

Hamis termékek kereslete Magyarországon, 2019

A hamis termékekkel és az illegális forrásból származó szerzői jog által védett tartalmakkal kapcsolatos lakossági attitűdök alakulása 2009-2019 között

Kutatási jelentés

2019. szeptember

Az adatfelvételben közreműködtek:

Hudácskó Szilvia	adatfelvételi munkatárs
Rácz Judit	adatfelvételi kutató
Schneider Mihály	adatfelvételi munkatárs
Szivós Péter	ügyvezető igazgató

Tartalomjegyzék

1.	Bevezetés	4
2.	Vezetői összefoglaló	5
	Vásárlási szokások	5
	A hamis termékek vásárlásának körülményei, illetve motivációi.....	5
	A hamisítással kapcsolatos lakossági attitűdök	6
	Internethasználók és szerzői jogvédelem alatt álló tartalom.....	6
3.	Hamis termékekkel kapcsolatos vásárlási szokások	7
	3.1. Hamis termékek vásárlásával kapcsolatos fogyasztói attitűdök alakulása 2010 és 2019 között	7
	3.2. Hamis terméket vásárlók aránya és a vásárlók társadalmi összetétele	13
	3.3. Tervezett és valós vásárlási szokások összefüggése.....	16
	3.4. A hamisított terméktípusok vásárlásának társadalmi mechanizmusa	18
4.	A hamis termék vásárlásának motivációi: miért és hol vásárolnak az emberek hamis terméket?	19
	4.1. Miért vásárolnak az emberek hamis termékeket?	19
	4.2. Társadalmi szemléletformálás: a gyógyszerhamisítás veszélyeire figyelmeztető felhívások	20
	4.3. Hol vásárolnak hamis termékeket?	21
	4.4. Hamisított termékek az informális piachelyeken	26
5.	Hamisítással kapcsolatos attitűdök	27
	5.1. Márkahűség és a hamis termékekhez való viszonyulás	27
	5.2. Mit gondolnak az emberek a hamis termékekről?	31
	5.3. Mit gondolnak az emberek a hamis termékeket forgalmazók és vásárlók büntethetőségéről?	35
	5.4. Mit gondolnak az emberek a hamisítás társadalmi és gazdasági következményeiről?	42
	5.5. Mit gondolnak a megkérdezettek az interneten fellelhető anyagokról?	46
6.	Internethasználat és szerzői jogvédelem alatt álló tartalom	47
	6.1. Az illegális tartalmakat fogyasztók és letöltők attitűdje, főbb szocio-demográfiai jellemzői.....	47
	6.2 A letöltések körülményei és indokai	51
	6.3 Az illegális letöltés legális alternatívái	54
7.	Módszertani megjegyzés	58

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 tudatosságnövelés és a jogszabályalkotás eredményességéhez elengedhetetlen, hogy a HENT megismerje a népesség véleményét a hamisítás jelenségéről, valamint a magyar lakosság vásárlási szokásait (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 hamisított termékeket (ruházat, illatszer, 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 a magyar fogyasztók?
3. **A hamisítással kapcsolatos lakossági attitűdök:** a hamisítás büntethetőségére, társadalmi- és gazdasági és az egészségre gyakorolt hatásainak 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, 2019-ben 1015 fő.

2. VEZETŐI ÖSSZEFOGLALÓ

VÁSÁRLÁSI SZOKÁSOK

1. **A megkérdezettek 81%-a nem vásárolna**, míg további 16% talán vásárolna hamis terméket. Mindössze 3% válaszolta azt, hogy bármikor vásárolna illegális, vagy kétes forrásból származó terméket.
2. A vizsgált időszakban (2010 és 2019 között) **13-18% között mozog azok aránya, akik valóban vásároltak a felmérést megelőző egy évben bármilyen hamisított terméket.**
3. **A különböző hamisított termékek vásárlását elutasítók aránya magas szinten stagnál:** 2019-ben a válaszadók 71%-a zárkózik el a hamisított, márkás **ruházati termékek** vásárlásától. A hamis **illatszerek, illetve kozmetikumok** elutasítottsága még határozottabb (82%): 2019-ben csupán a lakosság 14%-a jelezte, hogy talán venne, további 3% pedig, hogy bármikor venne ilyen terméket. A nem jogtisztá forrásból származó **CD-t, DVD-t** vásárlók arányának a nagyságrendje 2019-ben a korábbi évekhez hasonlóan alakult: 5% válaszolta, hogy bármikor vásárolna ilyen hamis terméket, míg a megkérdezettek 81%-a határozottan elutasította ezt a fogyasztói viselkedést. **Az illegálisan másolt, letöltött számítógépes programokat** megvásárlók vagy felhasználók aránya 2019-ben 18%. A válaszadók 8%-a nyilatkozott úgy, hogy venne **nem megbízható forrásból származó gyógyszert**, és 18% tartja lehetségesnek, hogy **kétes eredetű élelmiszert vagy italt** vásároljon.
4. A válaszadók döntő többsége nem használna letöltési célra ingyenesen hozzáférhető vagy fizetős illegális oldalakat: 2019-ben **85% nem töltené le tartalmat fizetős illegális oldalról, míg az ingyenes illegális oldalak elutasítottsága 81%.**
5. Vizsgálataink szerint **az életkor és a háztartás jövedelmének nagysága** statisztikailag szignifikáns összefüggést mutat a hamisított termékek vásárlásával. Az elemzések alapján elmondható, hogy a fiatalok és a fiatal középkorúak, illetve bevételeik alapján az alacsony jövedelműek (a két legalacsonyabb jövedelmi ötödbe tartozók) vásárolnak a legnagyobb arányban hamis terméket a 2019-es adatfelvételt megelőző évben.

A HAMIS TERMÉKEK VÁSÁRLÁSÁNAK KÖRÜLMÉNYEI, ILLETVE MOTIVÁCIÓI

1. A korábbi években a hamis termékek megvásárlásának elsődleges motivációja az alacsony ár volt, azonban a 2019. évi adatfelvétel eredményei azt mutatják, hogy a hamis terméket vásárlók a hamisítványok minőségére is hangsúlyt fektetnek. A hamis ruházati termékeken kívül – ahol továbbra is az eredetnél alacsonyabb ár a legmeghatározóbb – **2019-ben a hamis termékcsoportok választásának fő indoka azok kifogástalan minősége volt.**
2. **A megkérdezettek 19%-a vásárolt piacon vagy utcán valamilyen hamisított terméket 2019-ben.** Az országos átlaghoz képest tíz százalékponttal magasabb az alsó két jövedelmi ötödbe tartozók között az informális gazdaságban hamisított termékeket beszerzők aránya.
3. **A megkérdezettek 38%-a kimondottan a márkás ruhákat és cipőket preferálja, ugyanakkor 62% számára nem fontos, hogy viselete márkás legyen.**

4. **Tízből öt válaszadó fontosnak tartja, hogy a márkás termék, amit visel, eredeti legyen.** Ez az arány 2017 óta változatlan (49%-51% között stagnál).
5. **A megkérdezettek 20%-a értett egyet azzal a kijelentéssel, hogy a hamis termék van olyan jó minőségű, mint az eredeti.** A válaszadók 69%-a szerint hosszú távon jobban megéri eredeti terméket vásárolni, mint hamisítottat.

A HAMISÍTÁSSAL KAPCSOLATOS LAKOSSÁGI ATTITÚDOK

1. A lakosság továbbra is szigorúan ítéli meg a hamis termékek árusítását: **56%-uk bűncselekménynek tartja a hamisítványok eladását, 35%-uk pedig a hamisított termékek fogyasztóit is felelősségre vonná.**
2. **A lakosság 59%-a büntetné a mostaninál szigorúbban a hamisítókat és a hamisítványok terjesztőit,** viszont 13%-uk megengedőbb lenne velük. 2019-ben 66% azoknak az aránya, akik szerint fontos lenne a gyakoribb és hatékonyabb ellenőrzés a hamisítványok kiszűrése érdekében.
3. **A megkérdezettek közel fele (45%) szerint a hamisítás veszélyes, míg a válaszadók 30%-a szerint a hamisítás nem rejt magában valós veszélyt.** A bizonytalanok aránya évről-évre csökken (2013-ban 41% volt, idén pedig 25%), illetve **az elmúlt években fokozatosan emelkedett azoknak az aránya, akik a hamisítást nem tartják veszélyesnek** (2013-ban 12%, 2019-ben pedig 30%).
4. **A válaszolók 47%-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%, idén pedig a legalacsonyabb).
5. **A megkérdezett népesség 58%-a szerint nem esik elég szó a médiában a hamisítványok veszélyeiről,** miközben 15% szerint eleget tudósít a média a témáról.

INTERNETHASZNÁLÓK ÉS SZERZŐI JOGVÉDELEM ALATT ÁLLÓ TARTALOM

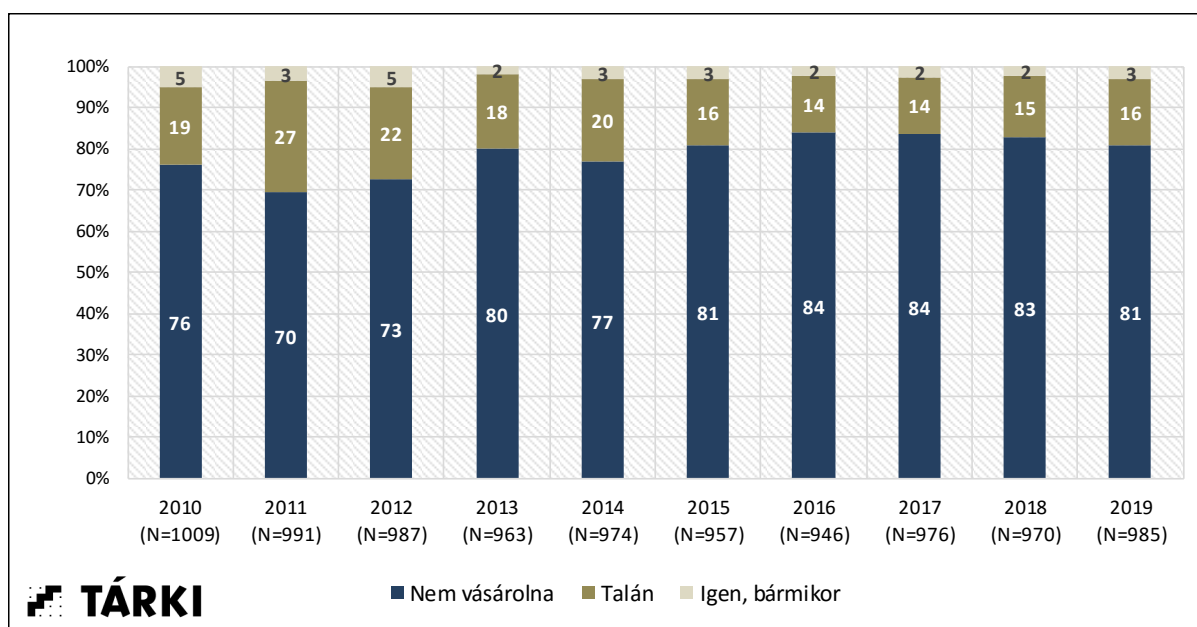
1. **Az internethasználók 66%-a szerint a legális letöltési lehetőségek mennyisége megfelelő.**
2. **Az internetezők 80%-a tagadta, hogy nézett vagy hallgatott volna nem jogtiszt forrásból származó filmet vagy zenét.** Akik bevallottan fogyasztják ezeket a tartalmakat, jellemzően nem egyszeri fogyasztók.
3. **Az illegális letöltést választók több mind fele (56%) a letöltést azzal indokolja, hogy nem akar azért fizetni, amit ingyen is meg tud szerezni,** míg 22% a letöltés egyszerűségére, 13% a pénzhiányra, 9% a fájlok más forrásból való elérhetetlenségére hivatkozik.
4. **Az internethasználók 70%-a nem lenne hajlandó fizetni azért, hogy az online világban legális forrásból férhessen hozzá tartalmakhoz.** A megkérdezettek 15%-a fizetne akkor a legális tartalomért, ha ahhoz olcsóbban juthatna hozzá, mint jelenleg.

3. HAMIS TERMÉKEKKEL KAPCSOLATOS VÁSÁRLÁSI SZOKÁSOK

3.1. HAMIS TERMÉKEK VÁSÁRLÁSÁVAL KAPCSOLATOS FOGYASZTÓI ATTITŰDŐK ALAKULÁSA 2010 ÉS 2019 KÖZÖTT

A lakossági attitűdöket vizsgáló felmérésben 2010 óta rendszeresen megkérdezzük 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, 2010-2019 között)



2019-ben a korábbi évek felméréseihez hasonló megoszlást tapasztalunk annak tekintetében, hogy a válaszadók vásárolnának-e szándékosan hamis terméket. **A megkérdezettek 81%-a nem vásárolna**, míg 16% talán vásárolna és mindössze 3% válaszolta, hogy igen, bármikor vásárolna illegális, vagy kétes forrásból származó terméket.

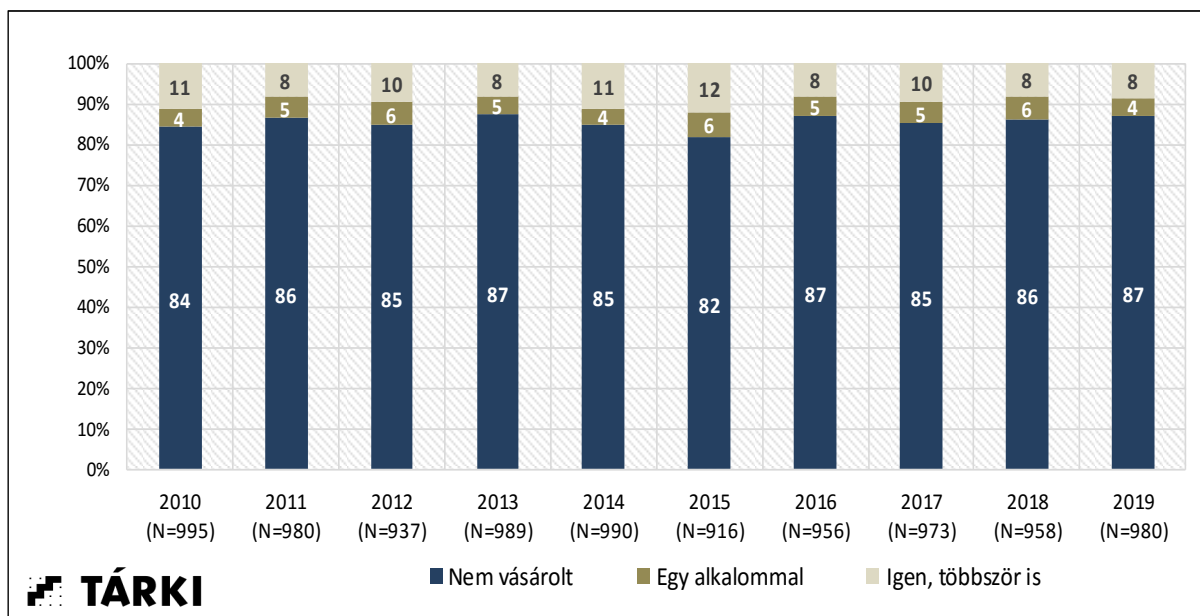
A korábbi évek adataival összevetve azt láthatjuk, hogy a megoszlás illeszkedik az előző évek eredményeihez és kisebb elmozdulások figyelhetők csak meg. 2011-től 2013-ig növekedett azok aránya, aki elutasítja a hamis termékeket (2011-ben 70%, 2012-ben 73%, 2013-ban 80% nyilatkozott így). Ebben a trendben valamelyest visszalépést jelent a 2014-es adat, mikor is a lakosság 77%-a állította, hogy nem vásárolna hamis terméket, azonban 2015 és 2019 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 és 2018-ban pedig stagnált (16%-17%). **Idén a hamis termékek vásárlására nyitott válaszadók aránya 19%**. Fontos azonban kiemelni, hogy a lakosság mindössze 3%-a nyilatkozott úgy, hogy bármikor vásárolna hamis terméket, ennél jóval nagyobb (16%) azok aránya, akik „talán” vásárolnának. A vizsgált időszakban végig **2% és 5% között mozgott azoknak az aránya, akik saját bevallásuk szerint bármikor vásárolnának hamis terméket.**

Érdeemes továbbá azt is megvizsgálni, hogy a felnőtt lakosság hány százaléka vásárolt ténylegesen hamis terméket az elmúlt egy év során. Elsőként az általánosan megfogalmazott kérdésfeltevés eredményét mutatjuk be, majd a termékcsoportonkénti kérdezés eredményét.

Az általános megfogalmazás nyomán („Vásárolt-e Ön az elmúlt egy évben hamis terméket?”) 2010 és 2019 között nem tapasztalható jelentős elmozdulás, hiszen **12-18% volt azok aránya, akik valóban vásároltak az elmúlt évben bármilyen hamis terméket.**² A hamis terméket vásárlók aránya 2019-ben volt a legalacsonyabb a vizsgált időszak egészét tekintve (12%).

2. ábra: Vásárolt-e hamis terméket? (százalékos megoszlás, 2010-2019 között)

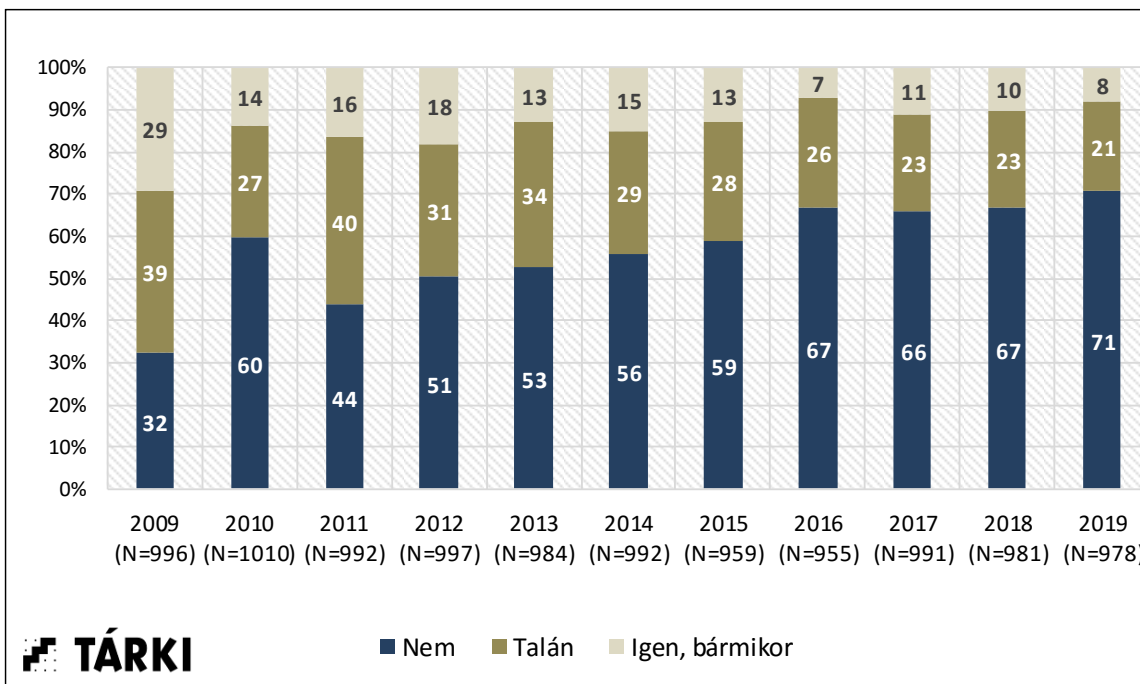


A hamisított **ruházati termékek** vásárlásának elutasítottságával kapcsolatos attitűdöket vizsgálva a következőket lehet megállapítani: míg 2009-ben mindössze minden harmadik válaszadó utasította el kategorikusan a hamis ruházati termékek vásárlását, addig 2010-ben 60%, 2011-ben 44%, 2012-ben és 2013-ban minden második válaszadó elzárkózott az ilyen termékek vásárlásától. 2014-ben és 2015-ben további kisebb emelkedést tapasztalhattunk, hiszen 2015-ben a megkérdezettek 59%-a utasította el a hamis ruházati termékeket.

2016 és 2018 között a válaszadók kétharmada (66%-67%) zárkózott el a hamis ruházati termékek vásárlásától, miközben **2019-ben az elutasítók aránya tovább növekedett (71%)**. Azonban továbbra is 29% azoknak az aránya, akik (talán vagy biztosan) vásárolnának hamis ruházati terméket (3. ábra).

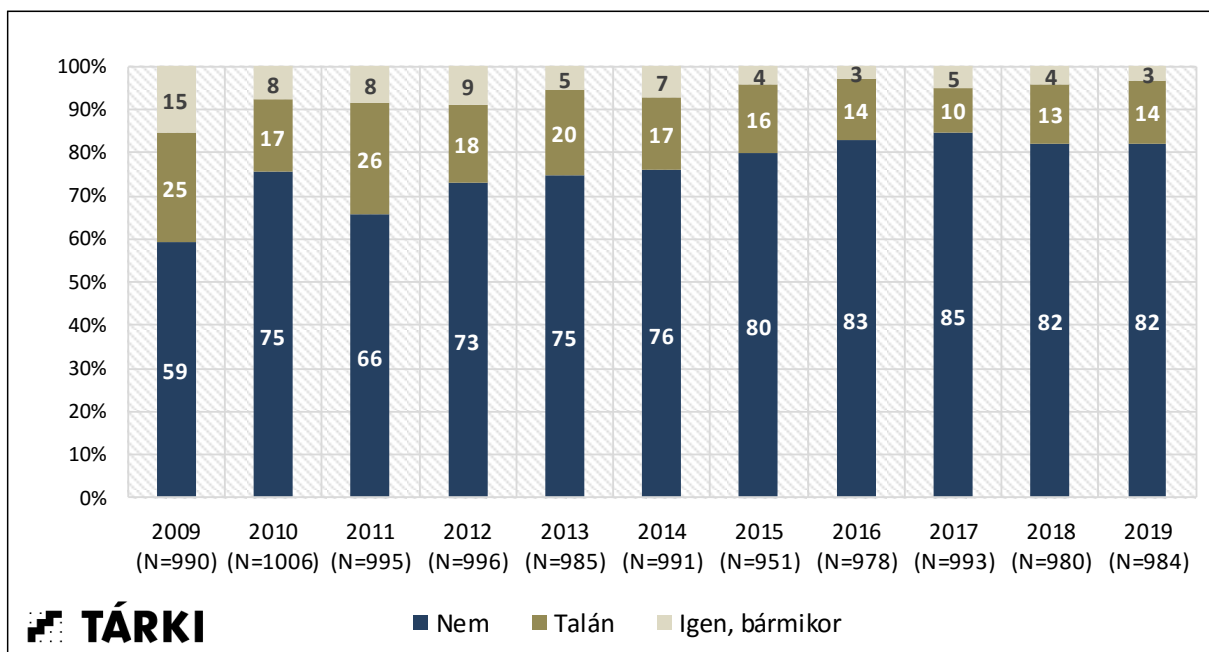
² Az eredmények értelmezésekor fontos figyelembe venni, hogy a kérdezettek visszaemlékezése, illetve önbevallása alapján rögzített válaszokról van szó, amelyeket a szubjektív elemek, információhiány (a vásárló nincs tudatában annak, hogy hamis terméket vásárolt) és a vissza (nem)emlékezésből eredő pontatlanságok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

3. ábra: Vásárolna-e olyan ruházati terméket, ami egy márkás termék utánzata, hamisítványa, ha lényegesen olcsóbb, mint az eredeti? (százalékos megoszlás, 2009-2019 között)



A hamis illatszerek, illetve kozmetikumok elutasítottsága határozottabb (82%), mint a ruháké: 2019-ben csupán a lakosság 14%-a jelezte, hogy talán venne, további 3% 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).

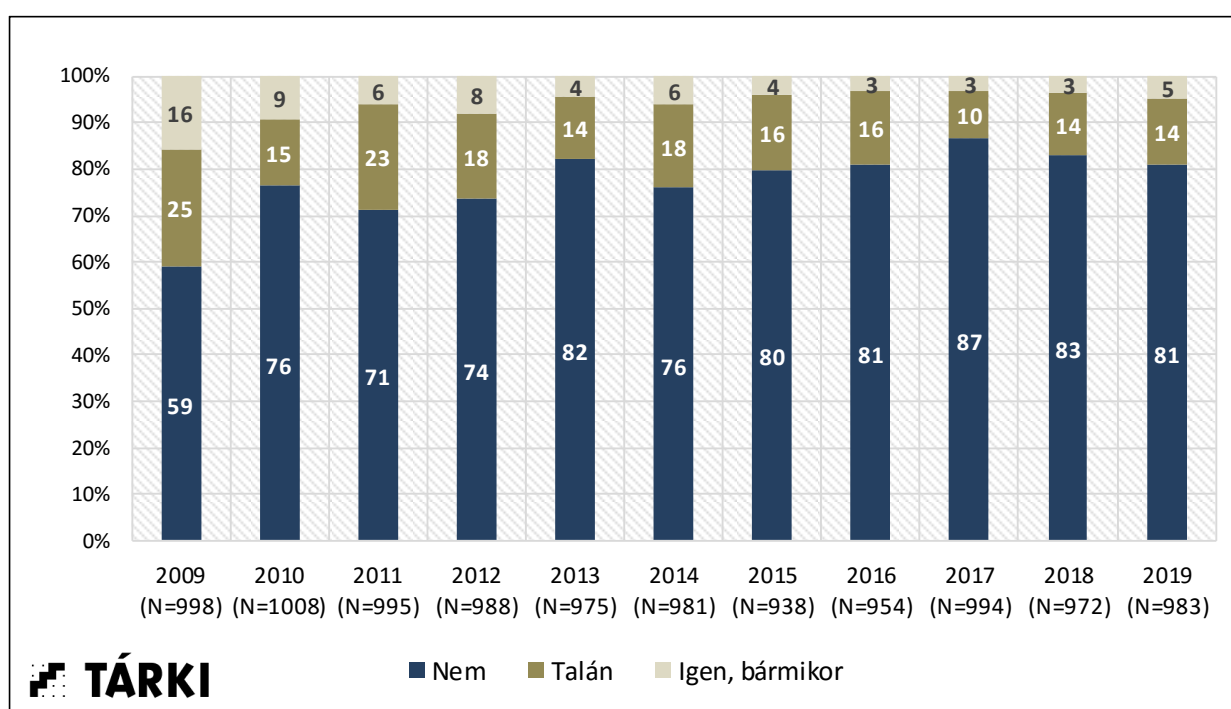
4. ábra: Vásárolna-e hamis illatszert, kozmetikumot, ha lényegesen olcsóbb, mint az eredeti? (százalékos megoszlás, 2009-2019 között)



A hamis CD-t, DVD-t vásárlók aránya nagyságrendjét tekintve 2019-ben a korábbi évekhez hasonlóan alakult: 5% válaszolta, hogy bármikor vásárolna ilyen hamis terméket, 14% talán vásárolna, míg a lakosság **81%-a határozottan elutasította ezt a fogyasztói viselkedést.**

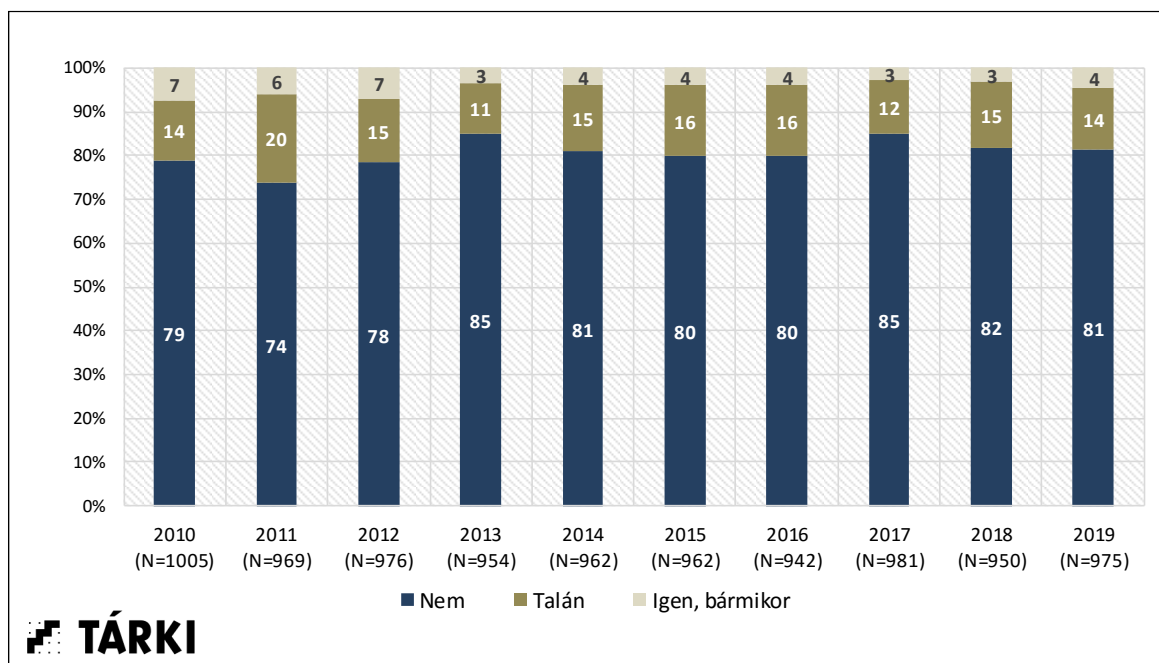
A korábbi évekkel összehasonlítva azt láthatjuk, hogy 2010-ben 76% volt az elutasítók aránya, ezt követően visszaesett, majd fokozatosan emelkedett 2013-ig (82%). A 2014-es adatok valamelyest elmaradtak a 2013. évi eredményektől (76%), de 2015 és 2017 között ismét növekedést tapasztaltunk az elutasítók arányát tekintve (80%-87%). Ehhez képest a 2018-as és a 2019-es adatok ismét visszaesést mutatnak (83%-81%) (5. ábra). Összességében az látszik, hogy 2009 óta töredékére esett vissza a hamis CD-t, DVD-t vásárlók aránya (41%-ról 19%-ra), aminek az állhat a háttérben, hogy ezek az árucikkek a legális piacon is sokat veszítettek a népszerűségükből az elmúlt évtizedben.

