

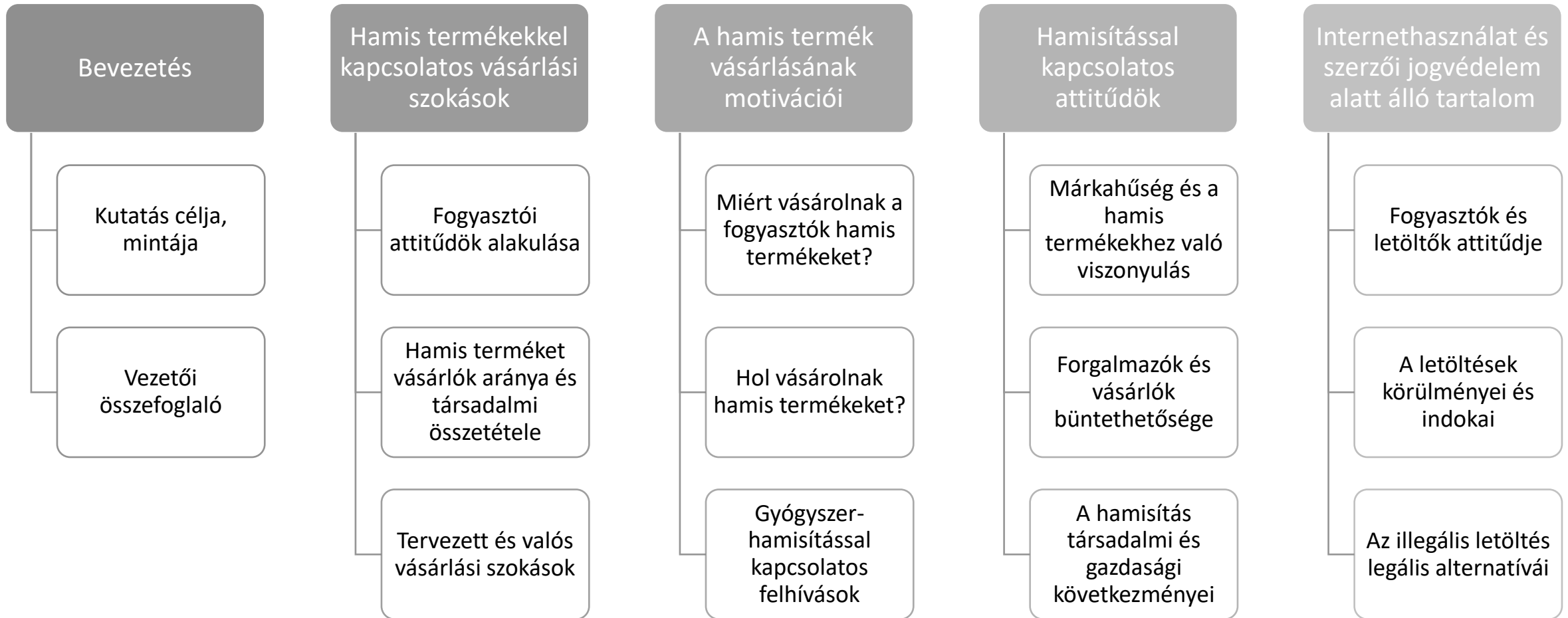
# KUTATÁSI JELENTÉS

## HAMIS TERMÉKEK KERESLETE MAGYARORSZÁGON, 2021

*A hamis termékekkel és az illegális forrásból származó szerzői jog által védett tartalmakkal kapcsolatos lakossági attitűdök alakulása 2009-2021 között*

*A Társadalmi Kutatási Intézet Zrt. "Omnibusz" felmérésének eredményei*

# A BEMUTATÓ SZERKEZETE



# KUTATÁS CÉLJA, MÓDSZERE, MINTÁJA

**A kutatás célja** megismerni a népesség 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 Hamisítás Elleni Nemzeti Testület (HENT) megbízásából.

## Kérdezés ideje:

2021. július

## Az adatok értelmezése:

A százalékos értékek kerekítettek, ezért összegük a megoszlások tekintetében +/- 1%-kal eltérhet a 100%-tól. Amennyiben a válaszok százalékos említési gyakoriságáról beszélünk, a megkérdezettek több választ is adhattak, ezért ezek összege meghaladhatja a 100%-ot. A kérdések legtöbbször zárt kérdés volt, tehát a megadott kategóriákból kellett a válaszadónak kiválasztania azt, amelyik (leginkább) igaz rá.

## Az adatfelvétel módszere:

Az adatfelvétel személyes megkérdezéssel, **CAPI** (Computer Assisted Personal Interview) módszerrel történt

-**Minta nagysága:** 1015 fő

-**Minta összetétele:** 18 évesnél idősebb lakosság

-**Reprezentativitás kritériumai:** nem, életkor, településtípus

# VEZETŐI ÖSSZEFOGLALÓ

## VÁSÁRLÁSI SZOKÁSOK, A HAMIS TERMÉKEK VÁSÁRLÁSÁNAK KÖRÜLMÉNYEI ÉS MOTIVÁCIÓI

- A megkérdezettek 79%-a nem vásárolna, míg 19% talán vásárolna és mindössze 3% válaszolta, hogy bármikor vásárolna illegális, vagy kétes forrásból származó terméket.
- A vizsgált időszak egészét tekintve (2010-2021) a hamis terméket vásárlók aránya idén volt a legalacsonyabb (15%).
- A korábbi évekhez hasonlóan 2021-ben is a legkelendőbb hamisított termék a hamisított márkás ruházat: a válaszadók 16%-a vásárolt hamis ruhát ebben az évben, ami összhangban van a korábbi évek tapasztalataival. Hamis illatszert 6% vásárolt, illegális programokat szintén 6% töltött le vagy fogadott el, nem megbízható forrásból származó élelmiszert 4%, CD-t vagy DVD-t 2%, nem patikából származó gyógyszert pedig szintén 2% vásárolt 2021-ben.
- Az idei felmérés alapján elmondható, hogy a fiatalabb korosztály (18-39 évesek), illetve a fővárosban élők vásároltak legnagyobb arányban hamis terméket a kérdezést megelőző egy évben.
- 2021-ben a hamis terméket vásárló válaszadók 72%-a számára a termék alacsonyabb ára játszott alapvető szerepet, 70% szerint nem volt gond a termék minőségével, 31% említette, hogy nem játszott szerepet a döntésében a termék hamisított volta.
- A megkérdezettek 16%-a vásárolt piacon valamilyen hamisított terméket 2021-ben.
- Összességében a magyar felnőtt lakosság 25%-a találkozott a gyógyszerhamisítás veszélyeivel foglalkozó hirdetéssel 2021-ben.

# VEZETŐI ÖSSZEFOGLALÓ

## A HAMISÍTÁSSAL ÉS JOGVÉDETT TARTALMAKKAL KAPCSOLATOS LAKOSSÁGI ATTITÚDOK

- A válaszadók 64%-a szerint hosszú távon jobban megéri eredeti terméket vásárolni, mint hamisítottat.
- 2021-ben a lakosság kisebb hányada ismeri fel a hamisított termékek egészségkárosító hatását, mint korábban. Idén a megkérdezettek 64%-a értett egyet azzal az állítással, hogy a hamis termékek veszélyesek lehetnek az egészségre, míg a korábbi években folyamatosan 70% felett volt ez az arány.
- A hamisítványok terjesztését a korábbi évekhez képest kisebb arányban értékeli a lakosság bűncselekményként. A megkérdezettek 20%-a szerint nem törvénybeütköző a hamis áruk terjesztése.
- 2021-ben a lakosság 55%-a büntetné a mostaninál szigorúbban a hamisítókat és a terjesztőket.
- A vásárlók felelősségre vonásáról is enyhébben vélekedik a magyar lakosság, mint a tavalyi adatfelvétel idején: míg 40% szerint hamis termékek vásárlóit nem terheli felelősség, addig 27% a vásárlók felelősségre vonását sürgeti.
- Az internetezők 63%-a nem tartja felismerhetőnek vagy bizonytalan abban, hogy az interneten lévő tartalmak legális vagy illegális úton kerültek fel a világhálóra.
- 2021-ben az internethasználók 65%-a nem lenne hajlandó fizetni azért, hogy az online világban legális forrásból férhessen hozzá tartalmakhoz. A tavalyi évekhez képest megnőtt azoknak az internetezőknak az aránya (21%), akik csak akkor váltanak, ha jóval olcsóbban lennének beszerezhetők a legális tartalmak, mint jelenleg.



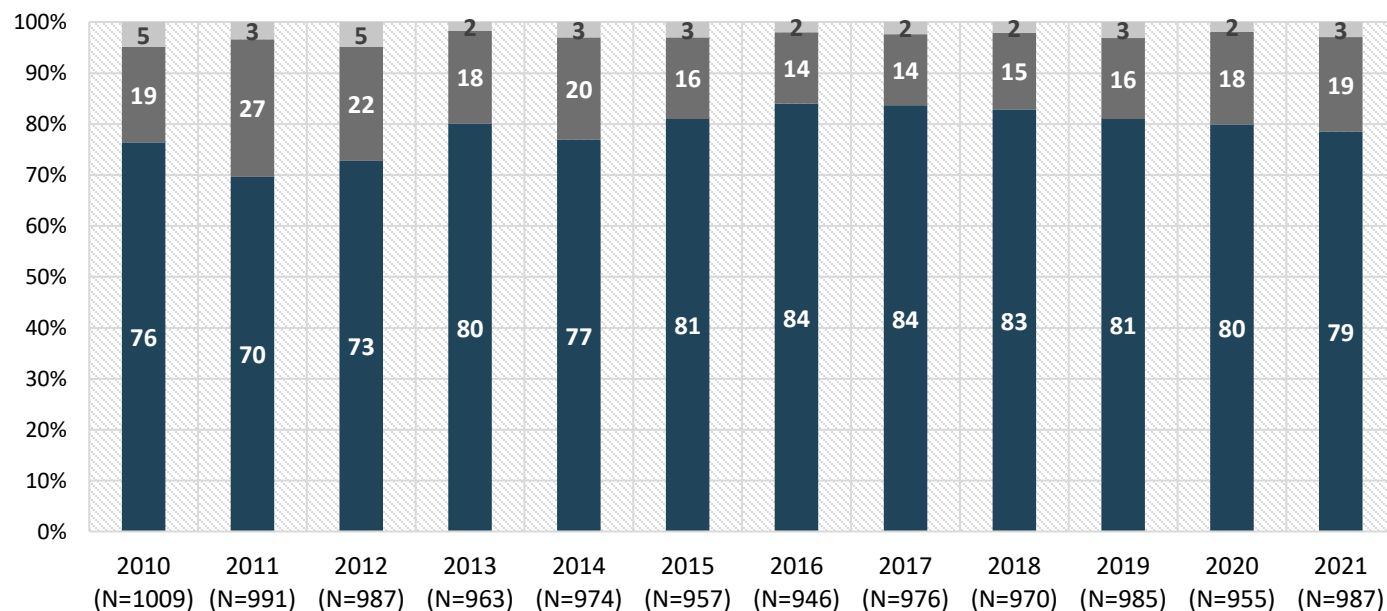
## HAMIS TERMÉKEKKEL KAPCSOLATOS VÁSÁRLÁSI SZOKÁSOK

- Melyek a legnépszerűbb hamis termékcsoportok a magyar vásárlók körében?
- Mely társadalmi-demográfiai csoportok vásárolnak hamis terméket?
- 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.

# HAMIS TERMÉKEKKEL KAPCSOLATOS VÁSÁRLÁSI SZOKÁSOK

## HAMIS TERMÉKEK VÁSÁRLÁSÁVAL KAPCSOLATOS FOGYASZTÓI ATTITÚDOK ALAKULÁSA

1. ábra: Vásárolna-e hamis terméket? (százalékos megoszlás, 2010-2021 között)

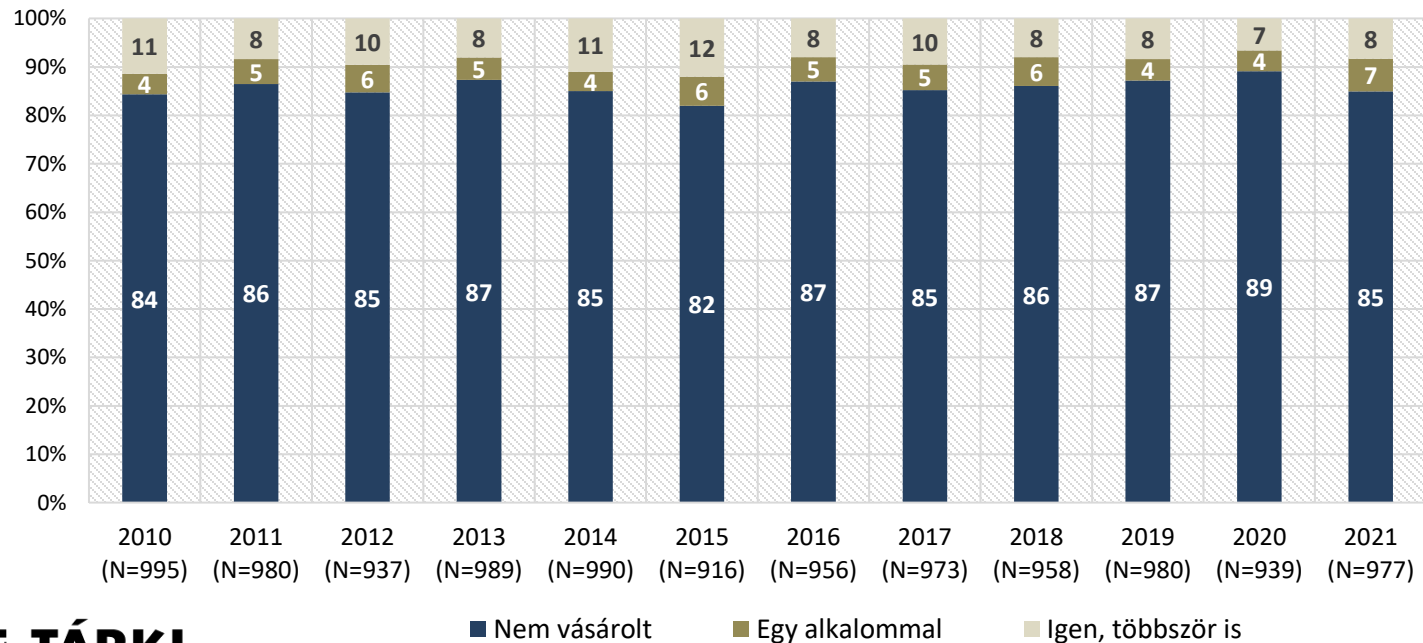


2021-ben a korábbi évek felméréseihez hasonló megoszlást tapasztalunk annak tekintetében, hogy a válaszadók vásárolnának-e szándékosan hamis terméket. **A megkérdezettek 79%-a nem vásárolna, míg 19% talán vásárolna és mindössze 3% válaszolta, hogy igen, bármikor vásárolna illegális, vagy kétes forrásból származó terméket.** A vizsgált időszakban végig 2% és 5% között mozgott azoknak az aránya, akik saját bevallásuk szerint bármikor vásárolnának hamis terméket.

# HAMIS TERMÉKEKKEL KAPCSOLATOS VÁSÁRLÁSI SZOKÁSOK

## HAMIS TERMÉKEK VÁSÁRLÁSÁVAL KAPCSOLATOS FOGYASZTÓI ATTITÚDOK ALAKULÁSA

2. ábra: Vásárolt-e hamis terméket? (százalékos megoszlás, 2010-2021 között)



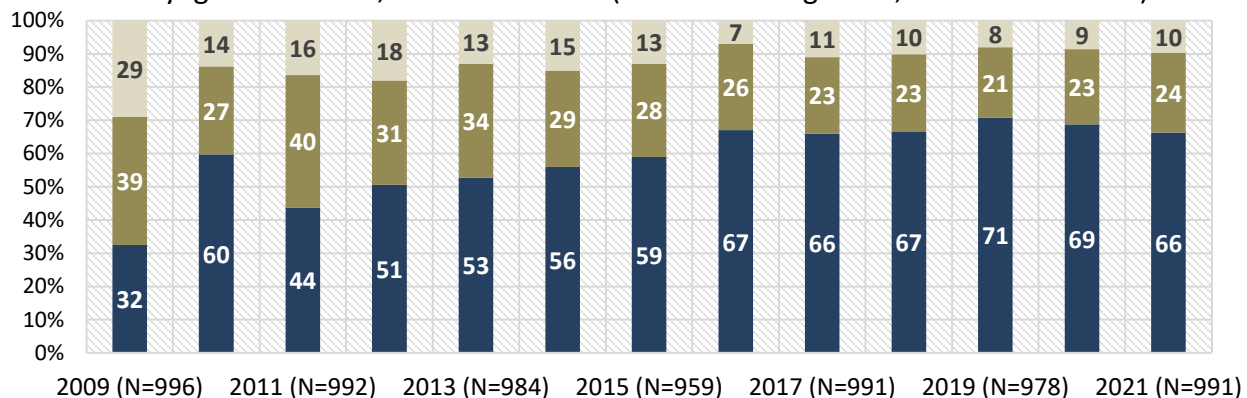
Az általános megfogalmazás nyomán („Vásárolt-e Ön az elmúlt egy évben hamis terméket?”) 2010 és 2021 között nem tapasztalható jelentős elmozdulás, hiszen **11-18% volt azok aránya, akik valóban vásároltak az elmúlt évben bármilyen hamis terméket.** A hamis terméket vásárlók aránya 2020-ban volt a legalacsonyabb a vizsgált időszak egészét tekintve (11%), ehhez képest 2021-re 4 százalékpontos emelkedés tapasztalható tekintetben.

