értettek egyet a legtöbben (21%) azzal a kijelentéssel, hogy *a hamis termék van olyan jó minőségű, mint az eredeti*, azonban 2018-ban csökkent az egyetértők aránya (18%) (24. ábra).

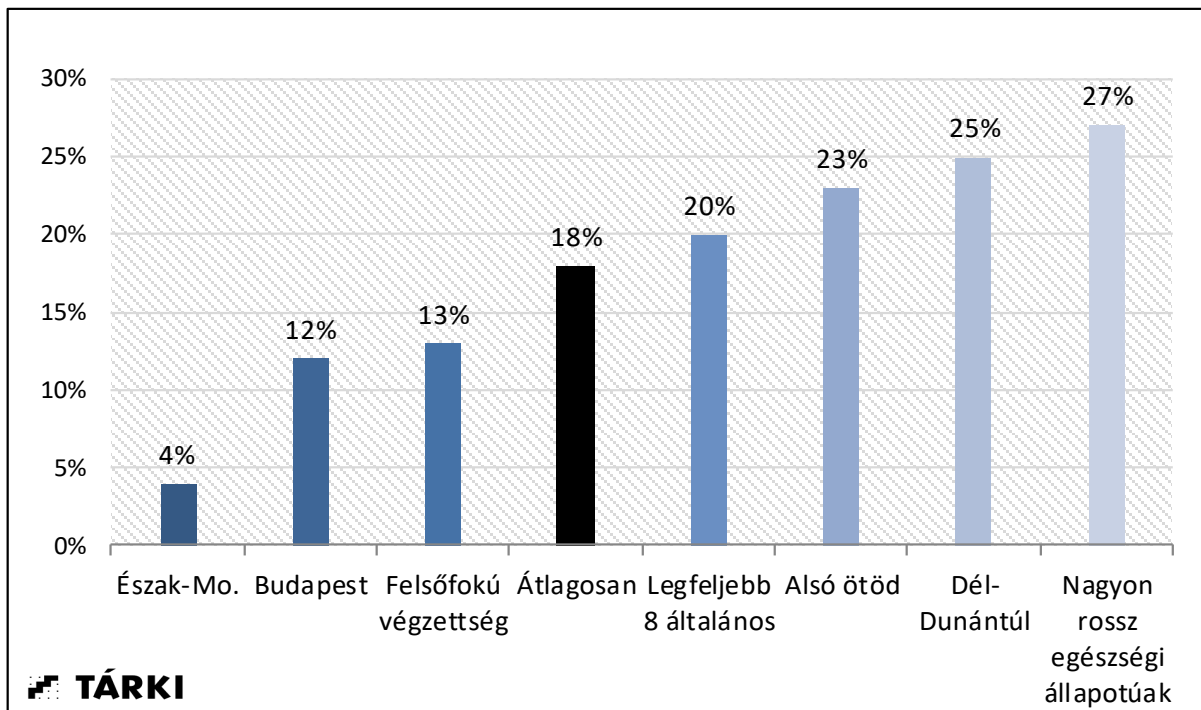
24. ábra: A hamis termék van olyan jó minőségű, mint az eredeti (százalékos megoszlás, 2009-2018)



Kik (nem) érzékelik a minőségi különbséget a hamis és eredeti termékek között?

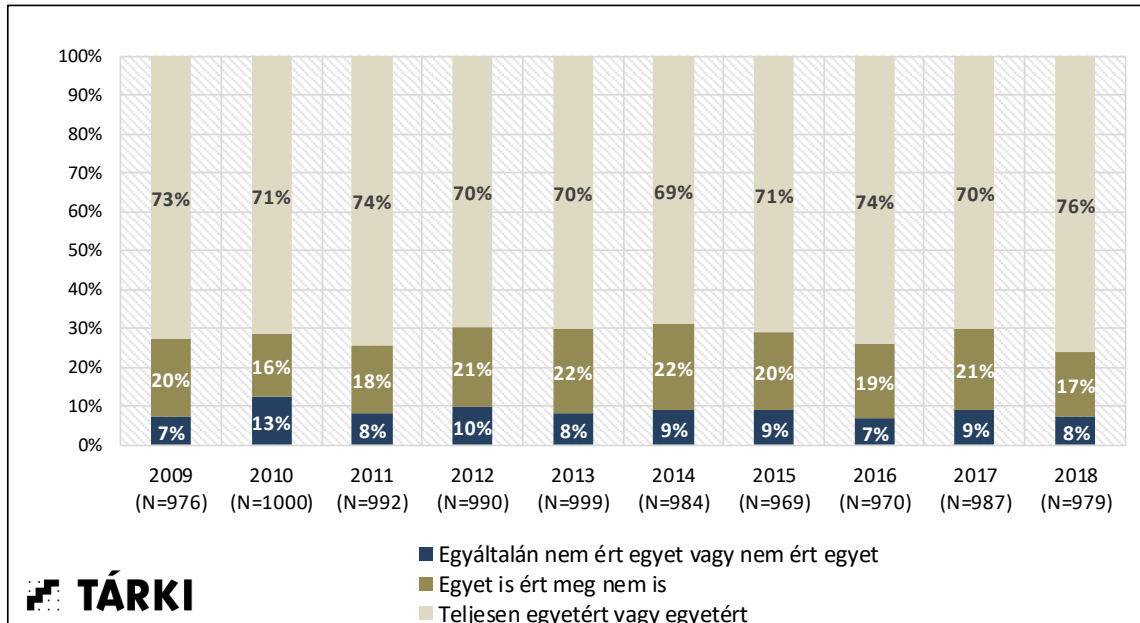
A legfeljebb 8 általános iskolai osztályt végzettek 20%-a, a legalsó jövedelmi ötödbe tartozók 23%-a, dél-dunántúliak 25%-a, valamint nagyon rossz egészségűek 27%-a szerint a hamis termék van olyan jó minőségű, mint az eredeti. A legkevésbé az észak-magyarországi régióban élők (4%) vélekednek úgy, hogy a hamis termék minőségében nem különbözik az eredetitől (25. ábra).

25. ábra: „A hamis termék van olyan jó minőségű, mint az eredeti” állítással teljesen egyetértők vagy egyetértők aránya a főbb szocio-demográfiai változók szerint (százalékos megoszlás, 2018)



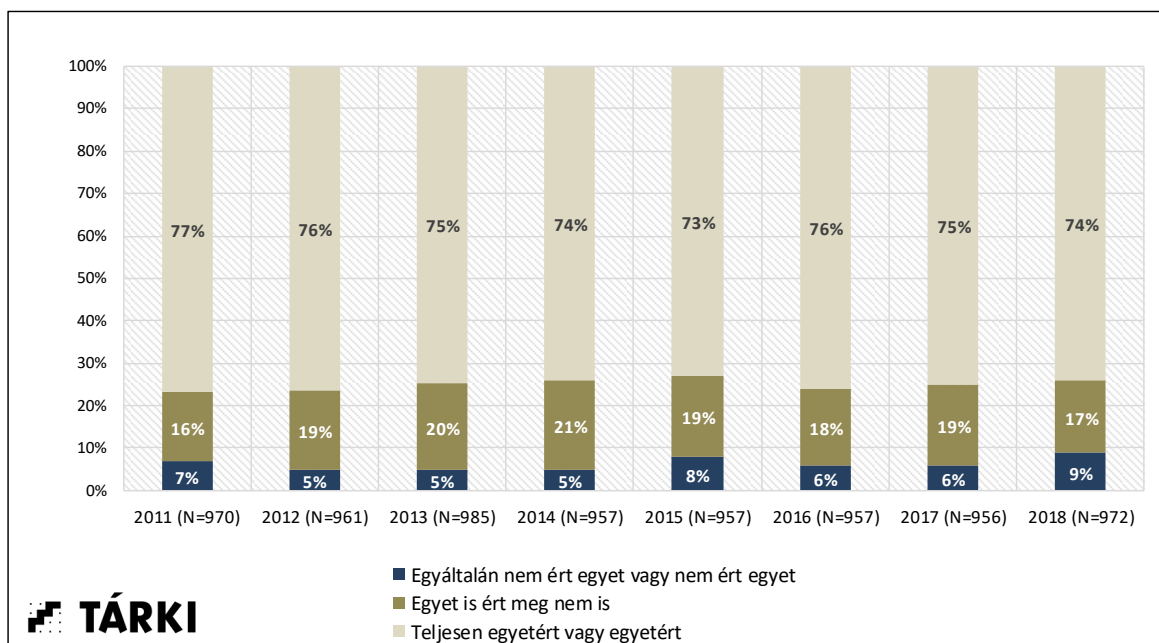
A válaszadók 76%-a szerint hosszú távon jobban megéri eredeti terméket vásárolni, mint hamisítottat, s csupán 8%-uk vélekedik ellenkezőképpen. Ez az attitűd nem változott a vizsgált időszakban, azonban fontos kiemelni, hogy a 2018-as hullámban a legmagasabb azoknak az aránya, akik szerint idővel jobban megterül, ha eredeti terméket választanak a hamis helyett (26. ábra).

26. ábra: Hosszú távon jobban megéri eredeti terméket vásárolni (százalékos megoszlás, 2009-2018)



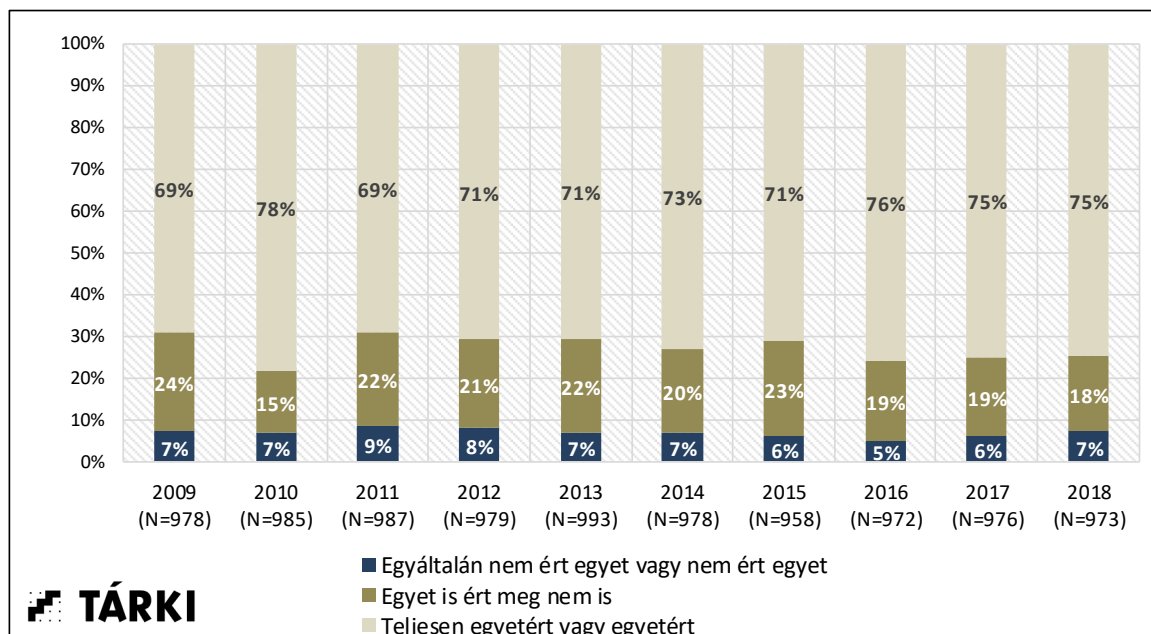
2011 óta változatlan a magyarok véleménye a válság hatásáról: a népesség háromnegyede szerint a válság mélyülésével párhuzamosan nőni fog a hamis termékek iránti kereslet (27. ábra).

27. ábra: A gazdasági válság miatt többen vesznek hamis vagy bizonytalan eredetű, de olcsó terméket (százalékos megoszlás, 2011-2018 között)



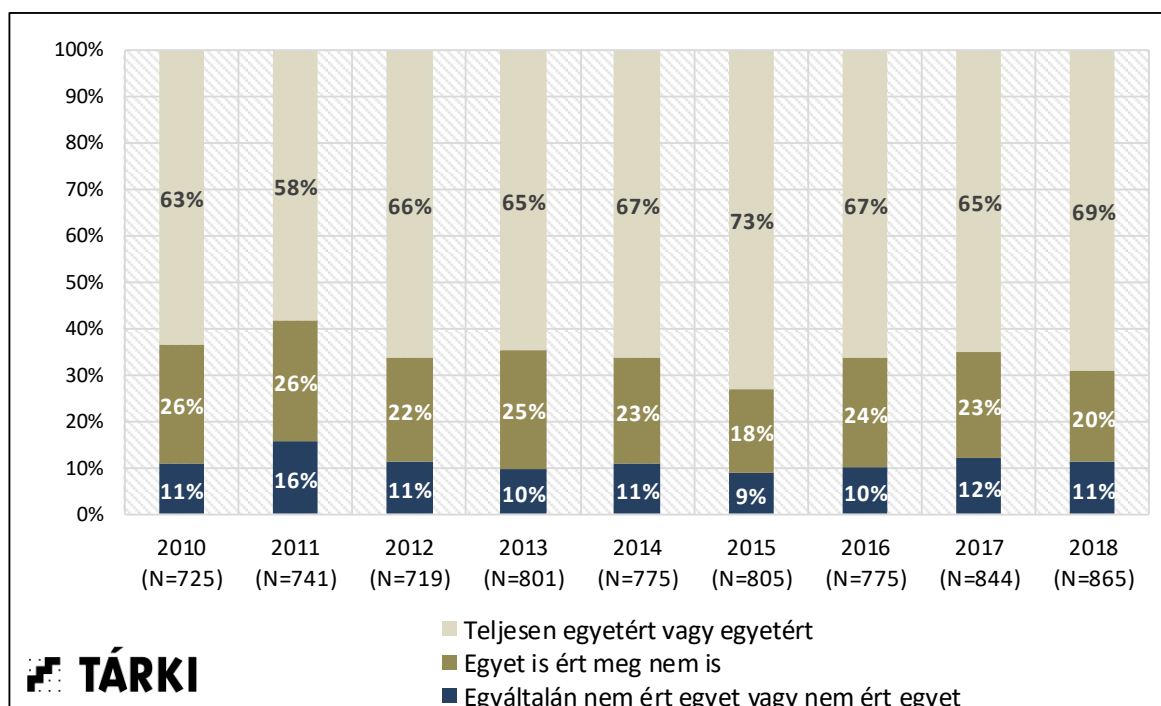
A hamisított termékek egészségkárosító hatását is érzélik a magyarok: **a népesség háromnegyede egyetért abban, hogy a hamis termékek veszélyesek lehetnek az egészségre.** Ez az arány 2010-ben volt a legmagasabb (78%), majd 2011-re visszaesett – a 2009-ben is mért – 69%-ra, s azóta fokozatos növekedést figyelhetünk meg: idén 75% azok aránya, akik szerint a hamis termékek veszélyesek lehetnek az egészségre (28. ábra).