5. ábra: Vásárolna-e hamis, másolt CD-t, DVD-t, ha az lényegesen olcsóbb, mint az eredeti? (százalékos megoszlás, 2009-2019 között)



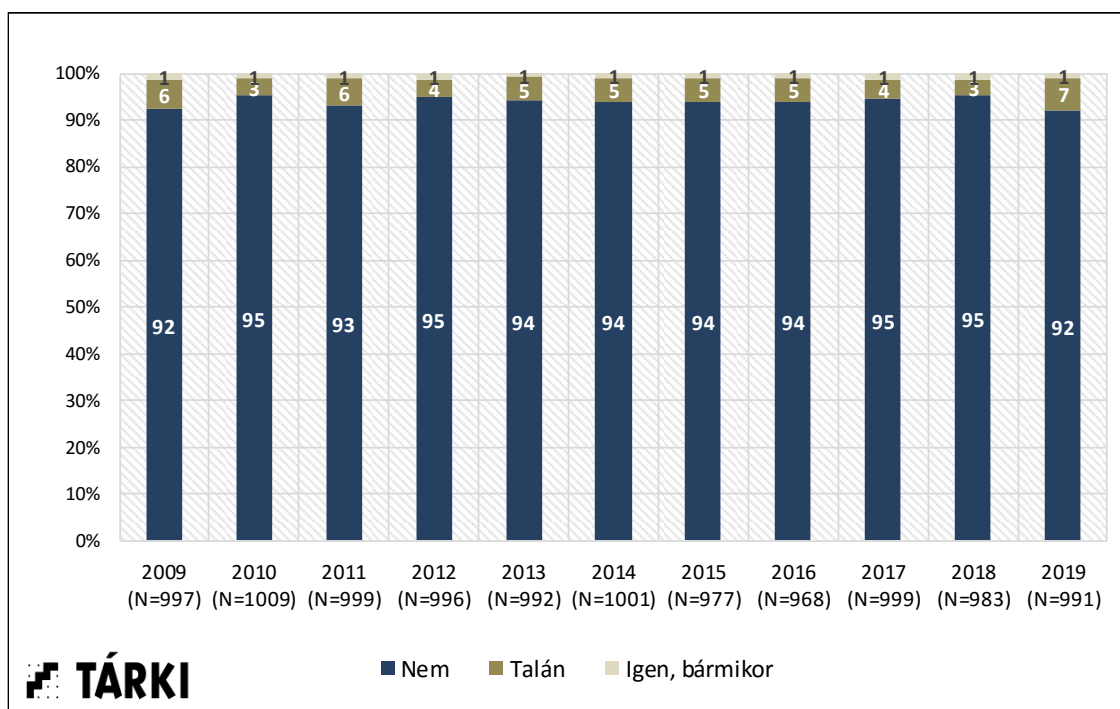
Az illegálisan másolt, letöltött **számítógépes programokat** megvásárlók, felhasználók aránya 2011-től 2013-ig folyamatosan csökkent (26%-ról 14%-ra), 2014-ben emelkedést mutatott (19%), majd 2015-ben és 2016-ban stagnált (20-20%). 2017-ben a válaszadók 15%-a, majd 2018-ban és **2019-ben 18%-a nyilatkozta azt, hogy vásárolna vagy elfogadna illegálisan másolt, letöltött számítógépes programokat.** Ezzel összhangban 2013 és 2019 között 80-85% között változott az elutasítási arány (6. ábra).

6. ábra: Vásárolna-e, elfogadna-e Ön illegálisan másolt, letöltött számítógépes programokat, ha az eredetnél lényegesen olcsóbban vagy ingyen jutna hozzá? (százalékos megoszlás, 2010-2019 között)



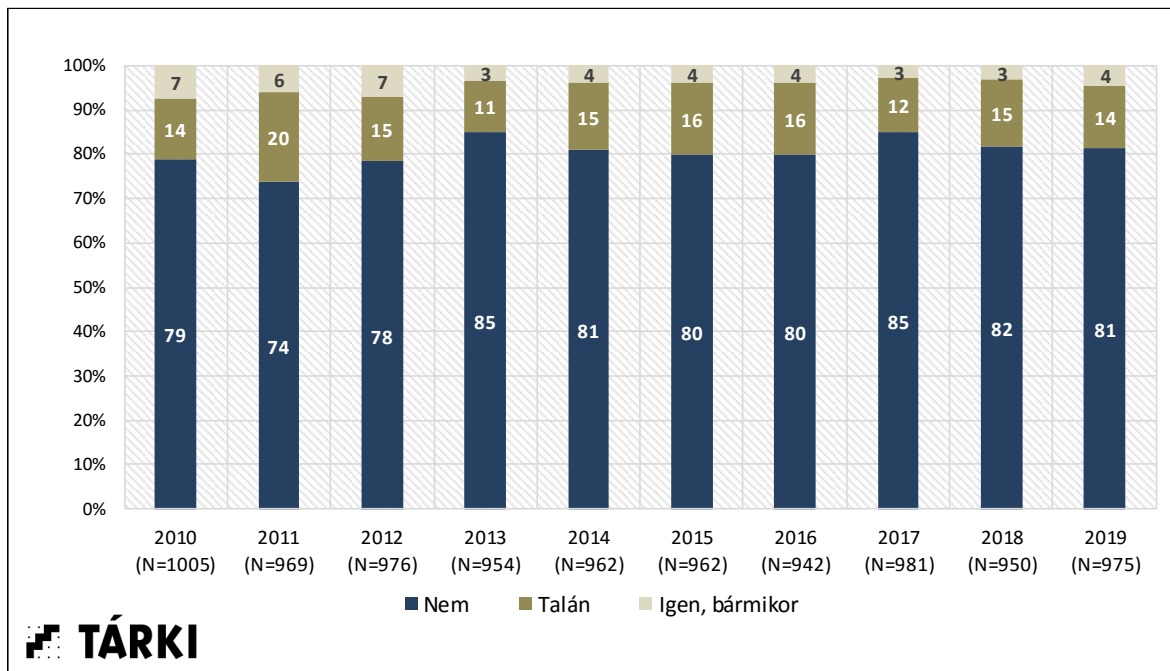
2019-ben a válaszadók 8%-a nyilatkozott úgy, hogy venne, vagy lehetségesnek tartja, hogy venne nem megbízható forrásból származó **gyógyszert**. A korábbi évek adataihoz képest kismértékű elmozdulás figyelhető meg, mivel a tavalyi évben 4% válaszolta azt, hogy (biztosan vagy talán) venne nem megbízható forrásból származó gyógyszert, azonban – ezzel a változással együtt is – idén is ez az a terület, ahol **legnagyobb a hamis termékek elutasítottsága (92%)** (7. ábra).

7. ábra: Ön vásárolna-e nem megbízható forrásból származó gyógyszert, ha lényegesen olcsóbb, mint a patikában? (százalékos megoszlás, 2009-2019 között)



Hasonlóan a korábbi termékekhez, a nem megbízható forrásból származó **élelmiszerek és italok** fogyasztását is elutasítja a megkérdezettek 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, 2010-2019 között)

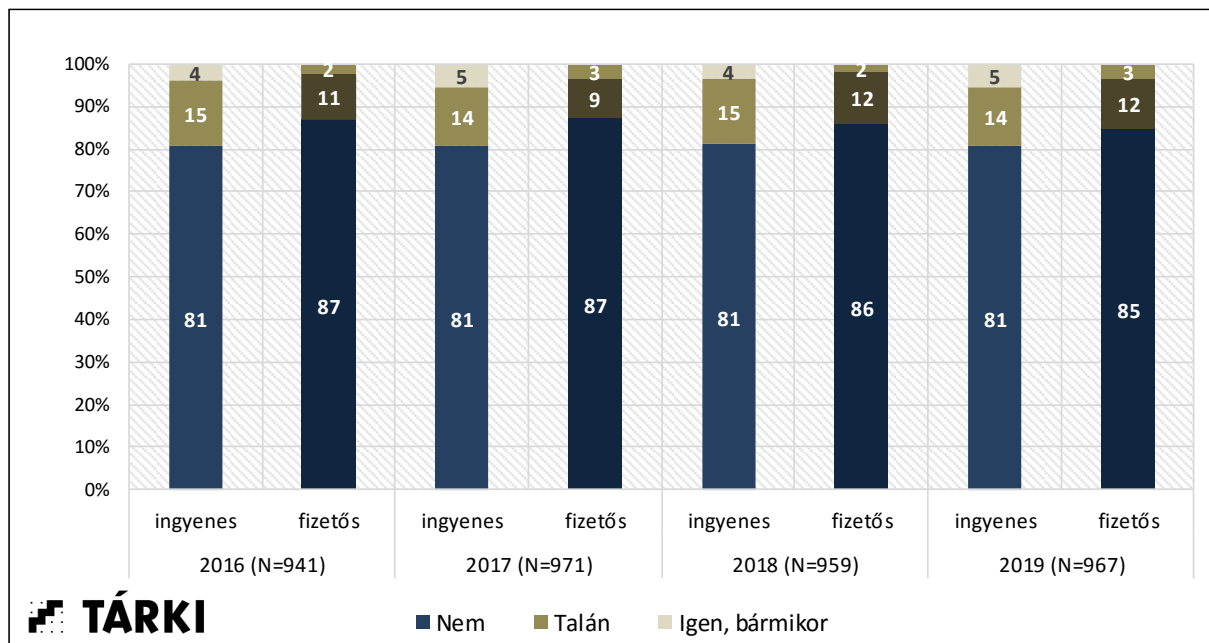


Azt is megkérdeztük a felmérés résztvevőitől, hogy használnának-e zenékhez, illetve filmekhez való hozzáférés céljából **illegálisan működő ingyenes, illetve fizetős internetes oldalakat**.

A válaszadók döntő többsége nem használja ilyen célra ingyenes illegálisan működő oldalakat: 2012-ben 80%, 2013-ban 83%, 2014-ben 79%, 2015-ben 80%, majd **2016 és 2019 között stabilan 81% az elutasítók aránya**. Ugyanakkor a fizetős illegális oldalak elutasítottsága az ingyenes oldalakénál magasabb: 2012-ben 84%, 2013-ban 87%, 2014-ben 82%, 2015-ben 83%, majd **2016 és 2019 között 85-87% mozog** (9. ábra)³.

³ Az ábrán a 2016-2019-as adatok vannak feltüntetve, ugyanakkor a szövegben szerepeltettük a korábbi kutatások (2012-2015) 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, 2016-2019 között)



3.2. HAMIS TERMÉKET VÁSÁRLÓK ARÁNYA ÉS A VÁSÁRLÓK TÁRSADALMI ÖSSZETÉTELE

A következőkben azt vizsgáljuk, hogyan alakul a **hamis terméket vásárlók aránya és társadalmi összetétele** 2010 és 2019 között, vagyis mennyire elterjedt a hamisított termékek vásárlása, és mely társadalmi csoportok vesznek az átlagosnál nagyobb vagy kisebb valószínűséggel hamis terméket, termékcsoportokat.

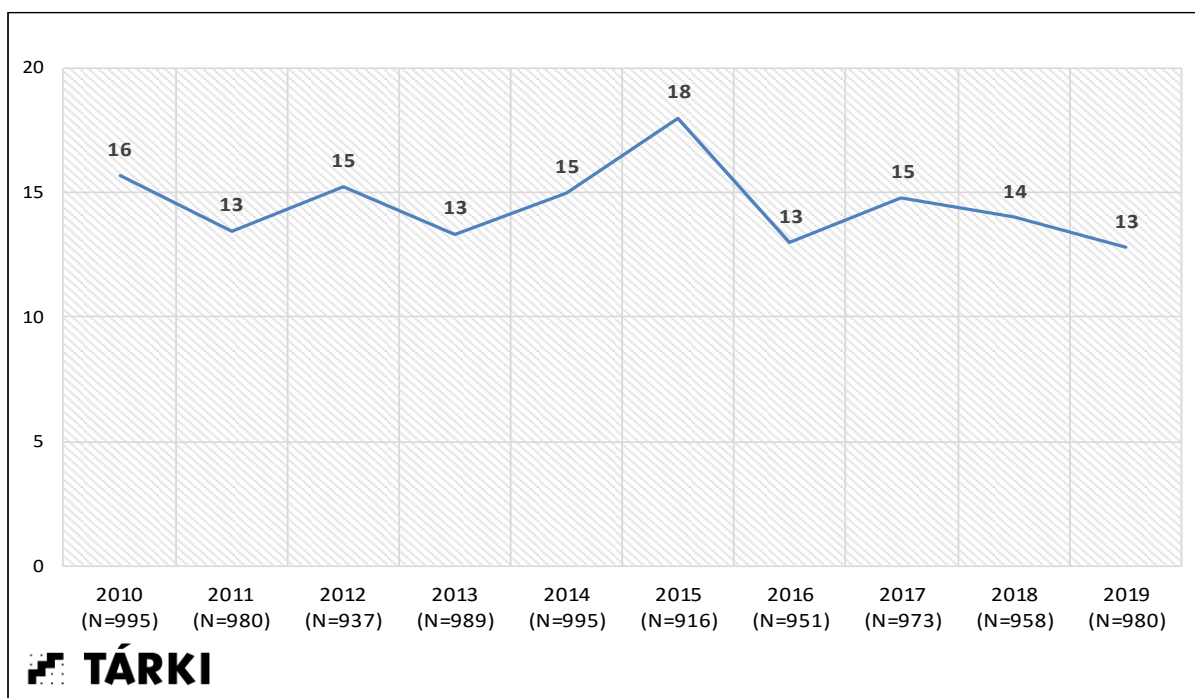
A mintába került személyektől megkérdeztük, hogy vásároltak-e az elmúlt egy évben hamis terméket. **A hamis árut vásárlók arányát a 10.1 ábra mutatja: 2010 óta ez az arány 13-18% között mozog.**

Ezt követően terméktípusonként is megkérdeztük, hogy vásároltak-e hamis terméket, és így összesítve a válaszokat magasabb vásárlási arányt tapasztaltunk (2010 és 2019 között 20-26%).⁴ A 10.2 ábra „Összesen” oszlopa azoknak a válaszadóknak az arányát mutatja, akik legalább egy termékcsoport esetében 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. 2019-ben **a válaszadók 20%-a vásárolt nem megbízható forrásból származó terméket vagy termékeket** a kérdezést megelőző egy évben.

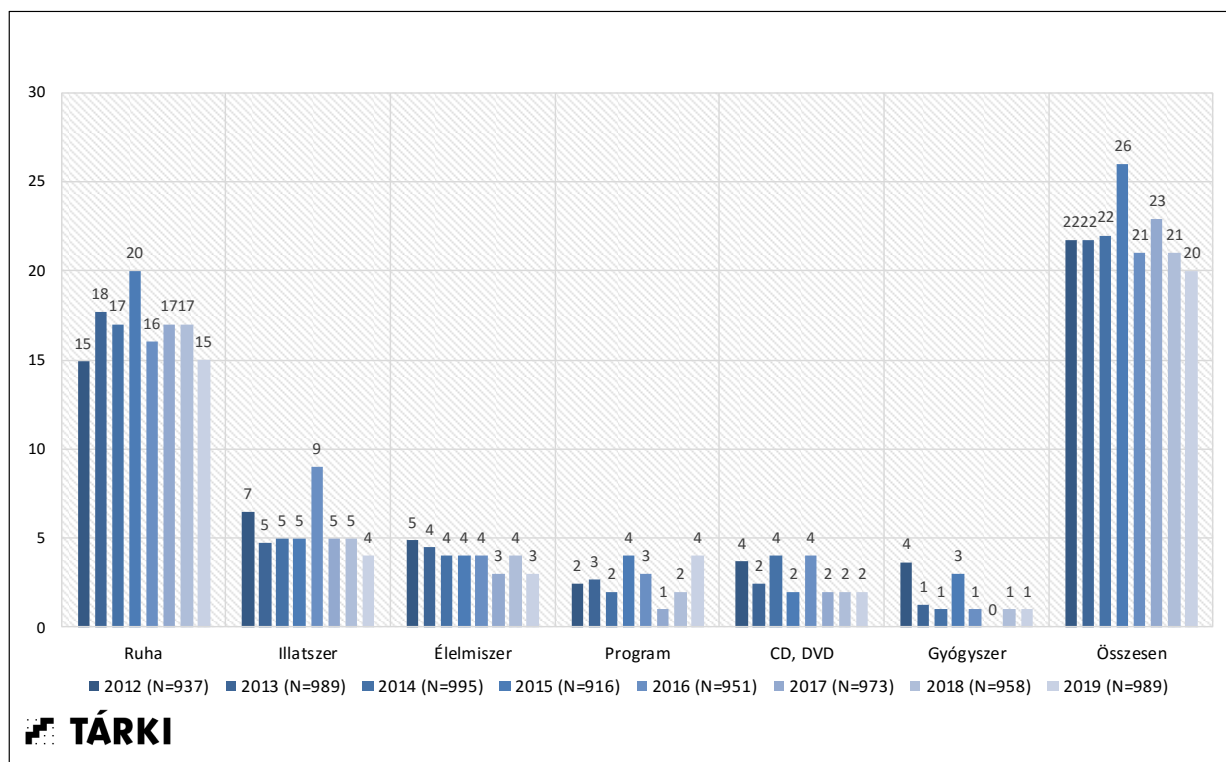
Termékcsoportonként vizsgálva a hamis termékeket vásárlók arányát, **folyamatos csökkenést** tapasztalhatunk, de ennek mértéke és üteme **némileg eltérően alakul az egyes árucikkek esetében.**

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, 2010-2019 között)



10.2 ábra: A hamisított termékek vásárlóinak alakulása (százalékos megoszlás, 2012-2019 között)⁵



⁵ A grafikonon 2012-2019 közötti adatok szerepelnek, azonban az elemzésben feltüntettük a korábbi évek (2010-2011) eredményeit is.

A korábbi évekhez hasonlóan **2019-ben is a legkelendőbb hamisított termék a hamisított márkás ruházat**: a válaszadók 15%-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 4% vásárolt, illegális programokat szintén 4% töltött le vagy fogadott el, nem megbízható forrásból származó élelmiszert 3%, CD-t vagy DVD-t 2%, nem patikából származó gyógyszert pedig csupán 1% vásárolt 2019-ben.

Megvizsgáltuk, hogy a különféle hamis termékek vásárlására mely társadalmi csoportok a leginkább és a legkevésbé hajlamosak, és azt találtuk, hogy **az életkor és a háztartás jövedelme statisztikailag szignifikáns összefüggést mutat a hamis termékek vásárlásával**. Az elemzések alapján elmondható, hogy a fiatal középkorúak (31-45 évesek), illetve bevételeik alapján az alacsony jövedelműek (első és második jövedelmi ötdöbe tartozók) vásároltak legnagyobb arányban hamis terméket a 2019-es felmérés szerint (a kérdés az adatfelvételt megelőző évre vonatkozott).

A vizsgálat további legfontosabb eredményei az alábbiakban foglalhatók össze:

- **Nemek** tekintetében nincs számottevő összefüggés a hamis termékcsoporthoz vásárlásában; férfiak és nők azonos arányban szerezték be a hamis árukat.
- **A kor** hatással van a hamis termékek fogyasztására: a különböző terméktípusok összegzett mutatója a **fiatalok és a fiatal középkorúak** csoportjában a legmagasabb: vásárlóerő szempontból ők képezik a legaktívabb korcsoportot.
- **A településtípus** mérete 2019-ben nem gyakorol szignifikáns hatást a hamis termékek vásárlásának gyakoriságára.
- **A jövedelem** – melynek nagysága alapján öt, nagyjából egyenlő csoportra osztjuk a válaszadókat – szintén magyarázza a hamis termékekkel kapcsolatos vásárlási szokásokat. **A két legalacsonyabb jövedelmi ötdöbe tartozó megkérdezettek az átlagosnál 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. 2019-ben a **válaszadók 67%-a számára a termék alacsonyabb ára játszott alapvető szerepet** (azért vásárolt hamis terméket, mert az „olcsó volt”), 55% szerint nem volt gond a termék minőségével, 40% említette, hogy nem játszott szerepet a döntésében a termék hamisított volta, – szüksége volt rá, ezért megvette, – és csupán 2% nevezett meg egyéb okot.

3.3. TERVEZETT ÉS VALÓS VÁSÁRLÁSI SZOKÁSOK ÖSSZEFÜGGÉSE

Ebben a fejezetben arra a kérdésre keressük a választ, hogy mennyire erős az összefüggés a megkérdezettek 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 megkérdezett 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, 2019)

	N	Igen, többször is vásárolt	Egy alkalommal vásárolt	Nem vásárolt	%
Hamis termék					
Nem vásárolna	797	2%	3%	95%	100
Talán vásárolna	157	31%	12%	58%	100
Igen, bármikor vásárolna	(31)	55%	3%	41%	100
Összesen	985	8%	5%	88%	100
Ruha					
Nem vásárolna	692	2%	2%	97%	100
Talán vásárolna	208	22%	17%	61%	100
Igen, bármikor vásárolna	79	42%	15%	43%	100
Összesen	978	9%	6%	85%	100
Illatszer					
Nem vásárolna	810	0%	1%	99%	100
Talán vásárolna	141	3%	12%	86%	100
Igen, bármikor vásárolna	(33)	9%	24%	67%	100
Összesen	984	1%	3%	96%	100
CD/DVD					
Nem vásárolna	797	0%	0%	99%	100
Talán vásárolna	139	2%	6%	92%	100
Igen, bármikor vásárolna	(47)	19%	0%	81%	100
Összesen	983	1%	1%	98%	100
Számítógépes program					
Nem vásárolna	792	1%	0%	99%	100
Talán vásárolna	140	7%	8%	85%	100
Igen, bármikor vásárolna	(43)	19%	12%	69%	100
Összesen	975	2%	2%	96%	100
Gyógyszer					
Nem vásárolna	914	0%	1%	99%	100
Talán vásárolna	69	0%	3%	97%	100
Igen, bármikor vásárolna	((9))	0	13%	87%	100
Összesen	991	0%	1%	99%	100
Élelmiszer, ital					
Nem vásárolna	892	0%	1%	99%	100
Talán vásárolna	95	18%	6%	76%	100
Igen, bármikor vásárolna	((7))	0%	0%	100%	100
Összesen	993	2%	1%	97%	100

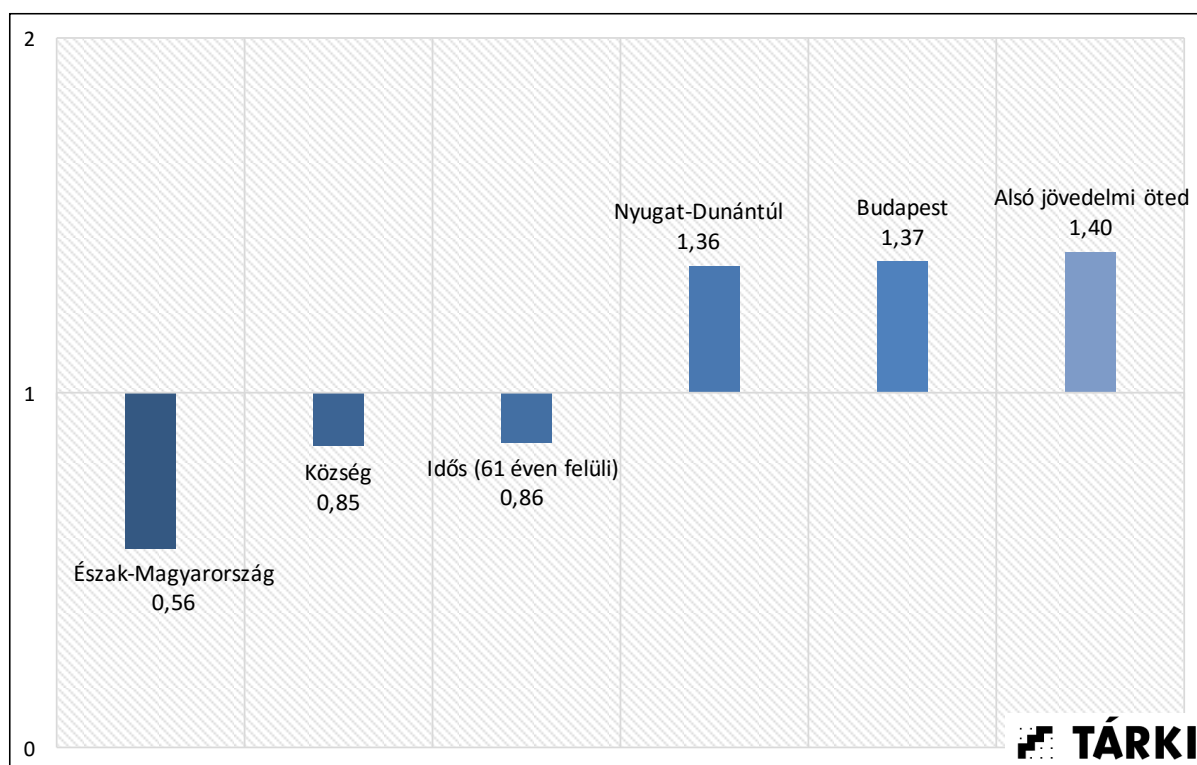
(): a sormarginális elemszáma 50 alatti
 (()): a sormarginális elemszáma 30 alatti

3.4. 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 nyugat-dunántúli régióban élők, a fővárosiak és az alacsony keresetűek**, ugyanakkor kisebb az esélye a hamis termék vásárlásának az észak-magyarországiak, a községben élők és az idősek körében.