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 visszaemlékezésből eredő pontatlanságok is torzíthattak.



# HAMIS TERMÉKEKKEL KAPCSOLATOS VÁSÁRLÁSI SZOKÁSOK

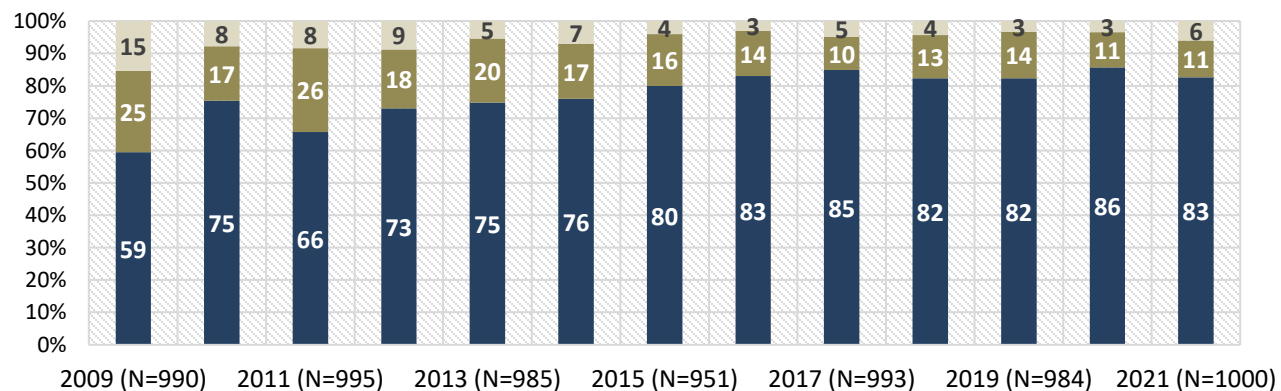
3. ábra: Vásárolna-e olyan **ruházati termék**, ami egy márkás termék utánzata, hamisítványa, ha lényegesen olcsóbb, mint az eredeti? (százalékos megoszlás, 2009-2021 között)



TÁRKI

■ Nem ■ Talán ■ Igen, bármikor

4. ábra: Vásárolna-e hamis **illatszert, kozmetikumot**, ha lényegesen olcsóbb, mint az eredeti? (százalékos megoszlás, 2009-2021 között)



TÁRKI

■ Nem ■ Talán ■ Igen, bármikor

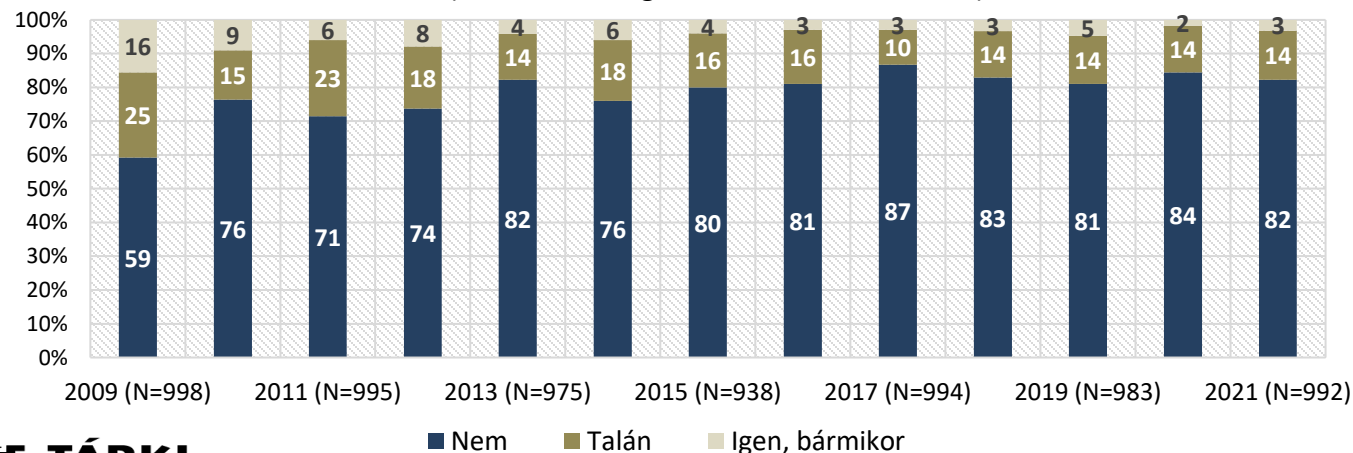
A hamisított **ruházati termékek** vásárlásának elutasítottságával kapcsolatos attitűdöket vizsgálva a következőket lehet megállapítani: míg 2009-ben mindössze minden harmadik válaszadó utasította el kategorikusan a hamis ruházati termékek vásárlását, addig **2016 óta az elutasítók aránya folyamatosan kétharmad körül (66-71%) mozog.** Azonban továbbra is 34% azoknak az aránya, akik (talán vagy biztosan) vásárolnának hamis ruházati terméket (3. ábra).

A hamis **illatszerek, illetve kozmetikumok** elutasítottsága **határozottabb (86%), mint a ruháké:** 2021-ben csupán a lakosság 11%-a jelezte, hogy talán venne, további 6% pedig, hogy bármikor venne ilyen terméket (4. ábra).

TÁRKI

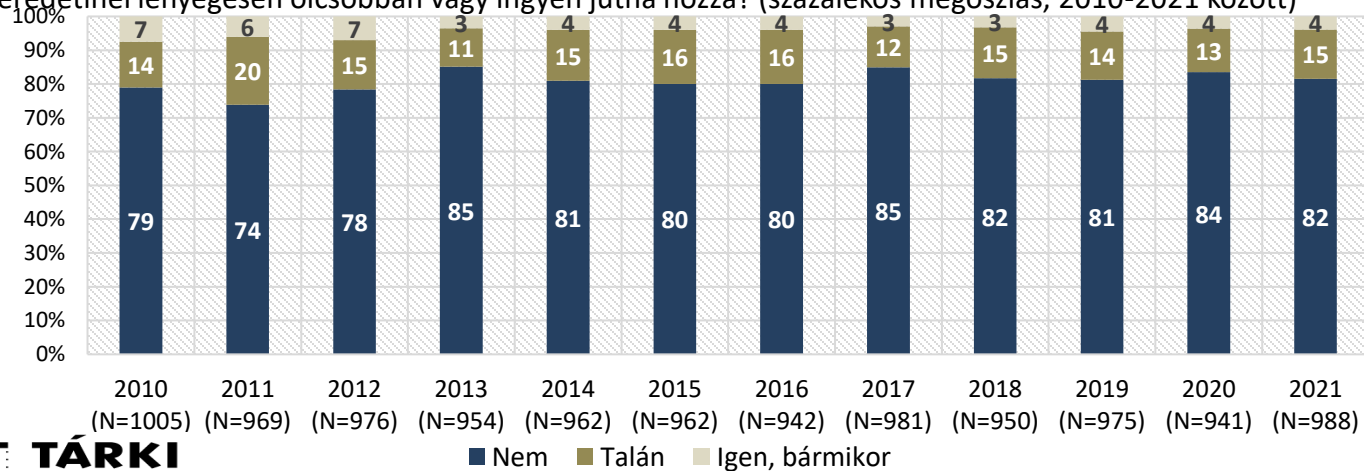
# HAMIS TERMÉKEKKEL KAPCSOLATOS VÁSÁRLÁSI SZOKÁSOK

5. ábra: Vásárolna-e hamis, másolt CD-t, DVD-t, ha az lényegesen olcsóbb, mint az eredeti?  
(százalékos megoszlás, 2009-2021 között)



TÁRKI

6. ábra: Vásárolna-e, elfogadna-e Ön illegálisan másolt, letöltött számítógépes programokat, ha az eredetinel lényegesen olcsóbban vagy ingyen jutna hozzá? (százalékos megoszlás, 2010-2021 között)



TÁRKI

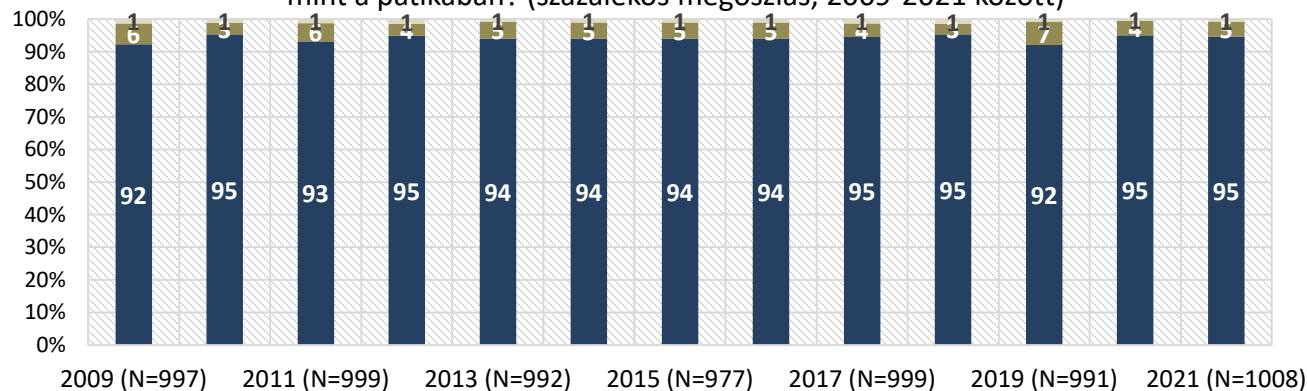
Össességében az látszik, hogy **2009 óta töredékére esett vissza a hamis CD-t, DVD-t vásárlók aránya (41%-ról 17%-ra)**, aminek az állhat a hátterében, hogy ezek az árucikkek a legális piacon is sokat veszítettek a népszerűségükből az elmúlt évtizedben.

A hamis CD-t, DVD-t vásárlók aránya nagyságrendjét tekintve 2021-ben a korábbi évekhez hasonlóan alakult: 3% válaszolta, hogy bármikor vásárolna ilyen hamis terméket, 14% talán vásárolna, míg **a lakosság 82%-a határozottan elutasította ezt a fogyasztói viselkedést (5. ábra).**

**Az illegálisan másolt, letöltött számítógépes programokat** megvásárlók, felhasználók aránya 2010 és 2012 között 21-26% között mozgott, majd 2013-tól kezdődően stabilan 14-20% között maradt. 2021-ban a válaszadók 19%-a mondta azt, hogy tudvalevőleg illegális csatornákon keresztül vásárolna, illetve elfogadna számítógépes programokat (6. ábra).

# HAMIS TERMÉKEKKEL KAPCSOLATOS VÁSÁRLÁSI SZOKÁSOK

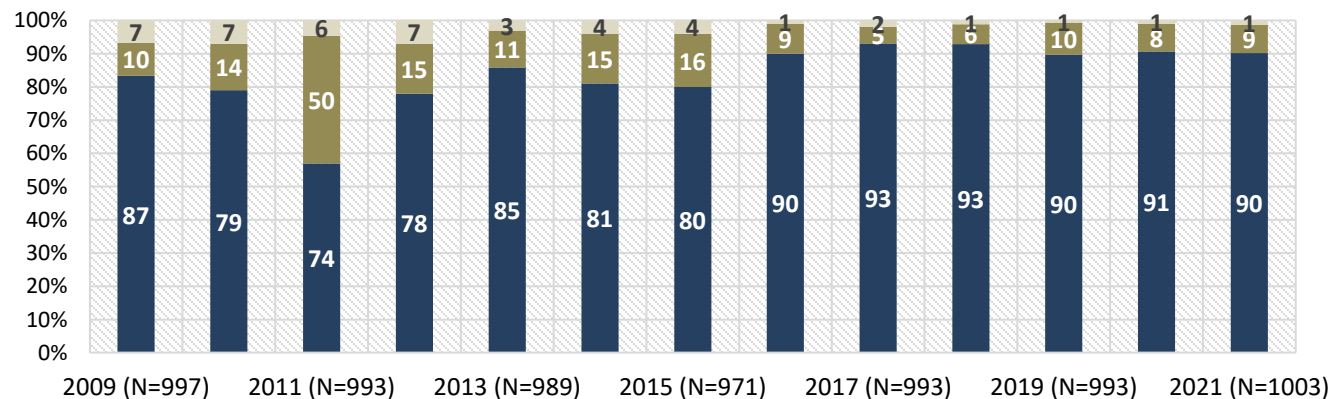
7. ábra: Ön vásárolna-e nem megbízható forrásból származó **gyógyszert**, ha lényegesen olcsóbb, mint a patikában? (százalékos megoszlás, 2009-2021 között)



**TÁRKI**

■ Nem ■ Talán ■ Igen, bármikor

8. ábra: Ön vásárolna-e nem megbízható forrásból származó **élelmiszert vagy italt**, ha lényegesen olcsóbb, mint az üzletekben? (százalékos megoszlás, 2010-2021 között)



**TÁRKI**

■ Nem ■ Talán ■ Igen, bármikor

**2021-ben a válaszadók 5%-a nyilatkozott úgy, hogy venne, vagy lehetségesnek tartja, hogy venne nem megbízható forrásból származó gyógyszert.** Idén is ez az a terület, ahol a legnagyobb a hamis termékek elutasítottsága (95%) (7. ábra).

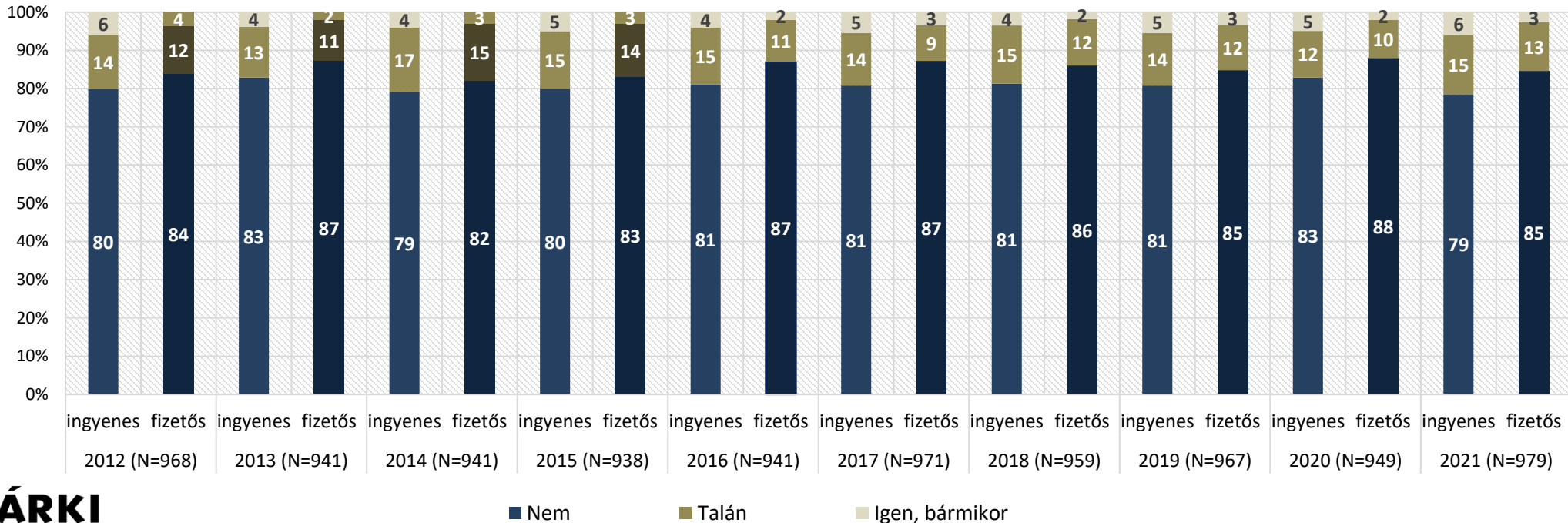
Hasonlóan a korábbi termékekhez, a **nem megbízható forrásból származó élelmiszerek és italok fogyasztását is elutasítja a megkérdezettek döntő többsége.** E termékcsoporthoz a vásárlók tudatosabbá válása figyelhető meg: míg 2010-2012 között 74-79% utasította el a kétes eredetű élelmiszereket, addig 2013-2015 között már 80-85%, s 2016-tól kezdődően folyamatosan 90% fölötti elutasítási arányt mérünk (8. ábra).