28. ábra: A hamis termékek veszélyesek lehetnek az egészségre (százalékos megoszlás, 2009-2018)



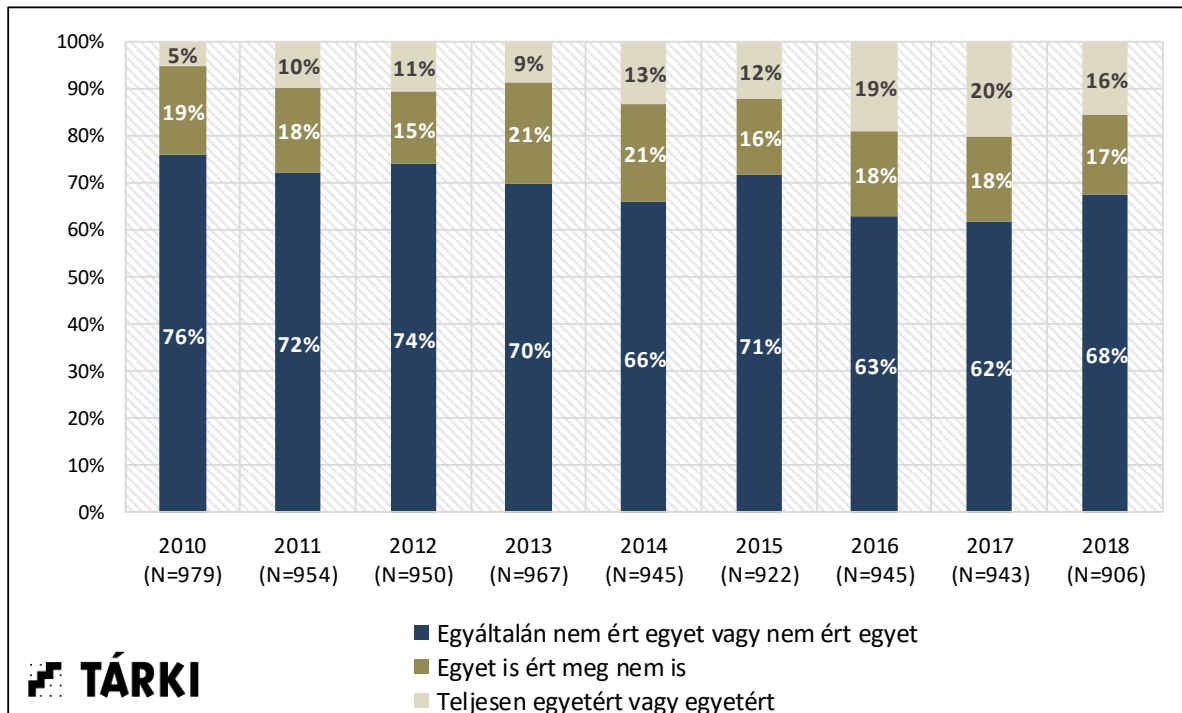
Az interneten vásárolható gyógyszerek eredetiségének megítélésében is kritikusak a megkérdezettek: **69% szerint az interneten megvásárolható gyógyszerek többsége hamis,** és csak 11% van meggyőződve ennek ellentétéről, míg 20% nem foglal állást a kérdésben (29. ábra).

29. ábra: Az interneten kínált gyógyszerek döntő többsége hamis (százalékos megoszlás, 2010-2018)



A megkérdezettek 16%-a mondta azt, hogy hamis termékek megvásárlásával büszkélkedni lehet. A vizsgált időszakban 5-20% között mozog a „büszkélkedők” aránya, s a vélemények inkább a megengedőbb irányba tolódtak: 2010-ben még 76% ellenezte ezt a hozzáállást, azonban 2018-ban 68% az egyértelmű elutasítók aránya (30. ábra).

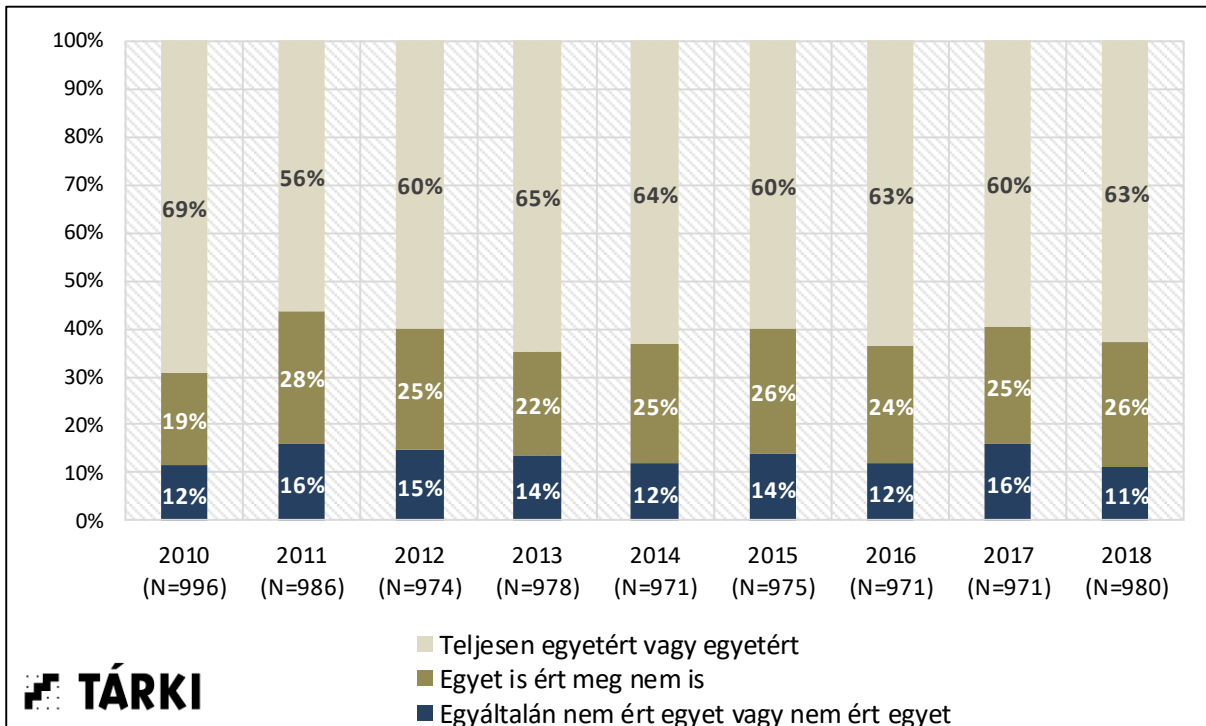
30. ábra: A hamis termékek birtoklását nem kell titkolni, sőt büszkélkedni lehet azzal, hogy milyen jó üzletet csináltunk (százalékos megoszlás, 2010-2018 között)



3.3. MIT GONDOLNAK AZ EMBEREK A HAMIS TERMÉKEKET FORGALMAZÓK ÉS VÁSÁRLÓK BÜNTETHETŐSÉGÉRŐL?

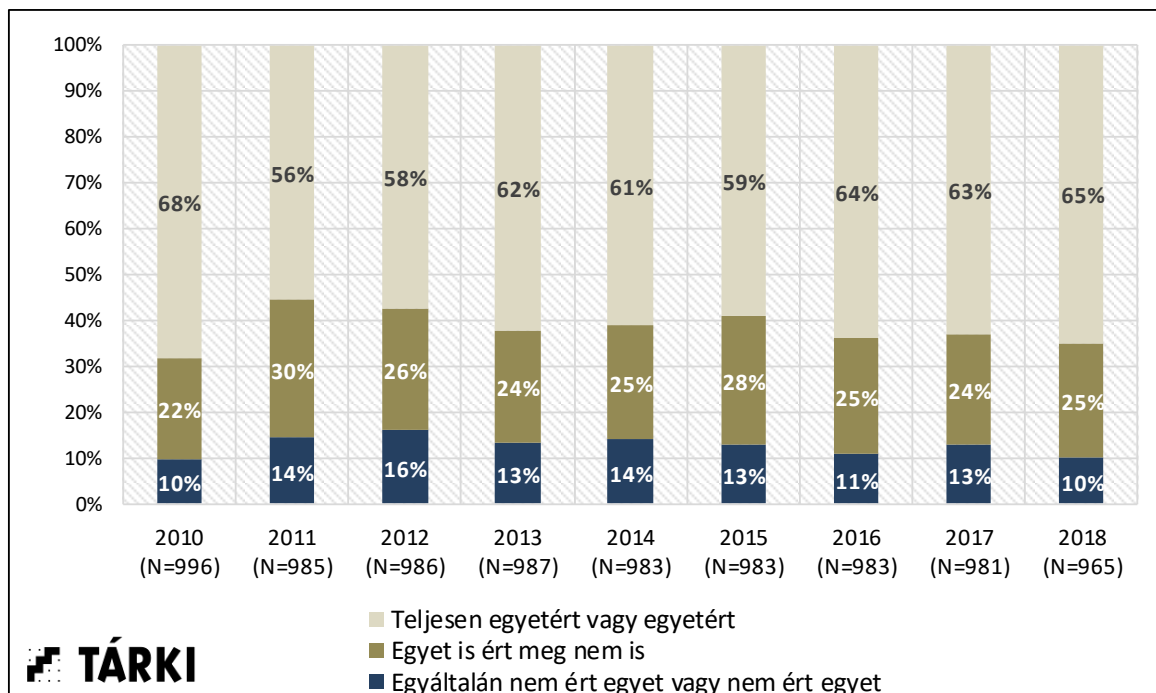
Az előző években tapasztaltakhoz hasonlóan 2018-ban azt láthatjuk, hogy a magyarok szigorúan ítélik meg a hamis termékek árusítását: **63%-uk bűncselekménynek tartja a hamisítványok eladását, 29%-uk pedig a fogyasztót is felelőségre vonná.** Csupán az emberek 11%-a szerint nem törvénybeütköző a hamis áruk terjesztése, miközben a népesség több mint negyede (26%) nem foglal állást a kérdésben (31. ábra).

31. ábra: Aki hamisítványt árul, bűncselekményt követ el (százalékos megoszlás, 2010-2018 között)



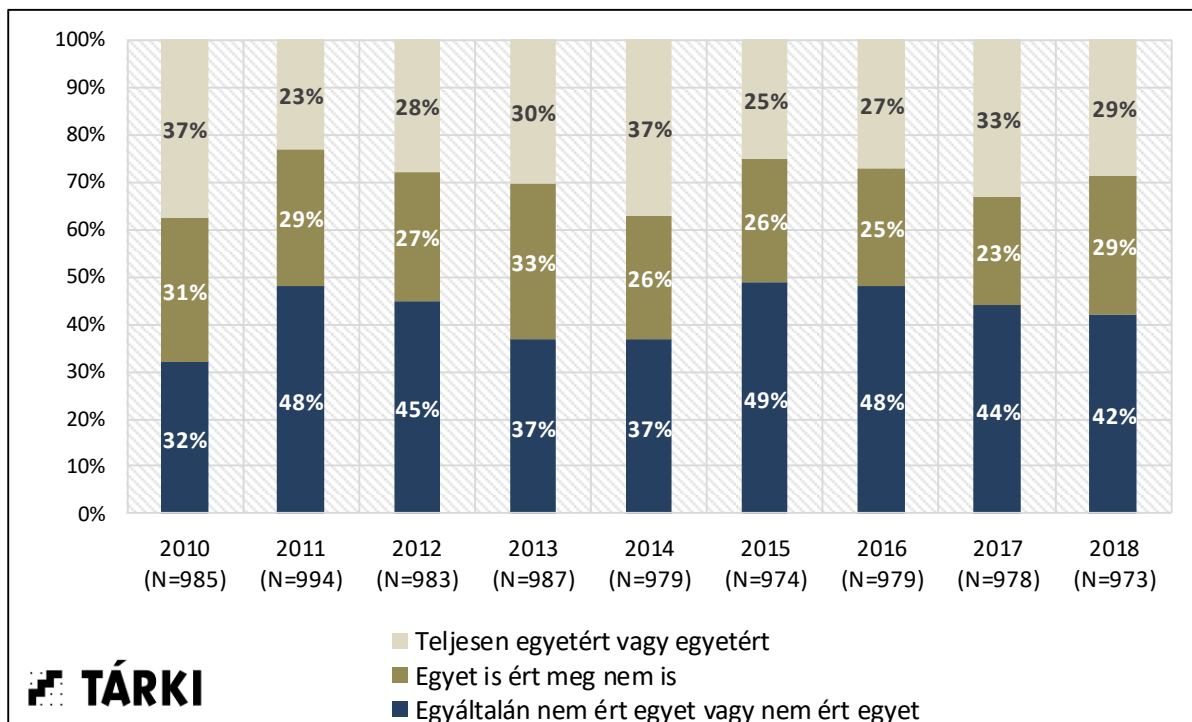
A tavalyi évhez képest 2018-ban nem változott jelentősen azoknak az aránya, akik szigorúbban lépnének fel a hamisítókka és a hamisítványok terjesztőivel szemben. **Az emberek 65%-a büntetné a mostaninál szigorúbban a hamisítókat és a terjesztőket**, viszont 10%-uk megengedőbben járna el velük szemben (32. ábra).

32. ábra: Szigorúbban kellene büntetni a hamisítókat és a hamisítványok terjesztőit (százalékos megoszlás, 2010-2018 között)



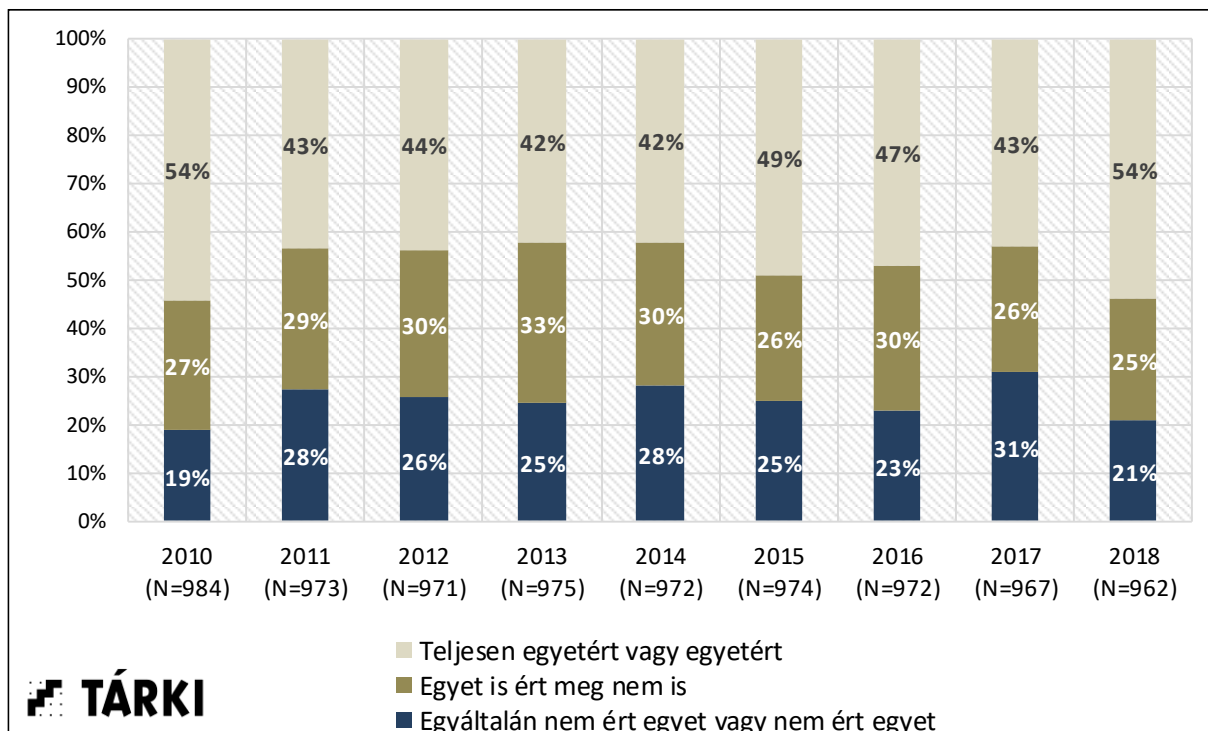
Az emberek közel egyharmada (29%) felelősségre vonná a hamis termékek vásárlóit is. Ebben a tekintetben 2011 óta folyamatos növekedést tapasztaltunk 2014-ig: 2011-ben még csak a Magyarországon élők 23%-a vélekedett így, 2012-2013-ban 28-30%-os arányt tapasztaltunk, 2014-ben pedig 37%-ot. 2015-re ez az arány a négy évvel ezelőtti szintre esett vissza (25%), de 2016-ban és 2017-ben újra növekedést mértünk (27%, majd 33%). A növekedési trend azonban 2018-ban ismét megtört: 33%-ról 29%-ra csökkent a vásárlókat is felelősségre vonók aránya (33. ábra).