11. ábra: A hamisított termék vásárlás esélyének legnagyobb eltérései az átlagostól (2019)



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

4.1. MIÉRT VÁSÁROLNAK AZ FOGYASZTÓK HAMIS TERMÉKEKET?

A kutatásban a hamis termék vásárlásának lehetséges okaira is rákérdeztünk. Az alábbi táblázatban foglaljuk össze a 2018-ban és 2019-ben felvett adatokat (2. táblázat).

2. táblázat: A hamis termék vásárlásának lehetséges okai (százalékos megoszlás, 2018 és 2019)

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	<u>70</u>	<u>72</u>	<u>88</u>	70	<u>95</u>	<u>77</u>	<u>91</u>
Nem volt gond a minőségével	59	62	78	<u>80</u>	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
2019	Általában (N=161)	Ruha (N=173)	Illatszer (N=46)	Élelmiszer (N=35)	CD, DVD (N=25)*	Program (N=12)*	Gyógyszer (N=15)*
Mert olcsó volt	<u>51</u>	<u>60</u>	44	43	43	53	20
Nem volt gond a minőségével	46	41	<u>45</u>	<u>66</u>	<u>60</u>	<u>67</u>	<u>47</u>
Nem is érdekelte, hogy hamis vagy nem, szüksége volt rá	31	30	25	18	34	10	30
Egyéb	2	0	0	0	0	0	9

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

* Alacsony esetszámok. Az eredmények tájékoztató jellegűek.

A korábbi években a hamis termékek megvásárlásának elsődleges motivációja az alacsony ár volt, azonban a 2019. évi adatfelvétel eredményei azt mutatják, hogy a hamis terméket vásárlók a hamisítványok minőségére is hangsúlyt fektetnek. **A hamis ruházati termékeken kívül – ahol továbbra is az eredetnél alacsonyabb ár a legmeghatározóbb – 2019-ben a hamis termékcsoportok választásának fő indoka azok kifogástalan minősége volt.** Az a típusú szkeptikus megközelítés, hogy „nem is érdekelt, hogy hamis vagy nem, szükségem volt rá”, – a tavalyi évhez képest – a válaszadók kisebb arányára jellemző (34%-10%).

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 mutatják, hogy azok, akik a hamis terméket annak alacsonyabb ára miatt választották, hajlandóak lettek volna az eredeti termék megvásárlására, ha az nem lett volna sokkal drágább a hamisnál. **2019-ben a hamis terméket vásárlók 72%-a választotta azt, hogy az eredeti terméket választotta volna, ha ahhoz olcsóbban tudott volna hozzájutni.**

3. táblázat: Eredeti terméket választott volna, ha nem lett volna sokkal drágább a hamisnál? (százalékos megoszlás, 2018 és 2019)

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
2019	Általában (N=83)	Ruha (N=103)	Illatszer (N=20)*	CD, DVD (N=11)*	Program (N=7)*	Gyógyszer (N=3)*	Élelmiszer (N=15)*
igen	72	73	83	61	81	30	45
nem	12	8	6	21	18	24	21
nem tudom	15	17	10	17	0	45	33
összesen	100	100	100	100	100	100	100

* Alacsony esetszámok. Az eredmények tájékoztató jellegűek.

4.2. TÁRSADALMI SZEMLÉLETFORMÁLÁS: A GYÓGYSZERHAMISÍTÁS VESZÉLYEIRE FIGYELMEZTETŐ FELHÍVÁSOK

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

2019-ben megkérdezettek 22%-a TV-ben látott a gyógyszerhamisítás veszélyeivel foglalkozó felhívást, 11%-a interneten, illetve további 5%-5% újságban, illetve rádióban találkozott ilyen témájú figyelmeztetéssel. Ennél kisebb arányban találkoztak a fogyasztók a gyógyszerhamisítás veszélyeivel foglalkozó hirdetési anyaggal a gyógyszertárak plakátjain (4%), míg a válaszadók 18%-a nem emlékezett arra, hogy találkozott-e ilyen témájú hirdetéssel az elmúlt hónapokban.

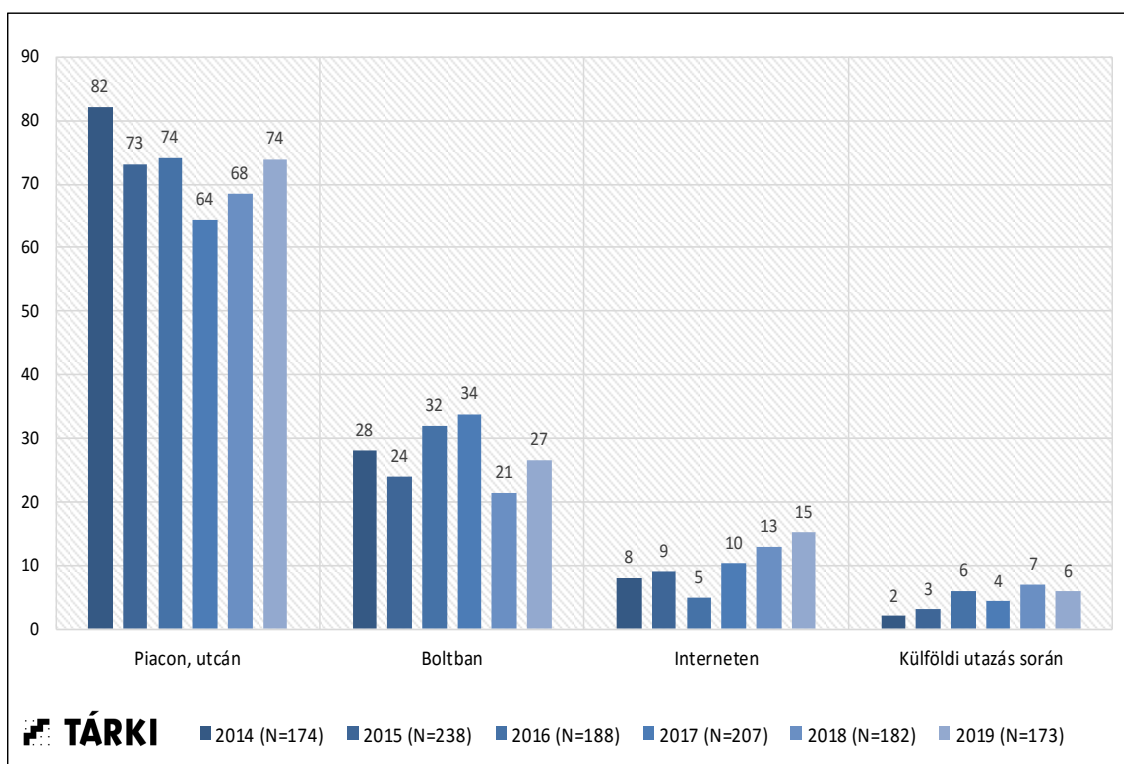
Össességében a magyar felnőtt lakosság 34%-a találkozott a gyógyszerhamisítás veszélyeivel foglalkozó hirdetéssel 2019-ben, mely a tavalyi évhez képest 10 százalékpontos emelkedést jelent. Idén a hirdetést átlagon felüli arányban látták a falvakban, illetve a nyugat- és dél dunántúli régiókban élők.

4.3. HOL VÁSÁROLNAK HAMIS TERMÉKEKET?

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

A hamisított márkás ruhát a vásárlók háromnegyede piacon vagy utcán szerzi be (74%), további 27% pedig boltban (is) vásárol ilyen terméket. A bolti vásárlás gyakorisága ingadozik: 2014 és 2017 között 10 százalékponttal emelkedett ezek gyakorisága (24%-ról 34%-ra), azonban 2018-ban látványosan lecsökkent (21%). Az interneten beszerzett termékek aránya 2010 és 2013 között minimális volt, 2014 és 2016 között stagnált, s 2017 óta növekvő tendenciát mutat (10%-ról 15%-ra emelkedett az említett időszakban). A külföldi utazás során vásárlók aránya a vizsgált években enyhén növekedett, 2019-ben a válaszadók 6%-a szerezte be ilyen módon a hamisított márkás ruházati terméket (12. ábra).

12. ábra: Hamis ruházati termékek vásárlásának helyszínei (százalékos megoszlás, 2014-2019 között)*

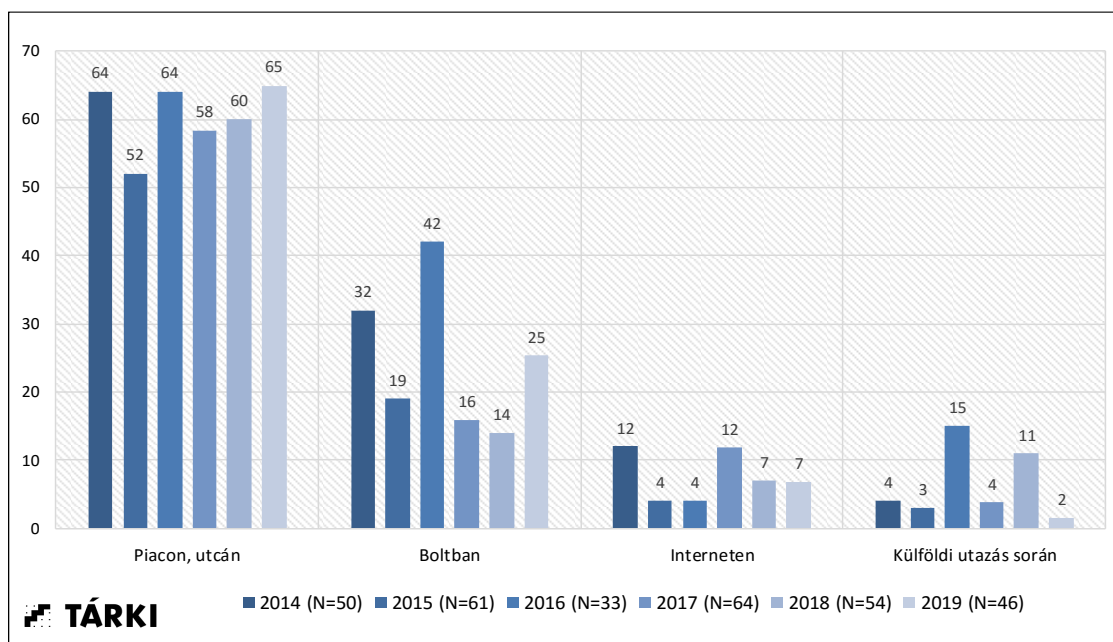


* Mivel a kérdés esetében több választ is meg lehetett jelölni az oszlopok összege meghaladhatja a 100%-ot.

⁷ Az ábrákon a 2014-2019. évi adatfelvétel eredményeit tüntetjük fel, ugyanakkor az elemzésben a korábbi kutatások (2010, 2011, 2012, 2013) eredményei is szerepelnek.

A ruhákhoz hasonlóan a hamis illatszer vásárlásának legfőbb helyszínei szintén a piac és az utca (65%), másodlagos helyszíne pedig az erre a célra szakosodott boltok (25%). 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. 2019-ben – a tavalyi évhez hasonlóan – a hamisított márkás illatszert vásárlók 7%-a szerezte be interneten keresztül ezt a terméket. A külföldi utazás során vásárlók aránya 2016-ban és 2018-ban volt a legmagasabb (15%, illetve 11%), míg idén ez az arány csupán 2% volt. (13. ábra).

13. ábra: A hamis illatszer vásárlás helyszínei (százalékos megoszlás, 2014-2019 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

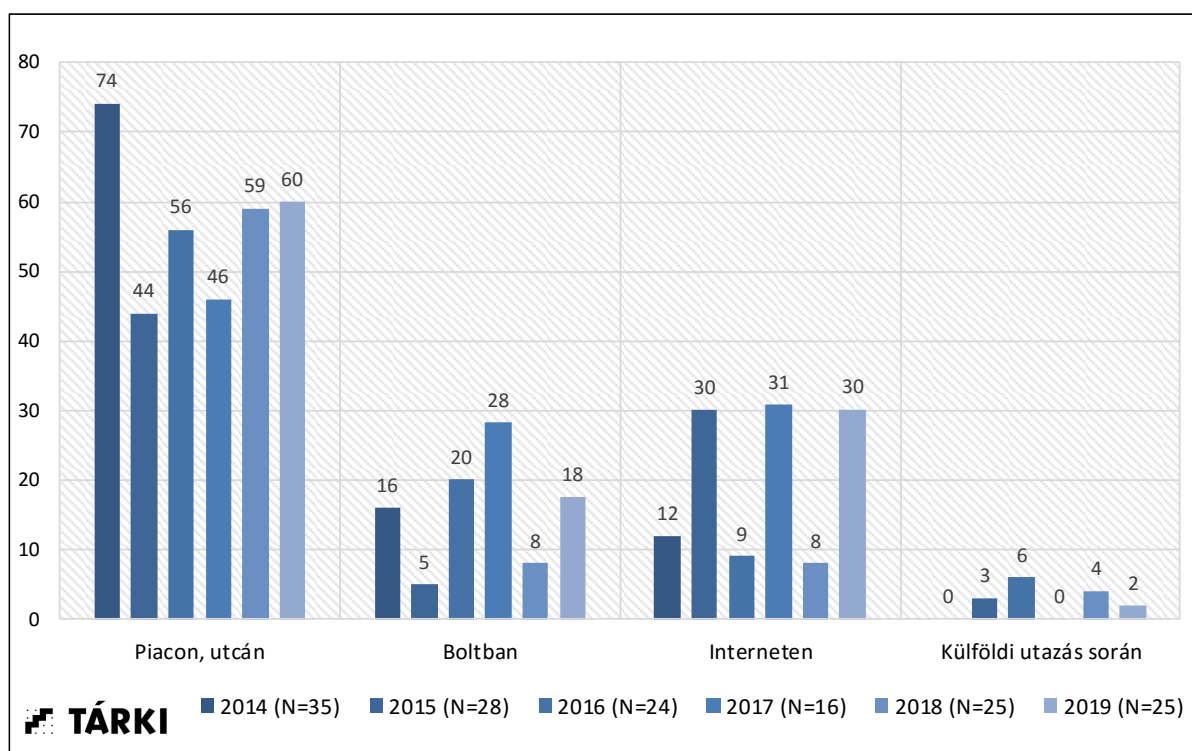
⁸ Látható, hogy a különböző csoportokba jutó alacsony elemszám hatására változnak – néhol kifejezetten radikális mértékben – az arányok, így az ehhez kapcsolódó elemzés statisztikai szempontok alapján nem tekinthető megbízhatónak. Ez a megkötés egyaránt vonatkozik az illatszerek, a CD, DVD-k vásárlóinak, 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, amely 2018-ban megtört. Idén a hamis adathordozókat boltokban beszerzők aránya 18%.

Az internetes rendelés aránya 2015-ben, 2017-ben és idén volt a legmagasabb (30, illetve 31%).

A vizsgált időszakban 0-6% között mozog a hamis CD-t és DVD-t külföldi utazás során beszerzők aránya, miközben **továbbra is a piac és az utca a hamis adathordozók beszerzések első számú helyszínei (60%)** (14. ábra).

14. ábra: A hamis CD, DVD vásárlás helyszínei (százalékos megoszlás, 2014-2019 között)*

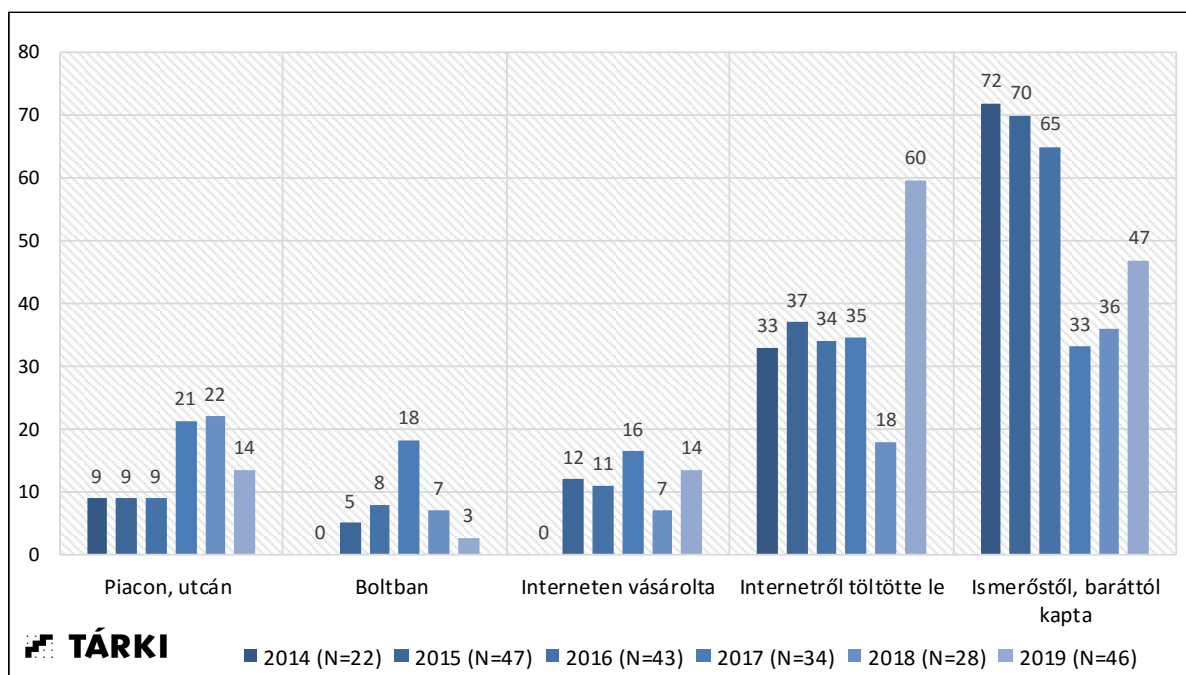


* Alacsony esetszámok; az eredmények tájékoztató jellegűek.

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. Általánosan jellemző, hogy a fogyasztók legmagasabb arányban az internetről töltötték le vagy ismerősüktől, barátaiktól szerezték be az illegális programot. 2018-ban az internetes letöltések aránya 17 százalékpontot csökkent, idén azonban kiugróan magas arányban jelölték ezt a lehetőséget a válaszadók (60%). Szintén magas arányban (47%) jelölték az „ismerőstől, baráttól kapta” válaszlehetőséget, ami azt a tendenciát erősíti, hogy **a legtöbben 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, 2014-2019 között)*

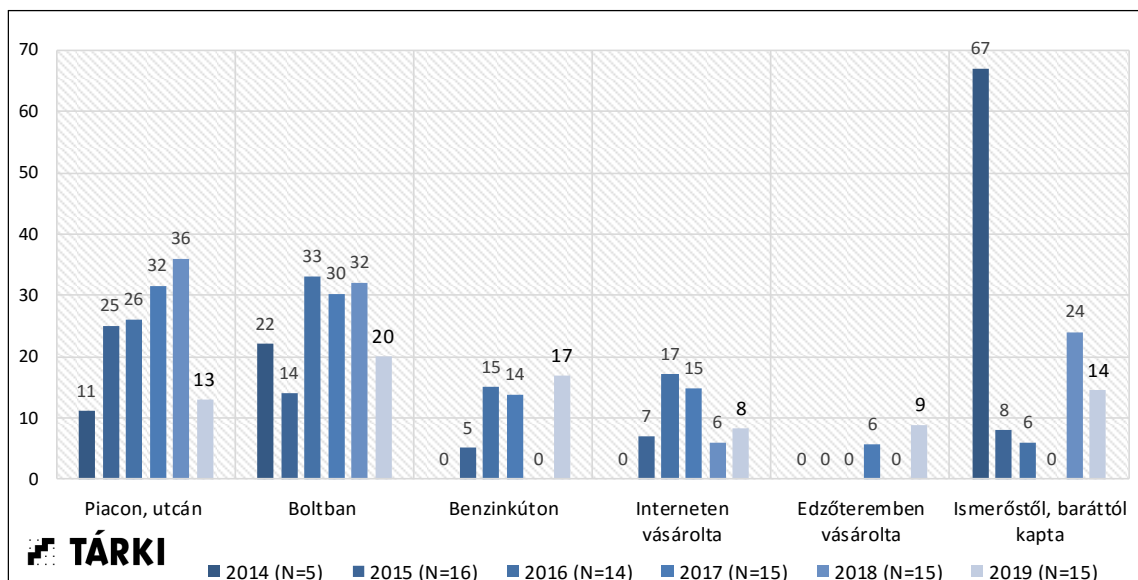


* Alacsony esetszámok; az eredmények tájékoztató jellegűek.

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

A nem megbízható forrásból származó gyógyszereket elsősorban boltban (20%) szereztek be az ilyen terméket fogyasztó válaszadók. A rendkívül alacsony elemszám és a számos kiugró érték miatt ezen eredmények csak tájékoztató értékűként szolgálhatnak (16. ábra).

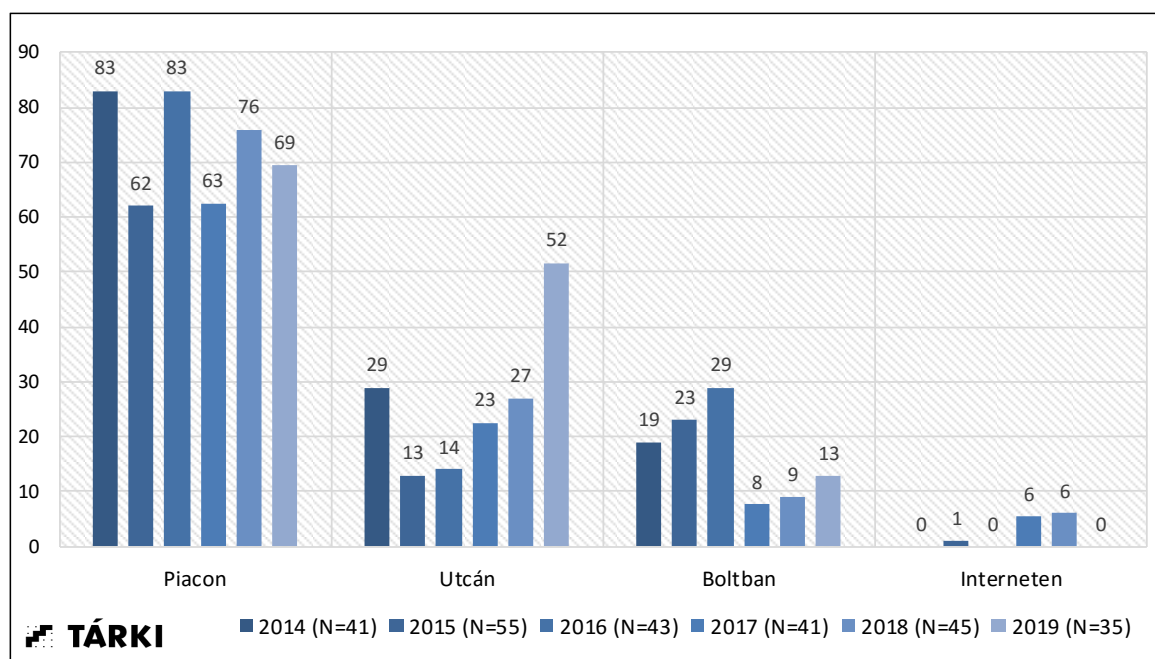
16. ábra: Nem patikából származó gyógyszer forrásai (százalékos megoszlás, 2014-2019 között)*



* 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 (69%) és az utcán (52%) szereztek be a válaszadók. Idén a tavalyi évhez képest 25 százalékponttal többen jelölték meg az „utcát” a nem megbízható forrásból származó élelmiszerek beszerzési helyeként. (17. ábra).

17. ábra: Nem megbízható forrásból származó élelmiszer forrásai (százalékos megoszlás, 2014-2019)*



* Alacsony esetszámok; az eredmények tájékoztató jellegűek.

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

4.4. HAMISÍTOTT TERMÉKEK AZ INFORMÁLIS PIACHELYEKEN⁹

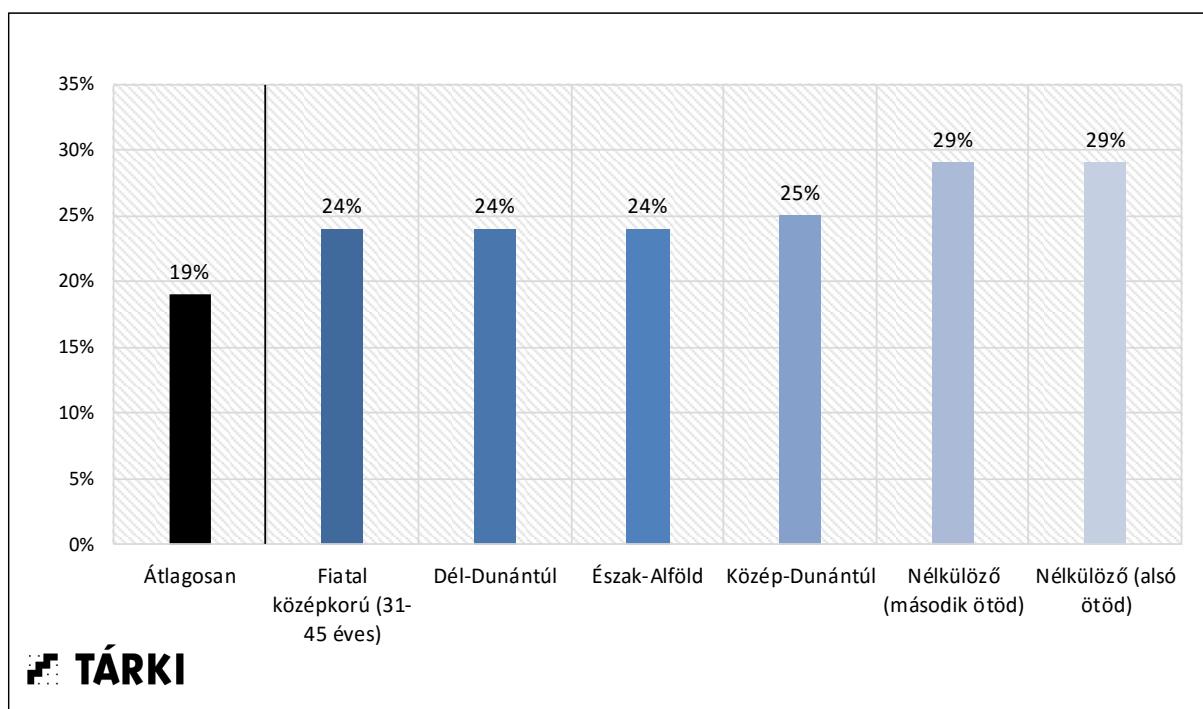
A vizsgált termékcsoportok közül ötöt (ruházat, illatszer, CD/DVD, gyógyszer és élelmiszer) tipikusan olyan termékek alkotják, amelyeket leggyakrabban a klasszikus informális gazdaságban (vagyis a piachelyeken és/vagy az utcán) vásárolnak az emberek.