**TÁRKI**

# HAMIS TERMÉKEKKEL KAPCSOLATOS VÁSÁRLÁSI SZOKÁSOK

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 használna ilyen célra sem ingyenes, sem fizetős oldalakat:** a vizsgált periódusban az ingyenes oldalak elutasítottsága 79-83% között, a fizetős oldalak elutasítottsága pedig 82%-88% között mozgott, bár az előző évhez képest enyhe csökkenés tapasztalható. (9. ábra).

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, 2012-2021 között)

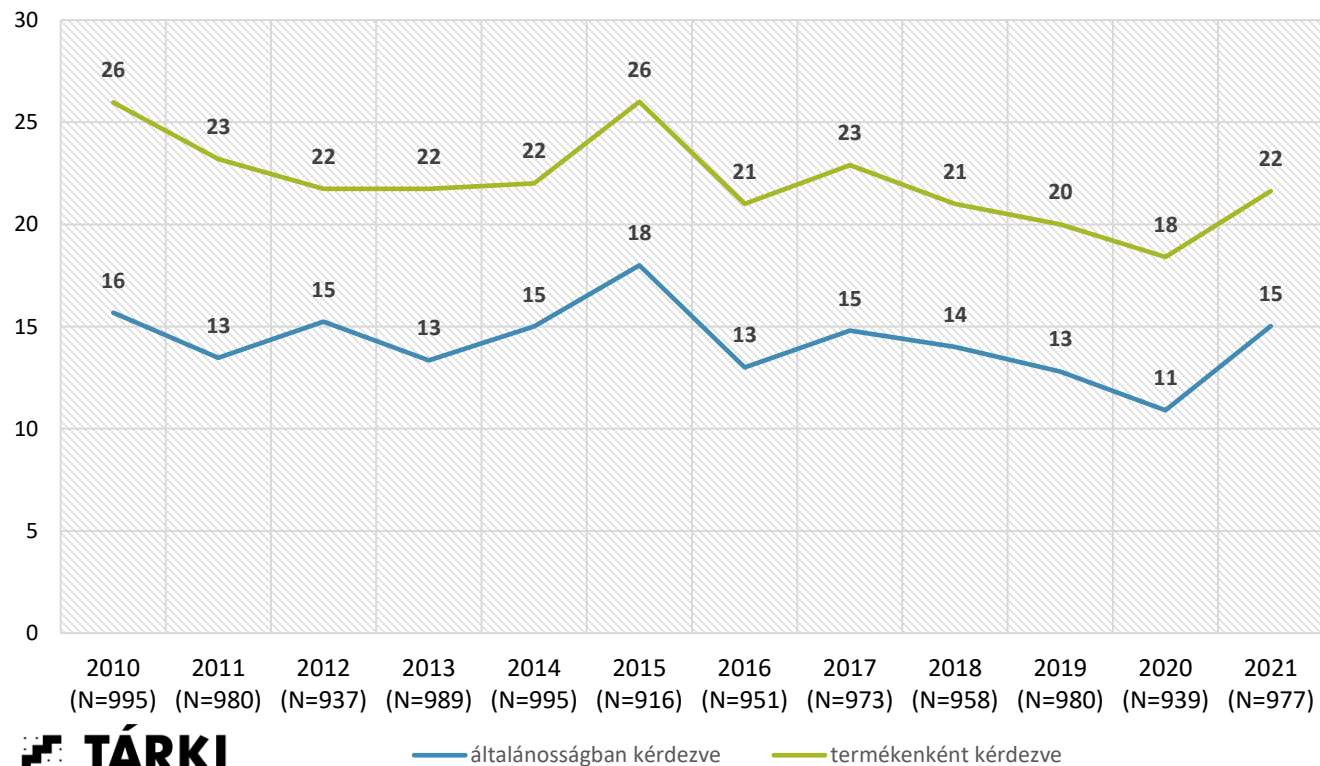


# HAMIS TERMÉKEKKEL KAPCSOLATOS VÁSÁRLÁSI SZOKÁSOK

## 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 2021 között, vagyis mennyire elterjedt a hamisított termékek vásárlása, és mely társadalmi csoportok vesznek az átlagosnál nagyobb vagy kisebb valószínűséggel hamis terméket, termékcsoportokat.

10. ábra: A hamisított termékek vásárlóinak alakulása (százalékos megoszlás, 2010-2021 között)



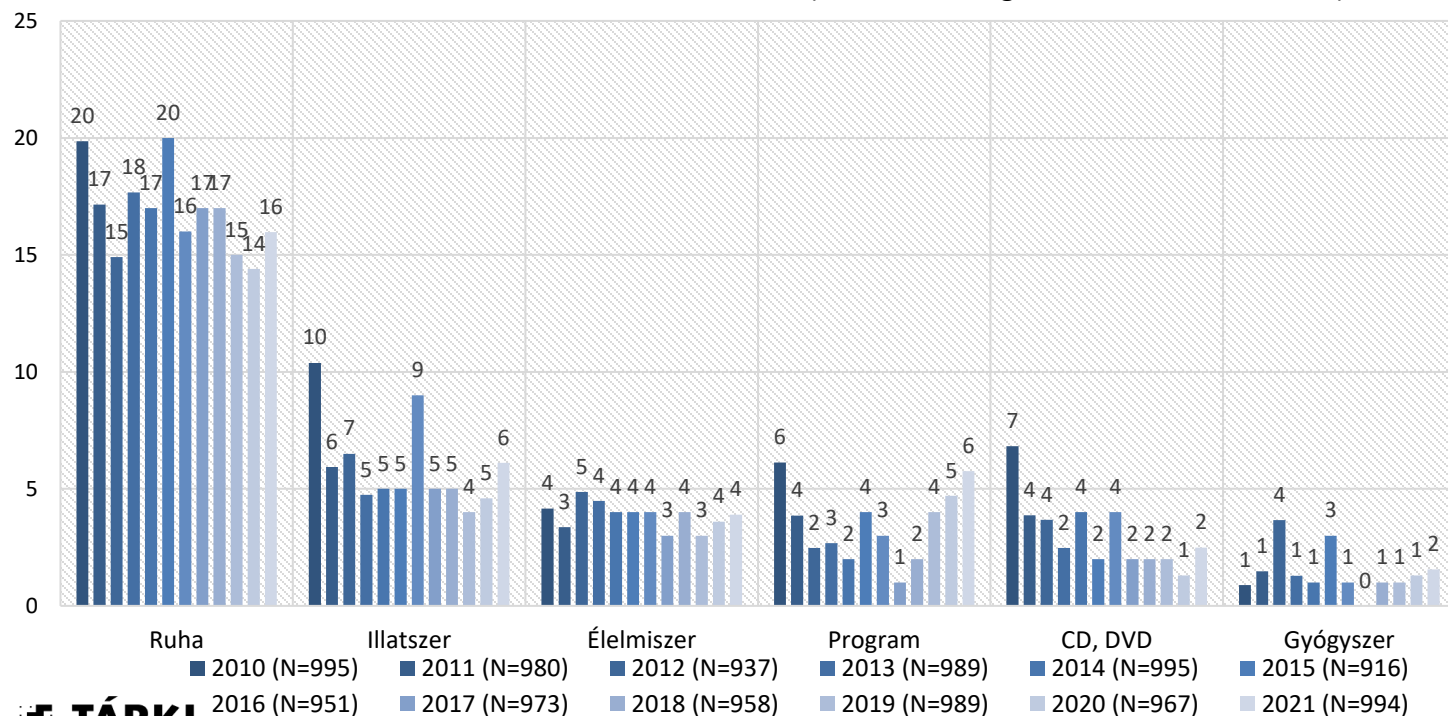
A mintába került személyektől először általánosságban kérdeztük, hogy vásároltak-e az elmúlt egy évben valamilyen hamis terméket. A vizsgált időszakban 11-18% között mozgott a vásárlók aránya. Ezt követően terméktípusonként (ruha, élelmiszer, gyógyszer stb.) is megkérdeztük, hogy vásároltak-e hamis terméket, és így összesítve a válaszokat magasabb vásárlási arányt tapasztaltunk: **2010 és 2021 között 18-26% mozgott a valamilyen hamis terméket vásárlók aránya, 2020-ban a legalacsonyabb, melyet 2021-ben emelkedés követ.** A 10. ábrán látható, hogy az általános és a termékenkénti említés minden vizsgált évben együtt jár. Ebben tendenciában 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.

# HAMIS TERMÉKEKKEL KAPCSOLATOS VÁSÁRLÁSI SZOKÁSOK

## HAMIS TERMÉKET VÁSÁRLÓK ARÁNYA ÉS A VÁSÁRLÓK TÁRSADALMI ÖSSZETÉTELE

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

11. ábra: A hamisított termékek vásárlóinak alakulása (százalékos megoszlás, 2010-2021 között)



A korábbi évekhez hasonlóan 2021-ben is a legkelendőbb hamisított termék a hamisított márkás ruházat: a válaszadók 16%-a vásárolt hamis ruhát ebben az évben, ami összhangban van a korábbi évek tapasztalataival. Hamis illatszert 6% vásárolt, illegális programokat szintén 6% töltött le vagy fogadott el, nem megbízható forrásból származó élelmiszert 4%, CD-t vagy DVD-t 2%, nem patikából származó gyógyszert pedig szintén 2% vásárolt 2020-ban.

# HAMIS TERMÉKEKKEL KAPCSOLATOS VÁSÁRLÁSI SZOKÁSOK

## HAMIS TERMÉKET VÁSÁRLÓK ARÁNYA ÉS A VÁSÁRLÓK TÁRSADALMI ÖSSZETÉTELE

Megvizsgáltuk, hogy a különféle hamis termékek vásárlása mely társadalmi csoportok körében a leginkább elterjedt, és azt találtuk, hogy a kérdezett életkora és lakóhelyének településtípusa statisztikailag szignifikáns összefüggést mutat a hamis termékek vásárlásával. Az idei felmérés alapján elmondható, hogy **a fiatalabb korosztály (18-39 évesek), illetve a fővárosban élők vásároltak legnagyobb arányban hamis terméket a kérdezést megelőző egy évben.**

A vizsgálat további legfontosabb eredményei az alábbiakban foglalhatók össze:

- Nemek tekintetében nincs összefüggés a hamis termékcsoporthoz való vásárlásban; férfiak és nők azonos arányban szereztek be a hamis árukat.
- A kor hatással van a hamis termékek fogyasztására. A tavalyi eredményekhez hasonlóan, a különböző terméktípusok összegzett mutatója a fiatalok (25%) és a fiatal középkorúak (29%) csoportjában az országos átlagnál magasabb: vásárlóerő szempontból idén is ők képezik a legaktívabb korcsoportot.
- A fővárosban élők (39%) az országos átlagnál 17 százalékponttal magasabb arányban vásároltak valamilyen hamis terméket.
- Az iskolai végzettség nem befolyásolja az ilyen típusú fogyasztói viselkedést.
- A jövedelem – melynek nagysága alapján öt, nagyjából egyenlő csoportra osztjuk a válaszadókat – szintén magyarázza a hamis termékekkel kapcsolatos vásárlási szokásokat. A legalacsonyabb (31%) és legmagasabb (35%) jövedelmi ötödbe tartozó megkérdezettek az átlagosnál magasabb arányban vásároltak tudvalevőleg hamis terméket az elmúlt egy év során.

Azoktól, akik az elmúlt évben legalább egyszer vásároltak hamis terméket, megkérdeztük, hogy milyen tényezők álltak a vásárlás hátterében. **2021-ben a hamis terméket vásárló válaszadók 72%-a számára a termék alacsonyabb ára játszott alapvető szerepet, 70% szerint nem volt gond a termék minőségével, 31% említette, hogy nem játszott szerepet a döntésében a termék hamisított volta,** – szüksége volt rá, ezért megvette, – és csupán 3% nevezett meg egyéb okot. Az indokok erőssorrendje nem változott a legutóbbi kutatás óta eltelt időszakban.

# HAMIS TERMÉKEKKEL KAPCSOLATOS VÁSÁRLÁSI SZOKÁSOK

## TERVEZETT ÉS VALÓS VÁSÁRLÁSI SZOKÁSOK ÖSSZEFÜGGÉSE

Felmerülhet a kérdés, hogy mennyire erős az összefüggés a megkérdezettek tervezett és múltbeli vásárlási szokásai között.

Azok, akik alapvetően elzárkóznak a hamis termék megvásárlásától, döntő többségükben (95%) nem is vásároltak ilyen terméket az elmúlt egy évben. Ugyanakkor **a hamis termék megvásárlására nyitott válaszadók 46%-a ténylegesen vásárolt kétes forrásból származó terméket.**

Termékcsoportok szerinti bontásban azt láthatjuk, hogy minden termék esetében nagyon 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.**

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.







# A HAMIS TERMÉKEK VÁSÁRLÁSÁNAK KÖRÜLMÉNYEI, MOTIVÁCIÓI

A magyar fogyasztók...

- hol,
- hogyan,
- miért

vásárolnak hamis termékeket?

# A HAMIS TERMÉKEK VÁSÁRLÁSÁNAK KÖRÜLMÉNYEI, MOTIVÁCIÓI

## MIÉRT VÁSÁROLNAK AZ FOGYASZTÓK HAMIS TERMÉKEKET?

A szándékosan hamis terméket vásárlóktól a vásárlás okaira is rákérdeztünk. Az ideai adatokat, a tavalyival összehasonlításban az alábbi táblázatban mutatjuk be.

1. táblázat: A hamis termék vásárlásának okai (százalékos megoszlás, 2019-2021)

2019	Általában (N=161)	Ruha (N=173)	Illatszer (N=46)	Élelmiszer (N=35)	CD, DVD (N=25)*	Gyógyszer (N=15)*	Program (N=12)*
Mert olcsó volt	51	60	44	43	43	20	53
Nem volt gond a minőségével	46	41	45	66	60	47	67
Nem is érdekelte, hogy hamis vagy nem, szüksége volt rá	31	30	25	18	34	30	10
Egyéb	2	0	0	0	0	9	0
2020	Általában (N=159)	Ruha (N=167)	Illatszer (N=54)	Élelmiszer (N=40)	CD, DVD (N=23)*	Gyógyszer (N=15)*	Program (N=3)*
Mert olcsó volt	51	63	45	25	31	38	20
Nem volt gond a minőségével	38	48	49	65	28	4	53
Nem is érdekelte, hogy hamis vagy nem, szüksége volt rá	34	33	34	32	23	23	27
Egyéb	2	0	0	0	12	32	0
2021	Általában (N=220)	Ruha (N=159)	Illatszer (N=62)	Élelmiszer (N=39)	CD, DVD (N=25)*	Gyógyszer (N=15)*	Program (N=58)
Mert olcsó volt	73	78	82	67	48	27	53
Nem volt gond a minőségével	69	82	85	92	100	63	71
Nem is érdekelte, hogy hamis vagy nem, szüksége volt rá	31	38	42	33	56	53	22
Egyéb	3	3	5	3	4	6	5

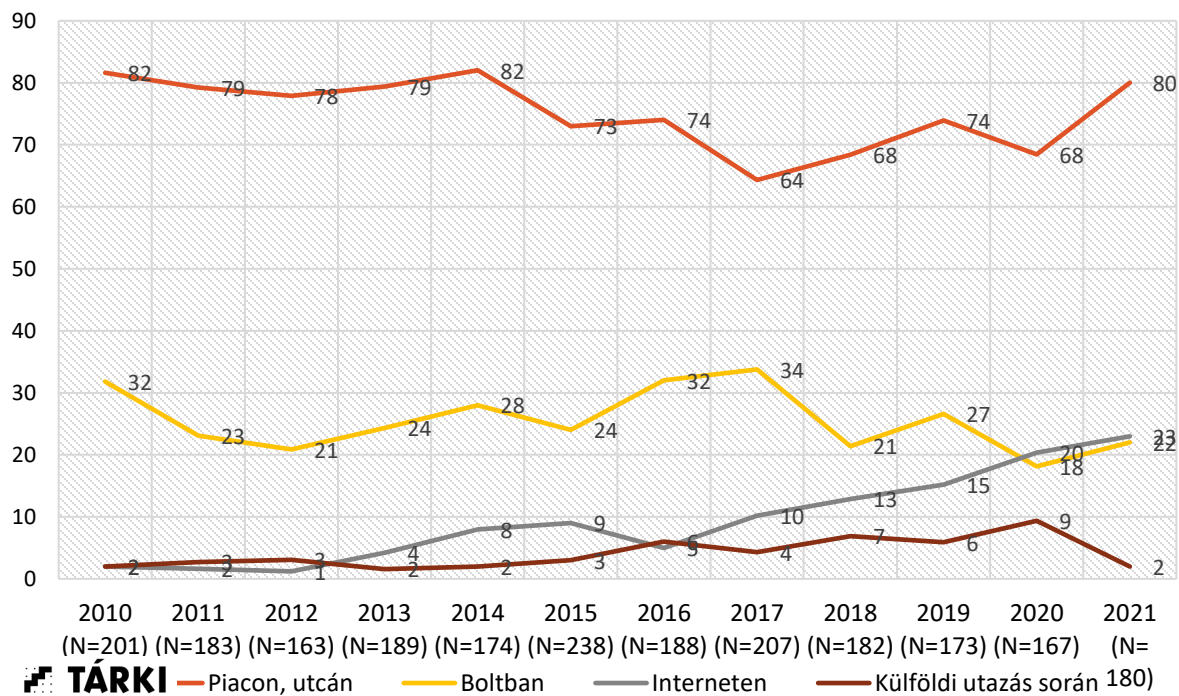
A korábbi évekhez hasonlóan a hamis termékek megvásárlásának elsődleges motivációja az alacsony ár, ugyanakkor azt látjuk, hogy a hamis terméket vásárlók a hamisítványok minőségére is hangsúlyt fektetnek. Az a típusú szkeptikus megközelítés, hogy *„nem is érdekelt, hogy hamis vagy nem, szükségem volt rá”*, a válaszadók körülbelül harmadára jellemző.