33. ábra: A hamis termékek vásárlóit is felelősségre kellene vonni (százalékos megoszlás, 2010-2018)



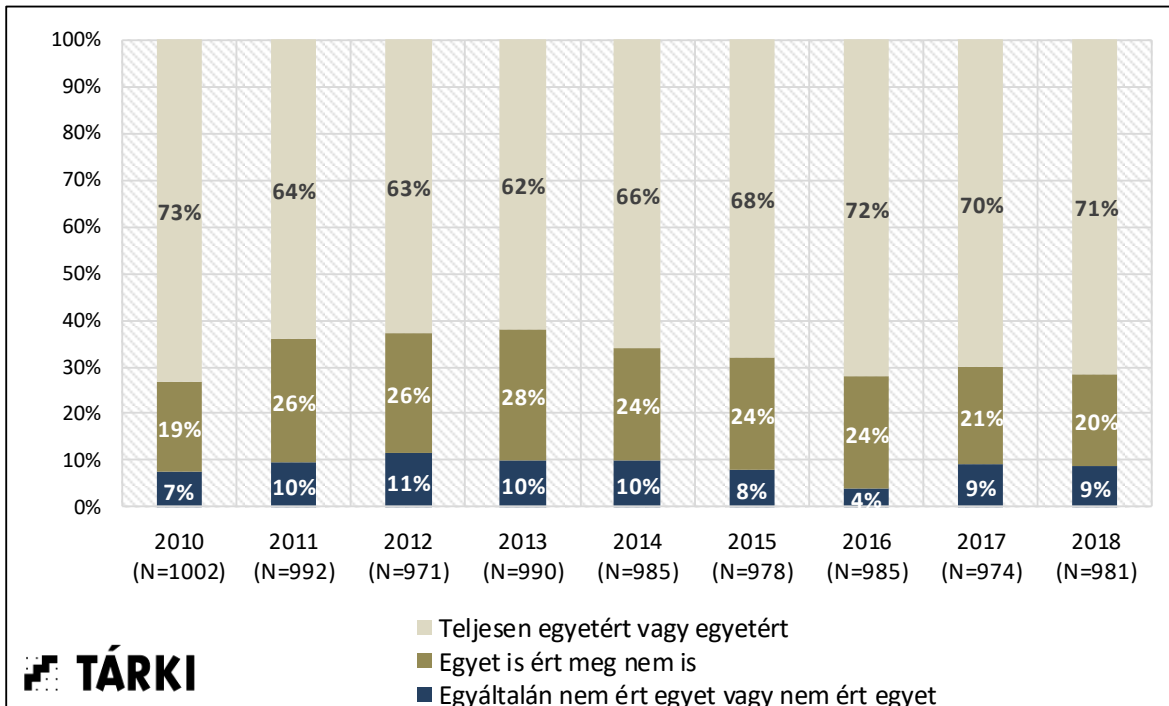
A megkérdezettek 54%-a gondolja úgy, hogy a törvényi szabályozás elrettentheti a vásárlót a hamis termékek megvásárlásától, míg a népesség 21%-a nem hisz ebben, negyede pedig bizonytalan a törvény elrettentő erejével kapcsolatban (34. ábra). A vizsgált perióduson belül 2010-ben és 2018-ban bíztak a legtöbbet (54-54%), a törvény elrettentő erejében.

34. ábra: A hamis termék vásárlásától elrettentheti az embereket a törvény szigora (százalékos megoszlás, 2010-2018 között)



2011-2015 között a magyarok nagyjából hasonló arányban (62-68%) gondolták, hogy az ellenőrzések gyakoriságának és hatékonyságának növelésével lehetne fellépni a hamisítók ellen, a népességnek pusztán 10%-a nem ebben látta a megoldást. Érdekes változás, hogy a 2010-es évhez viszonyítva 2011-2013 között 10%-ponttal esett a hatékonyabb ellenőrzést megoldásként megjelölők aránya, ezzel párhuzamosan pedig jelentősen megnőtt a bizonytalanok aránya. 2014-ben visszarendeződést láthatunk: ismét nőtt azok aránya, akik az ellenőrzésekben látják a megoldást, ez a tendencia pedig folytatódott 2015-ben és 2016-ban is, amikor az emberek 68%-a, majd 72%-a vélekedett így. 2017-ben és 2018-ban stagnálást tapasztalhatunk: 70%, illetve **71% azoknak az aránya, akik szerint fontos a gyakoribb és hatékonyabb ellenőrzés**, míg csupán 9% nem ért egyet ezzel (35. ábra).

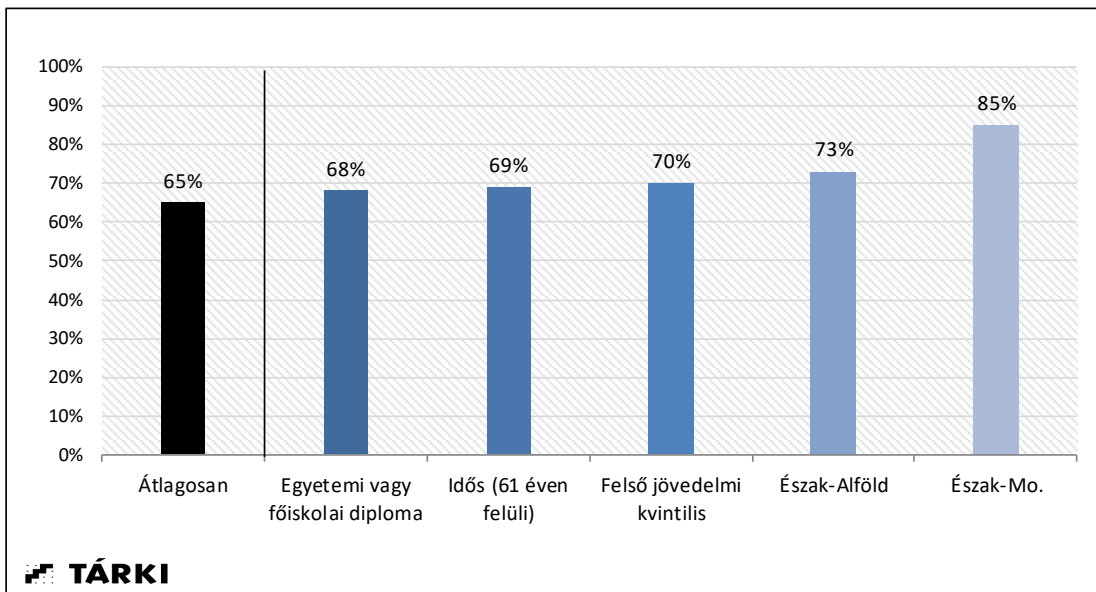
35. ábra: A hamisítványok kiszűrése érdekében gyakoribb és hatékonyabb ellenőrzésre van szükség (százalékos megoszlás, 2010-2018 között)



A hamisítót, a fogyasztót vagy egyiket sem büntetnék a magyarok?¹¹

A hamisítók büntetésének szigorítására az életkor, a jövedelem és a lakóhely régiója gyakorol szignifikáns hatást. Jellemzően a magasabb jövedelműek körében, valamint az észak-alföldi és észak-magyarországi régióban élők körében tapasztalható a legnagyobb szigorúság a hamisítókkal és terjesztőkkel kapcsolatban (36. ábra).

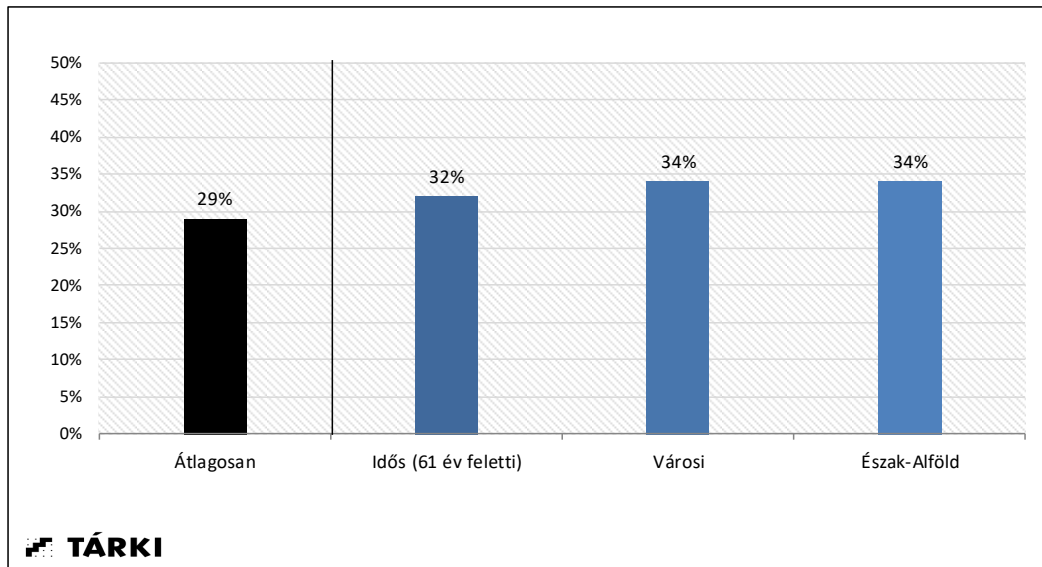
36. ábra: Azok aránya, akik a hamisítókat és terjesztőket büntetnék (2018)



¹¹ Annak érdekében, hogy világosabban lássuk a határozott véleménnyel rendelkezőket, az elemzés ezen részéből kihagyjuk a bizonytalanokat.

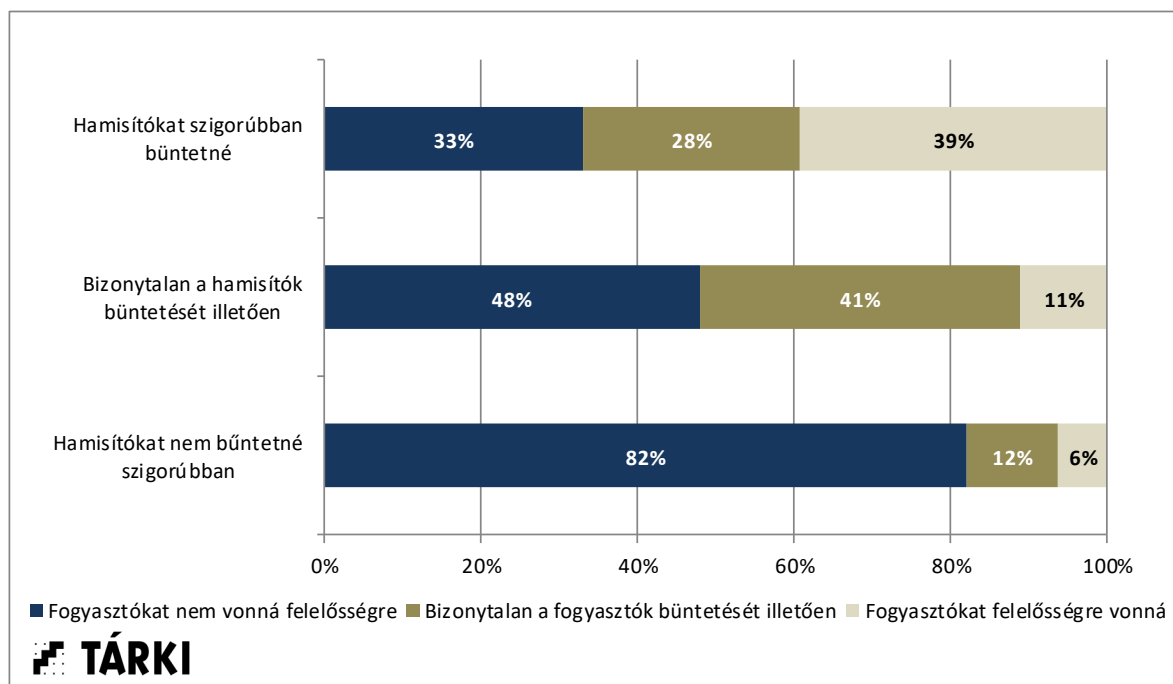
A hamis termékek fogyasztóit az átlagnál szigorúbban büntetnék az idősek, illetve az észak-alföldi régióban és városokban élők. Azonban – ahogy a 37. ábrán látszik – az egyes szocio-demográfiai csoportok között nem találhatók lényeges eltérések ebben a tekintetben.

37. ábra: Azok aránya, akik a hamis termékek fogyasztóit is büntetnék (2018)



Jellemzően együtt mozognak a vélemények a fogyasztók és a hamisítók büntethetőségéről, azzal a kitételrel, hogy a fogyasztókkal kapcsolatosan elnézőbbek vagyunk. Míg a teljes népesség 65%-a egyetért azzal, hogy a hamisítót szigorúbban kellene büntetni, a fogyasztók felelőssége vonásával mindössze 29% ért egyet. Akik szigorúbban büntetnék a hamisítót, azok 39%-a a fogyasztót is szigorúbban büntetné szemben a 29%-os átlaggal. Akik viszont nem büntetnék a hamisítót, azok 82%-a a fogyasztókkal sem tenné ezt. Végül, akik bizonytalanok a hamisítók szigorúbb büntetésében, azok a fogyasztókkal szemben jellemzően inkább elnézők, vagy bizonytalanok (38. ábra).