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.

A megkérdezettek 19%-a vásárolt piacon valamilyen hamisított terméket 2019-ben.

A 18. ábra azokat a társadalmi csoportokat jeleníti meg, akik az országos átlaghoz képest magasabb arányban vásároltak hamisított termékeket az informális gazdaságban. Ezek alapján elmondható, - a korábbi évek tapasztalataival összhangban - piacon és/vagy az utcán leginkább a két legalsó jövedelmi ötödbe tartozók vásárolnak. Az országos átlaghoz képest tíz százalékponttal magasabb az alsó két jövedelmi ötödbe tartozók között a piacon és/vagy után hamisított termékeket beszerzők aránya.

18. ábra: A piacon és utcán vásárlók aránya egyes társadalmi csoportok körében (2019)



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

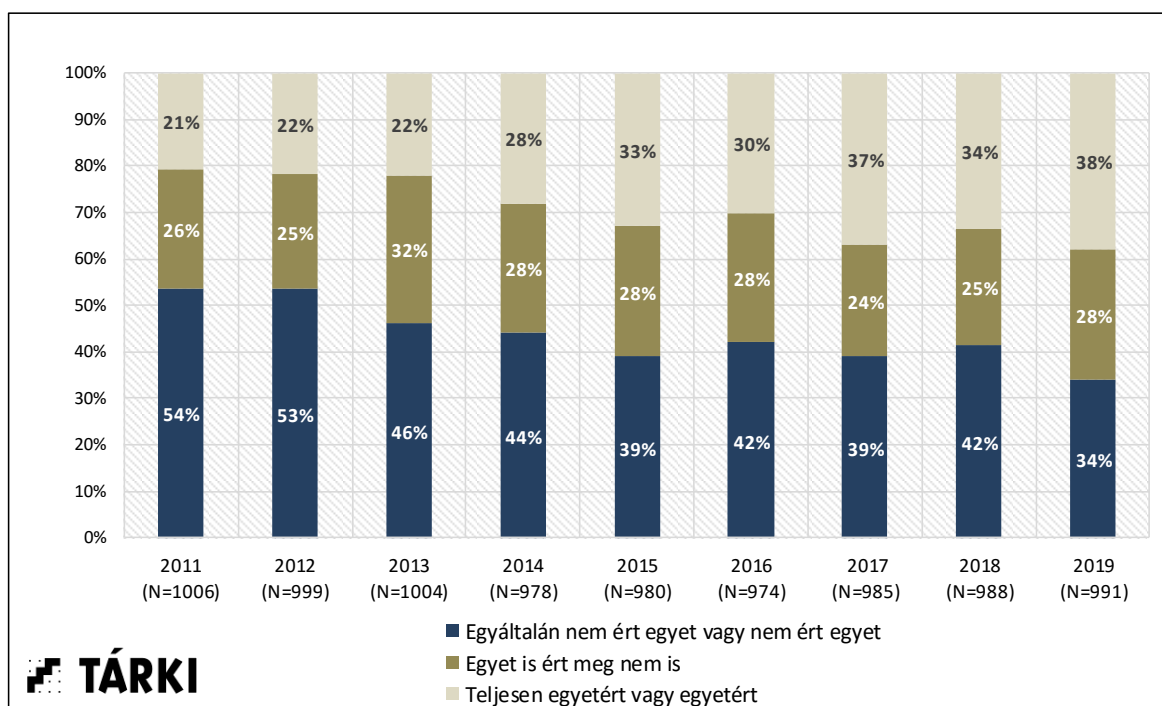
5.1. MÁRKAHŰSÉG ÉS A HAMIS TERMÉKEKHEZ VALÓ VISZONYULÁS

Ebben a fejezetben azt vizsgáljuk, hogy a megkérdezett fogyasztók 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 38%-a kimondottan a márkás ruhákat és cipőket preferálja, ugyanakkor a megkérdezettek háromnegyede számára nem fontos, hogy viseletük márkás legyen.

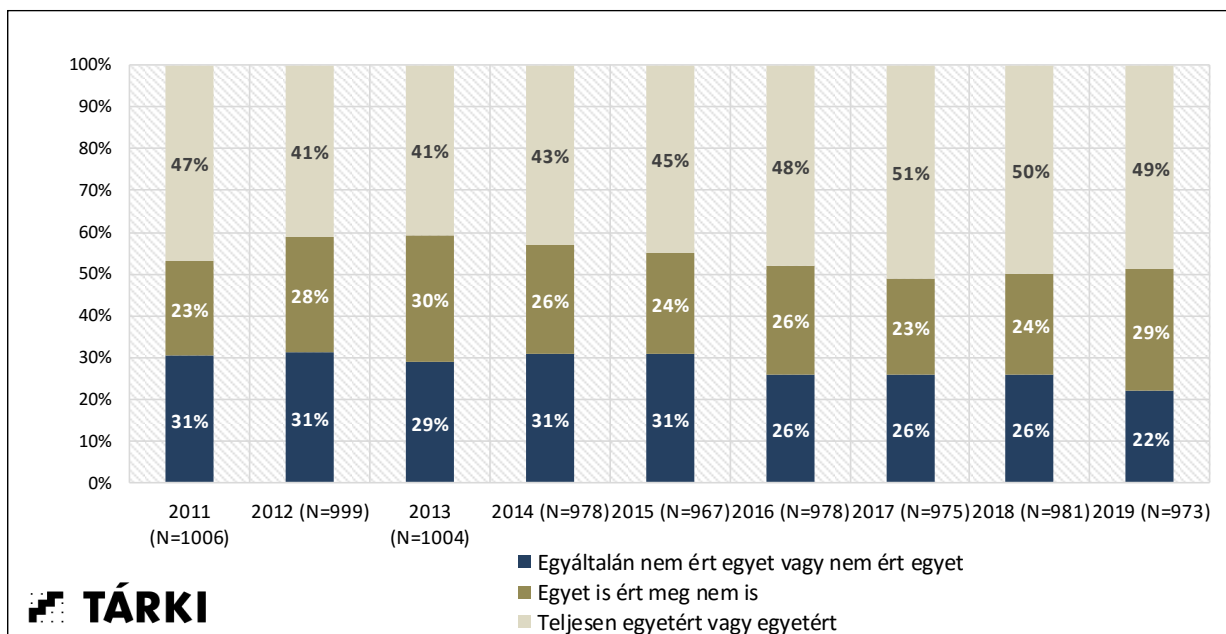
2011-től kezdődően a márkás ruházati cikkek iránti igény növekedését figyelhetjük meg. Míg 2011 és 2014 között 21-28% között mozgott azok aránya, akik számára fontos volt, hogy márkás legyen a ruha és a cipő, amit viselnek, addig ez az arány 2015-től kezdődően nem csökkent 30% alá (19. ábra).

19. ábra: Fontos, hogy márkás legyen az a ruha és cipő, amit viselek (százalékos megoszlás, 2011-2019)



Tízből öt válaszadó fontosnak tartja, hogy a márkás termék, amit visel, eredeti legyen. Ez az arány 2017 óta változatlan (49%-51% között stagnál) (20. ábra).

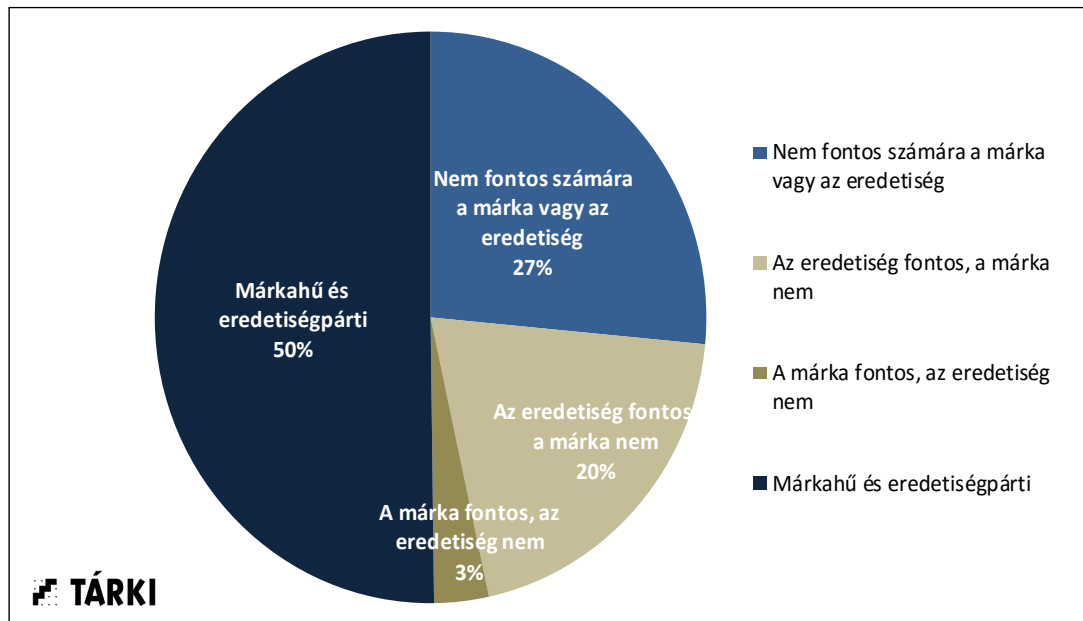
20. ábra: Fontos, hogy az a márkás termék, amit viselek, eredeti legyen (százalékos megoszlás, 2011-2019)



Az adatbázisból 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 tűnik. Az alapján, hogy a magyar fogyasztók mennyire tartják fontosnak, hogy ruhájuk márkás legyen, és hogy maga a ruha eredeti legyen, a népesség négy nagy csoportba osztható, amint ezt a 21. ábra is mutatja:

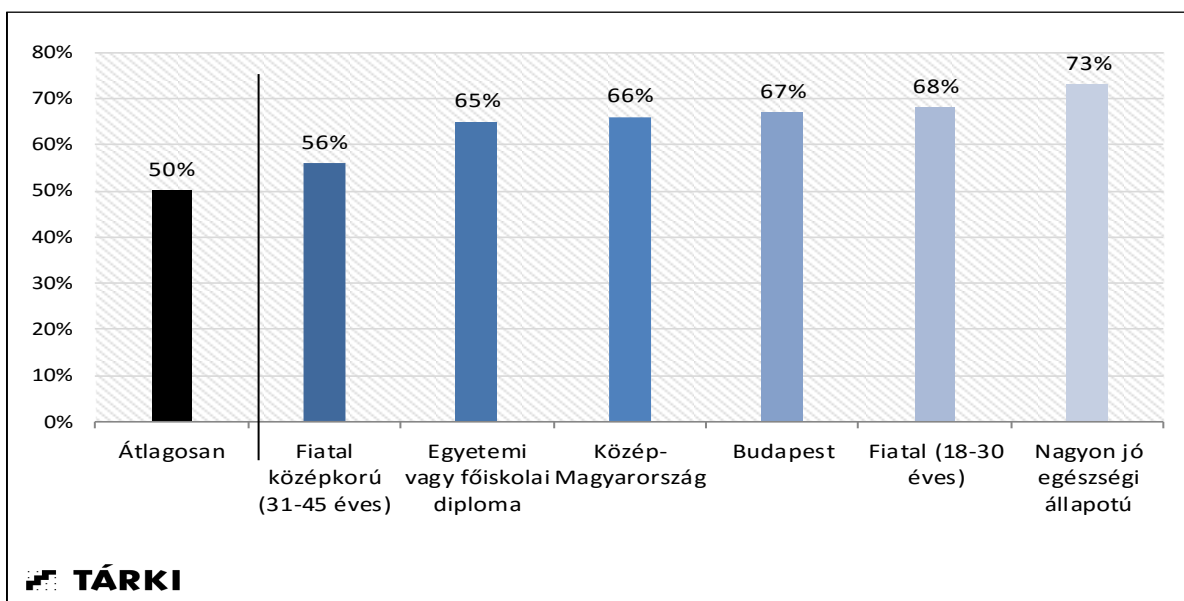
1. Az első, legnépesebb csoport, ahova a felmérésben résztvevők fele tartozik, a márkahűek és eredetiségpártiak csoportja. Számukra fontos, hogy a ruha, amit viselnek egyben márkás és eredeti legyen.
2. A második legnagyobb csoportot, ahova a felmérésben résztvevők több mint negyede (27%) tartozik, azok alkotják, akiknek nem fontos, hogy ruhájuk márkás legyen, illetve a márkás ruhadarabok esetében nem fontos szempont számukra a ruhadarabok eredetisége.
3. A harmadik, 20%-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, 2019)



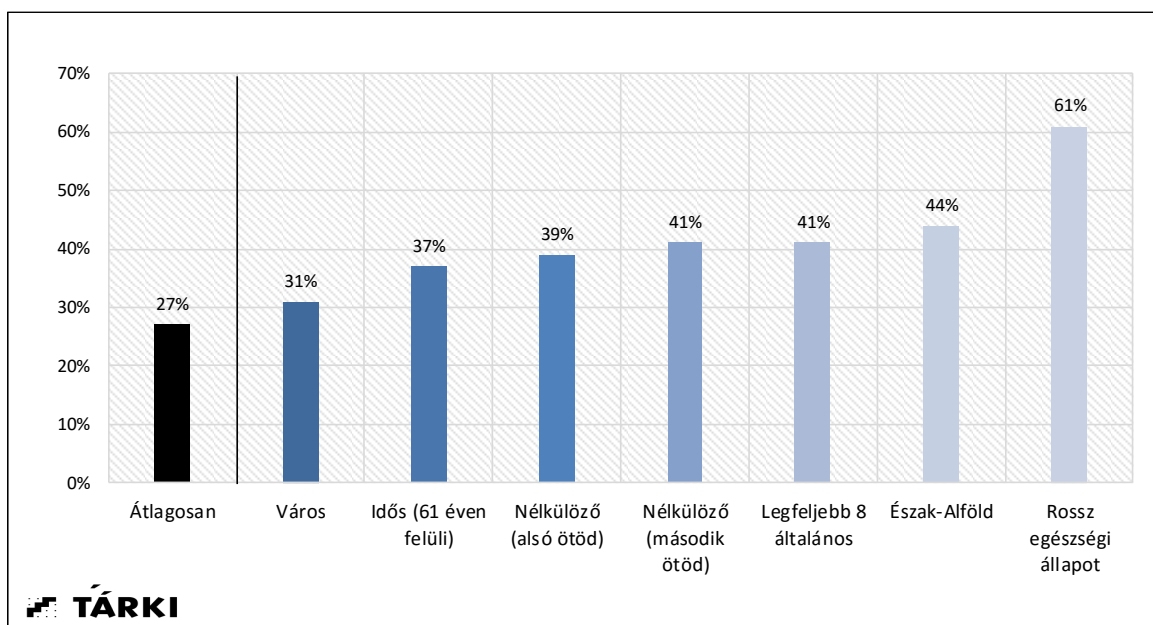
A tipikus márkahű és eredetiségpárti vásárlók jellemzően a fiatalok vagy fiatal középkorúak, a diplomások, a közép-magyarországiak és a nagyon jó egészségi állapotúak (22. ábra)¹⁰.

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



Azok a vásárlók, akik számára nem fontos a ruhák márkája, sem a márkás ruhák eredetisége, jellemzően alacsony iskolai végzettséggel rendelkeznek, 61 éven felüliek, a legalsó jövedelmi ötödbe tartoznak és szubjektív egészségi állapotuk nagyon rossz (23. ábra).

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



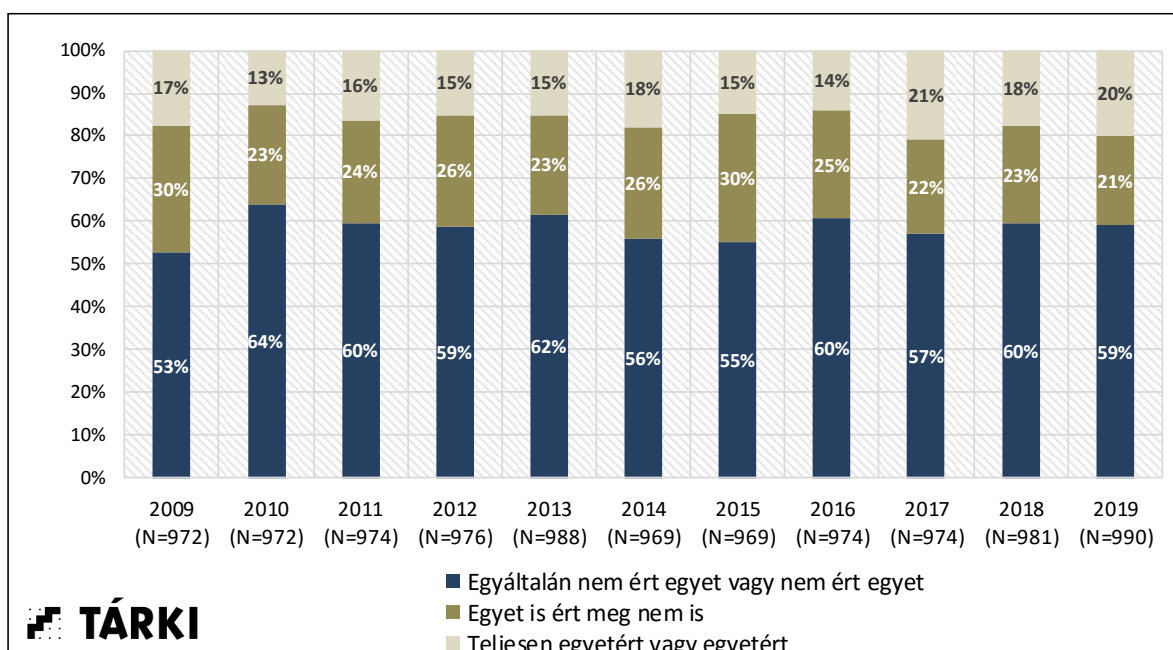
¹⁰ A feltüntetett százalékok azt jelölik, hogy a vizsgált dimenziókon belül (például: életkor, iskolai végzettség, régió és jövedelem) az adott csoport mekkora arányban alkotja az előbb ismertetett fogyasztói csoportokat. Az ábrákon azokat a társadalmi csoportokat szerepeltetjük, amelyek az országos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

5.2. MIT GONDOLNAK A MEGKÉRDEZETTEK A HAMIS TERMÉKEKRŐL?

A következőkben a hamisított, nem megbízható forrásból származó termékekkel kapcsolatos általános vélekedéseket összegezzük, illetve felvázoljuk a 2009 óta kirajzolódó trendeket, változásokat.

Az elmúlt években a megkérdezettek 13-21%-a gondolta azt, hogy egy hamisított termék minősége megegyezik az eredeti termék minőségével. 2017-ben értettek egyet a legtöbben (21%) azzal a kijelentéssel, hogy *a hamis termék van olyan jó minőségű, mint az eredeti*, s idén is ehhez hasonló (20%) arányt mértünk (24. ábra).

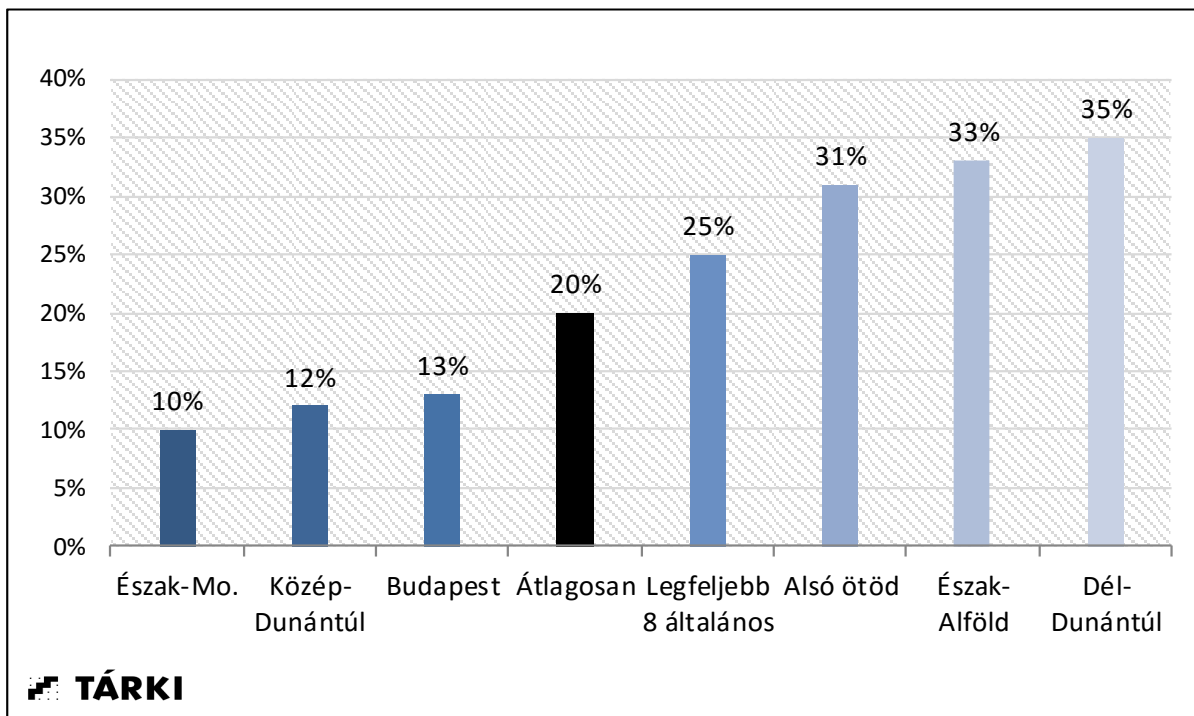
24. ábra: A hamis termék van olyan jó minőségű, mint az eredeti (százalékos megoszlás, 2009-2019)



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

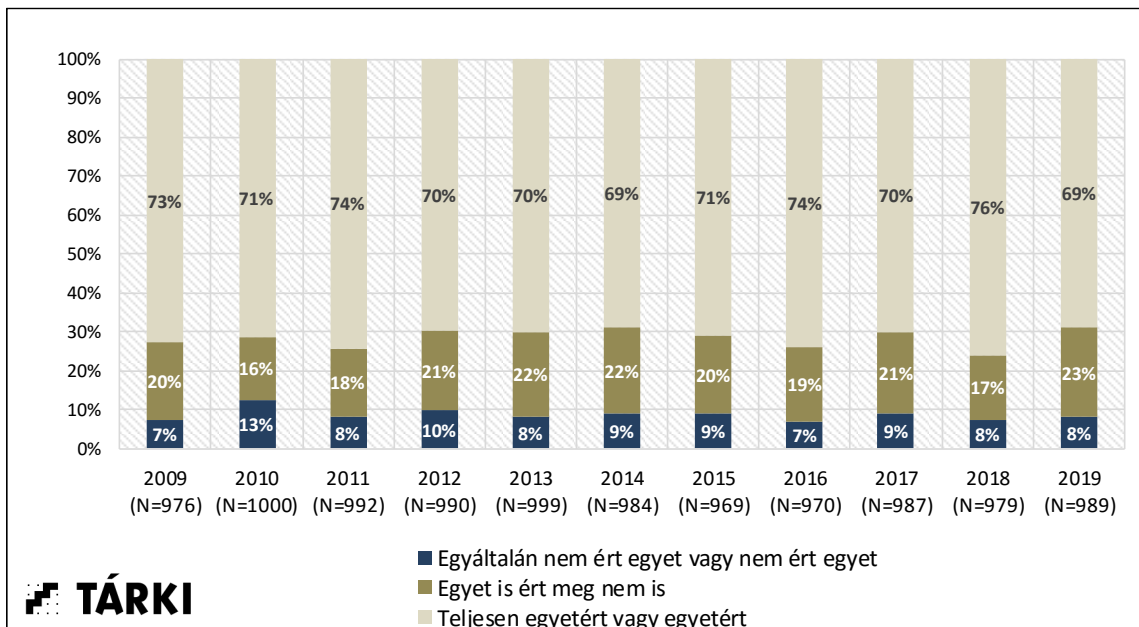
A legfeljebb 8 általános iskolai osztályt végzettek 25%-a, a legalsó jövedelmi ötödbe tartozók 31%-a, az észak-alföldiek 33%-a, a dél-dunántúliak 35%-a szerint a hamis termék van olyan jó minőségű, mint az eredeti. A legkevésbé az észak-magyarországi régióban élők (10%) vélekednek úgy, hogy a hamis termék 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, 2019)



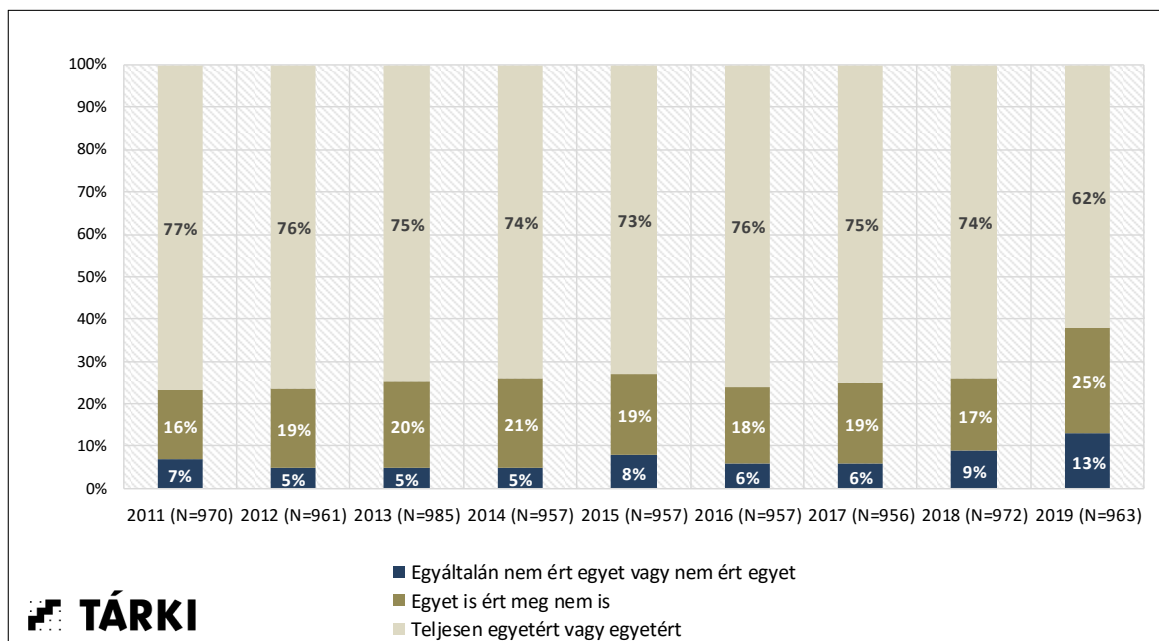
A válaszadók 69%-a szerint hosszú távon jobban megéri eredeti terméket vásárolni, mint hamisítottat, s csupán 8%-uk vélekedik ellenkezőképpen. Ez az attitűd nem változott a vizsgált időszakban, azonban tavalyhoz képest 7 százalékponttal csökkent azoknak az aránya, akik szerint idővel jobban megérül, ha eredeti terméket választják a hamis helyett (26. ábra).