2021-ben a válaszadók 79% vásárolt volna eredeti terméket, ha az nem lett volna sokkal drágább a hamisnál. Az élelmiszer és a gyógyszer voltak azok a termékek, melyek eredetijére legnagyobb igény volna.

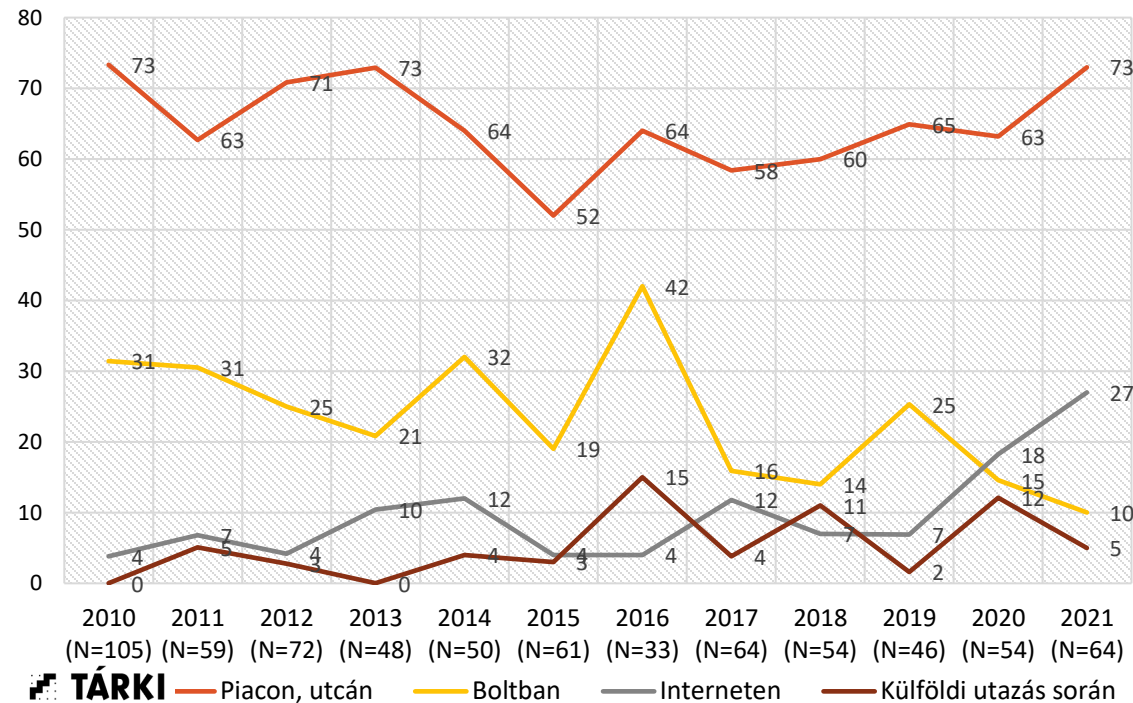
# A HAMIS TERMÉKEK VÁSÁRLÁSÁNAK KÖRÜLMÉNYEI, MOTIVÁCIÓI

## HOL VÁSÁROLNAK HAMIS TERMÉKEKET?

12. ábra: **Hamis ruházati termékek** vásárlásának helyszínei (százalékos megoszlás, 2010-2021 között)\*



13. ábra: **A hamis illatszer** vásárlás helyszínei (százalékos megoszlás, 2010-2021 között)\*

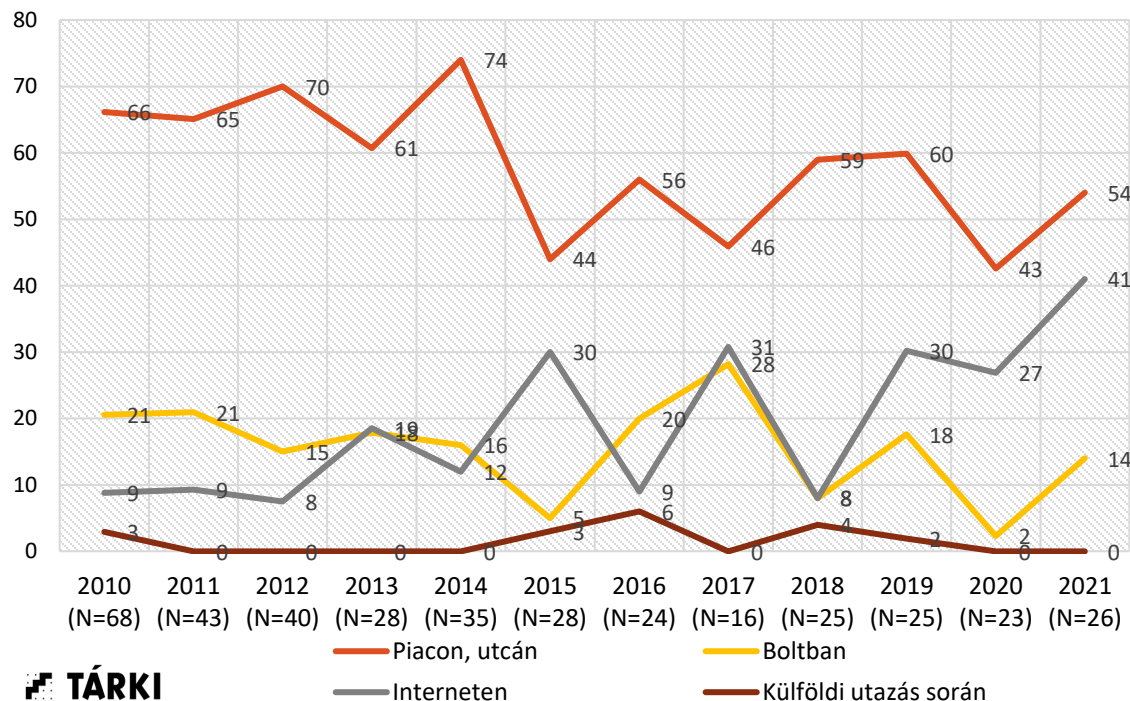


A hamisított márkás ruhákat és illatszereket a vásárlók döntő többsége (80% és 73%) piacon vagy utcán szerzi be, miközben 22-10% boltban (is) vásárol. Az internetes beszerzések aránya mindkét terméktípus esetében növekedett: míg a hamisított márkájú ruházati termékek esetében egy fokozatos növekedés figyelhető meg (2016 óta 5%-ról 23%-ra), addig a hamis illatszereket interneten vásárlók aránya évről-évre változik, idén is magas, 9 százalékpontos növekedést mértünk 18%-ról 27%-ra).

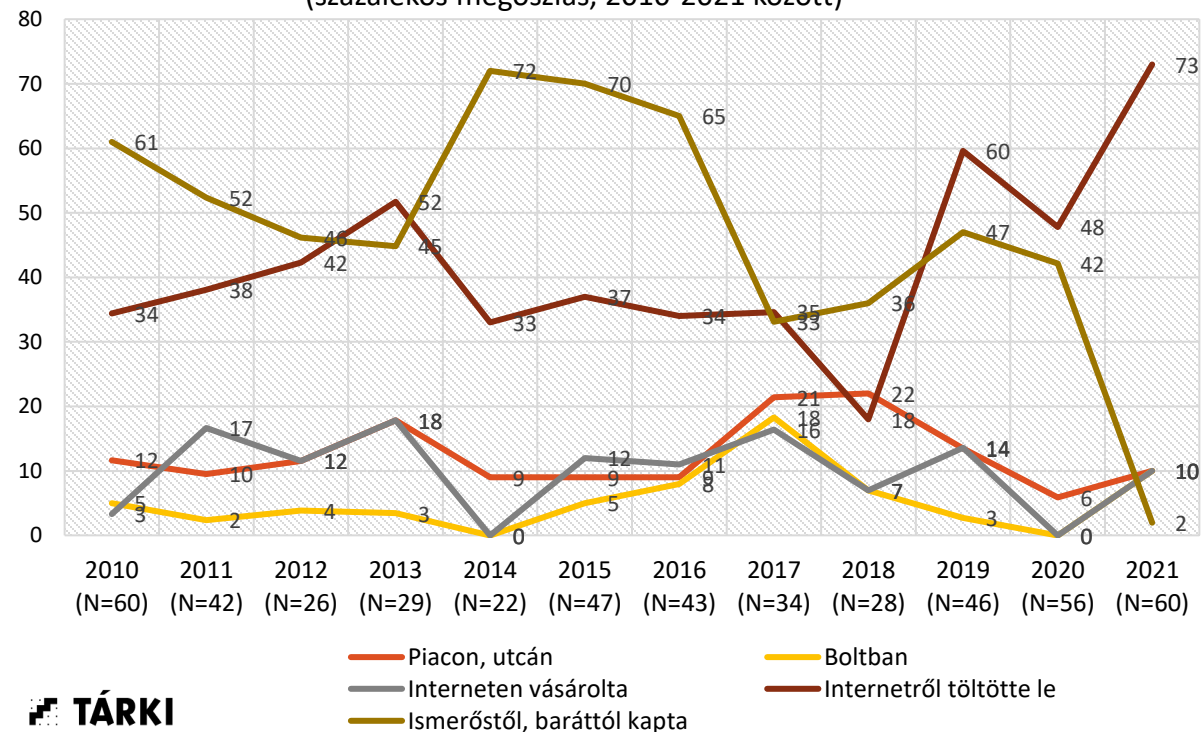
# A HAMIS TERMÉKEK VÁSÁRLÁSÁNAK KÖRÜLMÉNYEI, MOTIVÁCIÓI

## HOL VÁSÁROLNAK HAMIS TERMÉKEKET?

14. ábra: A hamis CD, DVD vásárlás helyszínei (százalékos megoszlás, 2010-2021 között)\*



15. ábra: Illegálisan másolt, letöltött számítógépes program forrásai (százalékos megoszlás, 2010-2021 között)\*



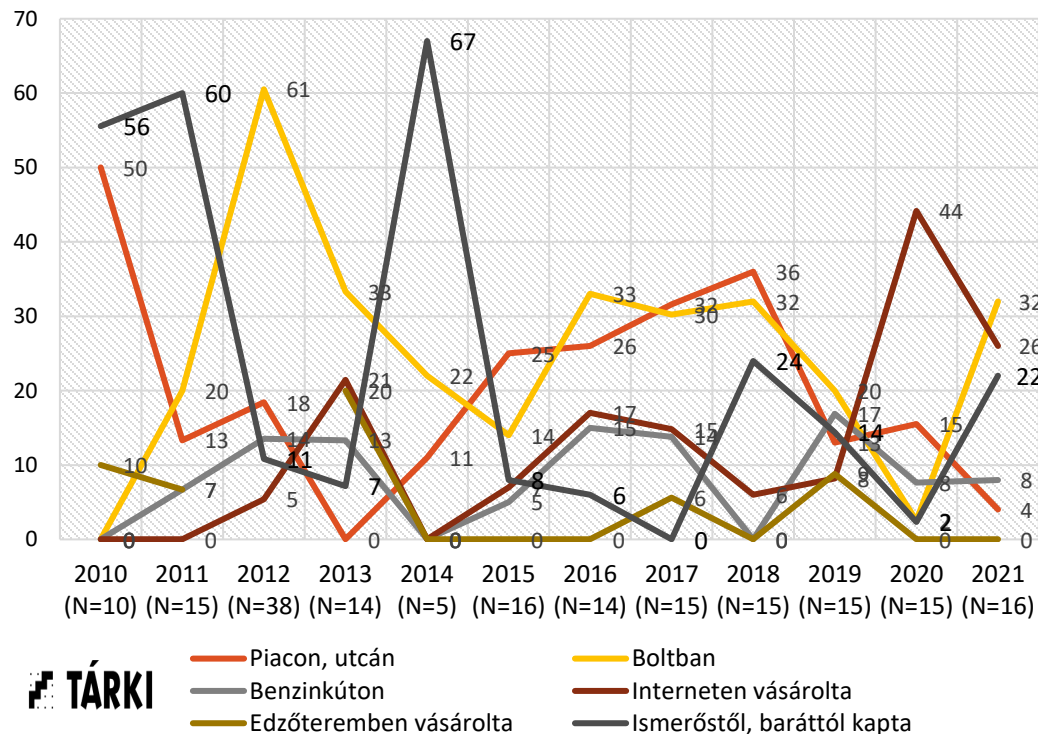
A hamis CD-k, DVD-k esetében minden vizsgált hullámban a piaci, utcai vásárlás dominál (idén 54%), az illegálisan másolt, számítógépes programok pedig elsősorban az interneten terjednek informális fórumokon keresztül: 73% ingyenes letöltés útján, 40%-os visszaesés igyelehető meg azok körében, akik ismerőstől szereztek be az adott programot. 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.

\*Alacsony esetszámok; az eredmények tájékoztató jellegűek. Mivel a kérdés esetében több választ is meg lehetett jelölni az említések gyakorisága meghaladhatja a 100%-ot.

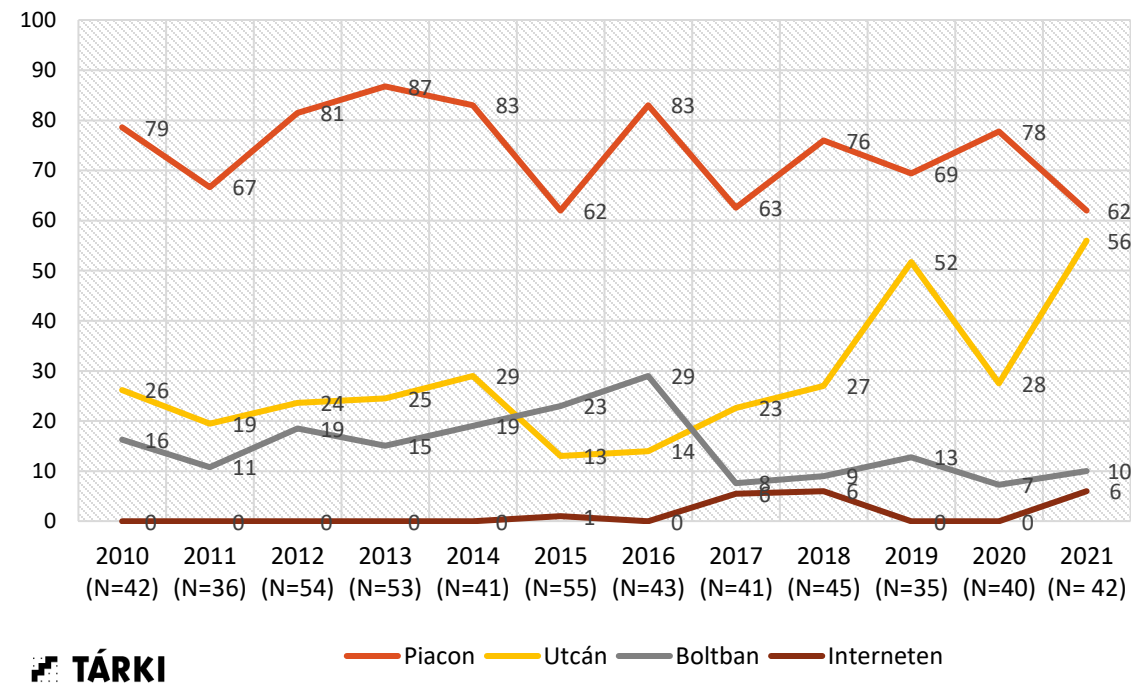
# A HAMIS TERMÉKEK VÁSÁRLÁSÁNAK KÖRÜLMÉNYEI, MOTIVÁCIÓI

## HOL VÁSÁROLNAK HAMIS TERMÉKEKET?

16. ábra: **Nem patikából származó gyógyszer** forrásai  
(százalékos megoszlás, 2010-2021 között)\*



17. ábra: **Nem megbízható forrásból származó élelmiszer** forrásai  
(százalékos megoszlás, 2010-2021 között)\*



A nem patikából származó gyógyszereket idén elsődlegesen boltban szerezték be a válaszadók (32%), 26%-uk interneten, 22%-uk pedig ismerősön keresztül. A nem megbízható forrásból származó ételeket többnyire a piacokon és utcai árusoktól (piacon 62%, utcán 56%) fogyasztották. 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.