38. ábra: A fogyasztók és hamisítók büntetésének összefüggése (százalékos megoszlás, 2018)

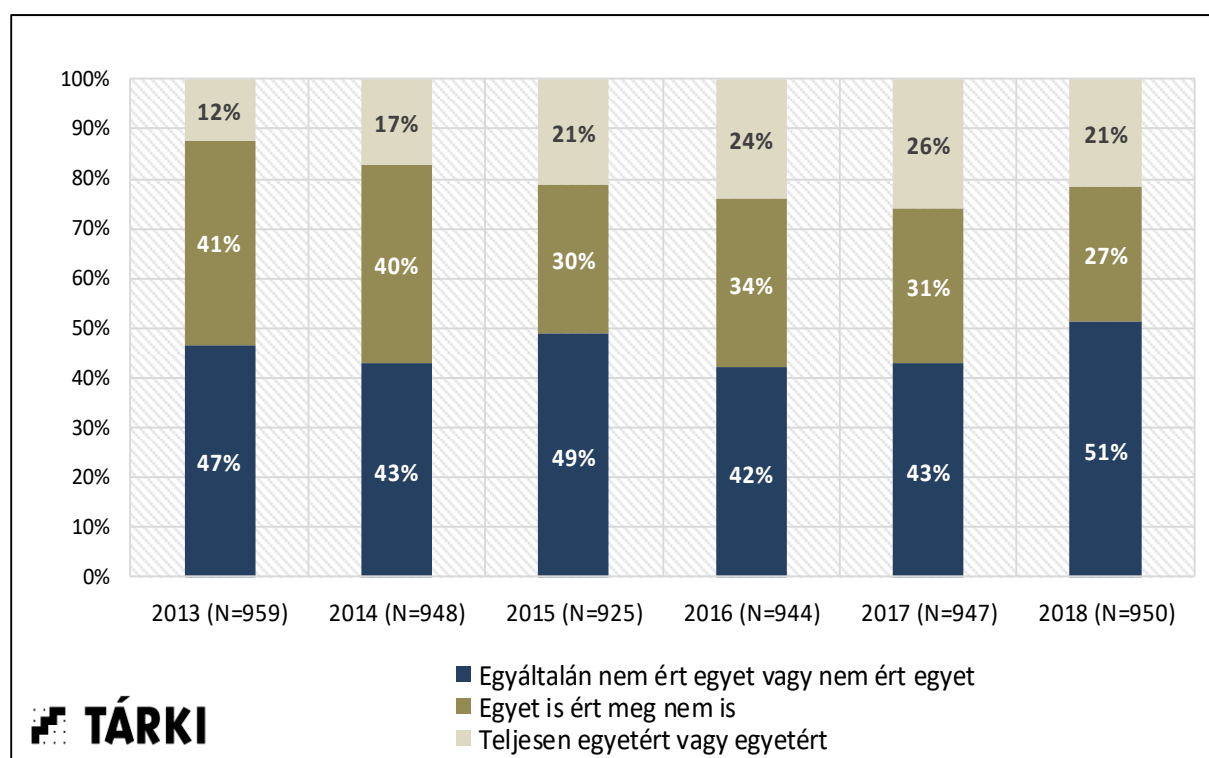


3.4. MIT GONDOLNAK AZ EMBEREK A HAMISÍTÁS TÁRSADALMI ÉS GAZDASÁGI KÖVETKEZMÉNYEIRŐL?

Általánosságban elmondható, hogy 2018-ban a megkérdezettek fele (51%) szerint a hamisítás veszélyes, míg a válaszadók 21%-a szerint a hamisítás nem rejt magában valós veszélyt. A bizonytalanok magas aránya (27%) jelzi, hogy a kérdésben nem egyértelmű a lakosság állásfoglalása, ugyanakkor – ahogy a fejezet későbbi részében lesz róla szó – amint a hamisítás által okozott károkat konkrétabban definiáljuk, a bizonytalanok aránya drasztikusan lecsökken és határozottabban foglalnak állást a témában.

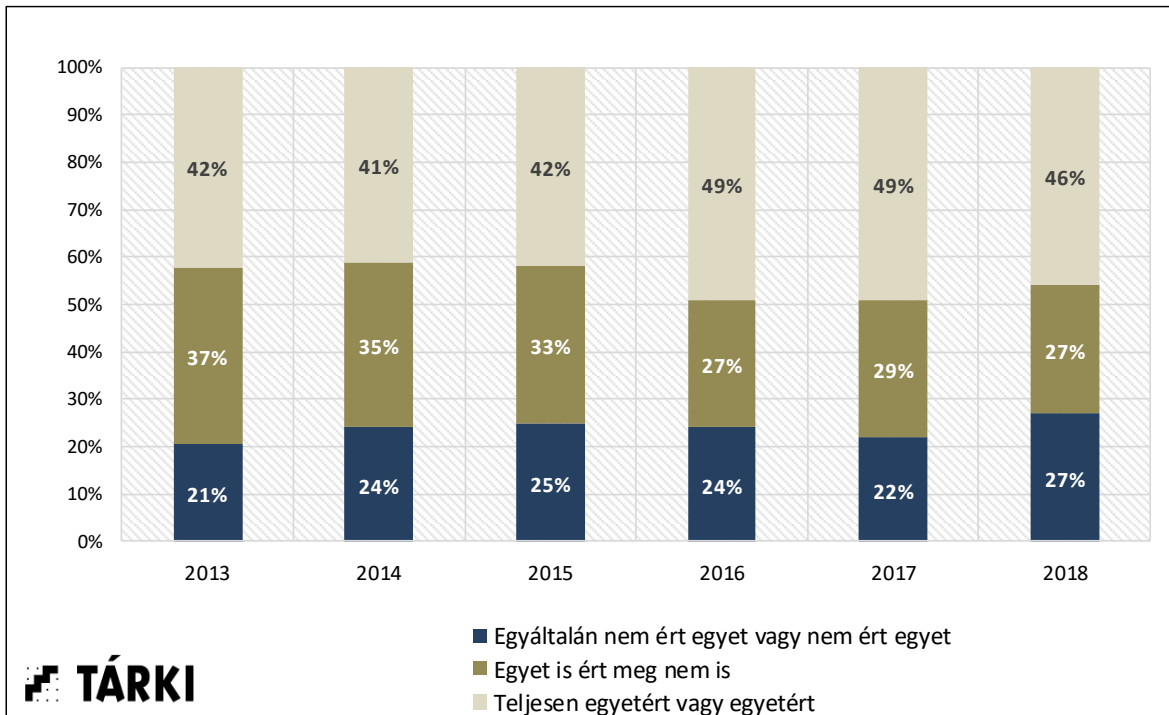
A 2013 óta kirajzolódó idősort vizsgálva azt látjuk, hogy az elmúlt években fokozatosan emelkedett azoknak az aránya, akik a hamisítást nem tartják veszélyesnek (2013-ban 12%, 2017-ben pedig 26%), azonban idén megtört ez a növekedési trend (21%) (39. ábra).

39. ábra: A hamisítás nem is olyan veszélyes, csak riogatnak a veszélyekkel (százalékos megoszlás, 2013-2018 között)



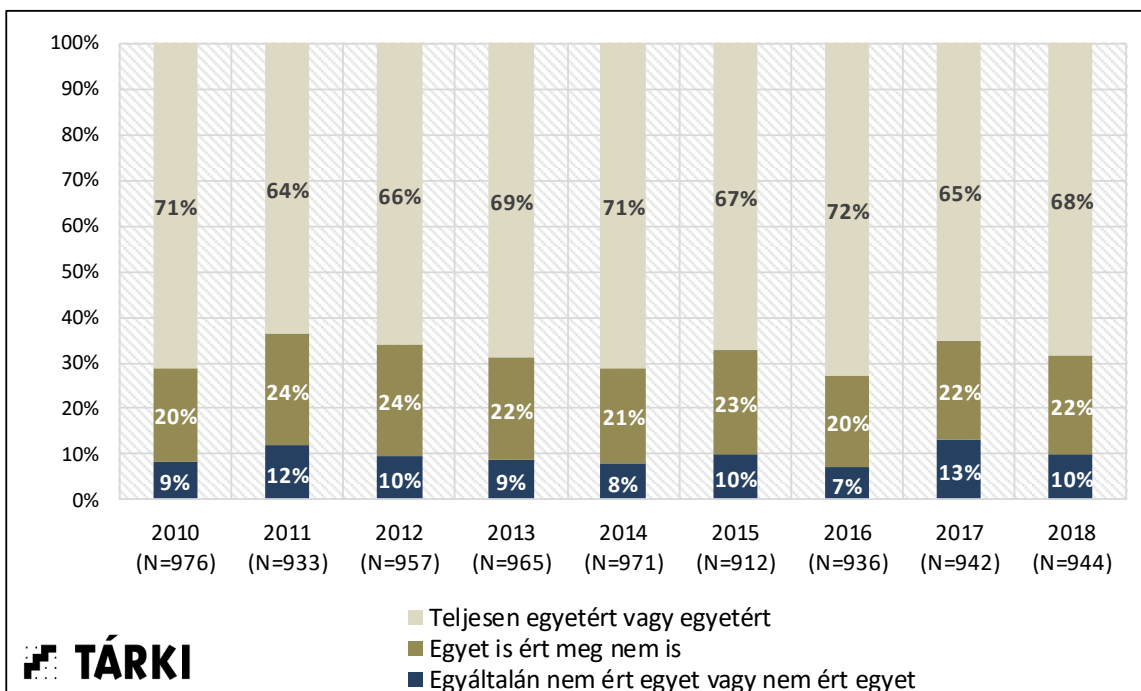
Az előző felméréshez hasonlóan, 2018-ban is majdnem minden második megkérdezett (46%) gondolja, hogy a hamisítás megfékezése csak a nagy, nemzetközi vállalatok érdekét szolgálja. További 27%-nak nincs határozott véleménye a kérdéssel kapcsolatban, és szintén 27% utasítja el a fenti állítást. A vizsgált időszakban 41-49% százalék között alakul azoknak az aránya, akik szerint csak a multinacionális cégek számára fontos a hamisítás ellen való fellépés (40. ábra).

40. ábra: A hamisítás elleni küzdelem csak a nagy, nemzetközi márkáknak fontos (százalékos megoszlás, 2013-2018 között)



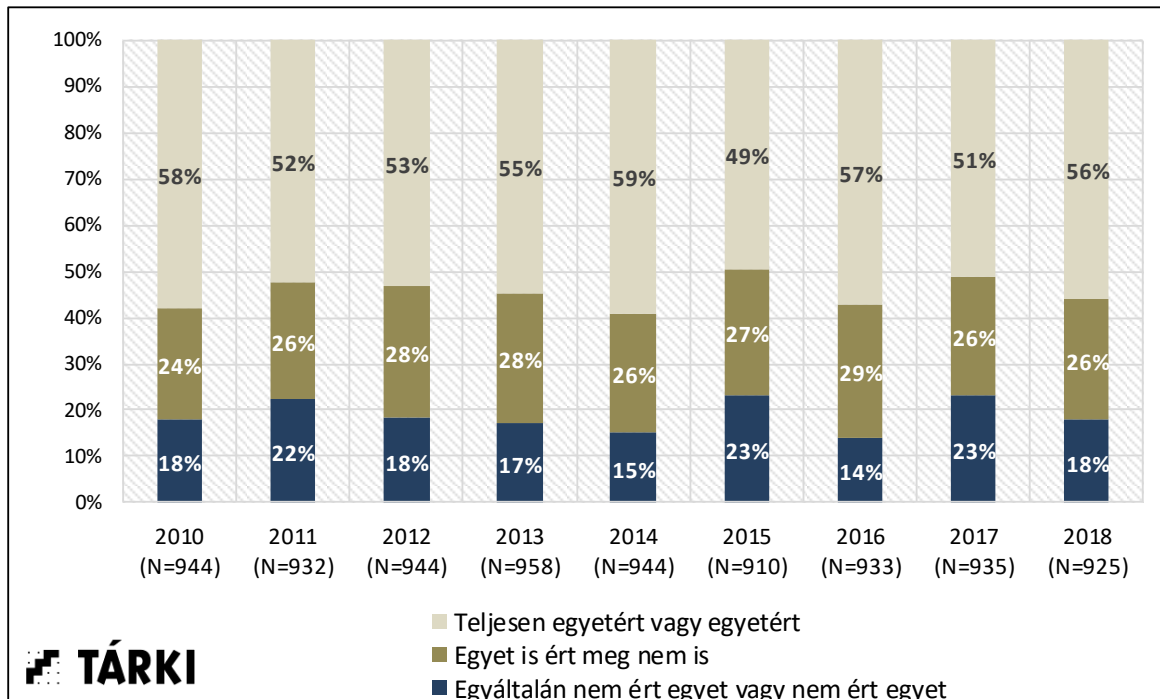
Évről-évre a felmérésben résztvevők nagyjából 70%-a látja, hogy a hamisítás komoly károkat okoz a költségvetésben (2018-ban 68%), és csak egytizedük nem látja aggályosnak a hamisítást ebből a szempontból (41. ábra).

41. ábra: A hamisítás miatt komoly bevételektől esik el a költségvetés (százalékos megoszlás, 2010-2018 között)



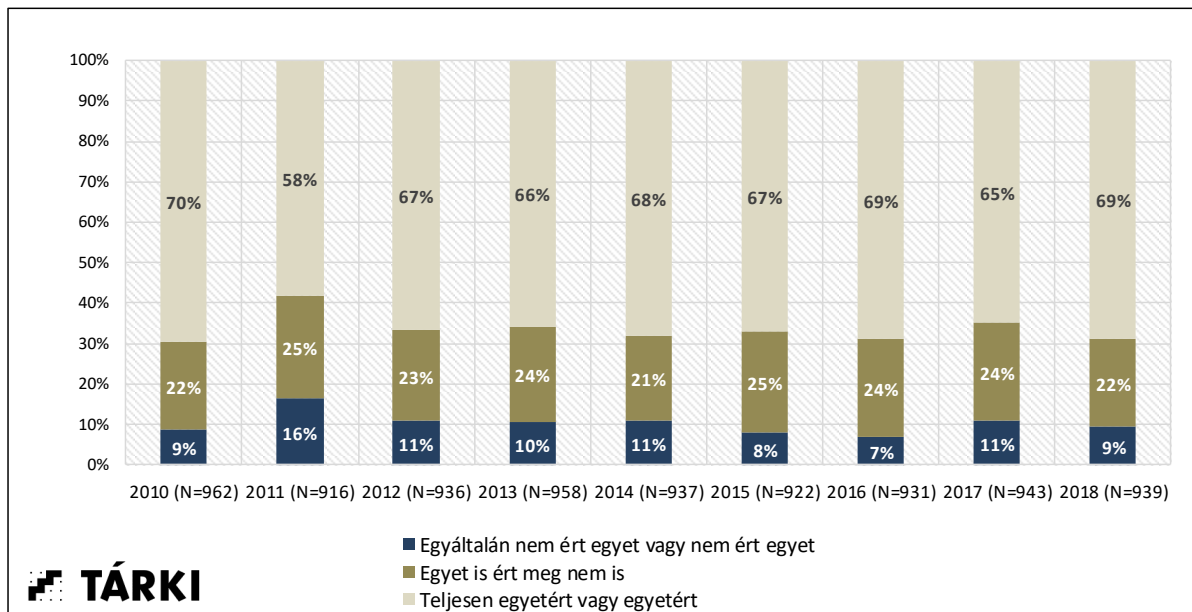
A válaszolók 56%-a gondolja úgy, hogy a hamisítás miatt munkahelyek szűnnek meg, s ez az arány a vizsgált években folyamatosan 50% körül mozgott (2014-ben volt a legmagasabb: ekkor 59%). Ezzel szemben a magyarok 18%-a hamisítás miatt nem érzi veszélyeztetve a munkahelyeket (42. ábra).