26. ábra: Hosszú távon jobban megéri eredeti terméket vásárolni (százalékos megoszlás, 2009-2019)



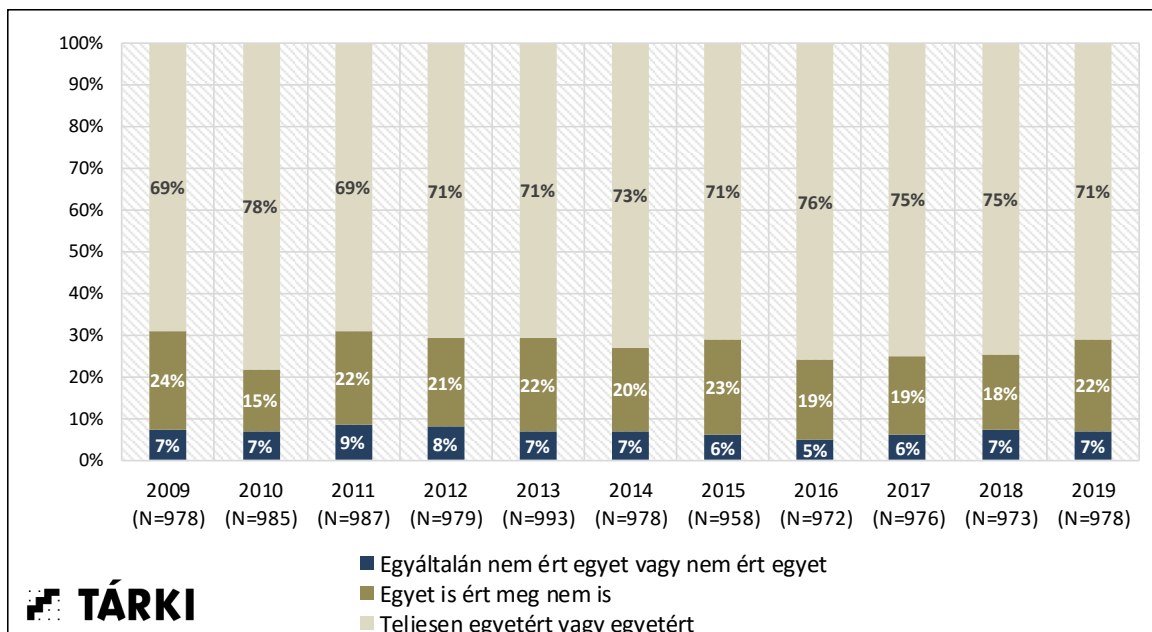
A magyar lakosság véleménye a gazdasági válság hatásáról a következőképpen alakul: 2011 és 2018 között a népesség körülbelül háromnegyede (73-77%) vélekedett úgy, hogy a válság mélyülésével párhuzamosan nőni fog a hamis termékek iránti kereslet. 2019-ben azonban ennél alacsonyabb arányban (62%) értettek egyet ezzel az állítással a válaszadók, s megnövekedett a bizonytalanok (25%) és az egyet nem értők aránya (13%) (27. ábra).

27. ábra: A gazdasági válság miatt többen vesznek hamis vagy bizonytalan eredetű, de olcsó terméket (százalékos megoszlás, 2011-2019 között)



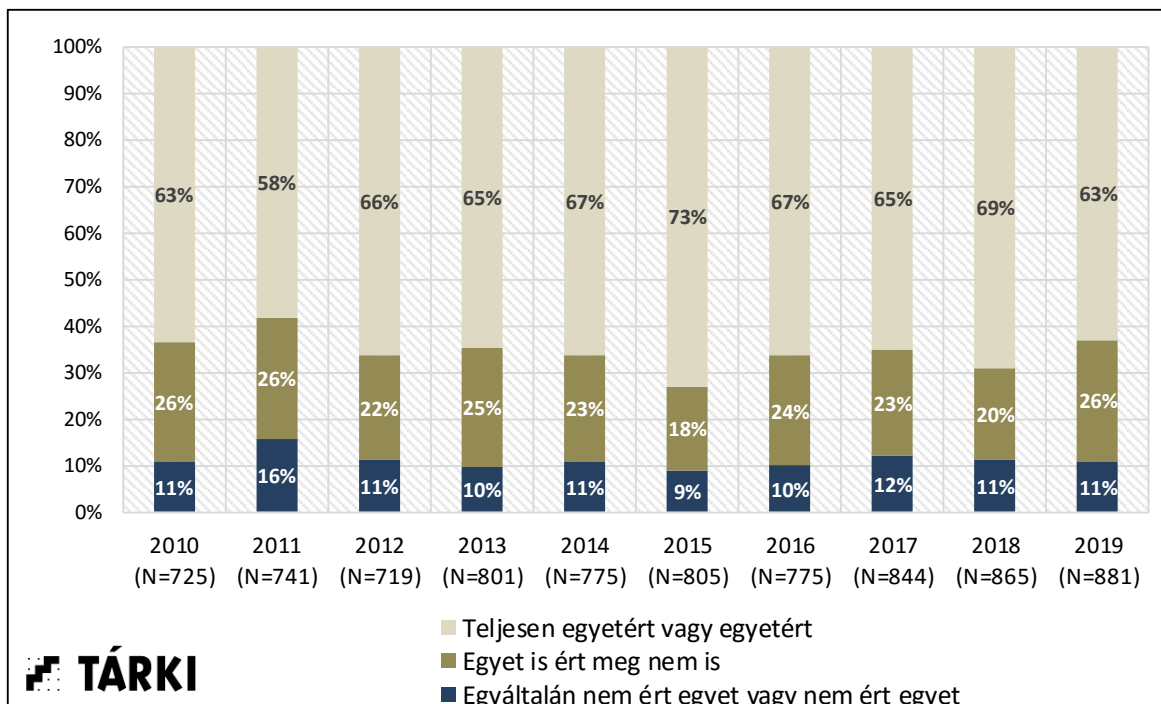
A hamisított termékek egészségkárosító hatásáról a lakosság vélekedése változatlan: a népesség háromnegyede egyetért azzal az állítással, hogy a hamis termékek veszélyesek lehetnek az egészségre. Ez az arány 2010-ben volt a legmagasabb (78%), majd 2011-re visszaesett – a 2009-ben is mért – 69%-ra, s azóta csak kisebb elmozdulásokat tapasztaltunk: **idén 71% azok aránya, akik szerint a hamis termékek veszélyesek lehetnek az egészségre (28. ábra).**

28. ábra: A hamis termékek veszélyesek lehetnek az egészségre (százalékos megoszlás, 2009-2019)



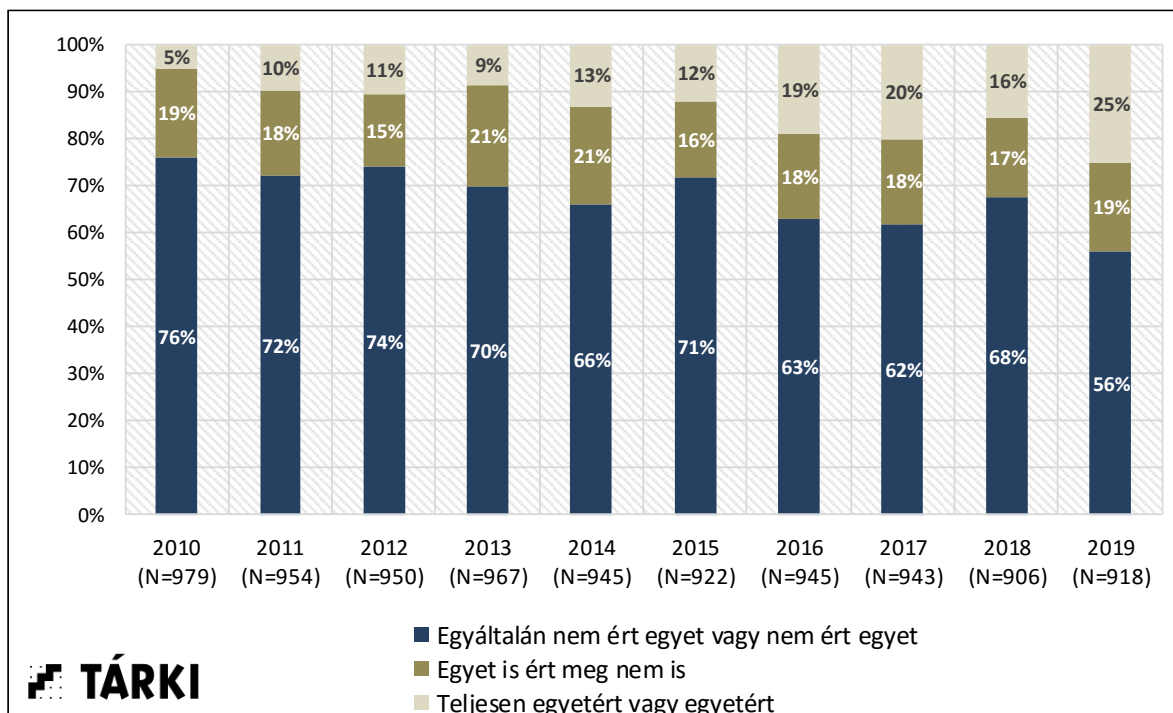
Az interneten vásárolható gyógyszerek eredetiségének megítélésében is kritikusak a megkérdezettek: **63% szerint az interneten megvásárolható gyógyszerek döntő többsége hamis, és csupán 11% van meggyőződve ennek ellenkezőjéről, míg 26% nem foglal állást a kérdésben (29. ábra).**

29. ábra: Az interneten kínált gyógyszerek döntő többsége hamis (százalékos megoszlás, 2010-2019)



A megkérdezettek 25%-a válaszolta azt, hogy a hamis termékek megvásárlásával büszkélkedni lehet. A vizsgált periódusban a lakossági vélemények megengedőbb irányba tolódtak: 2010-ben még 76% ellenezte a büszkélkedő magatartást, azonban 2019-ben csak 56% az egyértelmű elutasítók aránya, mely a vizsgált időszakon belül mért legalacsonyabb elutasítási arány (30. ábra).

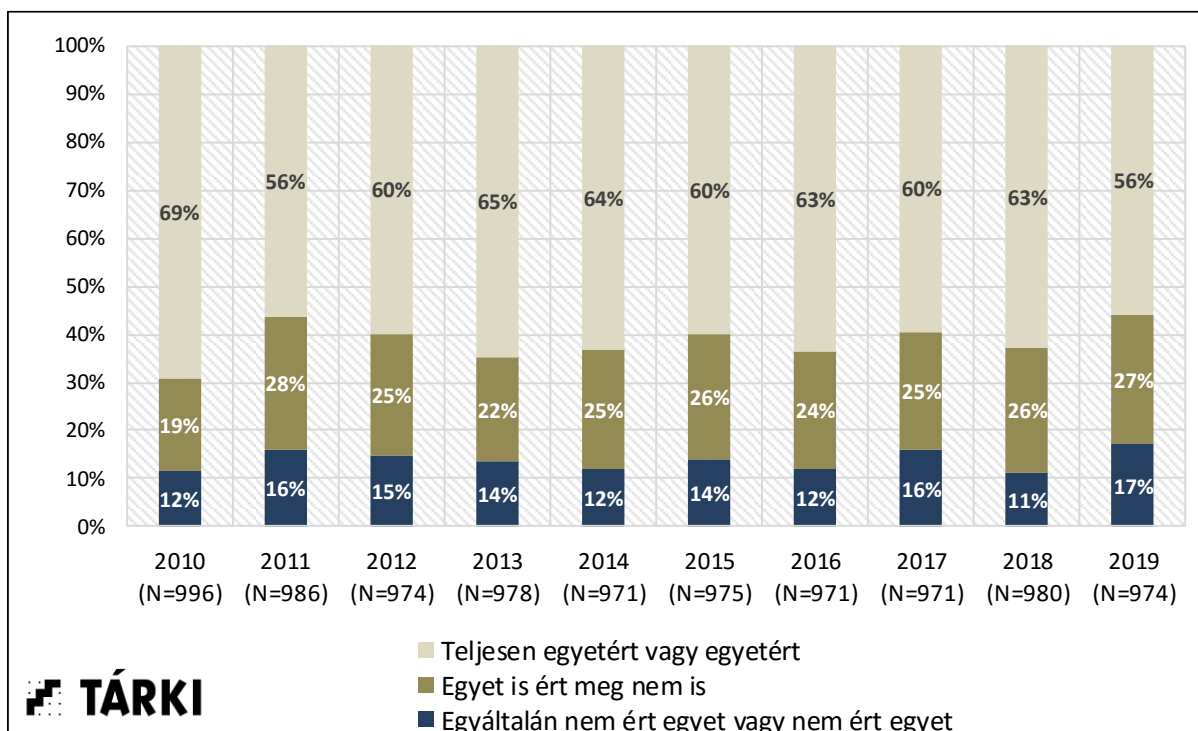
30. ábra: A hamis termékek birtoklását nem kell titkolni, sőt büszkélkedni lehet azzal, hogy milyen jó üzletet csináltunk (százalékos megoszlás, 2010-2019 között)



5.3. MIT GONDOLNAK A MEGKÉRDEZETTEK A HAMIS TERMÉKEKET FORGALMAZÓK ÉS VÁSÁRLÓK BÜNTETHETŐSÉGÉRŐL?

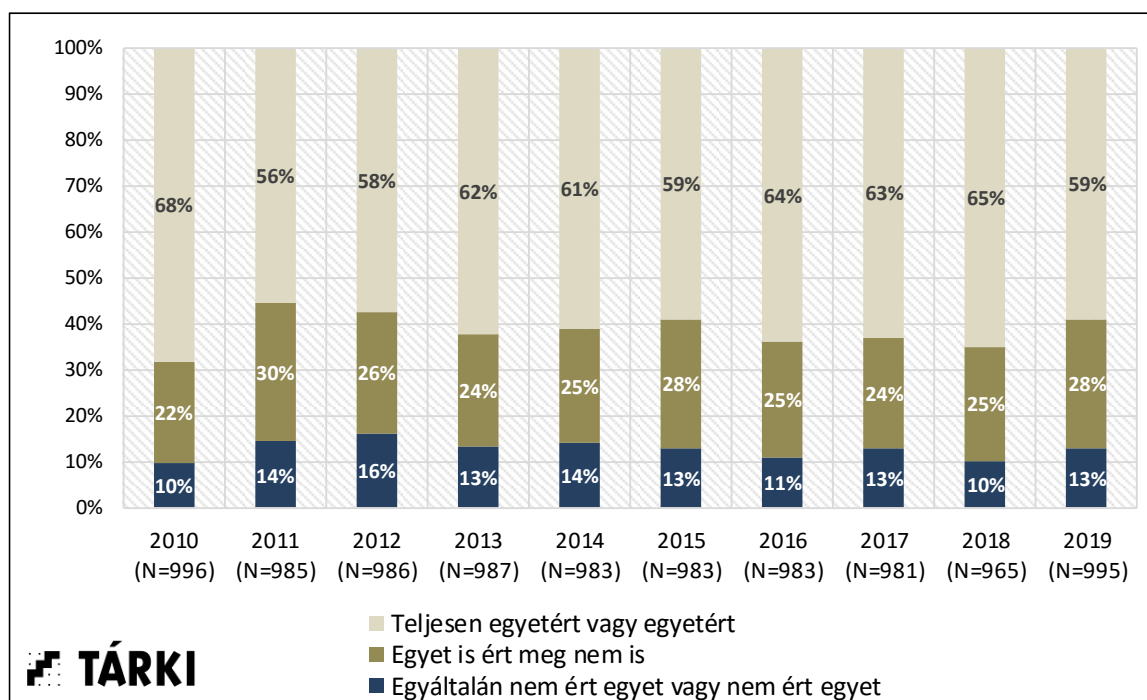
A lakosság továbbra is szigorúan ítéli meg a hamis termékek árusítását: **56%-uk bűncselekménynek tartja a hamisítványok eladását, 35%-uk pedig a hamisított termékek fogyasztóit is felelősségre vonná.** A megkérdezettek 17%-a szerint nem törvénybeütköző a hamis áruk terjesztése, miközben a felmérésben résztvevők több mint negyede (27%) nem foglal állást a kérdésben. Az idősoros ábrán kirajzolódik, hogy a hamisítványok terjesztését a korábbi évekhez képest kisebb arányban értékeli a lakosság bűncselekményként (a tavalyi évhez képest 7 százalékponttal csökkent azoknak az aránya, akik teljes mértékben egyetértenek vagy egyetértenek azzal, hogy „aki hamisítványt árul, bűncselekményt követ el”) (31. ábra).

31. ábra: Aki hamisítványt árul, bűncselekményt követ el (százalékos megoszlás, 2010-2019 között)



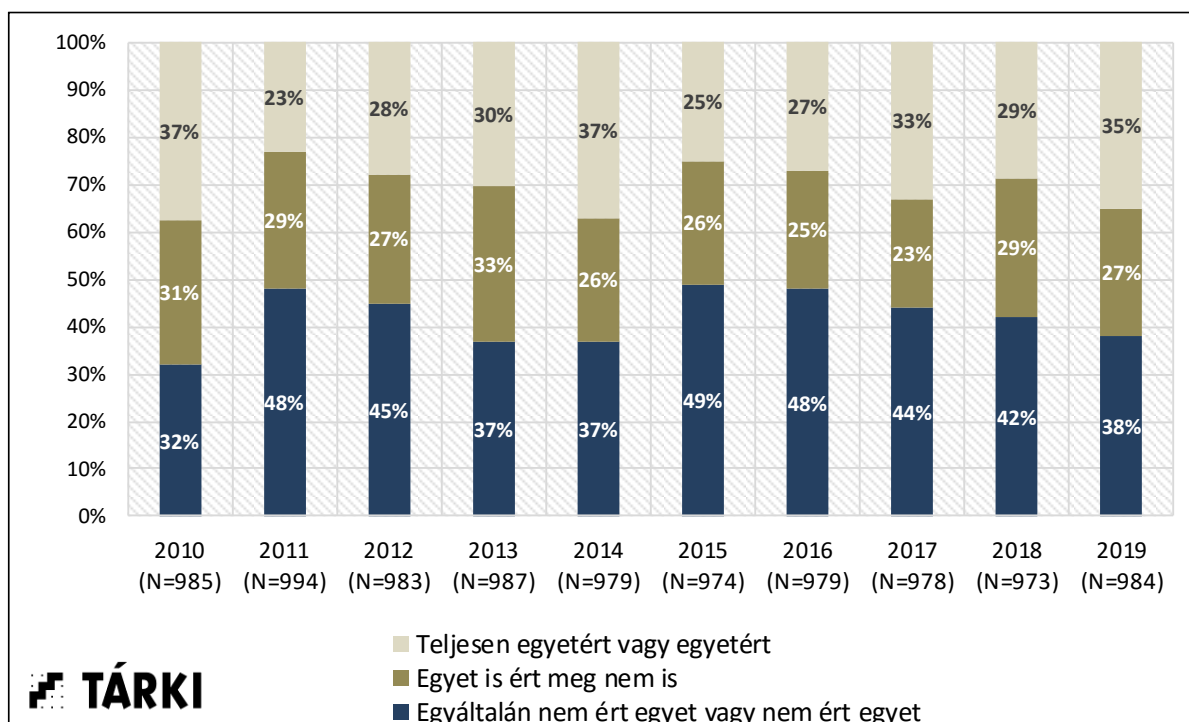
A tavalyi adatfelvétel óta 6 százalékponttal csökkent azoknak az aránya, akik szigorúbban lépnének fel a hamisítókra és a hamisítványok terjesztőivel szemben. **A lakosság 59%-a büntetné a mostaninál szigorúbban a hamisítókat és a terjesztőket**, viszont 13%-uk megengedőbben járna el velük szemben (32. ábra).

32. ábra: Szigorúbban kellene büntetni a hamisítókat és a hamisítványok terjesztőit (százalékos megoszlás, 2010-2019 között)



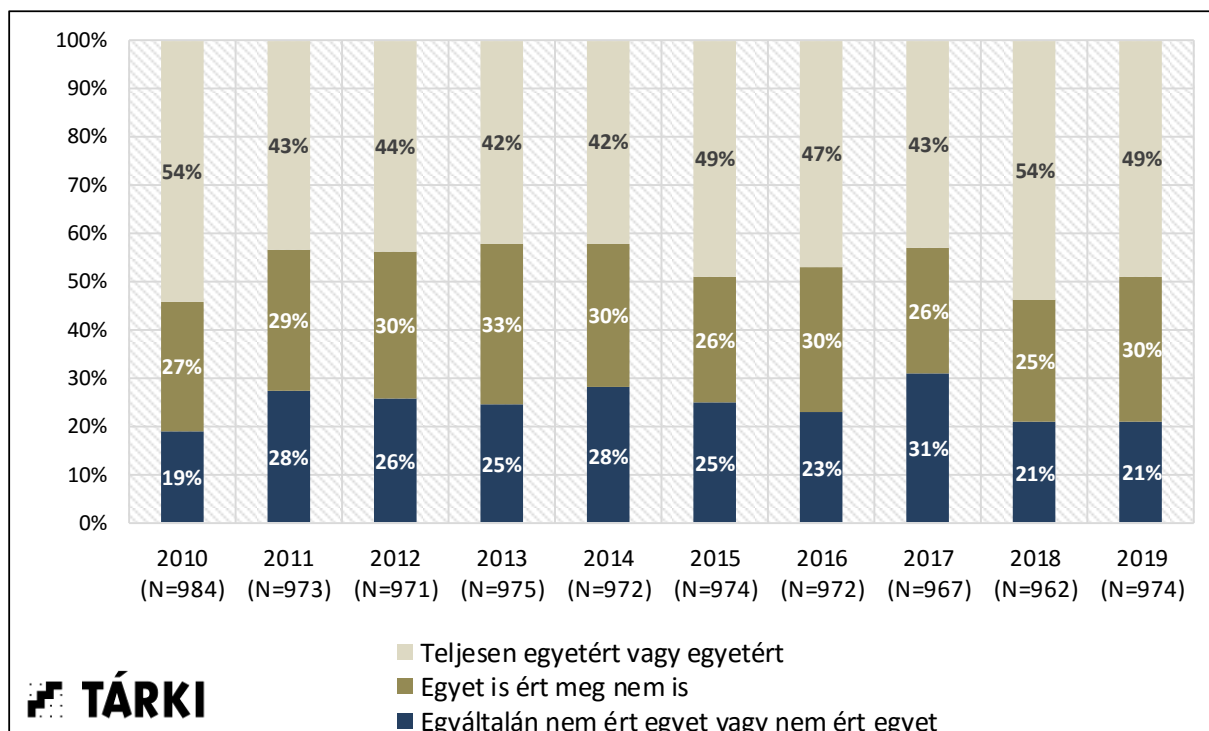
A magyar lakosság több mint harmada (35%) felelősségre vonná a hamis termékek vásárlóit is. Ebben a tekintetben 2011 és 2014 között: 2011-ben még csak a Magyarországon élők 23%-a vélekedett így, 2012-2013-ban 28-30%-os arányt tapasztaltunk, 2014-ben pedig 37%-ot. 2015-re ez az arány a négy évvel ezelőtti szintre esett vissza (25%), de 2016-ban és 2017-ben újra növekedést mértünk (27%, majd 33%). A növekedési trend 2018-ban megtört (29%), azonban idén ismét 30% felett van azoknak az aránya, akik a hamis termékek vásárlóit is felelősségre vonnák (33. ábra).

33. ábra: A hamis termékek vásárlóit is felelősségre kellene vonni (százalékos megoszlás, 2010-2019)



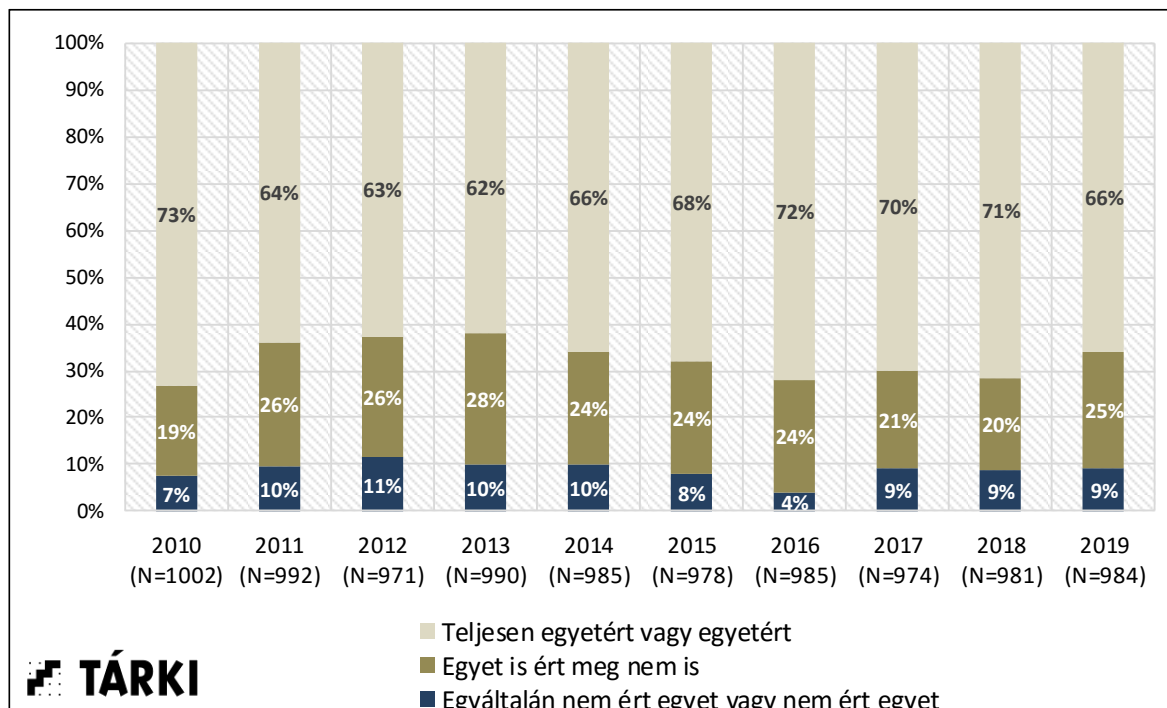
A megkérdezettek 49%-a gondolja úgy, hogy a törvényi szabályozás elrettentheti az embereket a hamis termékek megvásárlásától, míg a népesség 21%-a nem hisz ebben, közel harmada (30%) pedig bizonytalan a törvény elrettentő erejével kapcsolatban (34. ábra). A vizsgált perióduson belül 2010-ben és 2018-ban bíztak a legtöbbben (54-54%) a törvény elrettentő erejében.