\*Alacsony esetszámok; az eredmények tájékoztató jellegűek. Mivel a kérdés esetében több választ is meg lehetett jelölni az említések gyakorisága meghaladhatja a 100%-ot.

# A HAMIS TERMÉKEK VÁSÁRLÁSÁNAK KÖRÜLMÉNYEI, MOTIVÁCIÓI

## HOL VÁSÁROLNAK HAMIS TERMÉKEKET?

A vizsgált termékcsoporthoz közül négyet (ruházat, illatszer, CD/DVD, 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 legalább egyszer vásároltak valamilyen hamisított terméket a piacon, és megvizsgáltuk, hogy melyek azok a tényezők, amelyek az informális piachelyi kereskedelemben való vásárlás esélyét legnagyobb mértékben meghatározzák.

**A megkérdezettek 16%-a vásárolt piacon valamilyen hamisított terméket 2020-ban.**

Az országos átlaghoz képest magasabb arányban vásároltak hamisított termékeket az informális gazdaságban a fővárosban élő, a nagyon rossz szubjektív egészségi állapotú és a legalsó (34%) és legfelső (24%) jövedelmi ötödbe tartozó megkérdezettek. Az országos átlaghoz képest tizenöt százalékponttal magasabb a Budapesten élők között a piacon és/vagy utcán hamisított termékeket beszerzők aránya.

# A HAMIS TERMÉKEK VÁSÁRLÁSÁNAK KÖRÜLMÉNYEI, MOTIVÁCIÓI

## A GYÓGYSZERHAMISÍTÁS VESZÉLYEIRE FIGYELMEZTETŐ FELHÍVÁSOK

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

2021-ben a megkérdezettek 14%-a TV-ben látott a gyógyszerhamisítás veszélyeivel foglalkozó felhívást, 9%-a interneten, illetve további 7% gyógyszerboltban találkozott ilyen témájú figyelmeztetéssel. Ennél kisebb arányban találkoztak a fogyasztók a gyógyszerhamisítás veszélyeivel foglalkozó hirdetési anyaggal rádióban (5%) vagy újságokban (4%), miközben a válaszadók 50%-a nem találkozott ilyen témájú hirdetéssel az elmúlt hónapokban, 25%-a pedig nem emlékezett rá.

**Össességében a magyar felnőtt lakosság 25%-a találkozott a gyógyszerhamisítás veszélyeivel foglalkozó hirdetéssel 2021-ban, mely a tavalyi évhez képest 2 százalékpontos növekedést jelent. Idén az országos átlagnál magasabb arányban találkoztak ilyen hirdetéssel a Budapesten élők, valamint Közép-Magyarországon élő lakosok.**





# A HAMISÍTÁSSAL KAPCSOLATOS LAKOSSÁGI ATTITŰDÖK

A hamisítás

- elfogadottságának
- társadalmi- és gazdasági következményeinek,
- az egészségre gyakorolt hatásainak megítélése.

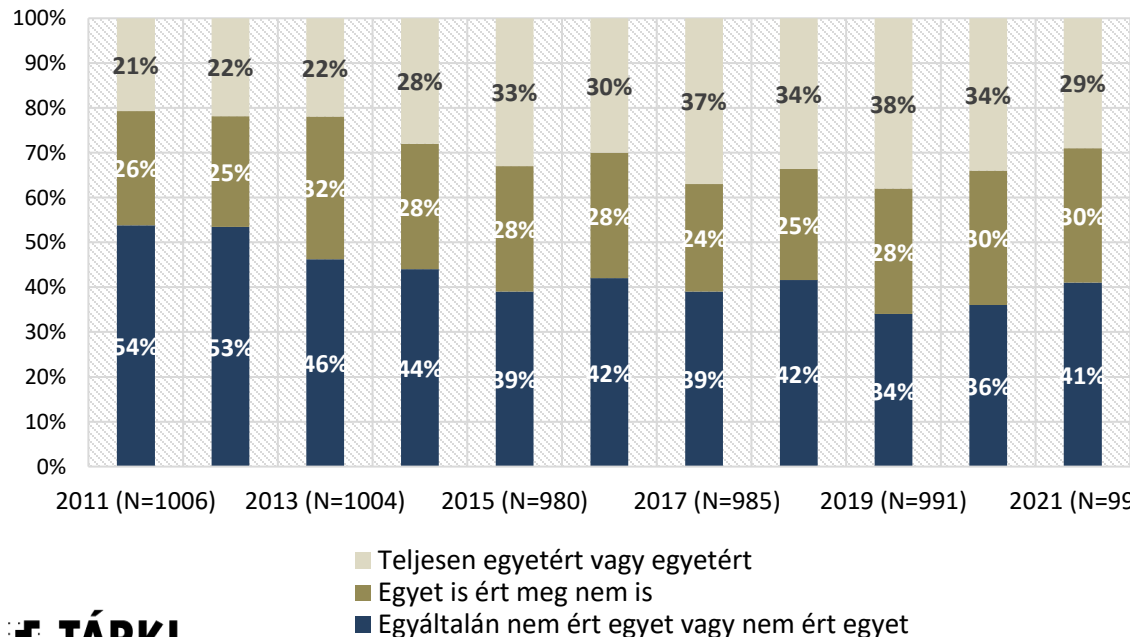


# HAMISÍTÁSSAL KAPCSOLATOS ATTITŰDÖK

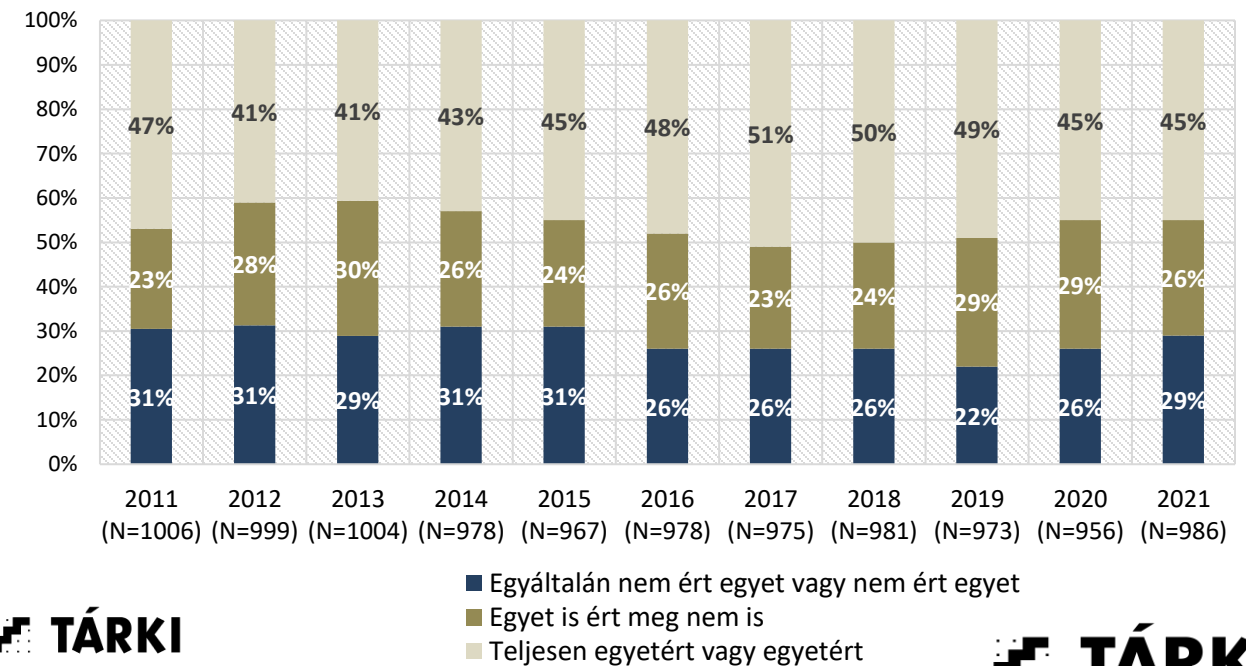
## MÁRKAHŰSÉG ÉS A HAMIS TERMÉKEKHEZ VALÓ VISZONYULÁS

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 egészen az idei évig. **Idén a megkérdezettek 29%-a kimondottan a márkás ruhákat és cipőket preferálja, miközben a megkérdezettek 71%-a nem tulajdonít ennek jelentőséget (18. ábra).** Ugyanakkor a megkérdezettek 45%-a fontosnak tartja, hogy a márkás termék, amit visel, eredeti legyen. Ez az arány a vizsgált időszakban 43% és 50% között mozgott (19. ábra).

18. ábra: Fontos, hogy márkás legyen az a ruha és cipő, amit viselek (százalékos megoszlás, 2011-2021)



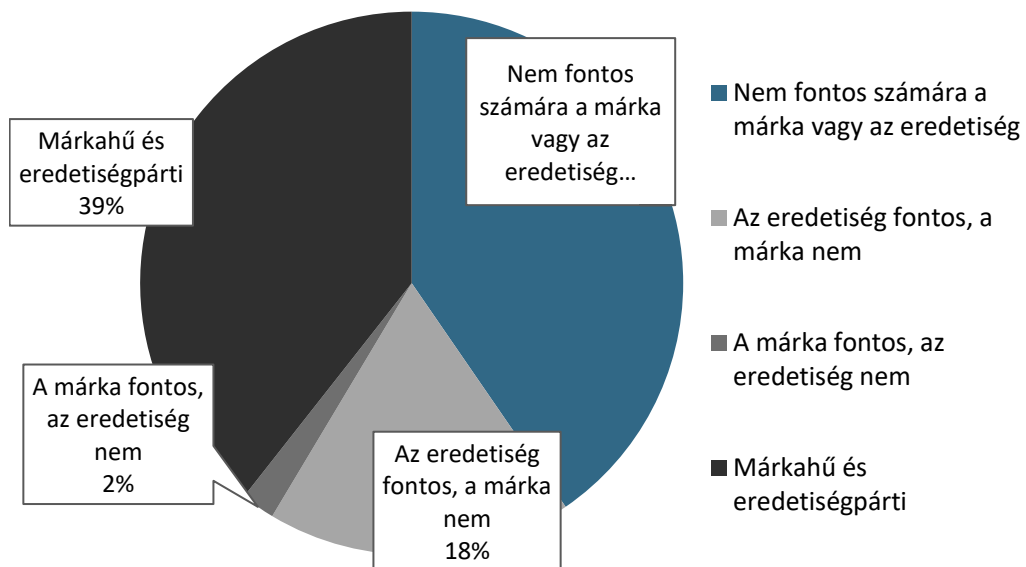
19. ábra: Fontos, hogy az a márkás termék, amit viselek, eredeti legyen (százalékos megoszlás, 2011-2021)



# HAMISÍTÁSSAL KAPCSOLATOS ATTITŰDÖK

Megvizsgáltuk azt a kérdést, hogy a magyar lakosság számára fontos-e, hogy ruházatuk márkás darabokból álljon, illetve hogy tulajdonítanak-e jelentőséget a márkás ruházati cikkek eredetiségének. E logika alapján – a kérdésről határozott véleményt formáló – válaszadók négy csoportba oszthatók, amint ezt a 20. ábra is mutatja:

20. ábra: A válaszadók megoszlása a márkás és eredeti termékekről alkotott véleményük alapján (százalékos megoszlás, 2020)



1. Az első csoport, ahova a felmérésben résztvevők harmada (39%) tartozik, a márkahűek és eredetiségpártiak csoportja. Számukra fontos, hogy a ruha, amit viselnek egyben márkás és eredeti legyen.
2. A második, a legnagyobb csoportot, ahova a felmérésben résztvevők 41%-a 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, 18%-ot kitevő csoport számára nem fontos, hogy egy ruha vagy cipő márkás legyen, viszont a márkás darabok eredetiségét elvárják.
4. A legkisebb létszámú csoport (2%) számára fontos, hogy ruháik márkásak legyenek, annak eredetiségéhez viszont nem ragaszkodnak.

A tavalyi kutatáshoz képest a csoportok nagysága nem változott jelentősen.

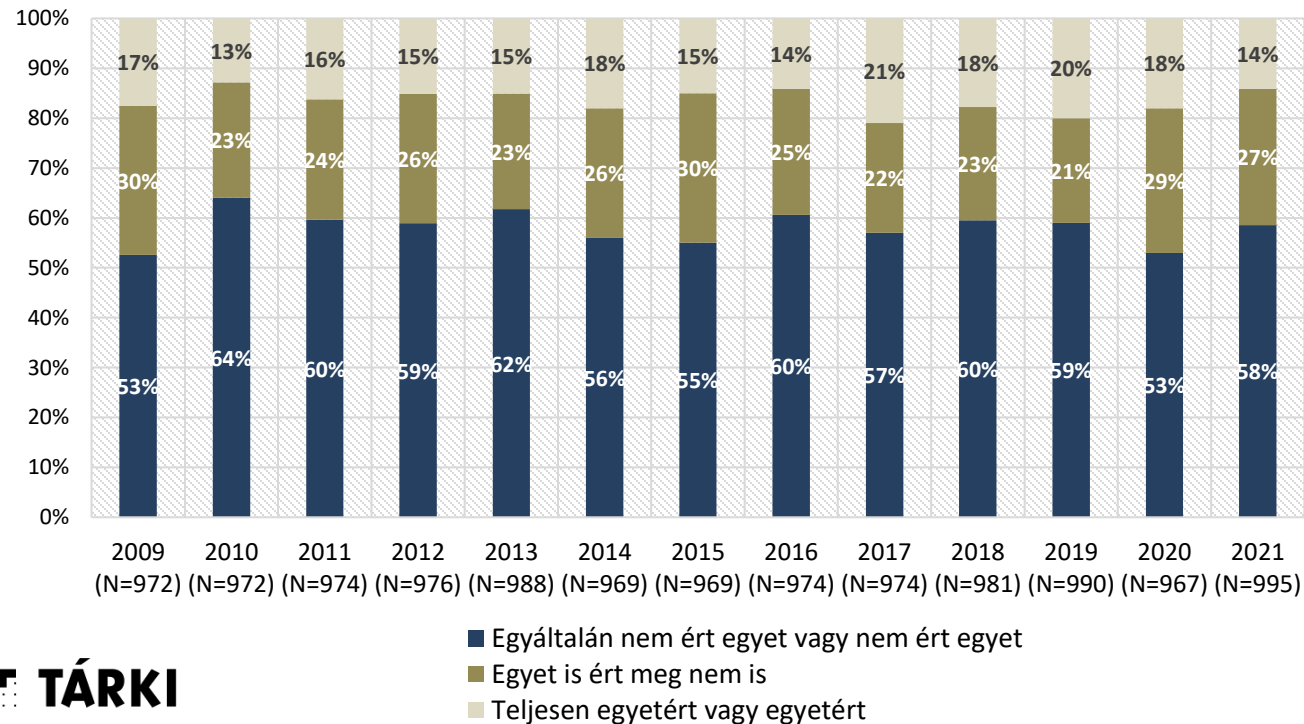
## TÁRKI

A tipikus márkahű és eredetiségpárti vásárlók jellemzően fiatalok (58%) vagy fiatal középkorúak, középkorúak, legalább középfokú végzettséggel rendelkeznek, a közép-magyarországi régióban élnek, szubjektív egészségi állapotuk nagyon jó és a legalább középső jövedelmi ötödbe tartoznak. Azok a vásárlók, akik számára nem fontos a ruhák márkája, sem a márkás ruhák eredetisége, jellemzően alacsony iskolai végzettséggel rendelkeznek, 61 éven felüliek, a dél-alföldi régióban élnek, a legalsó jövedelmi ötödbe tartoznak és szubjektív egészségi állapotuk nagyon rossz.