42. ábra: A hamisítás miatt munkahelyek szűnnek meg (százalékos megoszlás, 2010-2018 között)



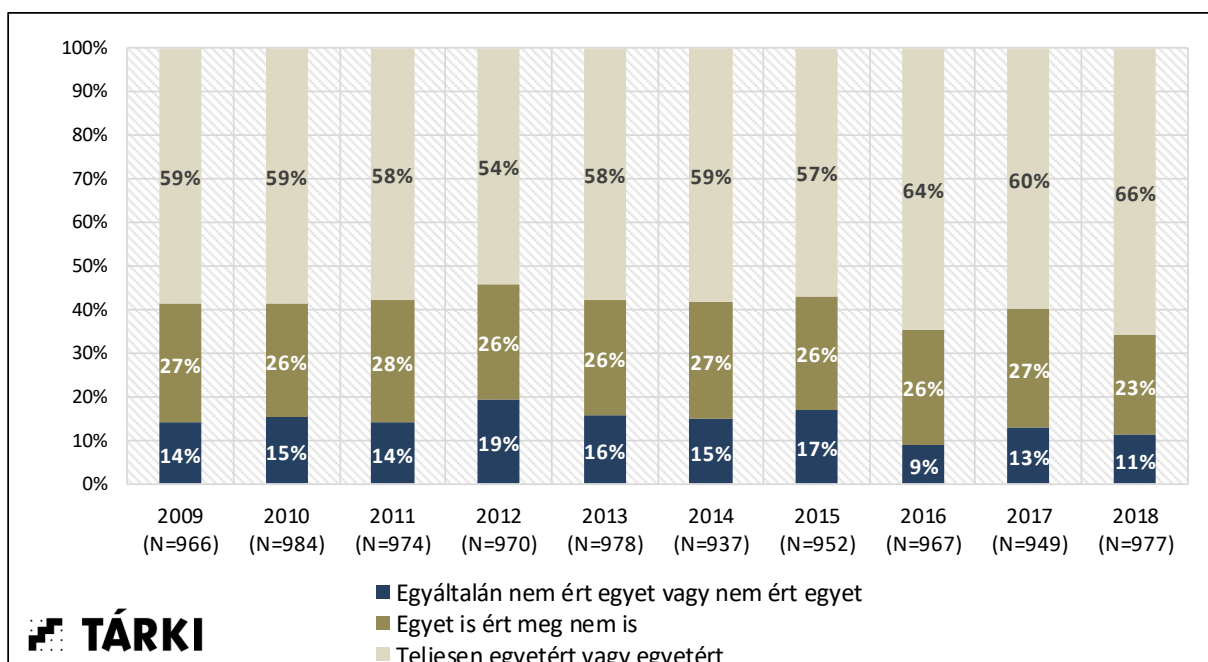
A 2009 és 2018 közötti időszakban nagyjából azonos szinten, 70% körül mozgott azok aránya, akik szerint a hamisítványok vásárlásával a szervezett bűnözés bevételei növekednek. 2018-ban ez az arány 69%, míg a társadalomnak egy keskeny szelete, a válaszolók 9%-a szerint nem növekszik a szervezett bűnözés bevétele a hamis termékek megvásárlásakor. 2011 volt az egyetlen olyan év, amikor a többségi attitűd visszaszorult, s a megkérdezettek 58%-a értett egyet azzal az állítással, hogy „a hamisítványok megvásárlása a szervezett bűnözés bevételeit növeli”, míg az egyet nem értők aránya felkúszott 16%-ra (43. ábra).

43. ábra: A hamisítványok megvásárlása a szervezett bűnözés bevételeit növeli (százalékos megoszlás, 2010-2018 között)



A 2009 óta eltelt időszakban a megkérdezett népesség 54-66%-a szerint nem esik elég szó a médiában a hamisítványok veszélyeiről; s idén adták a legmagasabb arányban (66%) a megkérdezettek ezt a választ. 11% szerint eleget tudósít a média a témáról, és a felmérésben résztvevők körülbelül egynegyedének (23%) nincs határozott véleménye a kérdésről (44. ábra).

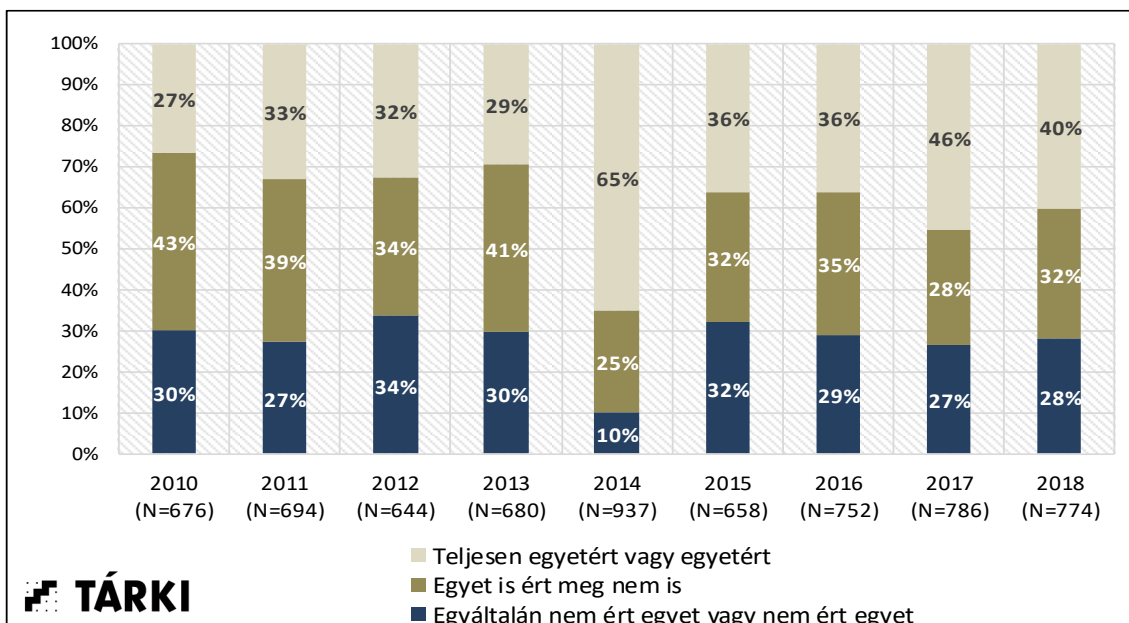
44. ábra: Túl kevés szó esik a nyilvánosságban a hamisítványok veszélyeiről (százalékos megoszlás, 2009-2018 között)



3.5. MIT GONDOLNAK A MEGKÉRDEZETTEK AZ INTERNETEN FELLEHETŐ ANYAGOKRÓL?

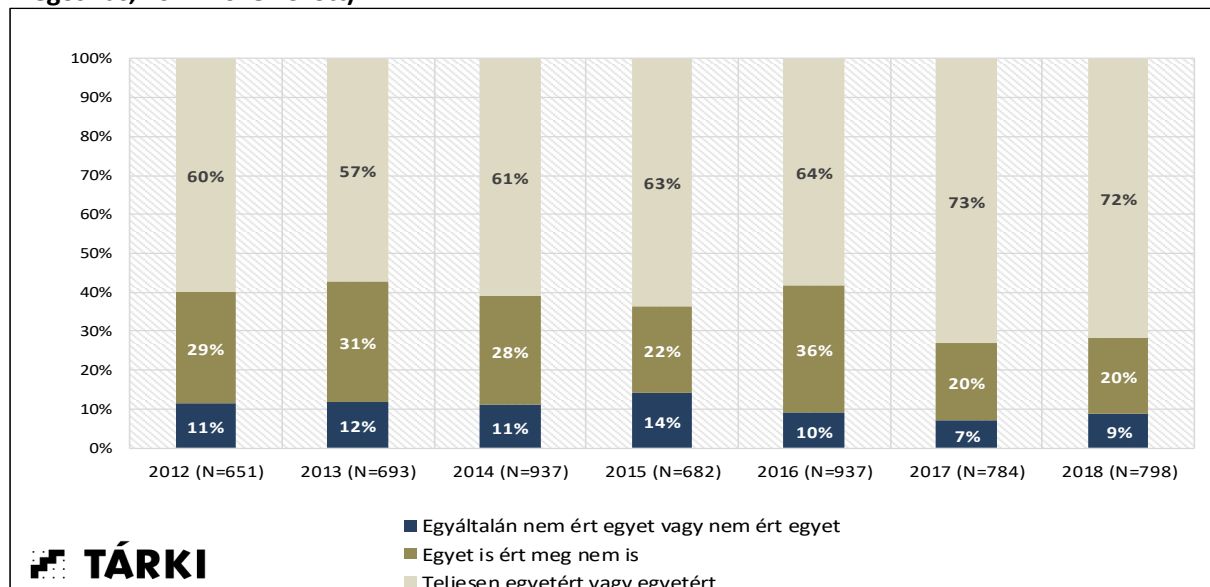
2018-ban az internetezők 40%-a képes – saját bevallása szerint – eldönteni, hogy az interneten lévő tartalmak legális vagy illegális úton kerültek fel a világhálóra, (míg 2014-ben ez az arány kiugróan magas, 65% volt). Ugyanakkor a válaszolók több mint negyede (28%) nem tartja felismerhetőnek a tartalmak forrását, és 32% bizonytalan a kérdésben (45. ábra).

45. ábra: Felismerhető, hogy a közzétett filmek, zenei tartalmak, szoftverek legálisan kerültek-e az internetre (százalékos megoszlás, 2010-2018 között)



A legális internetes források mennyiségét illetően minden vizsgált évben nagyfokú elégedettséget tapasztaltunk. **2018-ban az internethasználók 72%-a szerint a legális letöltési lehetőségek mennyisége megfelelő, s 9% vélekedik ezzel ellentétesen (46. ábra).**

46. ábra: Van elegendő internetes oldal, ahol legálisan lehet hozzáférni zenékhez, filmekhez (százalékos megoszlás, 2012-2018 között)



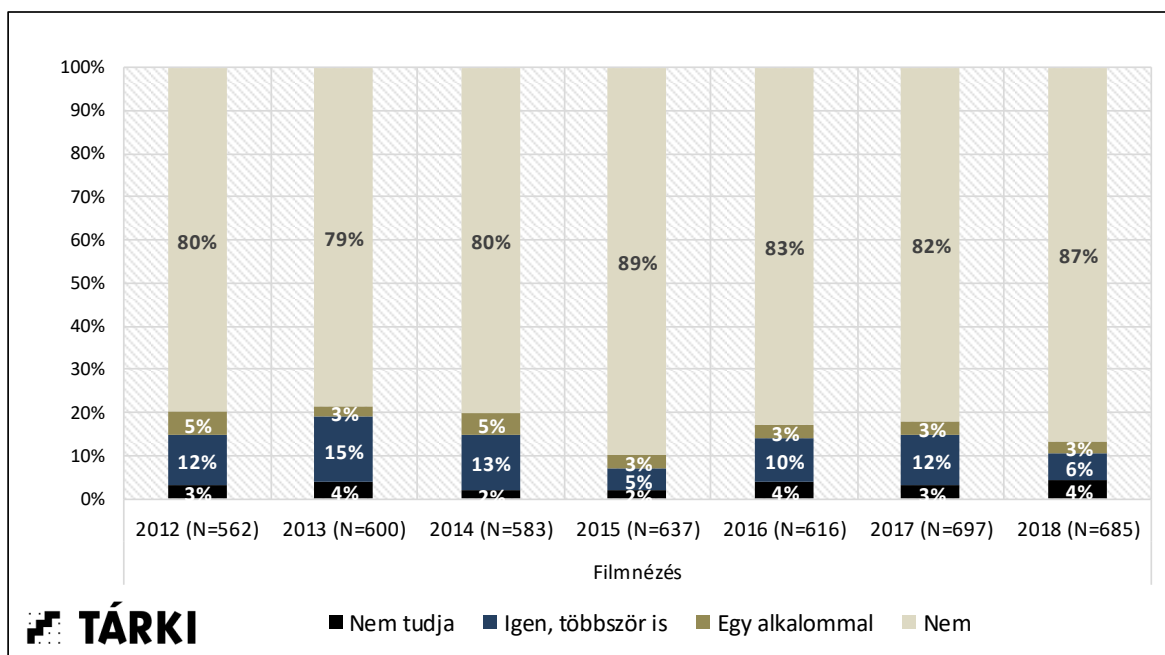
6. INTERNETHASZNÁLAT ÉS SZERZŐI JOGVÉDELEM ALATT ÁLLÓ TARTALOM

4.1. AZ ILLEGÁLIS TARTALMAKAT FOGYASZTÓK ÉS LETÖLTŐK ATTITÚDJÁÉ

A jogvédelem alatt álló tartalmak közül kiemelkedő fontosságú az illegális, ún. torrent oldalokról letölthető filmek és zenék szerepe. Miközben az oldalak népszerűsége töretlenül nő, a „torrentezést” nyíltan vállalók aránya 2011 óta vizsgált időszakban erősen visszaesett. Az általunk vizsgált kérdéseknél a téma „érzékenységből”¹² következő rejtőzködés miatt egy igen erős alul-beccsléssel kell számolnunk¹³, ami nem csak a letöltések, de már az illegális tartalom fogyasztásánál is megjelenik.

Az internetezők 87%-88%-a tagadta, hogy nézett vagy hallgatott volna nem jogtisztá filmet vagy zenét. Akik viszont bevallottan fogyasztják ezeket a tartalmakat, ők jellemzően többször is éltek az illegális zenék és filmek nyújtotta lehetőségekkel (47.1 ábra).

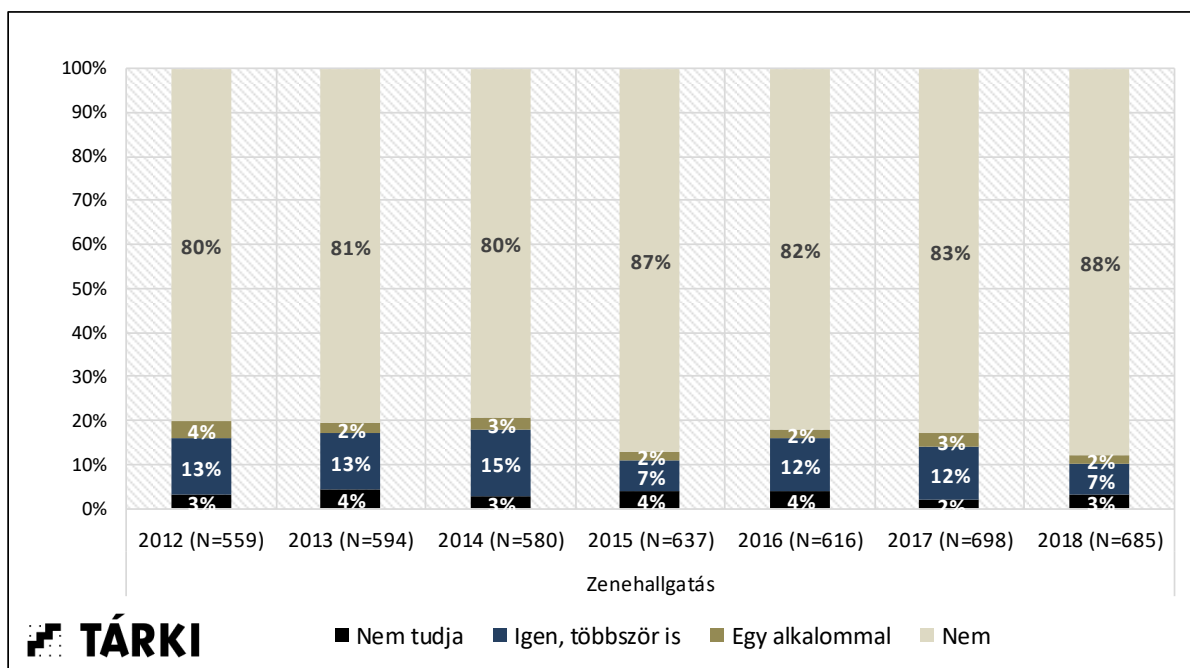
47.1 ábra: Ön nézett meg filmet az interneten annak tudatában, hogy az illegális forrásból származik? (százalékos megoszlás, 2012-2018 között)



¹² Bár maga a letöltés nem illegális, a torrentkliensek működési elvei szerint, aki letölt bizonyos mennyiségű információt, az ugyanabban az időben fel is tölti azt („seed”-del) (ami viszont jogvédelem alatt álló termékek esetében már illegális), éppen ezért, aki illegális forrásból letölt, az nagy valószínűséggel fel is tölt, amivel már illegális tevékenységet követ el, még ha szimpla felhasználóként nincs is minden esetben ezzel tisztában.