34. ábra: A hamis termék vásárlásától elrettentheti az embereket a törvény szigora (százalékos megoszlás, 2010-2019 között)



A korábbi években (2011-2015 között) a magyar lakosság 62-68% gondolta, hogy az ellenőrzések gyakoriságának és hatékonyságának növelésével lehetne fellépni a hamisítók ellen, miközben 10% nem ebben az eszközben látta a megoldást. 2016 és 2018 között tovább növekedett azoknak az aránya, akik a gyakoribb és hatékonyabb ellenőrzéseket szorgalmaznák: ekkor a megkérdezettek 70-72%-a vélekedett így. 2019-ben kismértékű változást tapasztaltuk: **66% azoknak az aránya, akik szerint fontos a gyakoribb és hatékonyabb ellenőrzés, míg csupán 9% nem ért egyet ezzel (35. ábra).**

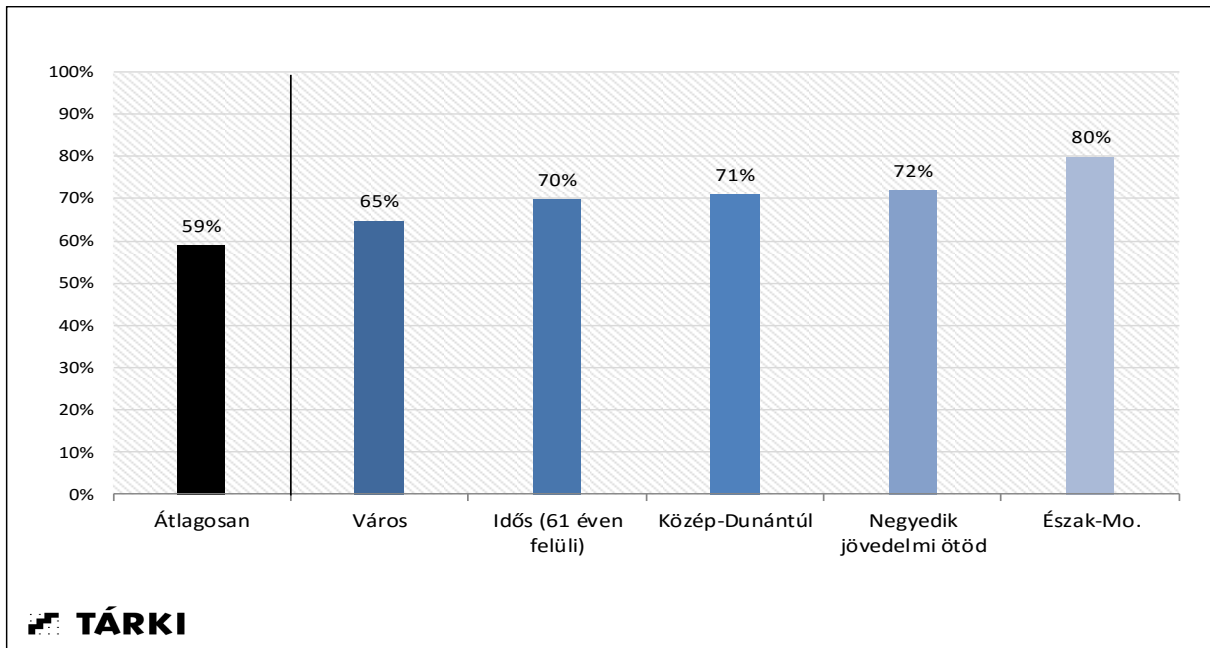
35. ábra: A hamisítványok kiszűrése érdekében gyakoribb és hatékonyabb ellenőrzésre van szükség (százalékos megoszlás, 2010-2019 között)



A hamisítót vagy a fogyasztót büntetnék inkább a magyarok?¹¹

A hamisítók büntetésének szigorítására az életkor, a jövedelem és a lakóhely jellege, illetve a régió gyakorol hatást. Jellemzően a városokban élők, az idősek, a magasabb jövedelműek, valamint az észak-magyarországi és a közép-dunántúli régióban élők körében tapasztalható a legnagyobb szigorúság a hamisítókkal és a hamisítványok terjesztőivel kapcsolatban (36. ábra).

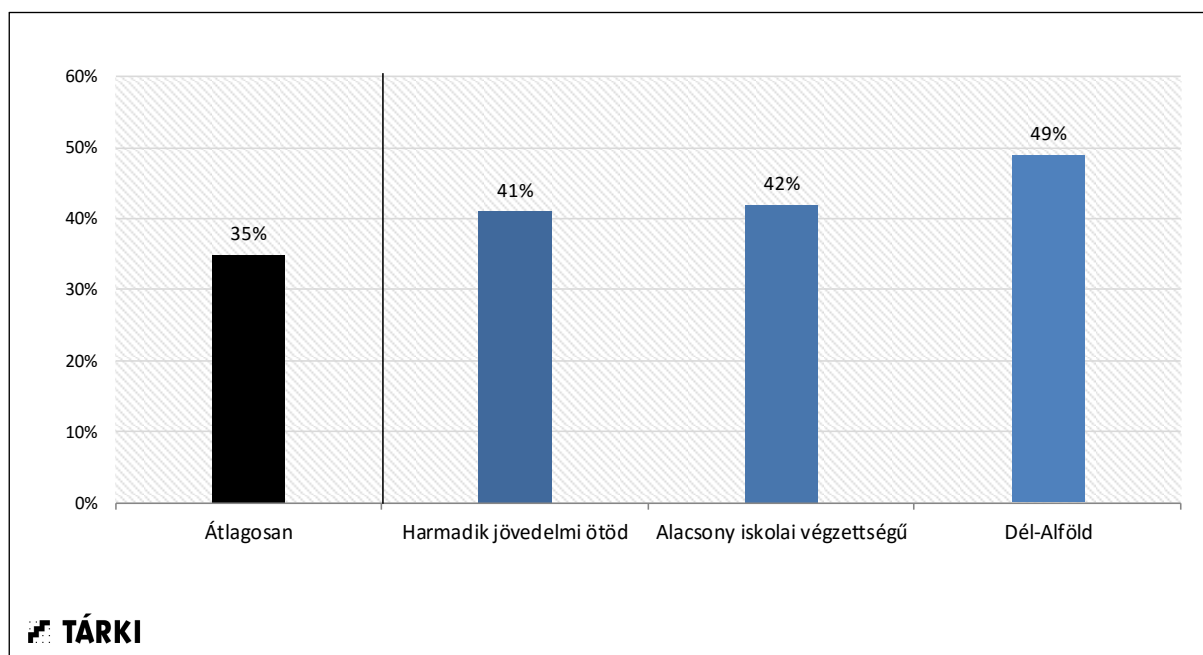
36. ábra: Azok aránya, akik a hamisítókat és terjesztőket büntetnék (2019)



A hamis termékek fogyasztóit az átlagnál szigorúbban büntetnék az alacsony iskolai végzettségűek, illetve a dél-alföldi régióban élők. Azonban – ahogy a 37. ábrán látható – az egyes szocio-demográfiai csoportok között nem találhatók lényeges eltérések ebben a tekintetben.

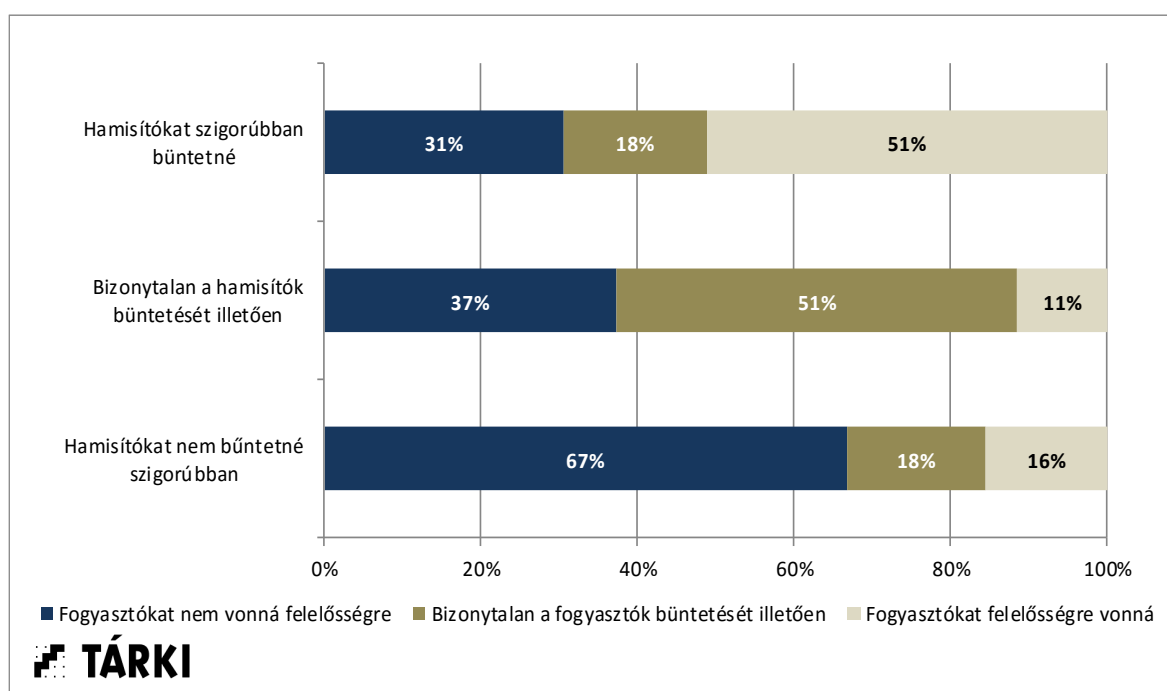
¹¹ Annak érdekében, hogy világosabban lássuk a határozott véleménnyel rendelkezőket, az elemzés ezen részéből kihagyjuk a bizonytalanokat.

37. ábra: Azok aránya, akik a hamis termékek fogyasztóit is büntetnék (2019)



Jellemzően együtt mozognak a vélemények a fogyasztók és a hamisítók büntethetőségéről, azzal a kitételrel, hogy a fogyasztókkal kapcsolatos attitűdök elnézőbbek. Míg a teljes népesség 59%-a egyetért azzal, hogy a hamisítókat szigorúbban kellene büntetni, a fogyasztók felelősségre vonásával mindössze 35% ért egyet. **Akik szigorúbban büntetnék a hamisítókat, azok 51%-a a fogyasztót is szigorúbban büntetné szemben a 35%-os átlaggal. Akik viszont nem büntetnék a hamisítókat, azok 67%-a a fogyasztókkal sem tenné ezt.** Végül, akik bizonytalanok a hamisítók szigorúbb büntetésében, azok a fogyasztókkal szemben jellemzően inkább elnézők, vagy bizonytalanok (38. ábra).

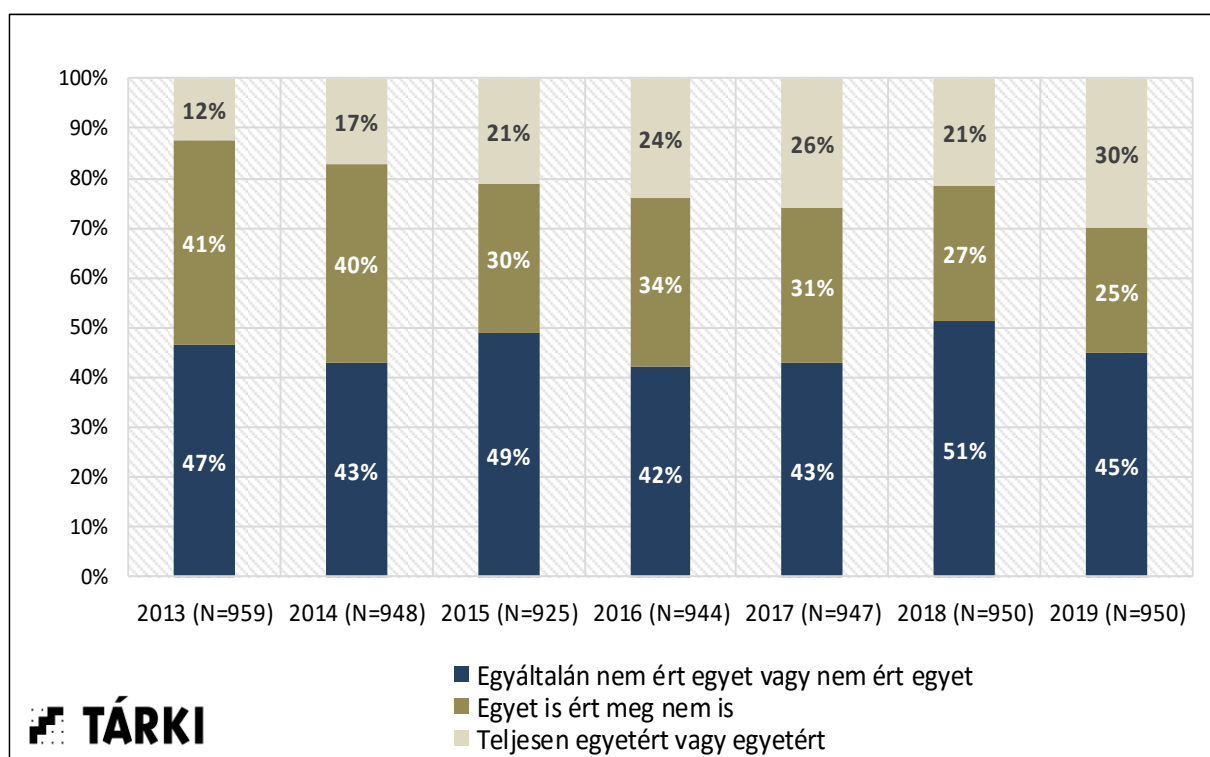
38. ábra: A fogyasztók és hamisítók büntetésének összefüggése (százalékos megoszlás, 2019)



5.4. MIT GONDOLNAK A MEGKÉRDEZETTEK A HAMISÍTÁS TÁRSADALMI ÉS GAZDASÁGI KÖVETKEZMÉNYEIRŐL?

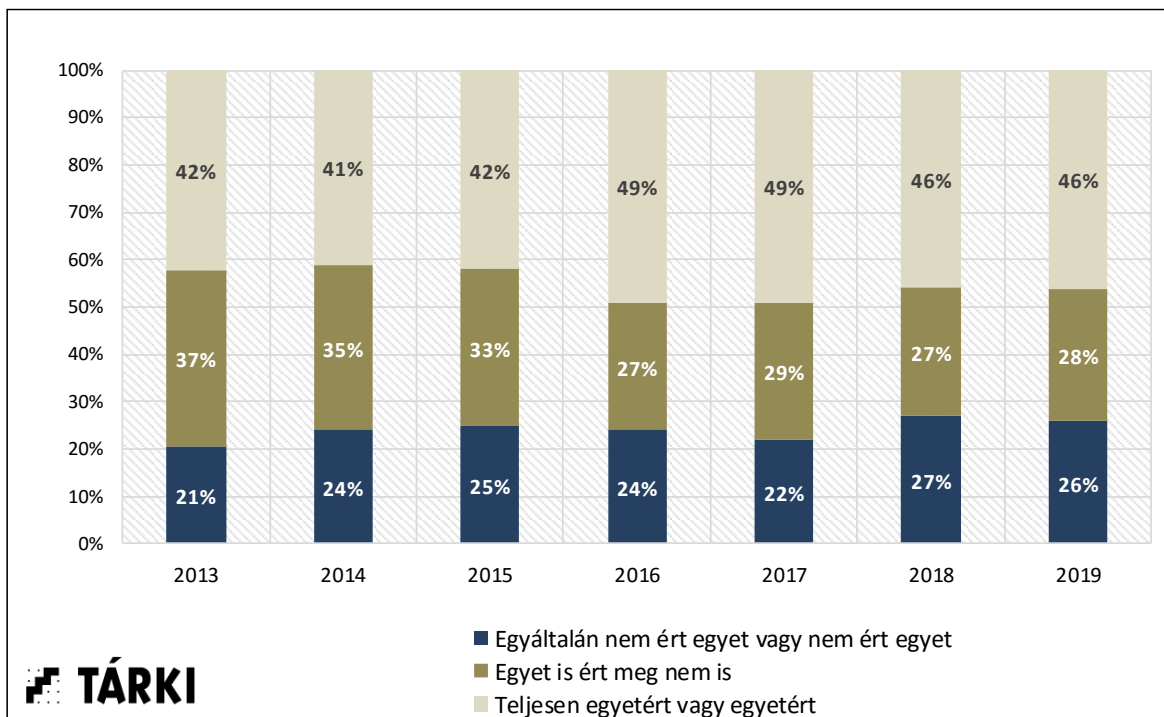
A megkérdezettek közel fele (45%) szerint a hamisítás veszélyes, míg a válaszadók 30%-a szerint a hamisítás nem rejt magában valós veszélyt. A 2013-tól kezdődő idősort vizsgálva azt látjuk, hogy a bizonytalanok aránya évről-évre csökken (2013-ban 41% volt, idén pedig 25%), illetve az elmúlt években fokozatosan emelkedett azoknak az aránya, akik a hamisítást nem tartják veszélyesnek (2013-ban 12%, 2019-ben pedig 30%). Ez a trend egyedül 2018-ban tört meg, amikor 21% értett egyet azzal az állítással, hogy a hamisítás nem is olyan veszélyes, csak riogatnak a veszélyekkel (39. ábra).

39. ábra: A hamisítás nem is olyan veszélyes, csak riogatnak a veszélyekkel (százalékos megoszlás, 2013-2019 között)



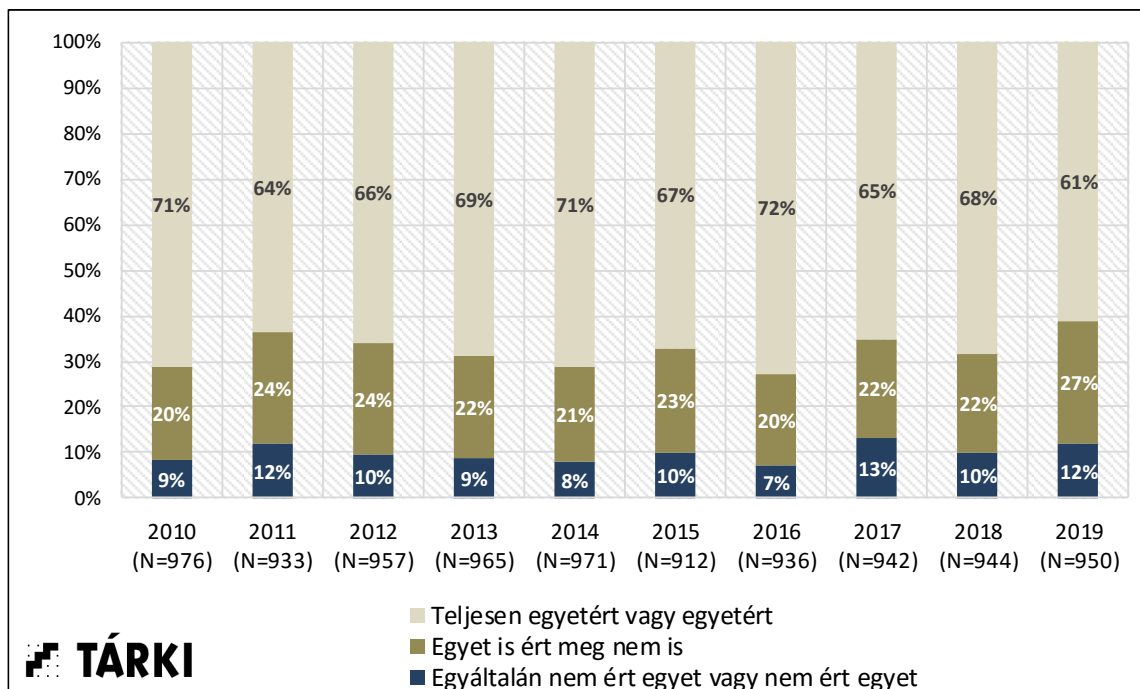
A korábbi felmérésekhez hasonlóan, 2019-ben is majdnem minden második megkérdezett (46%) gondolja, hogy a hamisítás megfékezése csak a nagy, nemzetközi vállalatok érdekét szolgálja. További 28%-nak nincs határozott véleménye a kérdéssel kapcsolatban, és 26% utasítja el a fenti állítást. A vizsgált időszakban 41-49% 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, 2013-2019 között)



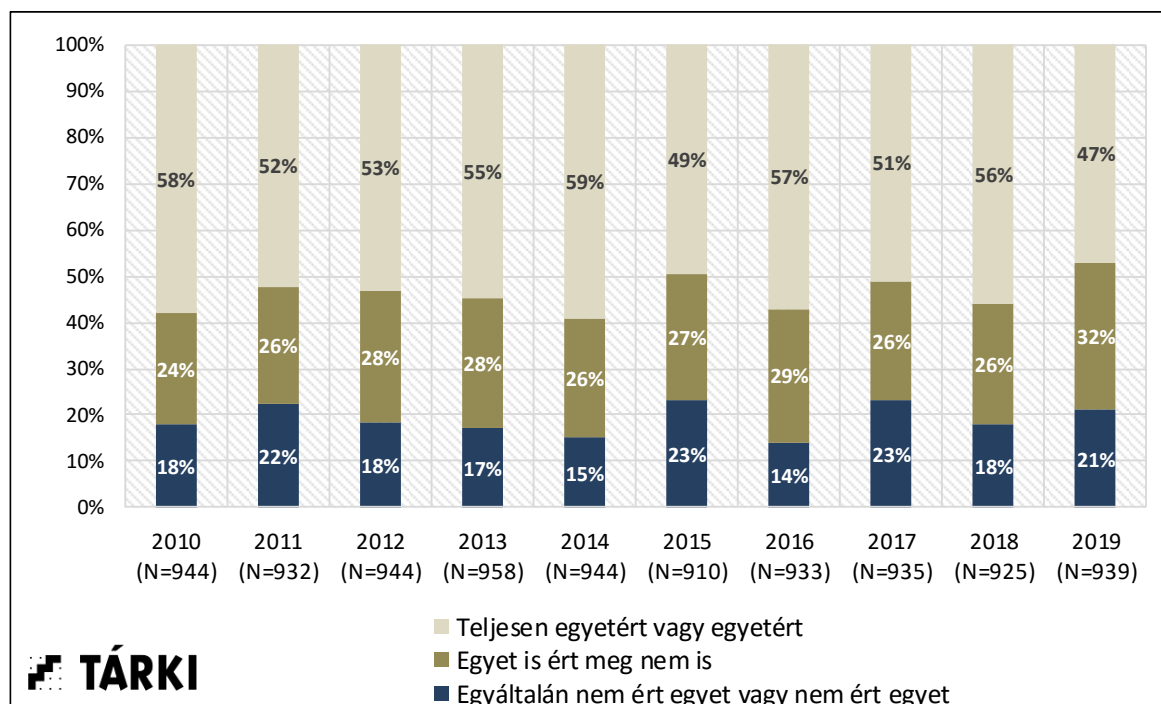
Idén a megkérdezettek 61%-a értett egyet azzal az állítással, hogy **a hamisítás miatt komoly bevételektől esik el a költségvetés**. Ez az arány a vizsgált periódusban (2013-2019) a legalacsonyabb (41. ábra).

41. ábra: A hamisítás miatt komoly bevételektől esik el a költségvetés (százalékos megoszlás, 2010-2019 között)



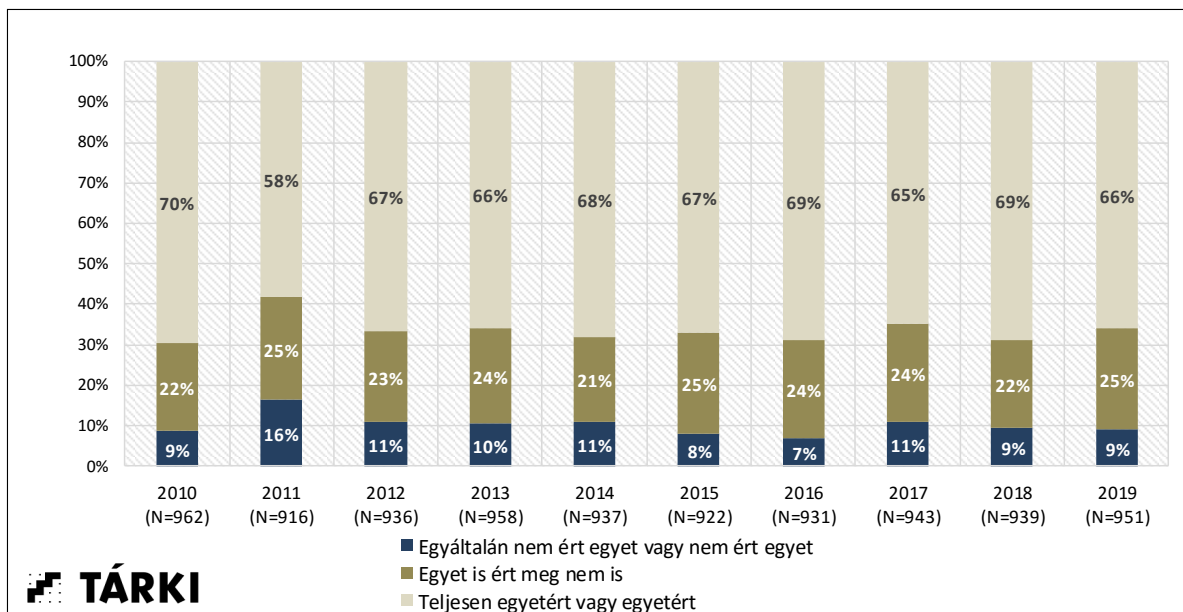
A válaszolók 47%-a gondolja úgy, hogy a hamisítás miatt munkahelyek szűnnek meg, s ez az arány a vizsgált években folyamatosan 50% körül mozgott (2014-ben volt a legmagasabb: ekkor 59%, idén pedig a legalacsonyabb). A bizonytalanok aránya 6 százalékponttal növekedett a tavalyi felméréshez képest, miközben azok aránya, akik a hamisítás miatt nem érzik veszélyeztetve a munkahelyeket, nem változott jelentősen a vizsgált időszakban (21%) (42. ábra).

42. ábra: A hamisítás miatt munkahelyek szűnnek meg (százalékos megoszlás, 2010-2019 között)



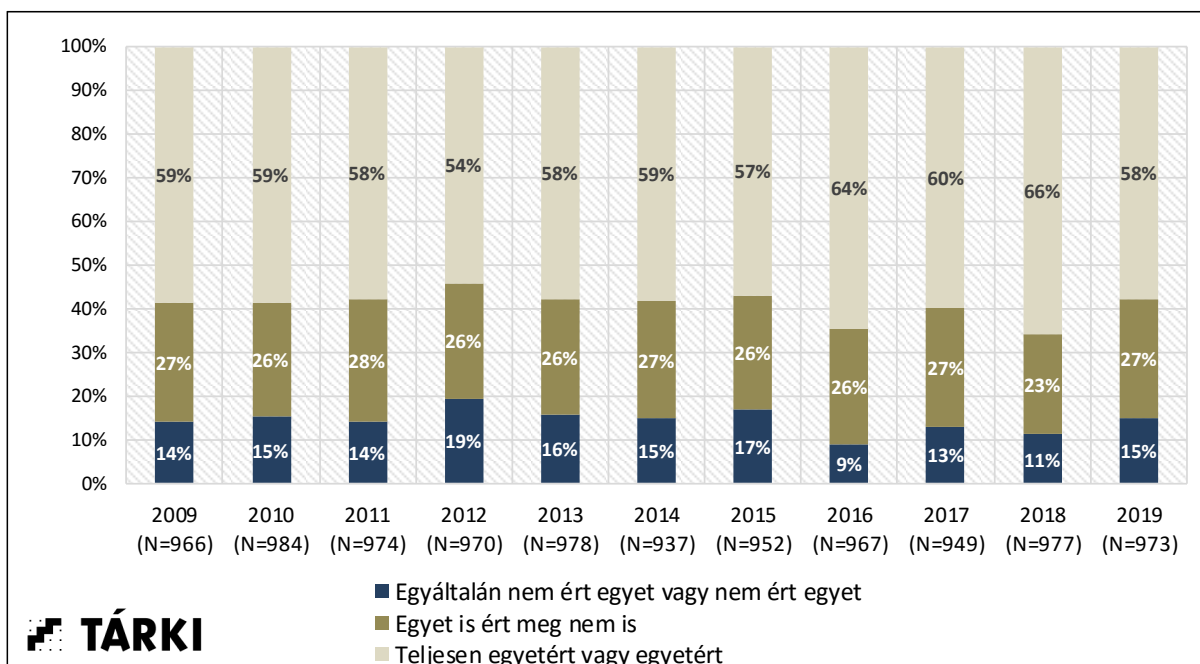
A 2010 és 2019 közötti időszakban 70% körül mozgott azok aránya, akik szerint a hamisítványok vásárlásával a szervezett bűnözés bevételei növekednek. 2019-ben ez az arány 66%, míg a társadalomnak egy keskeny szelete, a válaszolók 9%-a szerint nem növekszik a szervezett bűnözés bevétele a hamis termékek 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, 2010-2019 között)



A 2009 óta eltelt időszakban a megkérdezett népesség 54-66%-a szerint nem esik elég szó a médiában a hamisítványok veszélyeiről: idén 58% gondolja így, miközben 15% szerint eleget tudósít a média a témáról, és a felmérésben résztvevők több mint egynegyedének (27%) nincs határozott véleménye erről a kérdéstről (44. ábra).