# HAMISÍTÁSSAL KAPCSOLATOS ATTITŪDOK

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

21. ábra: A hamis termék van olyan jó minőségű, mint az eredeti  
(százalékos megoszlás, 2009-2021)



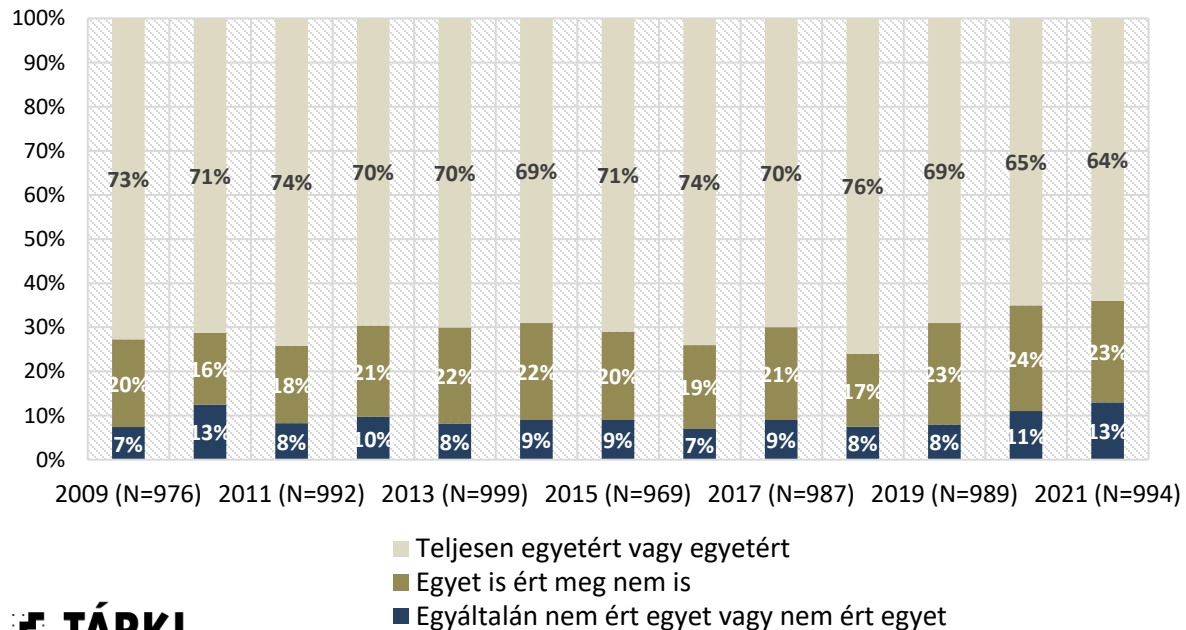
**Az elmúlt években 13-21% között változott azoknak az aránya, akik szerint egy hamisított termék minősége megegyezik az eredeti termék minőségével.** 2017-ben értettek egyet a legtöbben (21%) azzal a kijelentéssel, hogy *a hamis termék van olyan jó minőségű, mint az eredeti*, de idén ehhez képest jóval alacsonyabb, (14%) arányt mértünk (21. ábra).

Az országos átlagnál nagyobb arányban vannak a legfeljebb középfokú végzettséggel rendelkezők, a városokban élők, a dél-alföldiek és a nagyon rossz szubjektív egészségi állapotúak között azok, akik nem érzékelik a minőségi különbséget a hamis és eredeti termékek között.

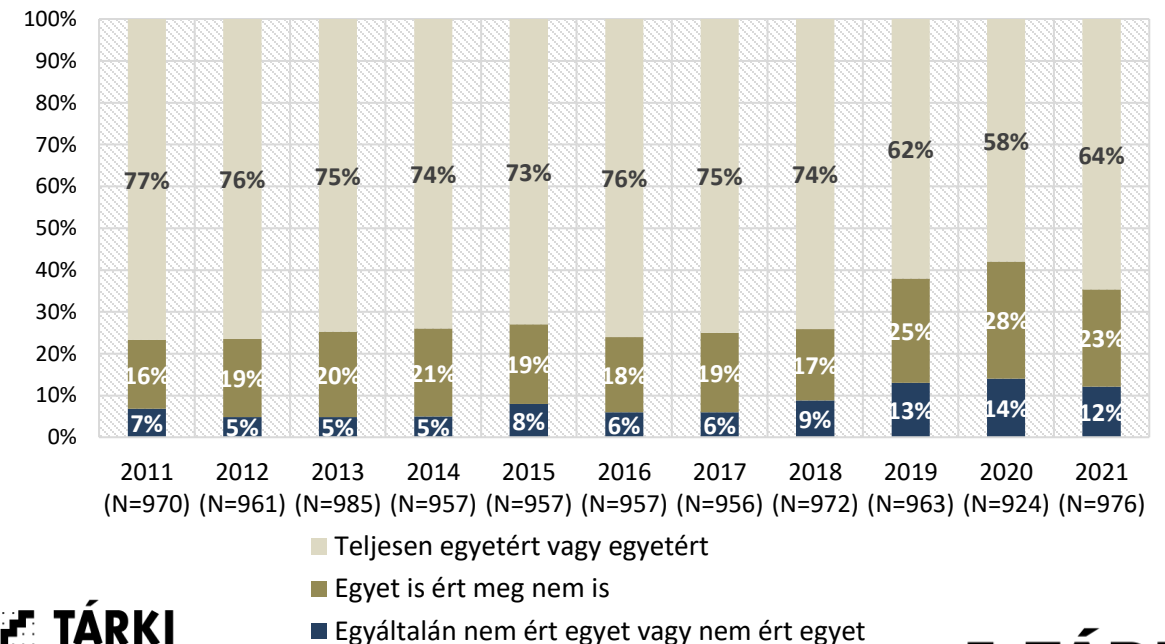
# HAMISÍTÁSSAL KAPCSOLATOS ATTITŪDÖK

A válaszadók 64%-a szerint hosszú távon jobban megéri eredeti terméket vásárolni, mint hamisítottat, s csupán 13%-uk vélekedik ellenkezőképpen. Ugyanakkor 2017 óta csökkenő tendencia mutatkozik azoknak az arányában, akik szerint idővel jobban megtérül, ha eredeti terméket választják a hamis helyett, s növekszik a bizonytalanok aránya (22. ábra). 2011 és 2018 között a népesség körülbelül háromnegyede (73-77%) vélekedett úgy, hogy a válság mélyülésével párhuzamosan nőni fog a hamis termékek iránti kereslet, azonban 2019-ben megtört ez a trend, de 2020-as mélypont (58%) után idén a magyar lakosság 64%-a gondolja, hogy a gazdasági válság miatt többen vesznek hamis vagy bizonytalan eredetű, de olcsó terméket (23. ábra).

22. ábra: Hosszú távon jobban megéri eredeti terméket vásárolni (százalékos megoszlás, 2011-2021 között) (százalékos megoszlás, 2009-2021)



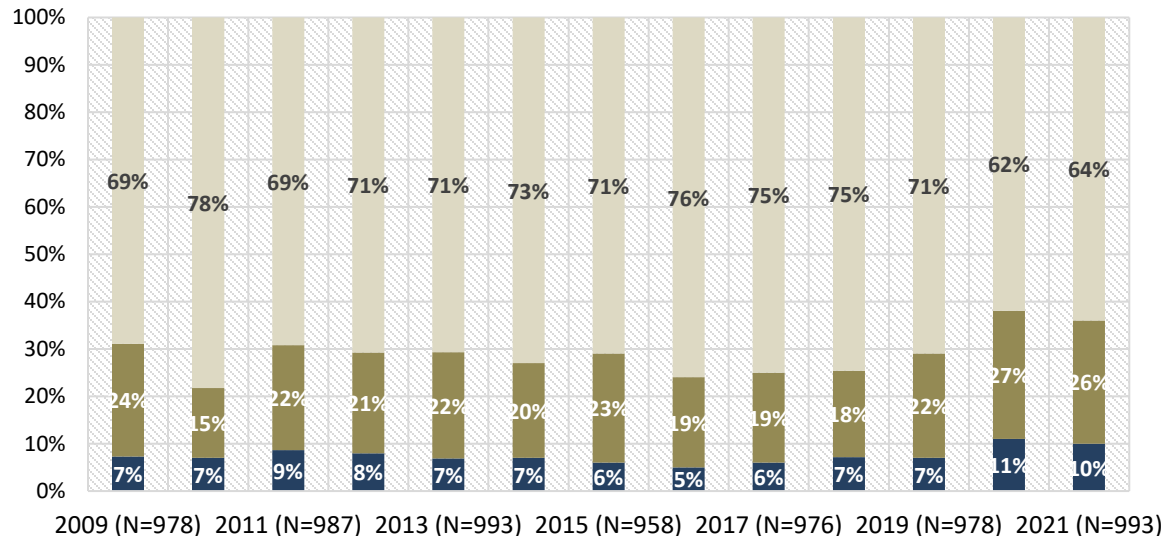
23. ábra: A gazdasági válság miatt többen vesznek hamis vagy bizonytalan eredetű, de olcsó terméket (százalékos megoszlás, 2011-2021 között)



# HAMISÍTÁSSAL KAPCSOLATOS ATTITŰDÖK

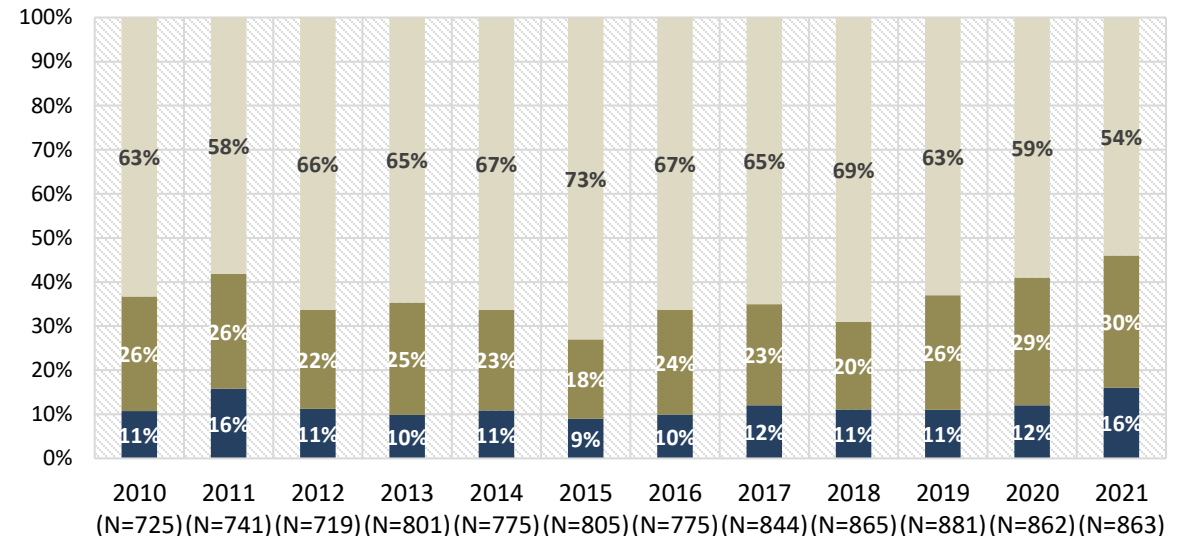
**2021-ben a lakosság kisebb hányada ismeri fel a hamisított termékek egészségkárosító hatását, mint korábban.** Idén a megkérdezettek 64%-a értett egyet azzal az állítással, hogy a hamis termékek veszélyesek lehetnek az egészségre, míg a korábbi években folyamatosan 70% felett volt ez az arány (24. ábra). **Szintén visszaesés figyelhető meg az interneten fellelhető gyógyszerek kritikusai körét vizsgálva: 54% szerint az interneten megvásárolható gyógyszerek döntő többsége hamis, 30% pedig bizonytalan ebben a kérdésben.** 2018 óta 15 százalékponttal csökkent az internetes gyógyszereladással szkeptikusok aránya, amely valószínűleg a patikák online piacterének bővítésének is köszönhető.

24. ábra: A hamis termékek veszélyesek lehetnek az egészségre (százalékos megoszlás, 2009-2021)



- Teljesen egyetért vagy egyetért
- Egyet is ért meg nem is
- Egyáltalán nem ért egyet vagy nem ért egyet

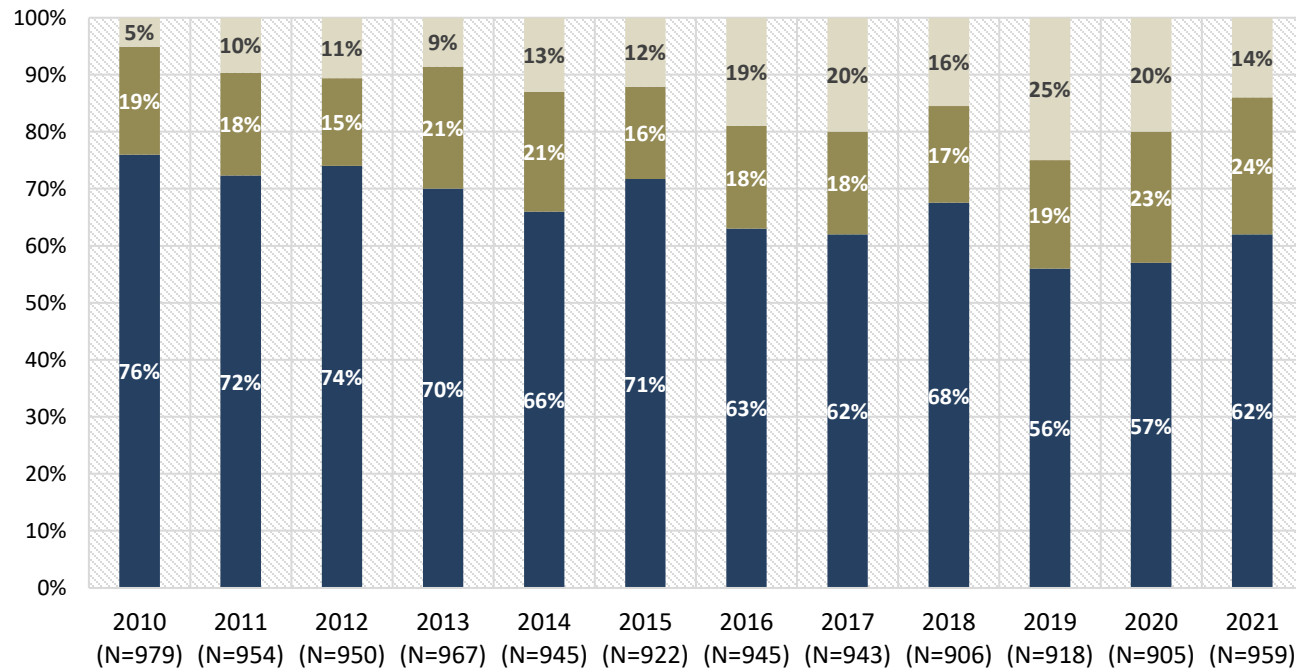
25. ábra: Az interneten kínált gyógyszerek döntő többsége hamis (százalékos megoszlás, 2010-2021)



- Teljesen egyetért vagy egyetért
- Egyet is ért meg nem is
- Egyáltalán nem ért egyet vagy nem ért egyet

# HAMISÍTÁSSAL KAPCSOLATOS ATTITŰDÖK

26. ábra: A hamis termékek birtoklását nem kell titkolni, sőt büszkélkedni lehet azzal, hogy milyen jó üzletet csináltunk (százalékos megoszlás, 2010-2021 között)



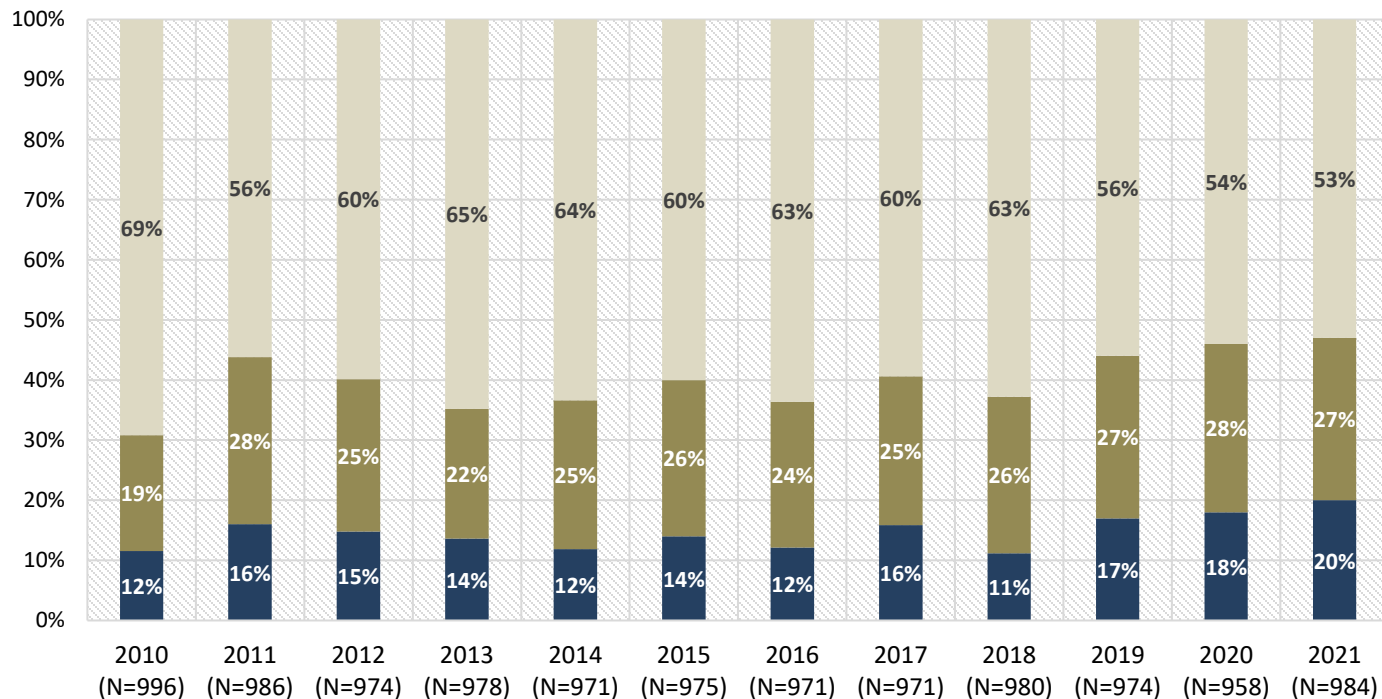
**A megkérdezettek 14%-a válaszolta azt, hogy a hamis termékek megvásárlását nem eltitkolni kell, hanem inkább büszkélkedni lehet ezzel.**

A vizsgált periódusban a lakossági vélemények megengedőbb irányba tolódtak: 2010-ben még 76% ellenezte a büszkélkedő magatartást, azonban 2021-ben csak 62% az egyértelmű elutasítók aránya, mely a vizsgált időszakon belül az igen alacsony elutasítási arány.