¹³ Az alábecslést az egyik legnagyobb magyar torrentoldal (több mint fél millió felhasználóval) saját statisztikája is alátámasztja, mely szerint már 2017. év végén felhasználóik száma a 750 000-hez közelített. Forrás: <http://torrentek.info/legnagyobb-torrent-oldalak>.

47.2 ábra: Ön hallgatott zenét az interneten annak tudatában, hogy az illegális forrásból származik? (százalékos megoszlás, 2012-2018 között)

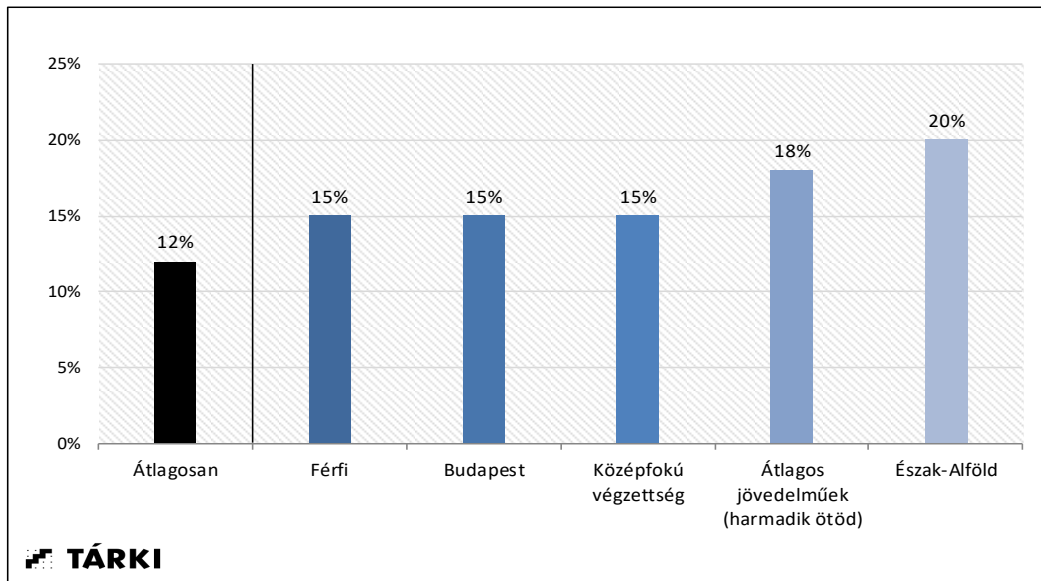


4.2 A FOGYASZTÓK FŐBB SZOCIO-DEMOGRÁFIAI JELLEMZŐI

Célunk az volt, hogy megvizsgáljuk, hogy mely társadalmi csoportokban jellemző az illegális tartalmak fogyasztása. Tekintettel arra, hogy az illegális zenehallgatás és filmnézés célközönsége nagy átfedést mutat, főbb szocio-demográfiai jegyeikben megegyeznek, ezért a továbbiakban a két csoportot együtt kezeljük. (A kérdés érzékeny és folyamatosan változó jellege miatt a következő részletezés csak a 2018-as adatokra vonatkozik.)

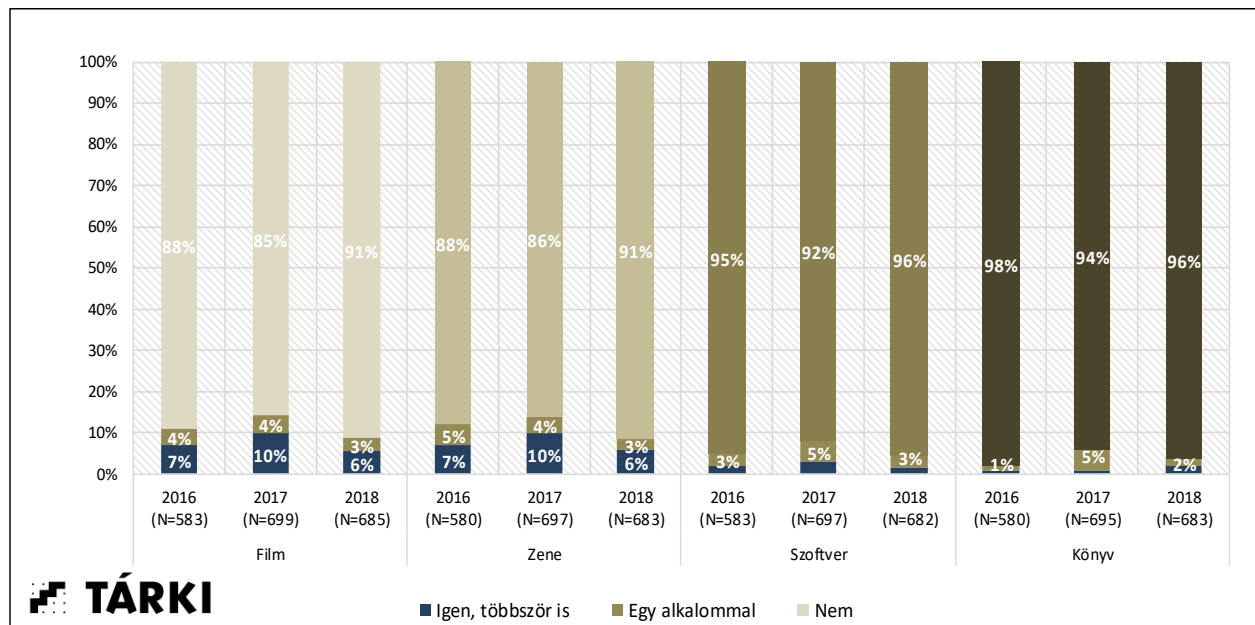
A válaszadók csupán 12%-a vallotta be, hogy valaha nézett/hallgatott illegális tartalmakat. A legnagyobb hatást a jövedelem, valamint a lakóhely régiója gyakorolja az illegális tartalom fogyasztására (illetve ennek bevallására). A férfiak, a budapestiek, és a középfokú végzettségűek 15%-a mondta, hogy fogyaszt illegális tartalmakat az interneten. Mellettük az átlagos jövedelműek és az észak-alföldi régióban élők azok, akik a legnagyobb arányban vallottak e tevékenységükről (48. ábra).

48. ábra: Azok aránya, akik fogyasztottak illegális forrásból származó tartalmakat (zenét és/vagy filmet) (százalékos megoszlás, 2018)



Azt, hogy nem pusztán nézték, hanem maguk töltötték le a torrenteket, még kevesebben vállalták fel az internethasználók közül; 2012 óta filmek, zenék, szoftverek és könyvek letöltése tekintetében nagyjából stagnál a letöltők, illetve a letöltést felvállalók aránya. **2018-ban a filmek és zenék letöltését összesen 9-9% vállalta fel. A szoftverek és könyvek letöltését jelenleg az internetezők 4-5%-a űzi rendszeresen.** A filmek és zenék letöltése tipikusan nem egyszeri cselekedet, mivel a letöltők között kétszer nagyobb arányban vannak azok, akik több alkalommal is illegálisan jutottak ilyen tartalmakhoz (49. ábra).

49. ábra: Ön töltött le az elmúlt évben az internetről filmet/zenei tartalmakat/szoftvert/könyvet annak tudatában, hogy az illegális forrásból származik? (százalékos megoszlás, 2016-2018 között)



4.3 LETÖLTŐK ÉS POTYÁZÓK

Az internethasználóknak két nagy csoportját különböztettük meg: a többség, aki (bevallottan) nem tölt le illegális tartalmakat, illetve a kisebbséghez tartozó letöltők.

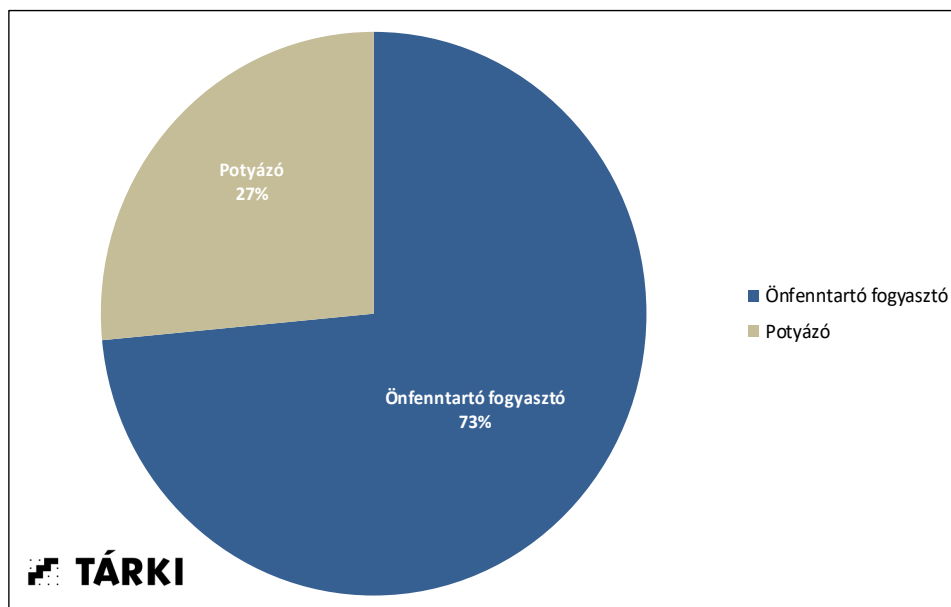
Azok között, akik maguk nem töltenek le ilyen tartalmakat, elkülöníthető egy réteg, amely mégis fogyasztja ezeket a filmeket/zenéket/szoftvereket/könyveket: ők csak élvezik a „letöltés gyümölcsét”, azaz akik hallgatják/nézik a letöltött anyagokat, anélkül, hogy maguknak le kellene tölteniük azt.

A letöltési és fogyasztási szokások alapján tehát három csoportba oszthatók a válaszadók.

1. Becsületes vagy titkolózó: aki nem tölti le és nem is fogyasztja az illegális tartalmakat, vagy ha ezeket meg is teszi, elhallgatja.
2. Önfenntartó fogyasztó: aki maga letölt és fel is használja a tartalmakat.
3. Potyázó: aki maga nem tölt le, viszont fogyasztja a mások által letöltött tartalmakat. A potyázás hátterében ugyanúgy állhat a letöltéshez szükséges technikai tudás hiánya, mint a tartalmak illegális jellege miatti aggodalom.

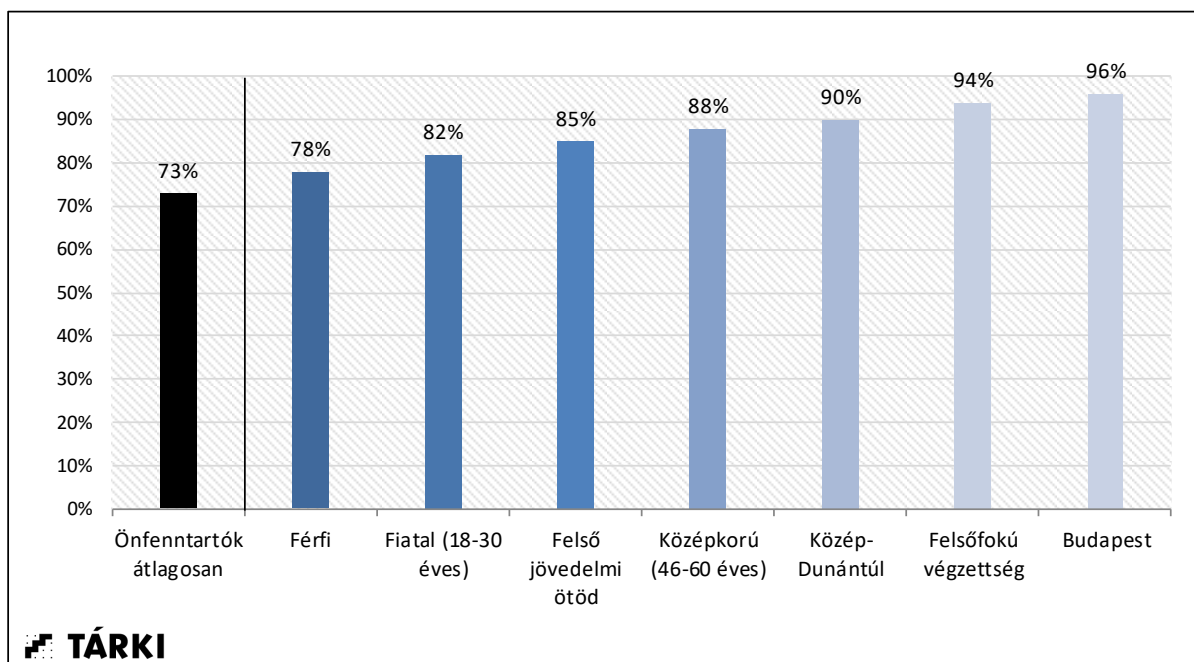
A becsületesek vagy titkolózók teszik ki társadalom nagy részét (59%-át), ők saját bevallásuk szerint sohasem fogyasztottak vagy töltöttek le illegális tartalmakat. A maradék szűk réteg – akiknek összetételét a továbbiakban vizsgáljuk – 73%-a önfenntartó fogyasztó, a potyázók pedig körülbelül egynegyed (27%-os) arányt képviselnek (50. ábra).