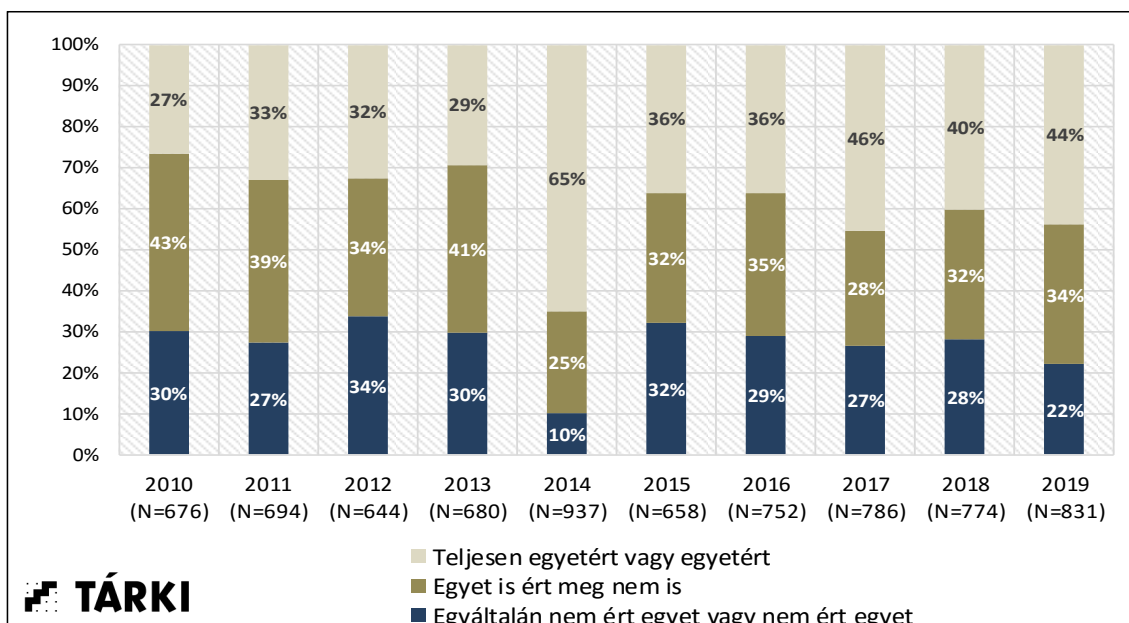
44. ábra: Túl kevés szó esik a nyilvánosságban a hamisítványok veszélyeiről (százalékos megoszlás, 2009-2019 között)



5.5. MIT GONDOLNAK A MEGKÉRDEZETTEK AZ INTERNETEN LEVŐ TARTALMAKRÓL?

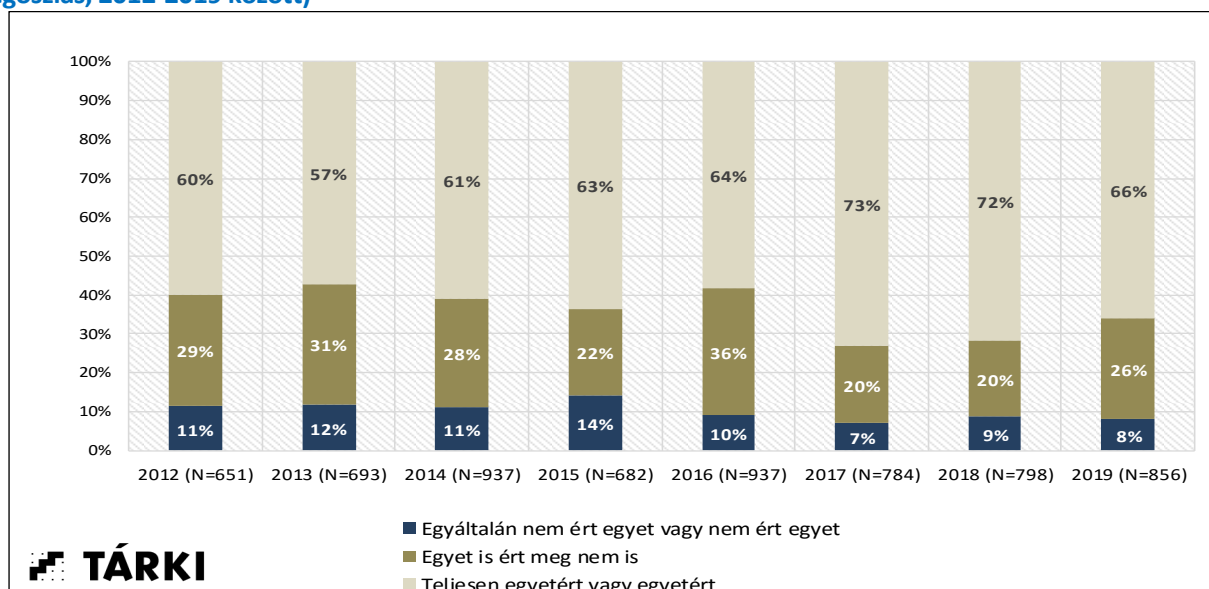
Az internetezők 44%-a saját bevallása szerint el tudja dönteni, hogy az interneten lévő tartalmak legális vagy illegális úton kerültek fel a világhálóra, (míg 2014-ben ez az arány kiugróan magas, 65% volt). Ugyanakkor az internetet használók közel negyede (22%) nem tartja felismerhetőnek a tartalmak forrását, és 34% bizonytalan a kérdésben (45. ábra).

45. ábra: Felismerhető, hogy a közzétett filmek, zenei tartalmak, szoftverek legálisan kerültek-e az internetre (százalékos megoszlás, 2010-2019 között)



A legális internetes források mennyiségét illetően minden vizsgált évben nagyfokú – és kisebb megtorpanásokkal, de növekvő – elégedettséget tapasztaltunk. **2019-ben az internethasználók 66%-a szerint a legális letöltési lehetőségek mennyisége megfelelő, s 8% vélekedik ezzel ellentétesen (46. ábra).**

46. ábra: Van elegendő internetes oldal, ahol legálisan lehet hozzáférni zenékhez, filmekhez (százalékos megoszlás, 2012-2019 között)



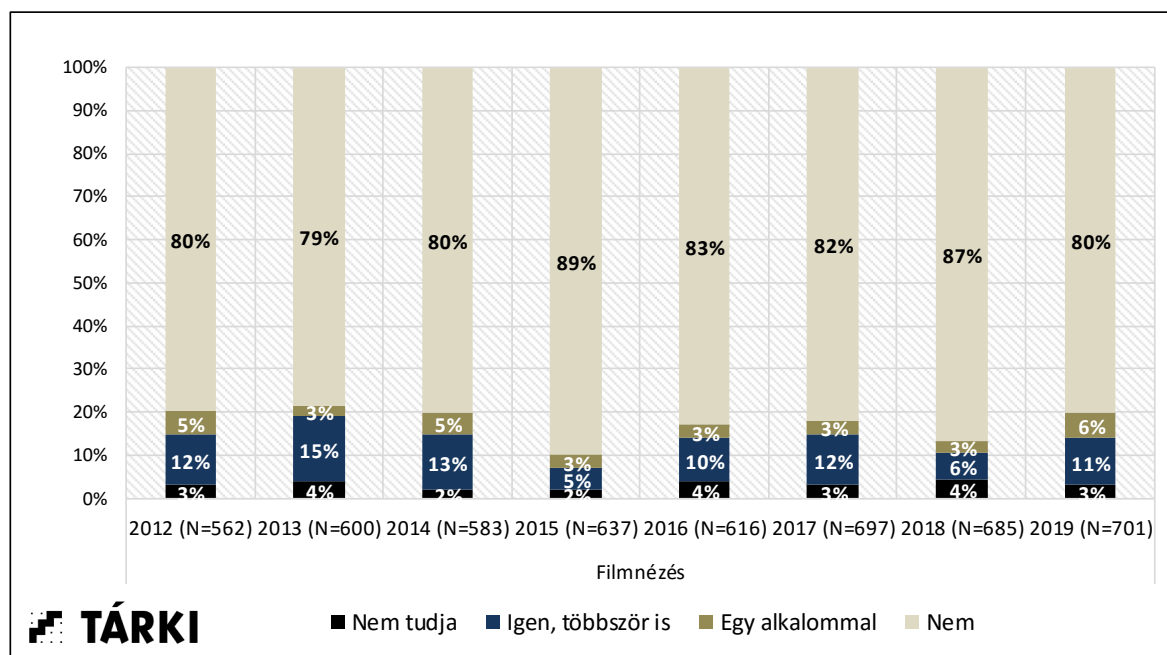
6. INTERNETHASZNÁLAT ÉS SZERZŐI JOGVÉDELEM ALATT ÁLLÓ TARTALOM

6.1. AZ ILLEGÁLIS TARTALMAKAT FOGYASZTÓK ÉS LETÖLTŐK ATTITÚDJE, FŐBB SZOCIO-DEMOGRÁFIAI JELLEMZŐI

A jogvédelem alatt álló tartalmak közül kiemelkedő fontosságú az illegális, ún. torrent oldalokról letölthető filmek és zenék szerepe. Miközben az oldalak népszerűsége vitathatatlan, a „torrentezést” nyíltan vállalók aránya csekély. Az általunk vizsgált kérdéseknél a téma érzékenységből¹² következő rejtőzködés miatt egy igen erős alul-becsléssel kell számolnunk¹³, ami nem csak az illegális letöltések, hanem az illegális tartalom fogyasztásánál is megjelenik.

Az internetezők 80%-a tagadta, hogy nézett vagy hallgatott volna nem jogtisztá filmet vagy zenét. Akik bevallottan fogyasztják ezeket a tartalmakat, jellemzően nem egyszeri fogyasztók (47.1 ábra és 47.2 ábra).

47.1 ábra: Ön nézett meg filmet az interneten annak tudatában, hogy az illegális forrásból származik? (százalékos megoszlás, 2012-2019 között)

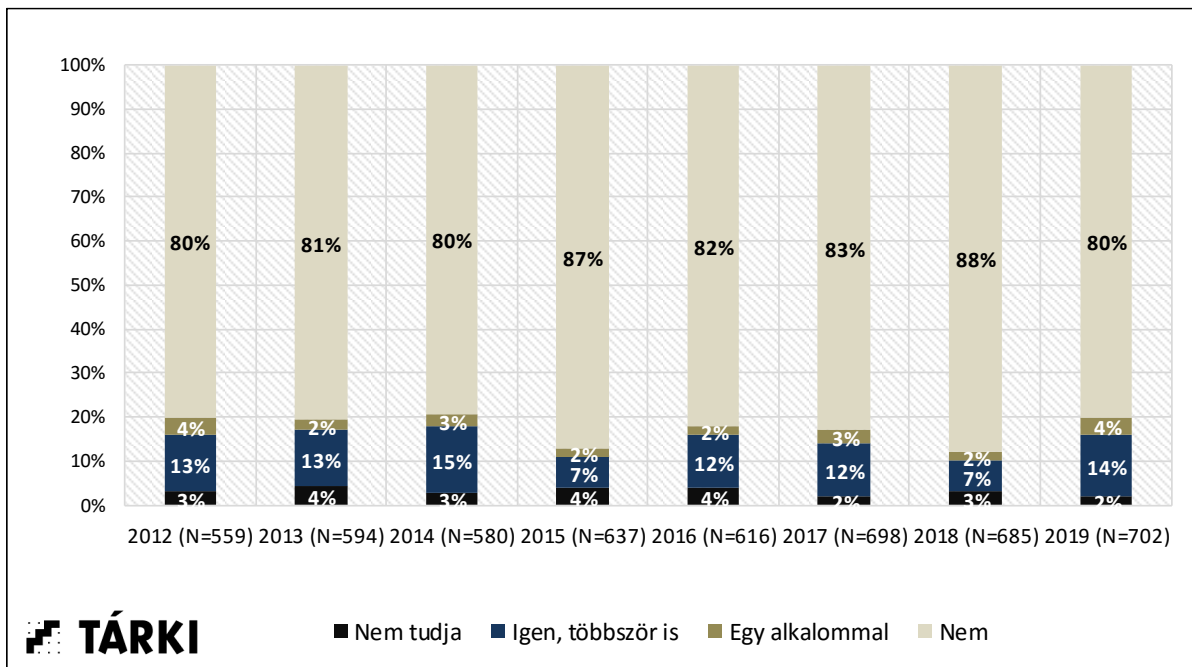


¹² Bár maga a letöltés nem illegális, a torrentkliensek működési elvei szerint, aki letölt bizonyos mennyiségű információt, az ugyanabban az időben fel is tölti azt („seed”-del), ami viszont jogvédelem alatt álló termékek esetében már illegális. Éppen ezért, aki illegális forrásból letölt, az nagy valószínűséggel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

¹³ Az alábecslést alátámasztja a legnépszerűbb magyar torrent-oldal elterjedtsége (747 313 felhasználó).

Forrás: <https://www.filter.hu/cikkek/803/melyek-a-legnepszerubb-magyar-torrent-oldalak>

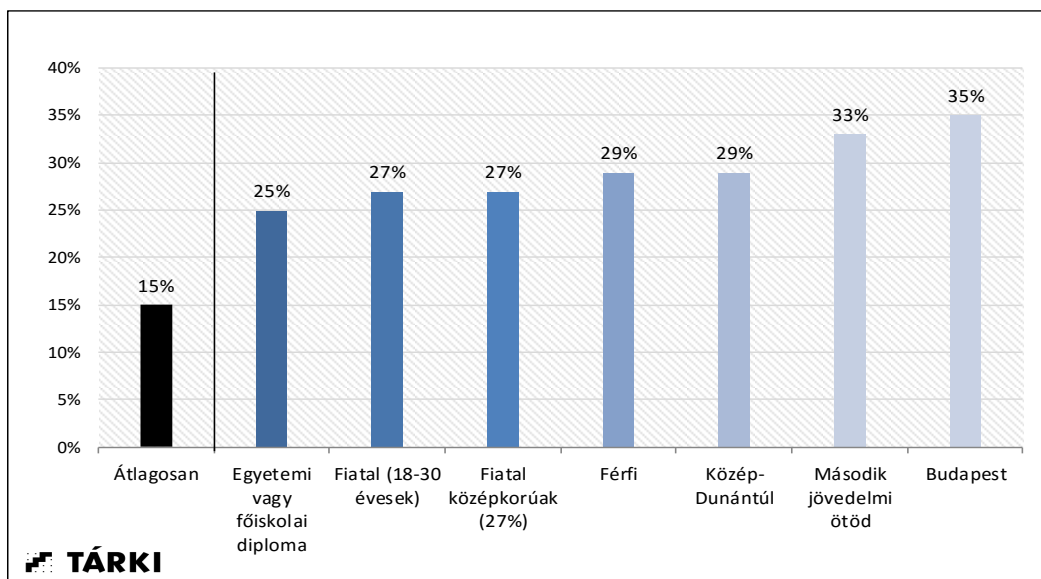
47.2 ábra: Ön hallgatott zenét az interneten annak tudatában, hogy az illegális forrásból származik? (százalékos megoszlás, 2012-2019 között)



A következőkben bemutatjuk, hogy mely társadalmi csoportokban jellemző az illegális tartalmak fogyasztása, egy csoportként tekintve az illegális forrásból származó tartalmak (filmek és zenék) fogyasztóit. A kérdés érzékeny és folyamatosan változó jellege miatt a következő elemzés csak a 2019-es adatokra vonatkozik.

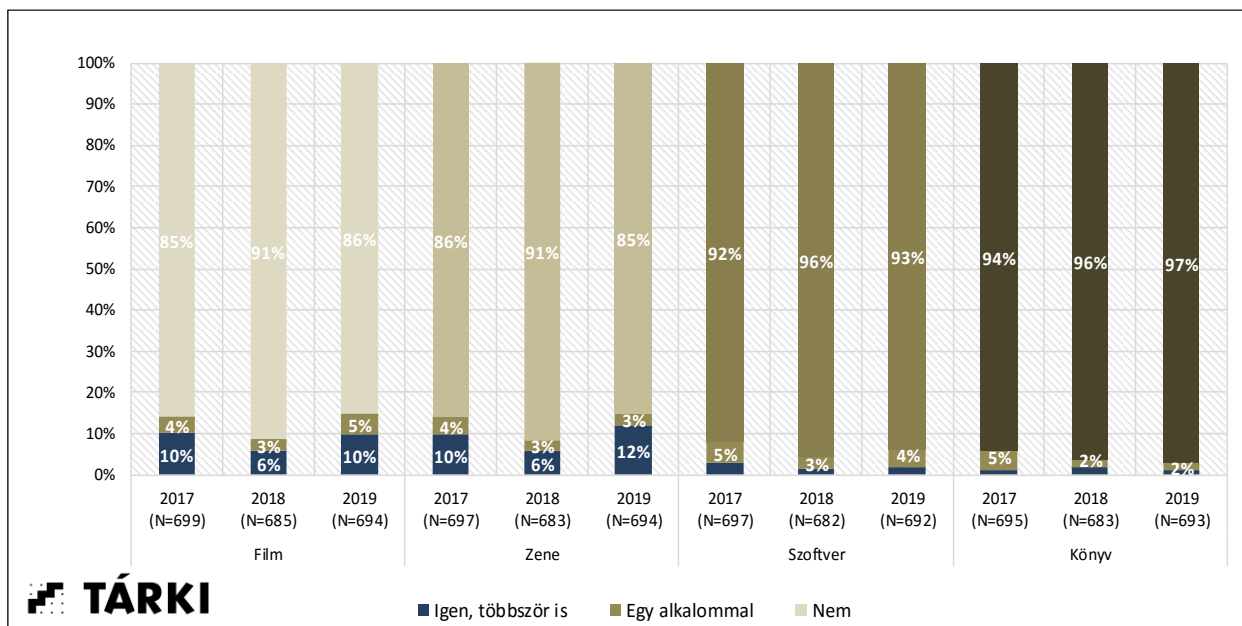
A válaszadók csupán 15%-a válaszolta azt, hogy valaha fogyasztott illegális forrásból származó tartalmat. A legnagyobb hatást a település típusa és a jövedelem nagysága gyakorolja az illegális tartalom fogyasztására (illetve ennek bevallására). A férfiak, illetve a közép-dunántúli régióban élők 29%-a válaszolta, hogy fogyaszt illegális tartalmakat az interneten. Mellettük a magas jövedelműek (második ötödbe tartozók) és a budapestiek azok, akik a legnagyobb arányban vallottak e tevékenységükről (33%-35%) (48. ábra).

48. ábra: Azok aránya, akik fogyasztottak illegális forrásból származó tartalmakat (zenét és/vagy filmet) (százalékos megoszlás, 2019)



Az illegális tartalmak letöltését 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. **2019-ben a filmek és zenék letöltését az internetezők 15%,-a a szoftverek és könyvek letöltését pedig 6-3%-a vállalta fel.**¹⁴ Az illegális forrásból származó filmek és zenék letöltése tipikusan nem egyszeri cselekedet: a filmet letöltők között kétszer, a zenét letöltők között pedig négyszer 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, 2017-2019 között)



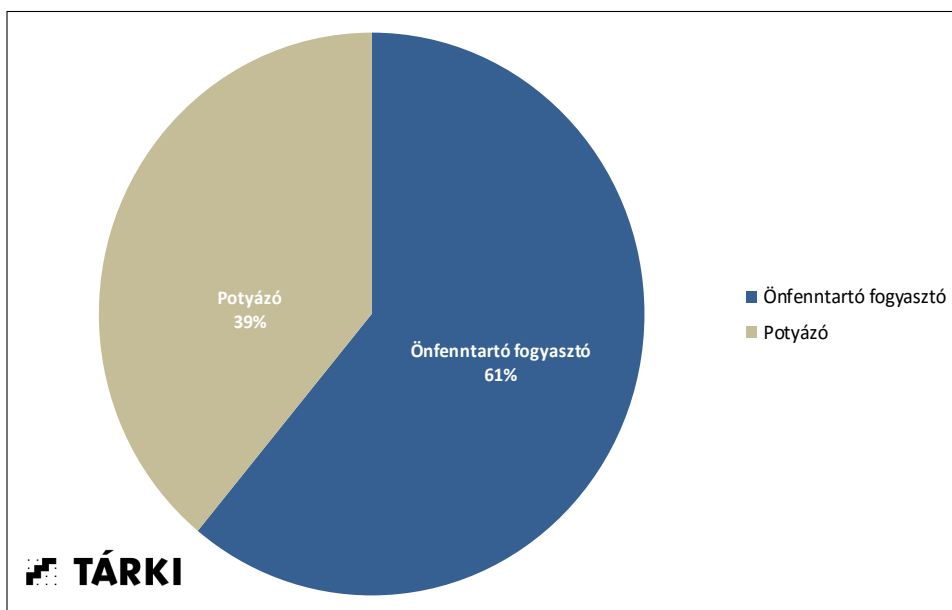
Az internethasználóknak két nagy csoportját különböztetjük meg: a többség, aki (bevallottan) nem tölt le illegális tartalmakat, illetve a kisebbséghez tartozó letöltők. Azonban azok között, akik maguk nem töltenek le ilyen tartalmakat, elkülöníthető egy réteg, amely mégis fogyasztja ezeket a filmeket, zenéket, szoftvereket, könyveket. A letöltési és fogyasztási szokások alapján tehát három csoportra oszthatók a válaszadók.

1. Nem tölt le és nem fogyaszt illegális tartalmat vagy eltitkolja azt.
2. Önfenntartó fogyasztó: bevallottan letölti és fogyasztja a nem jogtiszt forrásból származó tartalmakat.
3. Potyázó: aki maga nem tölt le, viszont fogyasztja a mások által letöltött tartalmakat. Ennek háttérében állhat a letöltéshez szükséges technikai tudás hiánya vagy a tartalmak illegális jellege miatti aggodalom.

A válaszadók 77%-a tartozik az illegális forrásból származó tartalmakkal nem érintkező csoportba, ők saját bevallásuk szerint sohasem fogyasztottak vagy töltöttek le illegális tartalmakat az internetről. A maradék szűk réteg – akiknek szocio-demográfiai összetételét a továbbiakban vizsgáljuk – 61%-a önfenntartó fogyasztó, 39%-a pedig potyázó (50. ábra).

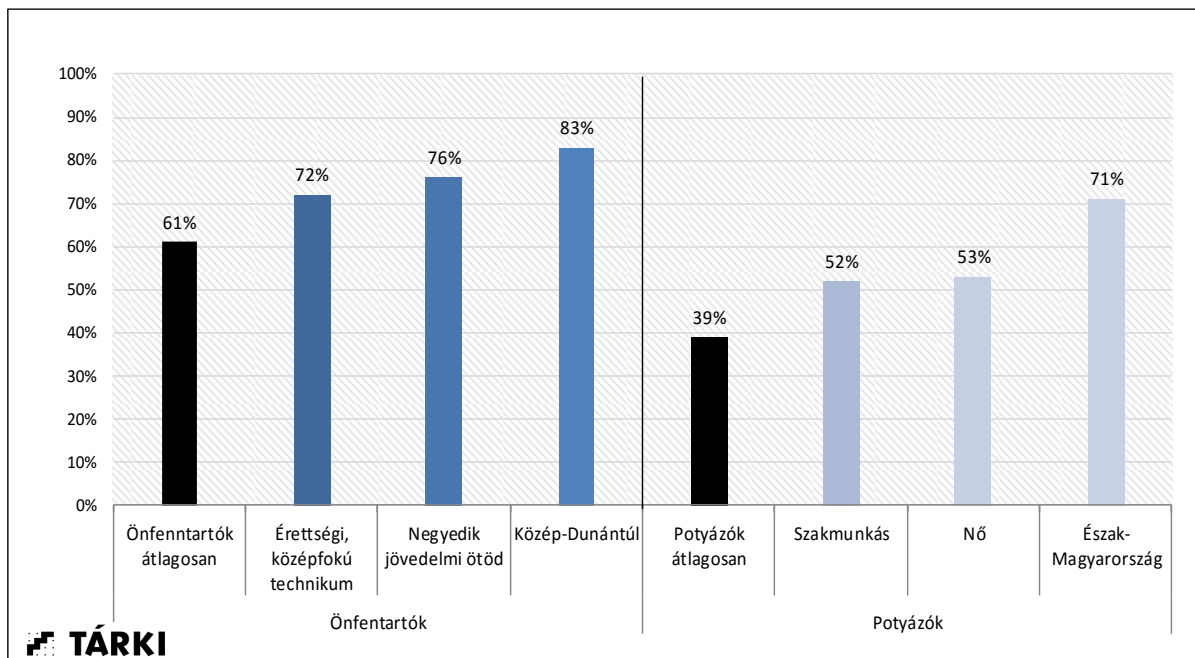
¹⁴ Az alacsony elemszám nem teszi lehetővé az illegális tartalmakat letöltők szocio-demográfiai jellemzők mentén történő további szegmentálását.

50. ábra: Az illegális tartalmak fogyasztói letöltési szokásaik alapján (százalékos megoszlás, 2019)



Az önfenntartó fogyasztók az illegális letöltéssel kapcsolatban álló 156 fős alminta 61%-át teszik ki. A lakóhely szerinti régió hatása igen erős; az illegális tartalmat fogyasztó közép-dunántúliak 83%-a tartozik ebbe a kategóriába. A potyázók között az észak-magyarországi régióban élők vannak felülreprezentálva (51. ábra).