# HAMISÍTÁSSAL KAPCSOLATOS ATTITŰDÖK

## FORGALMAZÓK ÉS VÁSÁRLÓK BÜNTETHETŐSÉGE

27. ábra: Aki hamisítványt árul, bűncselekményt követ el  
(százalékos megoszlás, 2010-2021 között)



- Egyáltalán nem ért egyet vagy nem ért egyet
- Egyet is ért meg nem is
- Teljesen egyetért vagy egyetért

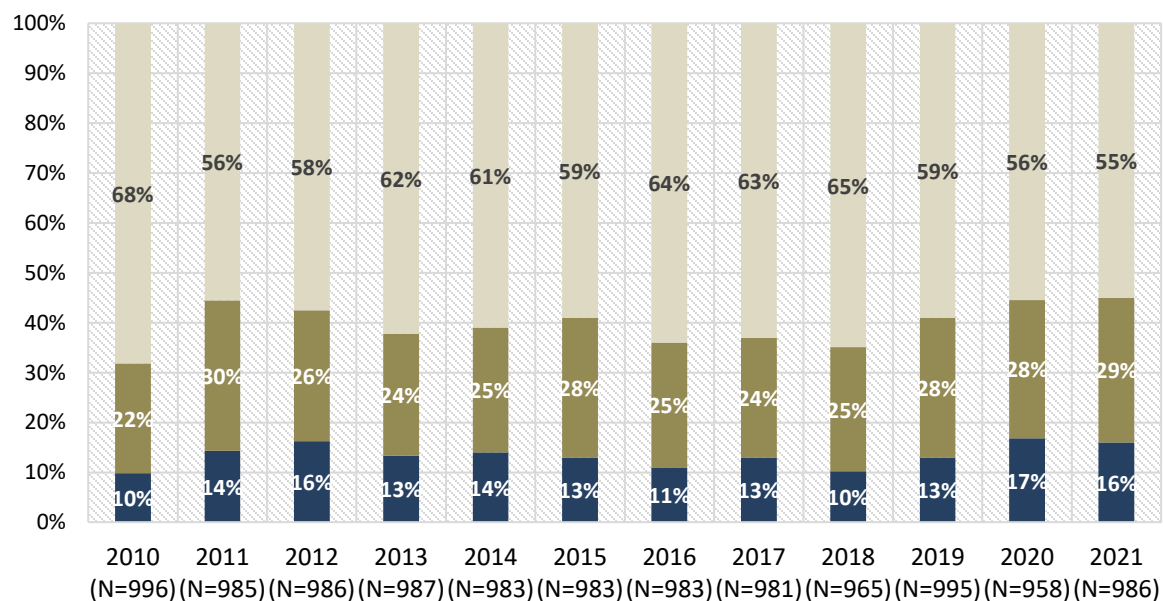
Az idősoros ábrán kirajzolódik, hogy a hamisítványok terjesztését a korábbi évekhez képest kisebb arányban értékeli a lakosság bűncselekményként (2018-tól kezdődően fokozatosan csökken azoknak az aránya, akik teljes mértékben egyetértenek vagy egyetértenek azzal a kijelentéssel, hogy „aki hamisítványt árul, bűncselekményt követ el”).

Idén a megkérdezettek 53%-a tartja bűncselekménynek a hamisítványok eladását. A megkérdezettek 20%-a szerint nem törvénybeütköző a hamis áruk terjesztése, miközben a felmérésben résztvevők 27%-a nem foglal állást a kérdésben.

# HAMISÍTÁSSAL KAPCSOLATOS ATTITŰDÖK

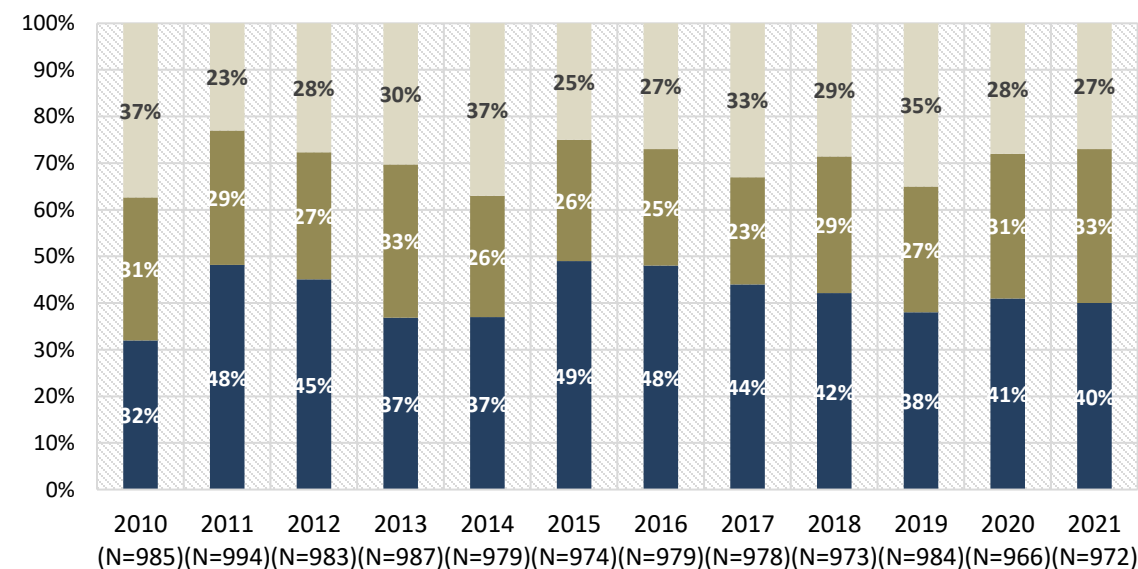
A hamisítók és terjesztők büntetésével kapcsolatban szintén a korábbinál megengedőbb irányba tolódtak az attitűdök. 2018 óta 10 százalékponttal csökkent azoknak az aránya, akik szigorúbban lépnének fel a hamisítókkal és a hamisítványok terjesztőivel szemben. **2021-ben a lakosság 55%-a büntetné a mostaninál szigorúbban a hamisítókat és a terjesztőket**, viszont 16%-uk megengedőbben járna el velük szemben (28. ábra). A vásárlók felelősségre vonásáról is enyhébben vélekedik a magyar lakosság, mint a tavalyi adatfelvétel idején: míg 40% szerint hamis termékek vásárlóit nem terheli felelősség, addig **27% a vásárlók felelősségre vonását sürgeti** (29. ábra).

28. ábra: Szigorúbban kellene büntetni a hamisítókat és a hamisítványok terjesztőit (százalékos megoszlás, 2010-2021 között)



■ Teljesen egyetért vagy egyetért  
■ Egyet is ért meg nem is  
■ Egyáltalán nem ért egyet vagy nem ért egyet

29. ábra: A hamis termékek vásárlóit is felelősségre kellene vonni (százalékos megoszlás, 2010-2021)



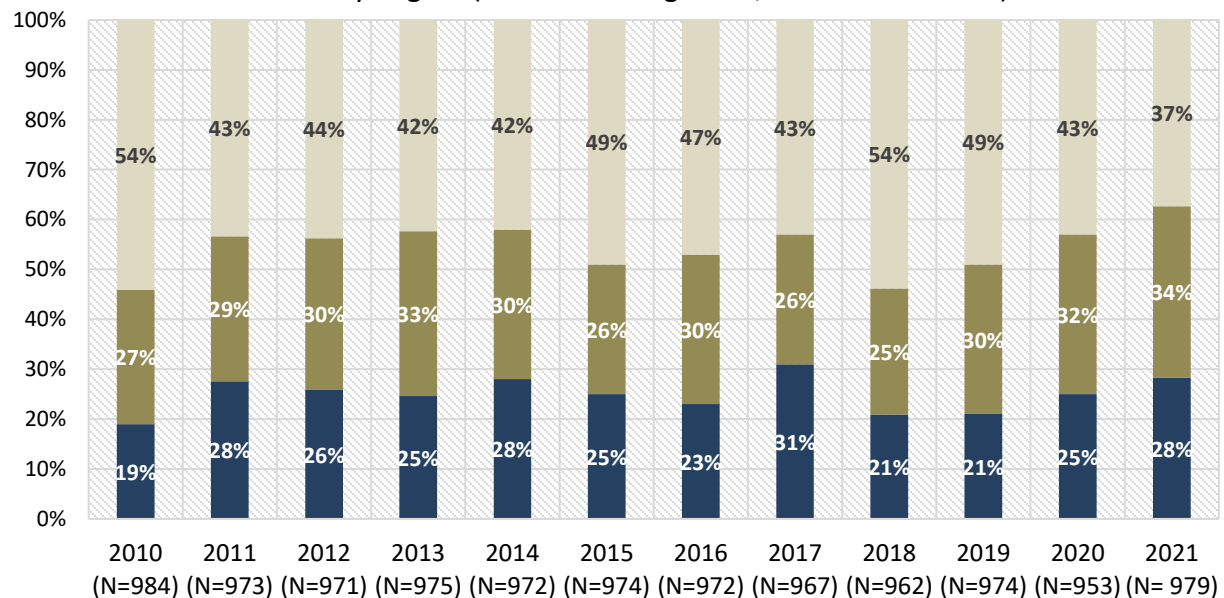
■ Teljesen egyetért vagy egyetért  
■ Egyet is ért meg nem is  
■ Egyáltalán nem ért egyet vagy nem ért egyet



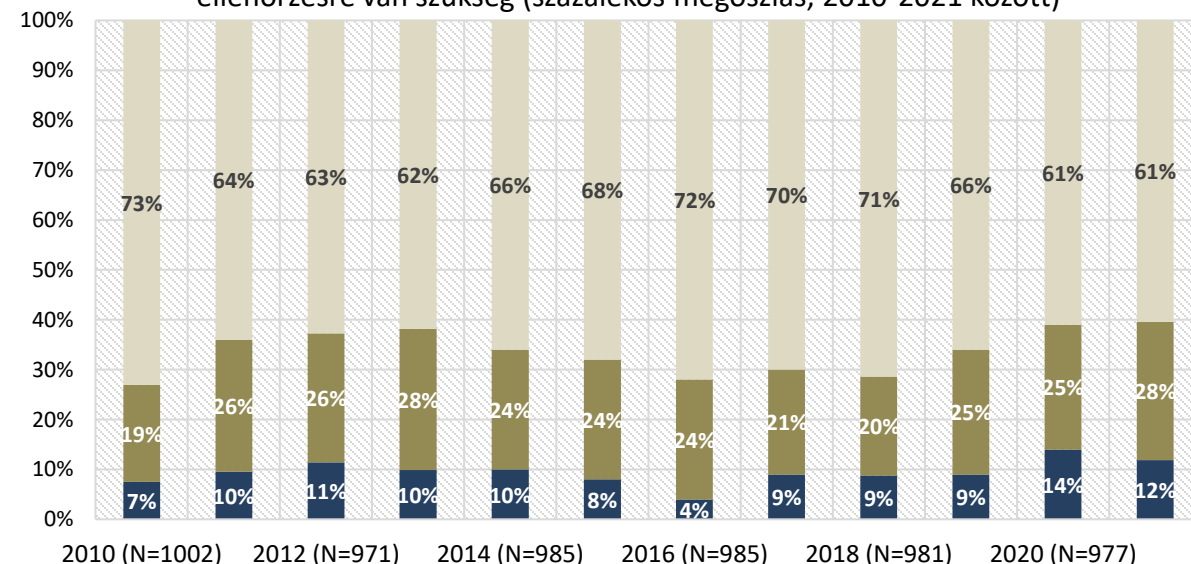
# HAMISÍTÁSSAL KAPCSOLATOS ATTITŪDOK

A megkérdezettek 37%-a gondolja úgy, hogy a törvényi szabályozás elrettentheti az embereket a hamis termékek megvásárlásától, míg a népesség 28%-a nem hisz ebben, közel harmada (34%) pedig bizonytalan a törvény elrettentő erejével kapcsolatban. A vizsgált perióduson belül 2010-ben és 2018-ban bíztak a legtöbben (54%) a törvény elrettentő erejében (30. ábra). **Az elmúlt években csökkent azoknak az aránya, akik a hamisítványok kiszűrése érdekében ellenőrzéseket szorgalmaznának, de az idei adatok stagnálnak tavalyhoz képest, a megkérdezettek 61%-a mondta azt, hogy az ellenőrzések gyakoriságának és hatékonyságának növelésével lehetne fellépni a hamisítók ellen (31. ábra).**

30. ábra: A hamis termék vásárlásától elrettentheti az embereket a törvény szigora (százalékos megoszlás, 2010-2021 között)



31. ábra: A hamisítványok kiszűrése érdekében gyakoribb és hatékonyabb ellenőrzésre van szükség (százalékos megoszlás, 2010-2021 között)



- Egyáltalán nem ért egyet vagy nem ért egyet
- Egyet is ért meg nem is
- Teljesen egyetért vagy egyetért

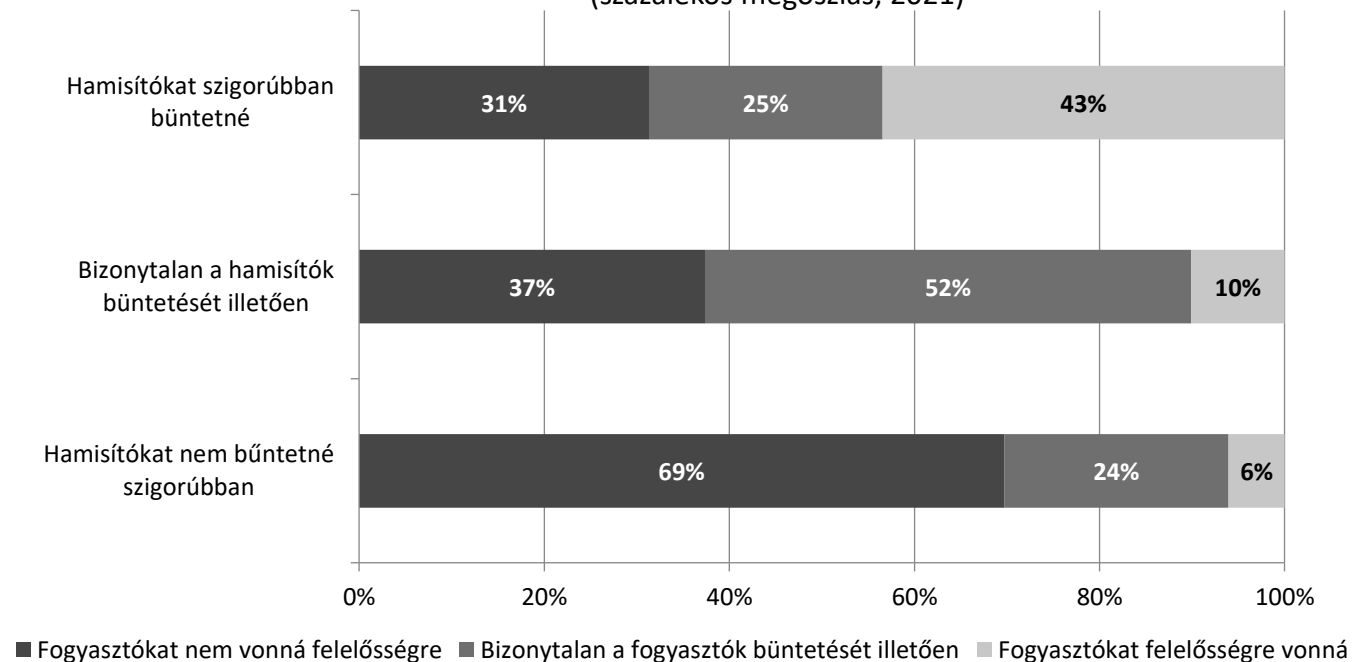
- Teljesen egyetért vagy egyetért
- Egyet is ért meg nem is
- Egyáltalán nem ért egyet vagy nem ért e

# HAMISÍTÁSSAL KAPCSOLATOS ATTITŰDÖK

A hamisítók büntetésének szigorítására az életkor, az iskolai végzettség, illetve a településtípus jellege gyakorol szignifikáns hatást. Jellemzően a 60 éven felüliek, az magasabb iskolai végzettséggel rendelkezők, a falvakban élők, a közép-dunántúliak és az észak-magyarországiak körében tapasztalható a legnagyobb szigorúság a hamisítókkal és a hamisítványok terjesztőivel szemben. **A hamis termékek fogyasztóit az átlagnál szigorúbban büntetnék** a 60 éven felüliek, az alacsony iskolai végzettségűek, a falvakban vagy városokban élők, illetve a – hamisítókkal szemben szintén szigorúbb büntetést szorgalmazó – közép-dunántúliak és észak-magyarországi lakosok.