50. ábra: Az illegális tartalmak fogyasztói letöltési szokásaik alapján (százalékos megoszlás, 2018)



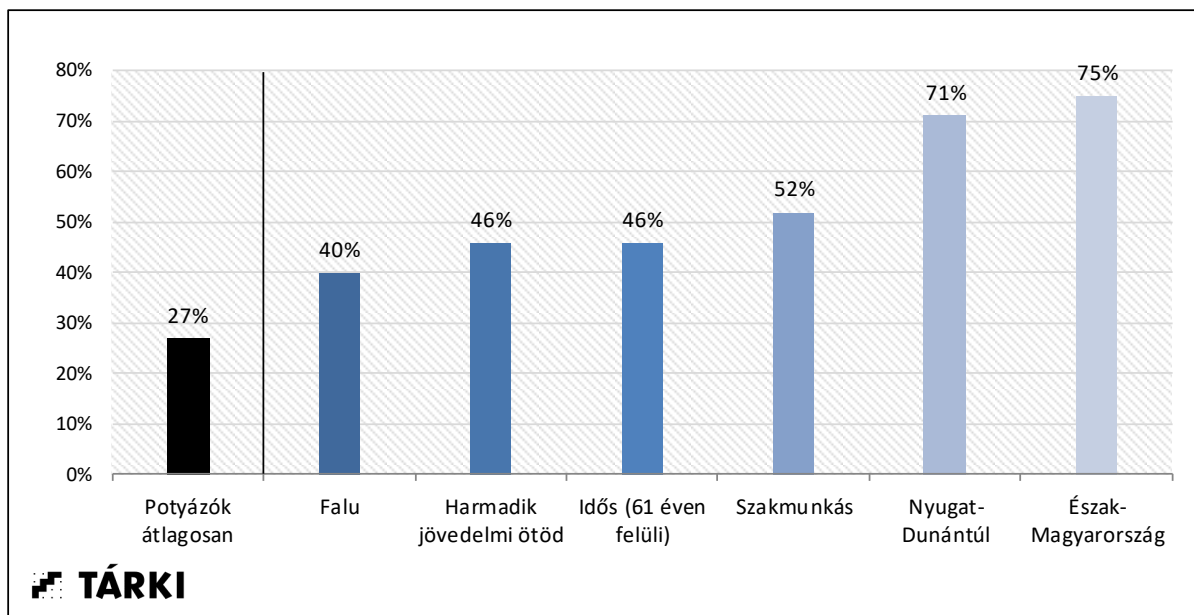
A szegmentálásban az iskolai végzettségnek, a településtípusnak, valamint a lakóhely régiójának és a jövedelmi helyzetnek van szignifikáns hatása. Az önfenntartó fogyasztók, akik az illegális letöltéssel kapcsolatban álló 81 fős minta 73%-át teszik ki, igen változatos képet mutatnak. A lakóhely szerinti régió és településtípus hatása igen erős; az illegális tartalmat fogyasztó budapestiek 96%-a tartozik ebbe a kategóriába (51. ábra).

51. ábra: Az öfenntartó felhasználók előfordulási gyakorisága bizonyos csoportokban (2018)



Ezzel szemben a potyázók között igen felülreprezentáltak a falvakban, s különösen az észak-magyarországi régióban élők, illetve a 61 éven felüliek (52. ábra).

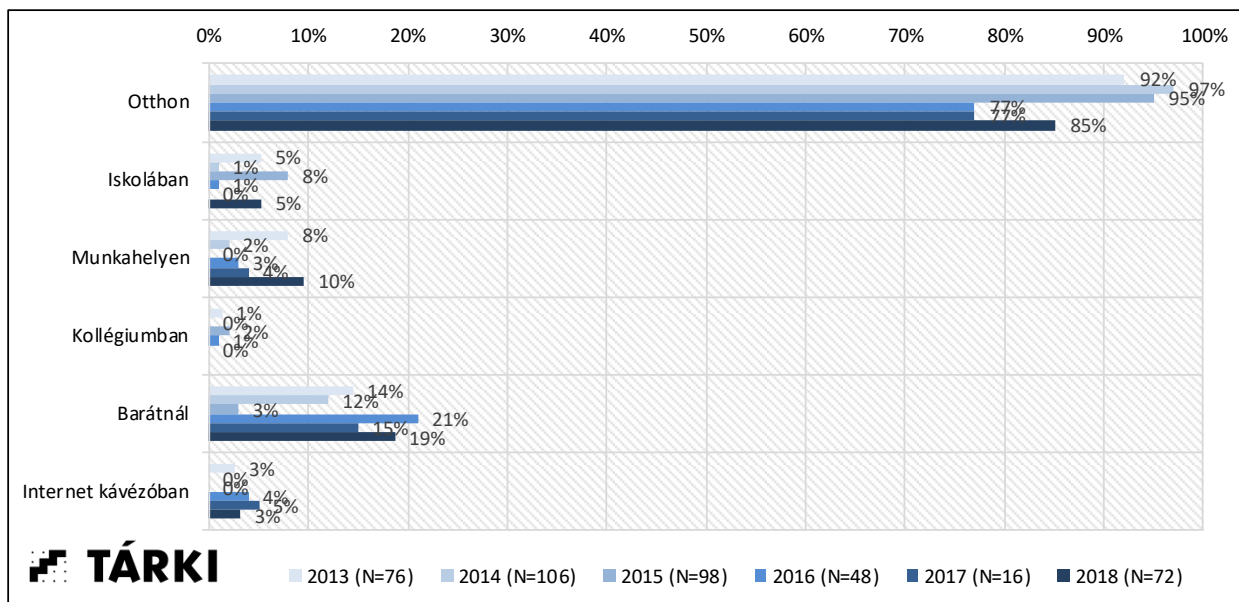
52. ábra: A potyázók előfordulási gyakorisága bizonyos csoportokon belül (2018)



4.4 A LETÖLTÉSEK KÖRÜLMÉNYEI ÉS INDOKAI

A korábbi kutatások eredményeivel összhangban 2018-ban a **letöltők túlnyomó többsége (85%) otthonában töltötte le a tartalmakat**, 19%-uk valamely barátjánál, 10%-uk munkahelyén és további 5%-uk iskolában, miközben a többi válaszlehetőségre elenyésző jelölés érkezett (53. ábra).

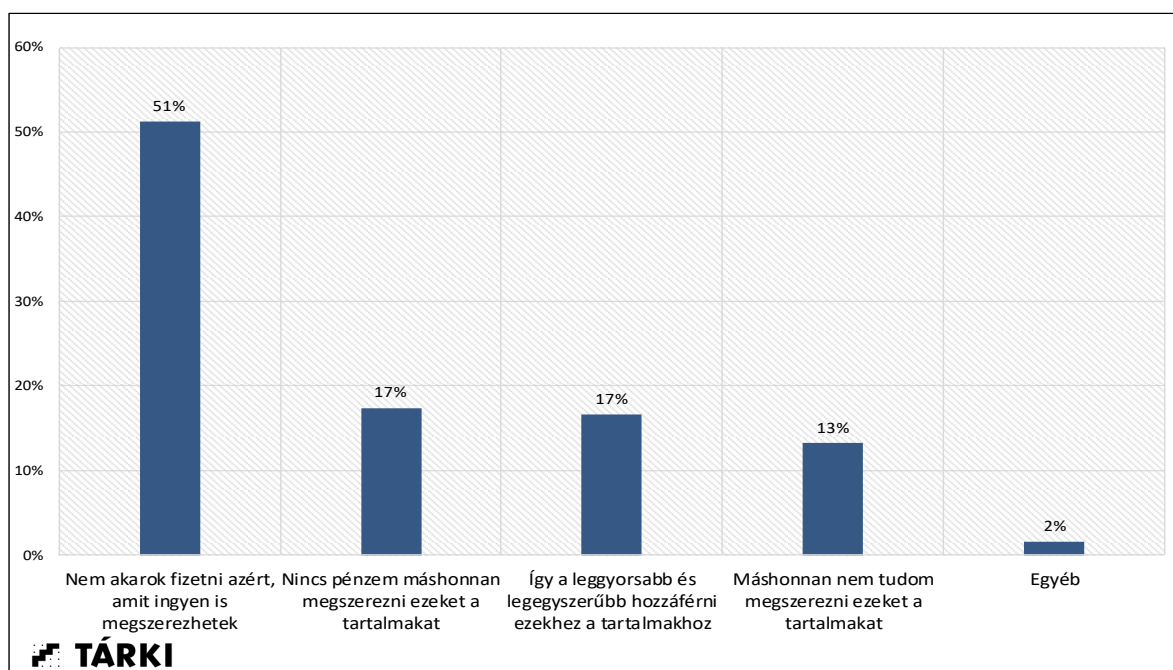
53. ábra: Hol tölt le ilyen tartalmakat? (százalékos megoszlás, 2013-2018 között)*



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

Az illegális letöltést választók fele (51%) a letöltést azzal indokolja, hogy nem akar azért fizetni, amit ingyen is meg tud szerezni, a többiek pedig a pénziányra (17%), a letöltés egyszerűségére (17%) és a fájlok más forrásból való elérhetetlenségére hivatkoznak (13%) (54. ábra).

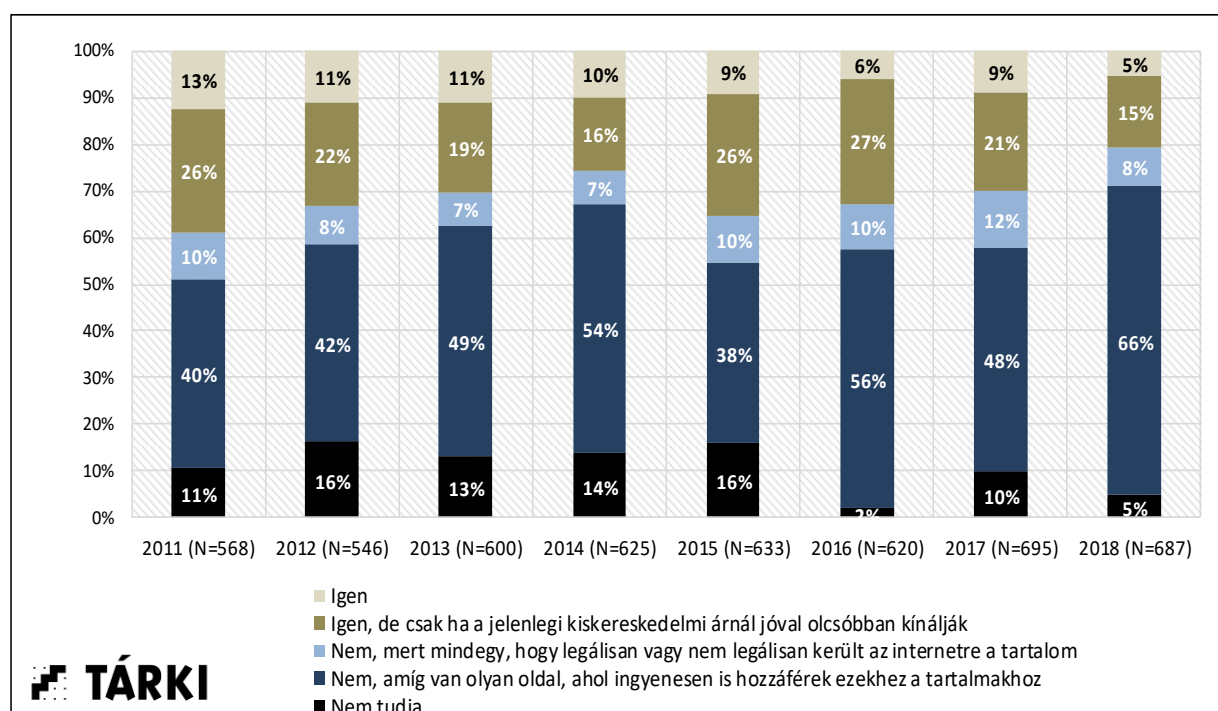
54. ábra: Miért ezeket az oldalakat használta a tartalmak eléréséhez? (százalékos megoszlás, 2018)



4.5 LETÖLTÉSI SZOKÁSOK VÁLTOZTATÁSÁRA VALÓ HAJLANDÓSÁG

Az internet használók 74%-a nem lenne hajlandó fizetni azért, hogy az online világban legális forrásból férhessen hozzá tartalmakhoz. Az internetet használók kétharmada (66%) nem lenne hajlandó fizetni a legálisan hozzáférhető tartalmakért, amíg azok ingyenesen is letölthetők, s ennek a csoportnak az aránya 2011 és 2018 között 26%-ponttal nőtt (habár 2015-ben jelentős visszaesést tapasztaltunk). További 8%-a azért nem fizetne a letöltésért, mert nem fontos számára, hogy hogyan került a világhálóra a kívánt tartalom. 15%-uk csak akkor váltana, ha jóval olcsóbban lennének beszerezhetőek a tartalmak, mint jelenleg, illetve 5% feltételek nélkül hajlandó lenne fizetni érte. A bizonytalanok aránya 5% (55. ábra).

55. ábra: Hajlandó lenne fizetni azért, hogy az interneten legális forrásból férhessen hozzá tartalmakhoz? (százalékos megoszlás, 2011-2018 között)

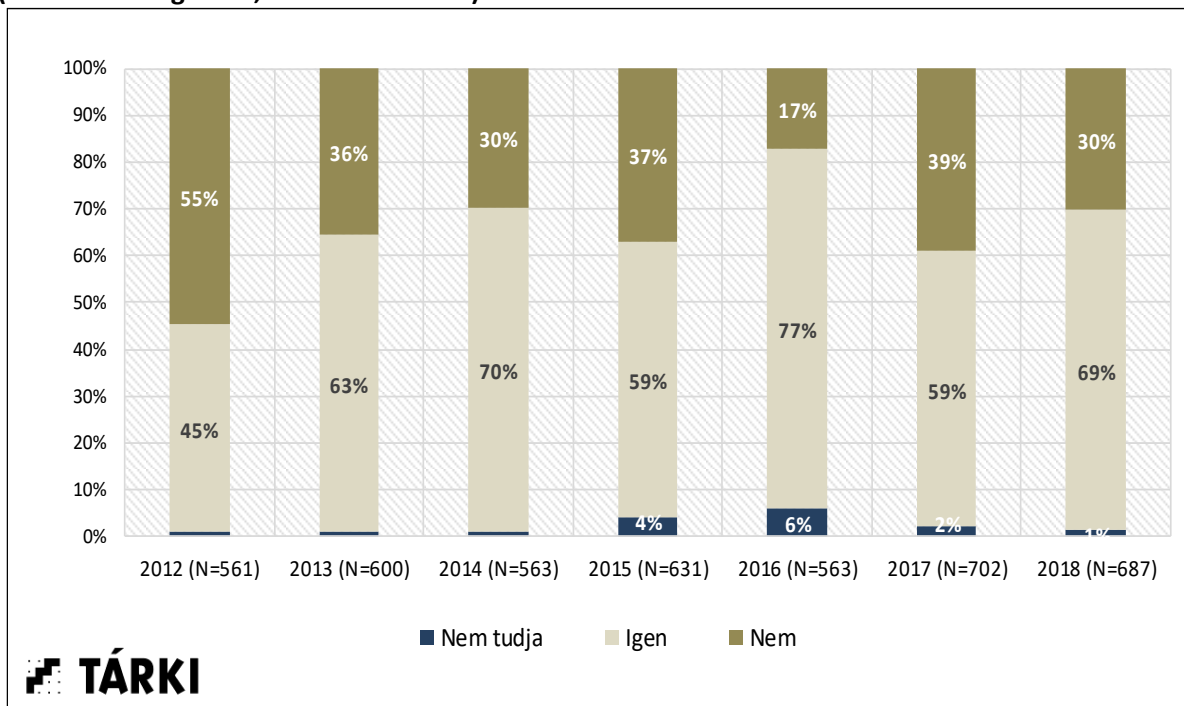


A megkérdezettek 15%-a fizetne akkor a legális tartalomért, ha ahhoz olcsóbban juthatna hozzá, mint jelenleg. Érdekes azonban az – a korábbi években is megfigyelt tendencia –, hogy az önfenntartó fogyasztók, akik maguk töltik le és fogyasztják az illegális tartalmakat, az átlagnál nagyobb arányban lennének hajlandók fizetni, ha lenne olyan legális alternatíva, amelyhez a jelenleginél olcsóbban lehetne hozzáférni. Idén az önfenntartó fogyasztók 29%-a jelezte, hogy hajlandó lenne fizetni a letöltésekért.