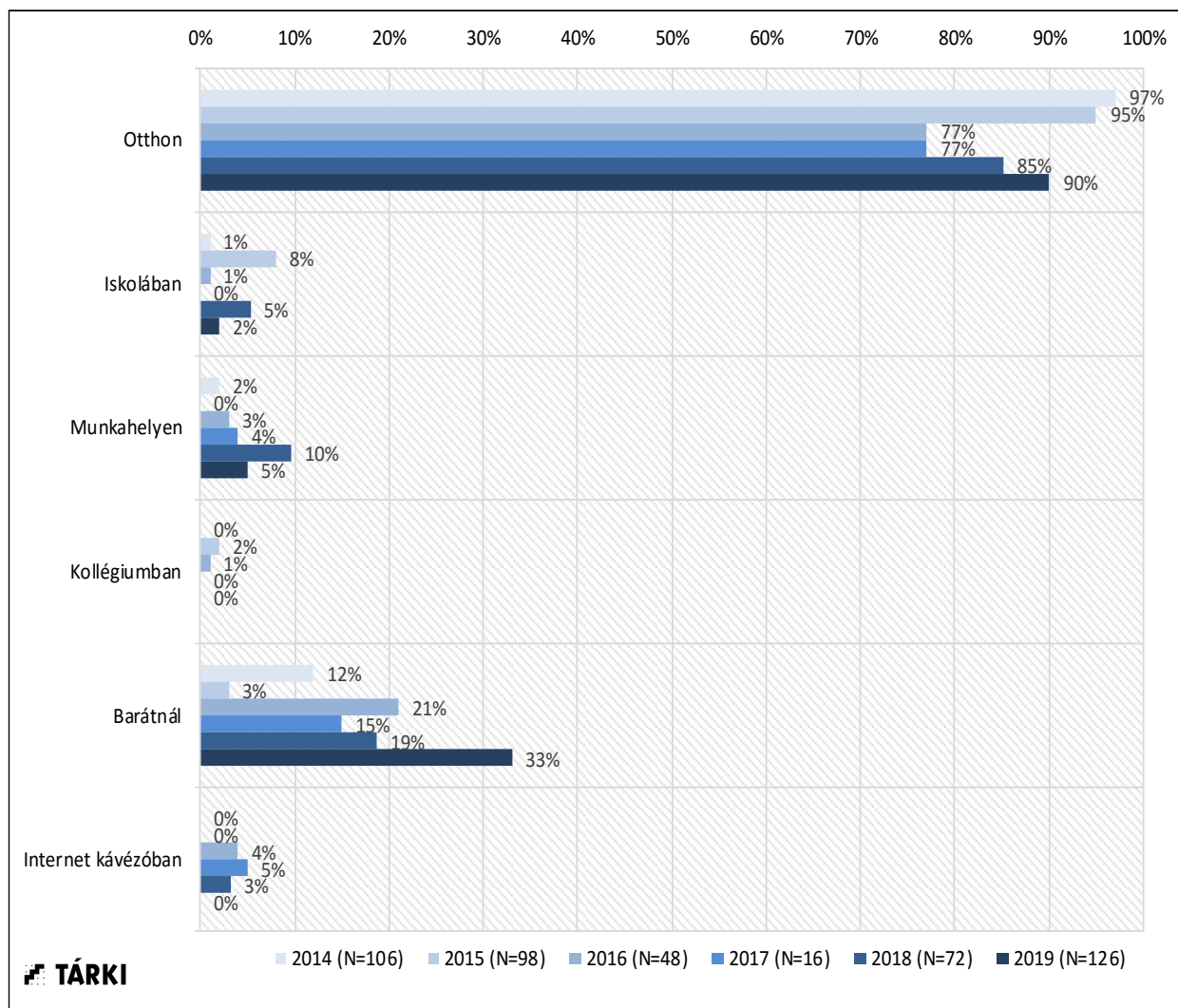
51. ábra: Az önfenntartó és potyázó felhasználók aránya bizonyos csoportokban (2019)



6.2 A LETÖLTÉSEK KÖRÜLMÉNYEI ÉS INDOKAI

A nem jogtisztá oldalakat használó letöltők túlnyomó többsége (90%) otthonában, 33%-a barátnál, 5%-a munkahelyen, 2%-a pedig iskolában tölti le a tartalmakat. Felmérésünk alapján a kollégiumok és internetkávézók nem színterei az illegális letöltéseknek (52. ábra).

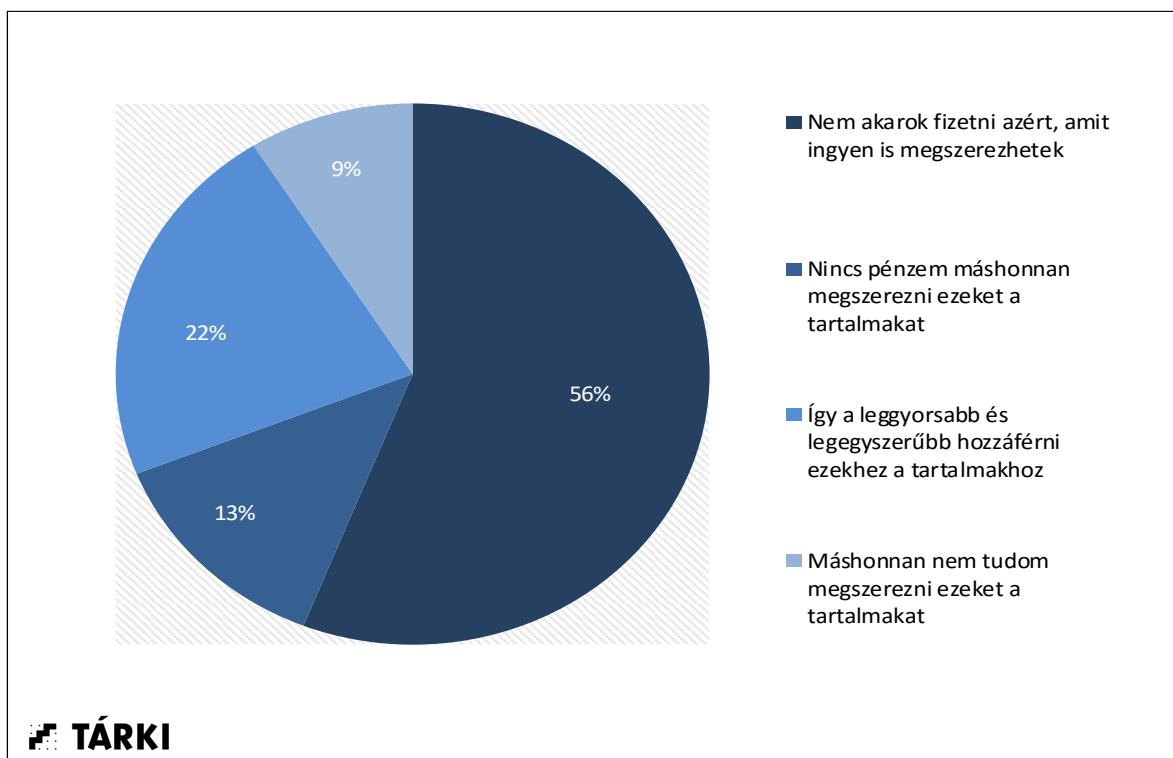
52. ábra: Hol tölt le ilyen tartalmakat? (százalékos megoszlás, 2014-2019 között)*



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

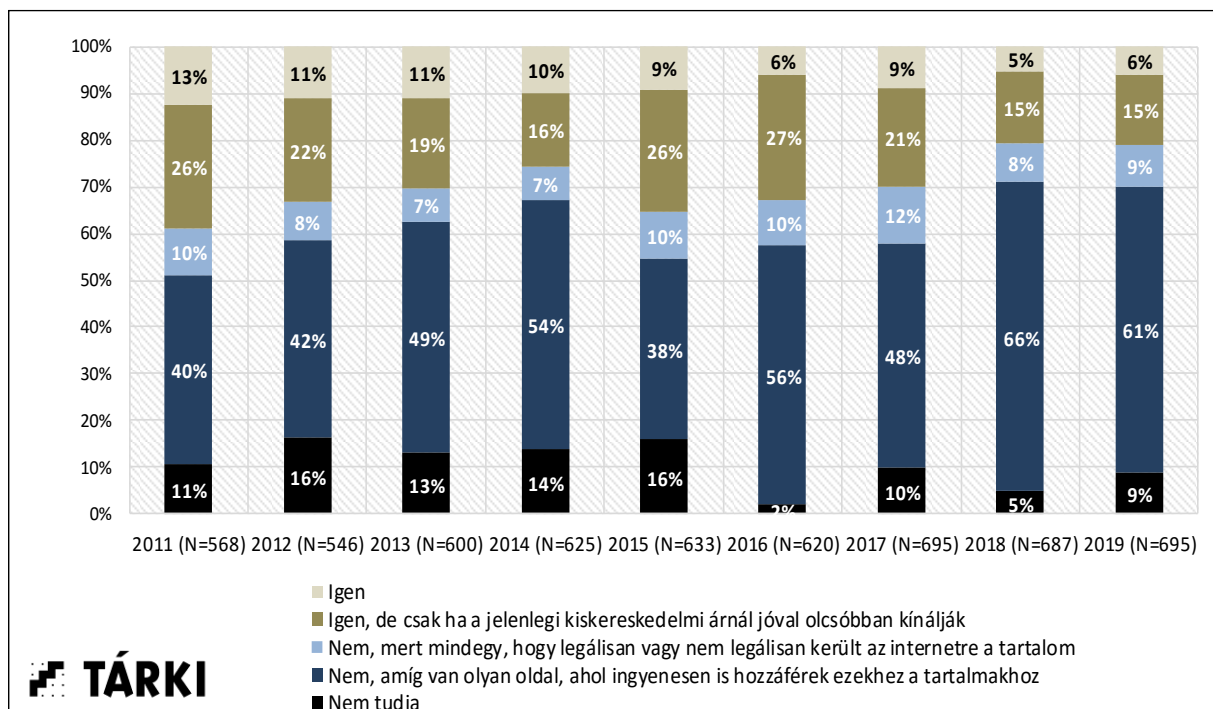
Az illegális letöltést választók több mind fele (56%) a letöltést azzal indokolja, hogy nem akar azért fizetni, amit ingyen is meg tud szerezni, míg 22% a letöltés egyszerűségére, 13% a pénziányra, 9% a fájlok más forrásból való elérhetetlenségére hivatkozik (53. ábra).

53. ábra: Miért ezeket az oldalakat használta a tartalmak eléréséhez? (százalékos megoszlás, 2019)



Az internethasználók 70%-a nem lenne hajlandó fizetni azért, hogy az online világban legális forrásból férhessen hozzá tartalmakhoz. Az internetet használók közel háromnegyede (61%) nem lenne hajlandó fizetni a legálisan hozzáférhető tartalmakért, amíg azok ingyenesen is letölthetők, s ennek a csoportnak az aránya a vizsgált időszakban majdnem 21%-ponttal nőtt (habár 2015-ben jelentős visszaesést tapasztaltunk). További 9%-a azért nem fizetne a letöltésért, mert nem fontos számára, hogy hogyan került a világhálóra a kívánt tartalom. A tavalyi évhez hasonlóan, az internetezők 15%-a csak akkor váltana, ha jóval olcsóbban lennének beszerezhetőek a legális tartalmak, mint jelenleg, illetve 6% feltételek nélkül hajlandó lenne fizetni érte. A bizonytalanok aránya 9% (54. ábra).

54. ábra: Hajlandó lenne fizetni azért, hogy az interneten legális forrásból férhessen hozzá tartalmakhoz? (százalékos megoszlás, 2011-2019 között)

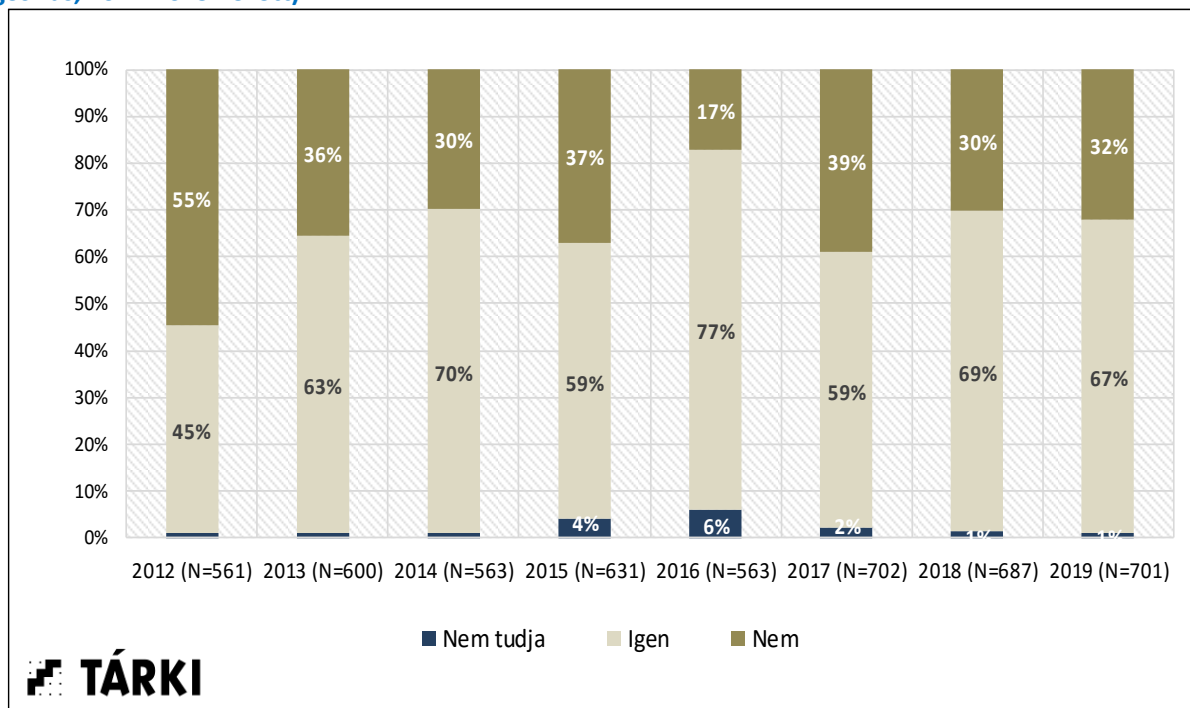


A megkérdezettek 15%-a fizetne akkor a legális tartalomért, ha ahhoz olcsóbban juthatna hozzá, mint jelenleg. Érdekes azonban az – a korábbi években is megfigyelt tendencia –, hogy az önfenntartó fogyasztók, akik maguk töltik le és fogyasztják az illegális tartalmakat, az átlagnál nagyobb arányban lennének hajlandók fizetni, ha lenne olyan legális alternatíva, amelyhez a jelenleginél olcsóbban lehetne hozzáférni. **Idén az önfenntartó fogyasztók 24%-a jelezte, hogy árcsökkenés esetén hajlandó lenne fizetni a jogtisztá tartalmakért.**

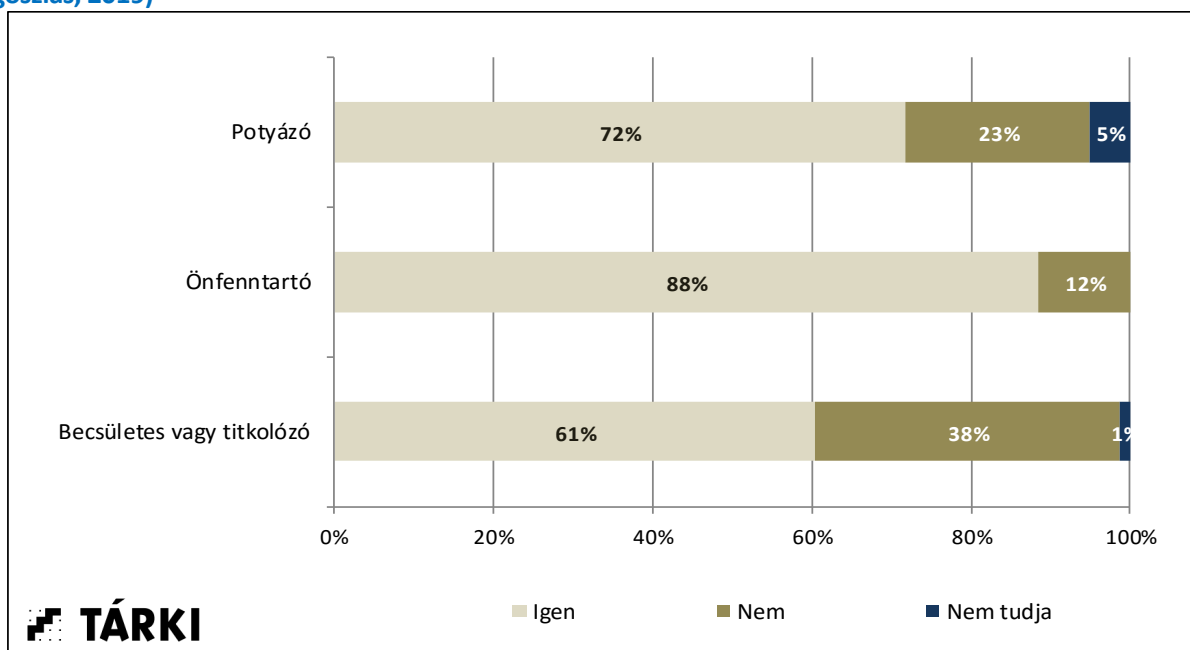
6.3 AZ ILLEGÁLIS LETÖLTÉS LEGÁLIS ALTERNATÍVÁI

A legális zeneletöltési lehetőségek ismertsége hullámzó tendenciát mutat. 2012-ben volt a legalacsonyabb azoknak az aránya, akik ismernek legális zenehallgatásra vagy letöltésre alkalmas oldalakat (45%), míg 2016-ban ez az arány 77% volt. Idén az internetezők 67%-a tudott ilyen lehetőségekről (55. ábra). Az önfenntartó fogyasztók a lakossági átlaghoz képest nagyobb arányban vannak tisztában a legális alternatívákkal (56. ábra).

55. ábra: Ön ismer-e olyan internetes forrásokat, ahol legálisan tud zenét hallgatni vagy letölteni? (százalékos megoszlás, 2012-2019 között)



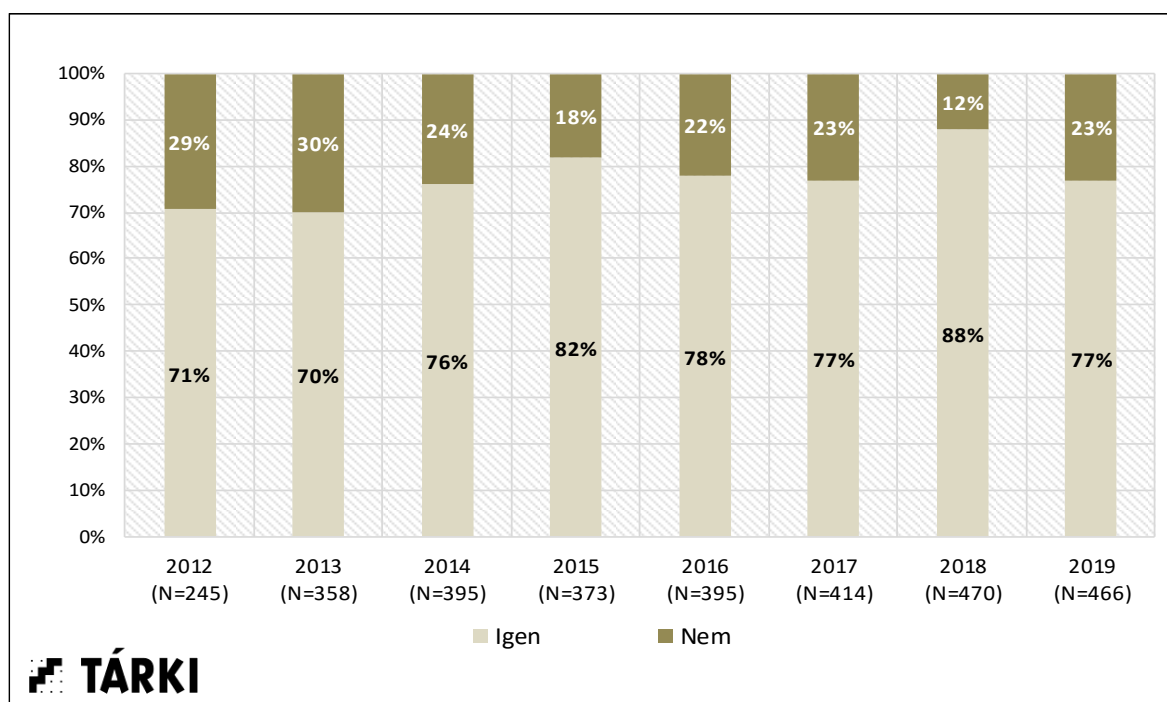
56. ábra: Ön ismer-e olyan internetes forrásokat, ahol legálisan tud zenét hallgatni vagy letölteni? (százalékos megoszlás, 2019)



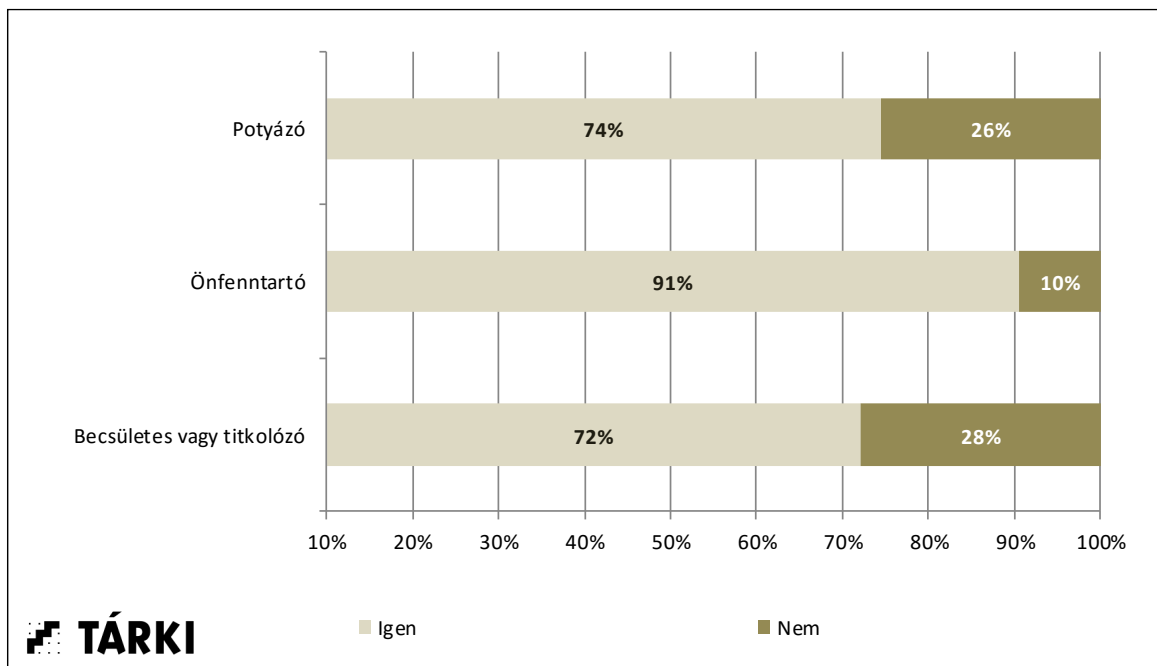
A legális oldalak ismerete azonban nem jelenti azok automatikus használatát. A használat tekintetében növekedést figyelhetünk meg 2012-2015 között (71%-ról 82%-ra emelkedett azoknak az aránya, akik ismerik és használják a legális forrásokat), majd 2016-ban egy kisebb visszaesést, 2017-ben pedig stagnálást tapasztaltunk (78-77%). 2018-ban további növekedést figyelhettünk meg (88%), azonban idén ismét csökkenés következett: **a legális oldalakat ismerők 77%-a használja ezeket az oldalakat (57. ábra).**

A legális zeneletöltési forrásokat idén az önfenntartó fogyasztók használják a legnagyobb arányban (91%), miközben a becsületesek vagy titkolózók között 61%, a potyázók között 72% ez az arány (58. ábra).

57. ábra: Használ ilyen internetes forrásokat, ahol legálisan tud zenét hallgatni vagy letölteni? (Azok között, akik tudnak a lehetőségekről) (százalékos megoszlás, 2012-2019 között)

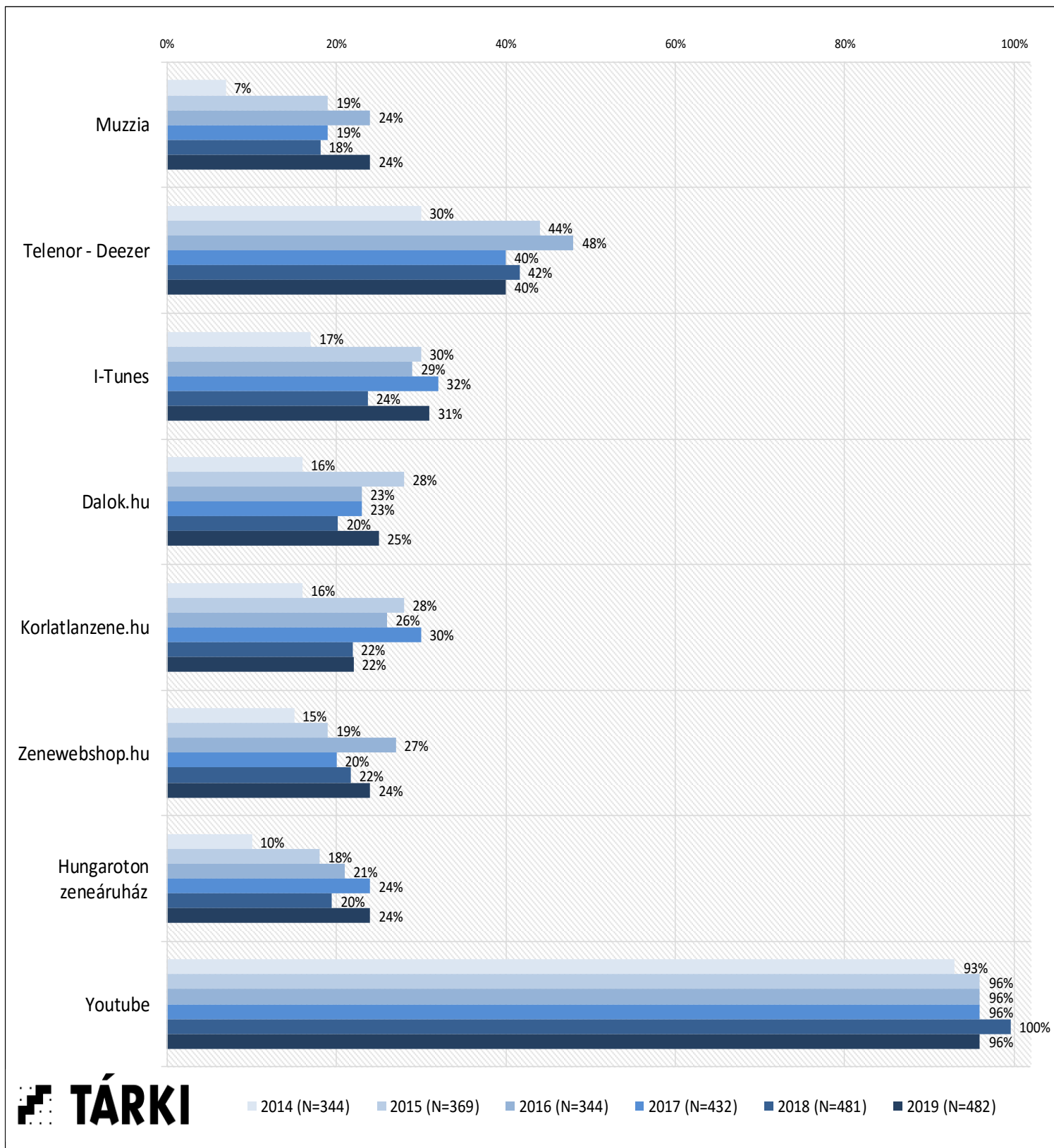


58. ábra: Használ ilyen internetes forrásokat, ahol legálisan tud zenét hallgatni vagy letölteni? (százalékos megoszlás, 2019)



A legális szolgáltatások közül magasan a YouTube a legnépszerűbb, amelyet 2019-ben a megkérdezettek 96%-a ismer, és ami több mint 50 százalékponttal maga alá gyúri a második legnépszerűbb Telenor-Deezert, mely az egyetlen a fizetős szolgáltatások közül, amelynek az ismertsége 2016-ig folyamatosan növekedett (ekkor 48% volt); azonban 2017 és 2019 között 40-42% jelölte meg (59. ábra).

59. ábra: Hallott-e már a következő legális zenehallgatás/zeneletöltést lehetővé tevő oldalakról? (százalékos megoszlás, 2014-2019 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 a társadalmi változásnak.