4.6 AZ ILLEGÁLIS LETÖLTÉS LEGÁLIS ALTERNATÍVÁI

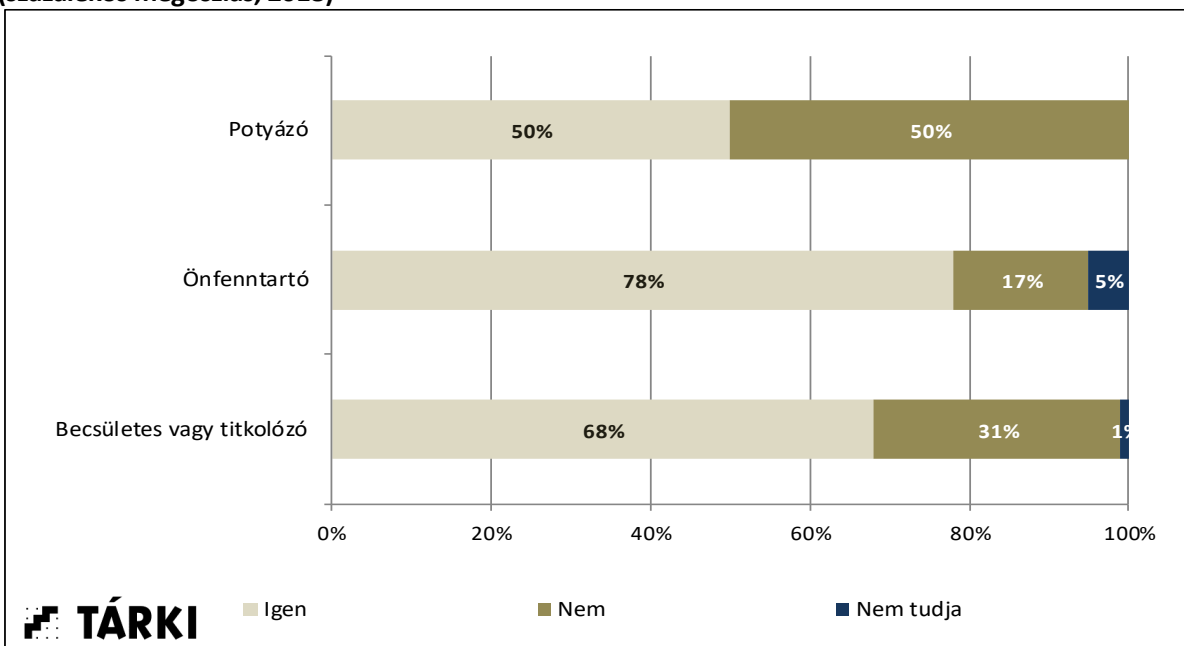
A legális zeneletöltési lehetőségek ismertsége 10%-ponttal növekedett az internet használók körében; míg az előző évben az internetezők 59%-a tudott ilyen lehetőségekről, 2018-ban 69% ismer olyan forrásokat, ahonnan legálisan tud ilyen tartalmakat letölteni (56. ábra).

56. ábra: Ön ismer-e olyan internetes forrásokat, ahol legálisan tud zenét hallgatni vagy letölteni? (százalékos megoszlás, 2012-2018 között)



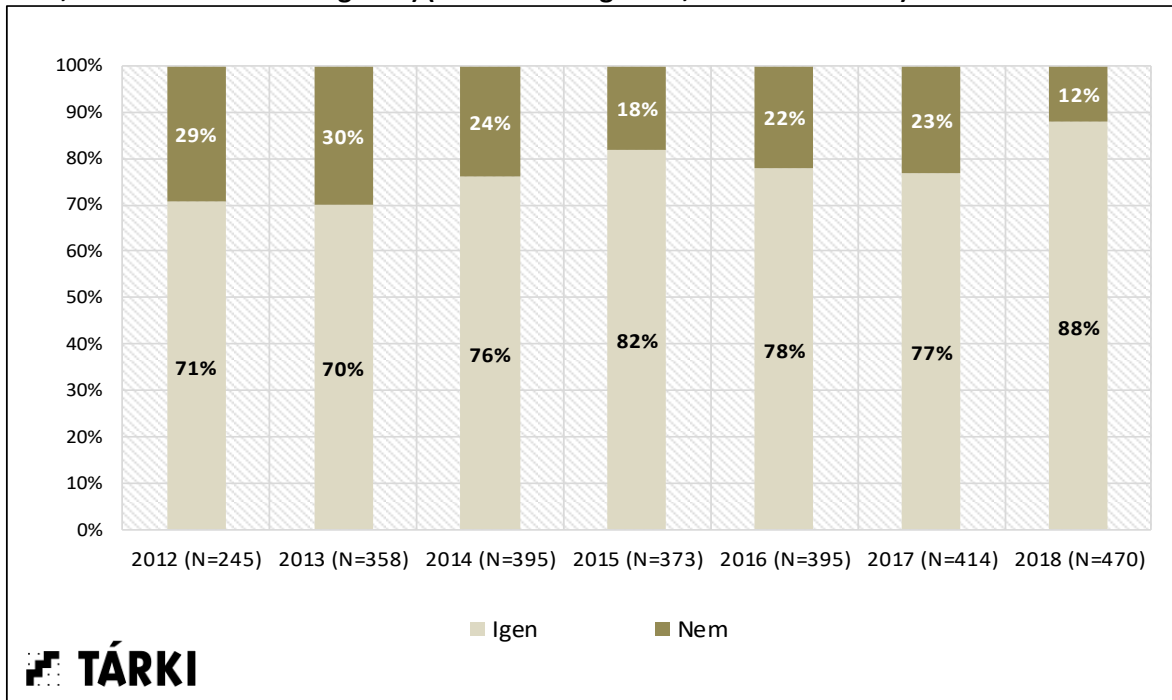
A lakossági átlaghoz képest a legnagyobb arányban az önfenntartó fogyasztók (78%) vannak tisztában a legális alternatívákkal, legkevésbé pedig a potyázók (50%) (57. ábra).

57. ábra: Ön ismer-e olyan internetes forrásokat, ahol legálisan tud zenét hallgatni vagy letölteni? (százalékos megoszlás, 2018)

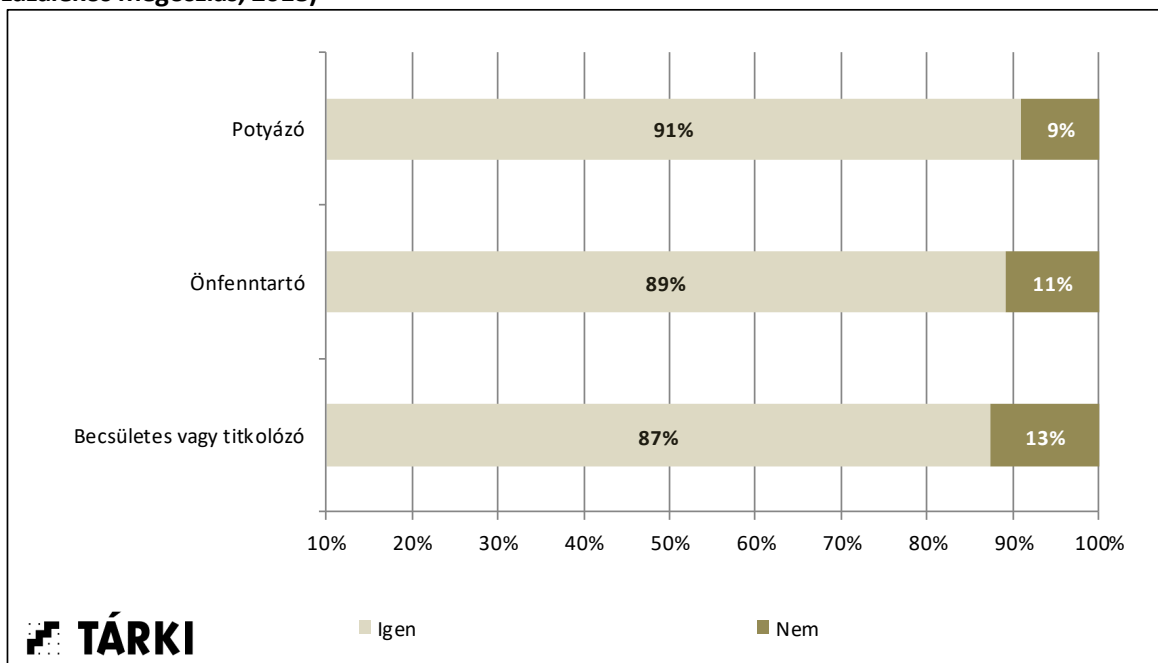


Egy-egy legális oldal ismerete azonban nem jelenti annak automatikus használatát. A használat tekintetében növekedést figyelhetünk meg 2012-2015 között (71%-ról 82%-ra emelkedett azoknak az aránya, akik ismerik és használják a legális forrásokat), majd 2016-ban egy kisebb visszaesést, majd 2017-ben pedig stagnálást tapasztaltunk (78-77%). **2018-ban további növekedést figyelhetünk meg: a legális oldalakat ismerők 88%-a használja ezeket az oldalakat (58. ábra).** A legális zeneletöltési forrásokat a becsületesek vagy titkolózók, az önfenntartó fogyasztók és a potyázók hasonló arányban használják (87-91%) (59. ábra).

58. ábra: Használ ilyen internetes forrásokat, ahol legálisan tud zenét hallgatni vagy letölteni? (Azok között, akik tudnak a lehetőségekről) (százalékos megoszlás, 2012-2018 között)

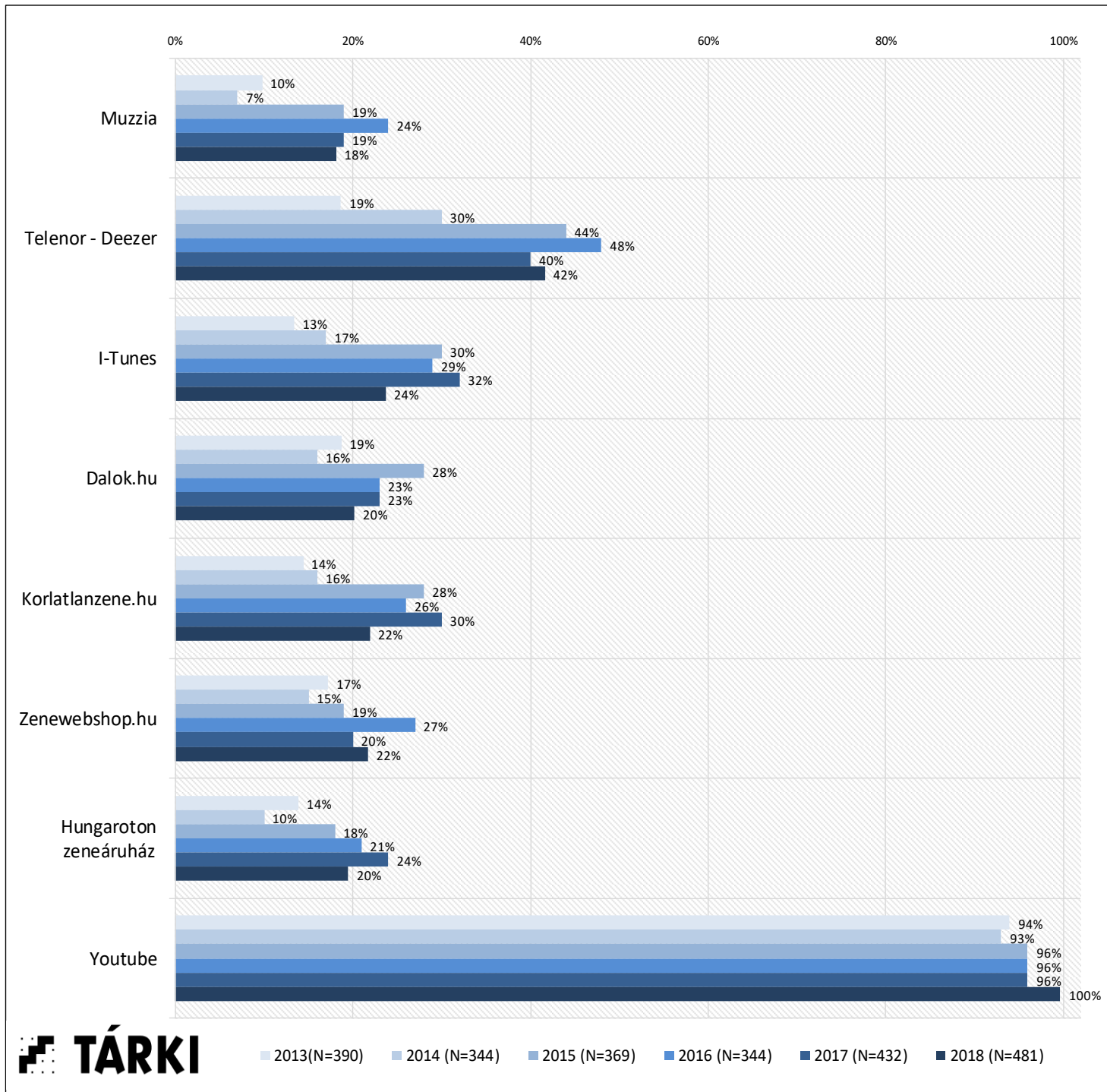


59. ábra: Használ ilyen internetes forrásokat, ahol legálisan tud zenét hallgatni vagy letölteni? (százalékos megoszlás, 2018)



A legális szolgáltatások közül a magasan a legnépszerűbb a YouTube, amelyet 2018-ban a kérdezettek 100%-a ismert, és ami több mint 50%-ponttal maga alá gyűrte a második legnépszerűbb Telenor-Deezer, mely az egyetlen a fizetős szolgáltatások közül, aminek az ismertsége 2016-ig folyamatosan növekedett (ekkor 48% volt); azonban 2017-ben és 2018-ban 40-42% jelölte (60. ábra).

60. ábra: Hallott-e már a következő legális zenehallgatást/zeneletöltést lehetővé tevő oldalakról? (százalékos megoszlás, 2012-2018 között)



7. MÓDSZERTANI MEGJEGYZÉS

Habár a kérdések többsége megegyezik a korábban lekérdezettekkel és így a tanulmány során több alkalommal is lehetőség nyílt összehasonlító megállapítások megtételére a célcsoportok (különböző típusú hamis terméket vásárlók) alacsony elemszámai miatt az eredmények statisztikai szempontból nem tekinthetők megbízhatónak, így az idősoros adatok interpretálhatósága csak bizonyos keretek között lehetséges. A tanulmány során minden alkalommal jeleztük, amennyiben az eredmények változékonysága az alacsony esetszámok miatt inkább a véletlennek köszönhető, mint belső társadalmi változásnak.