Jellemzően együtt mozognak a vélemények a fogyasztók és a hamisítók büntethetőségéről, azzal a kitétel, hogy a fogyasztókkal kapcsolatos attitűdök elnézőbbek. Míg a teljes népesség 55%-a egyetért azzal, hogy a hamisítókat szigorúbban kellene büntetni, a fogyasztók felelősségre vonásával mindössze 27% ért egyet. **Akik szigorúbban büntetnék a hamisítókat, azok 43%-a a fogyasztót is szigorúbban büntetné szemben a 27%-os átlaggal. Akik viszont nem büntetnék szigorúbban a hamisítókat, azok 69%-a a fogyasztókkal sem tenné ezt.** Végül, akik bizonytalanok a hamisítók szigorúbb büntetésében, azok a fogyasztókkal szemben jellemzően inkább elnézők, vagy bizonytalanok.

32. ábra: A fogyasztók és hamisítók büntetésének összefüggése (százalékos megoszlás, 2021)



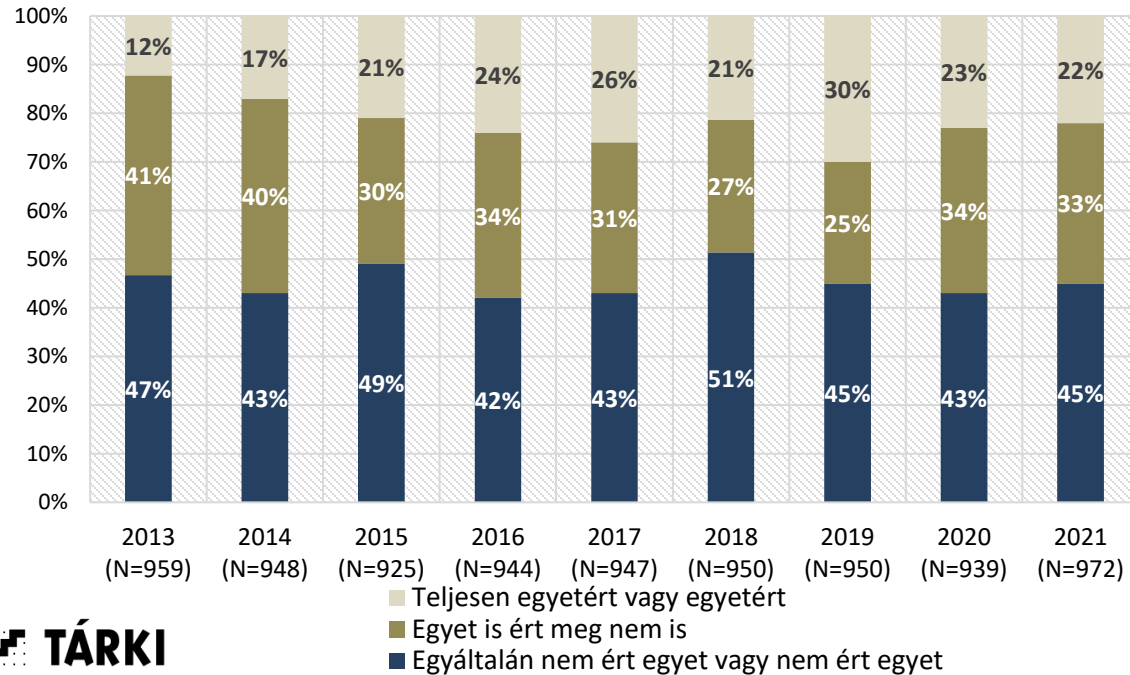
# HAMISÍTÁSSAL KAPCSOLATOS ATTITŰDÖK

## A HAMISÍTÁS TÁRSADALMI ÉS GAZDASÁGI KÖVETKEZMÉNYEI

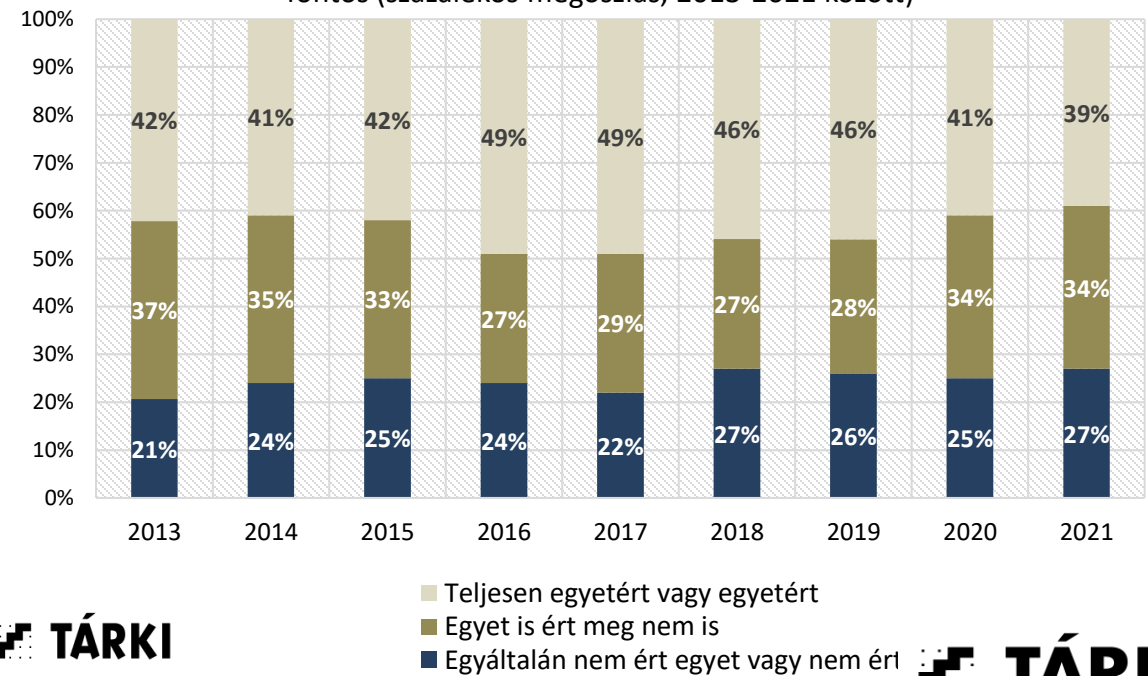
A 2019-es csúcs óta 8 százalékponttal csökkent azok aránya, akik szerint a hamisítás nem rejt magában valós veszélyt (33. ábra).

2021-ben 39% gondolja, hogy a hamisítás megfékezése csak a nagy, nemzetközi vállalatok érdekét szolgálja. A megkérdezettek harmadának (34%) nincs határozott véleménye a kérdéssel kapcsolatban, és 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 (34. ábra).

33. ábra: A hamisítás nem is olyan veszélyes, csak riogatnak a veszélyekkel (százalékos megoszlás, 2013-2021 között)



34. ábra: A hamisítás elleni küzdelem csak a nagy, nemzetközi márkáknak fontos (százalékos megoszlás, 2013-2021 között)

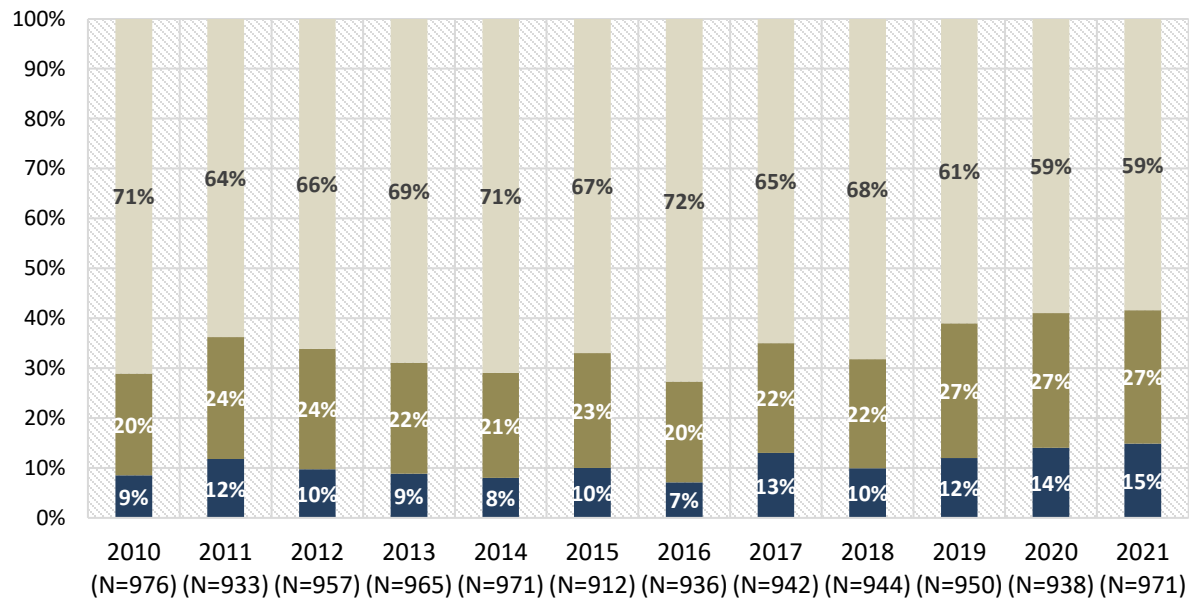


# HAMISÍTÁSSAL KAPCSOLATOS ATTITŰDÖK

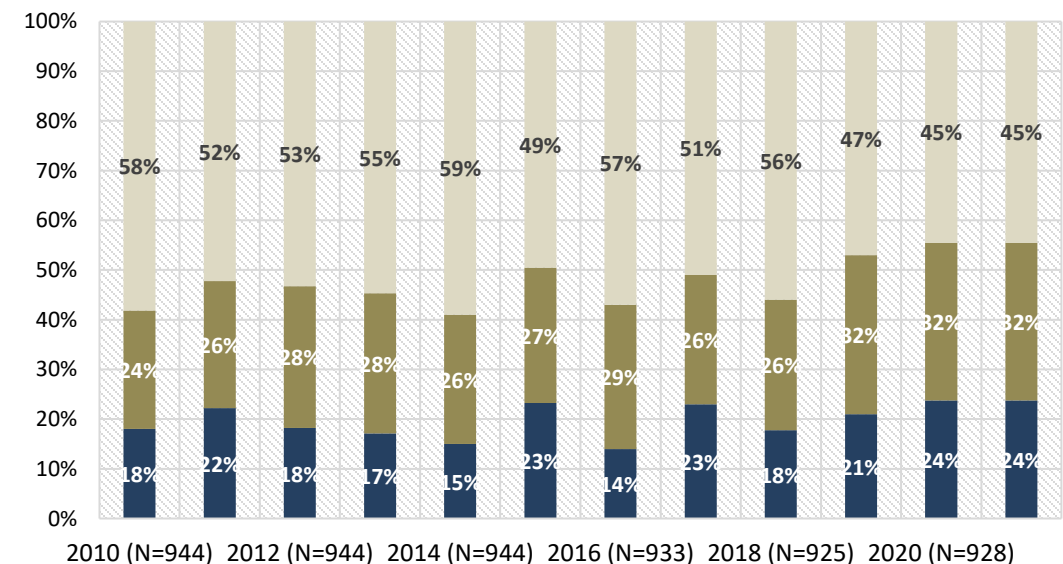
## A HAMISÍTÁS TÁRSADALMI ÉS GAZDASÁGI KÖVETKEZMÉNYEI

**Idén is a megkérdezettek 59%-a értett egyet azzal az állítással, hogy a hamisítás miatt komoly bevételektől esik el a költségvetés. Ez az arány a vizsgált periódusban a legalacsonyabb (35. ábra). A válaszolóknak változatlanul 45%-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%, tavaly és idén pedig a legalacsonyabb) (36. ábra).**

35. ábra: A hamisítás miatt komoly bevételektől esik el a költségvetés (százalékos megoszlás, 2010-2021 között)



36. ábra: A hamisítás miatt munkahelyek szűnnek meg (százalékos megoszlás, 2010-2021 között)

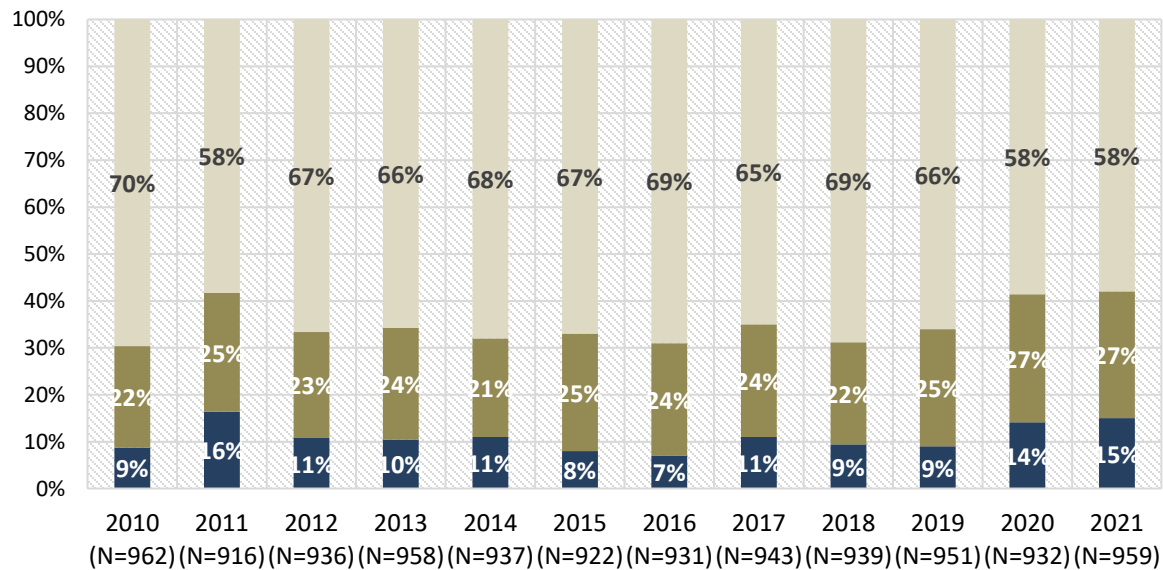


# HAMISÍTÁSSAL KAPCSOLATOS ATTITŰDÖK

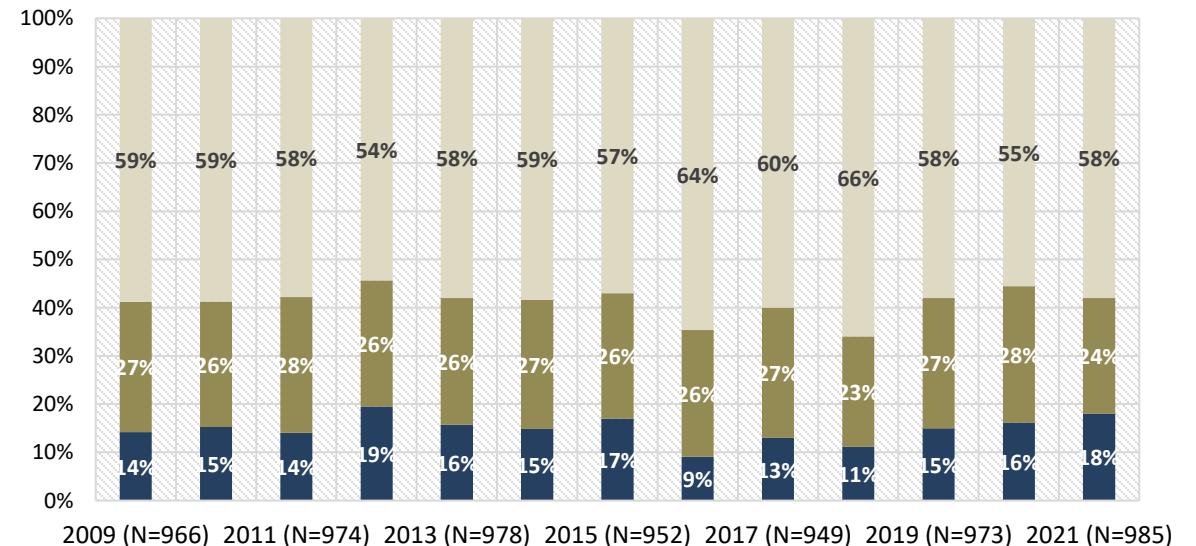
## A HAMISÍTÁS TÁRSADALMI ÉS GAZDASÁGI KÖVETKEZMÉNYEI

**2021-ben is a megkérdezettek 58%-a gondolja úgy, hogy a hamisítványok vásárlásával a szervezett bűnözés bevételei növekednek. Az elmúlt éveket tekintve csak 2011-ben mértünk ehhez hasonló arányt (37. ábra). A 2009 óta eltelt időszakban a népesség 54-66%-a szerint nem esik elég szó a médiában a hamisítványok veszélyeiről: idén 58% gondolja így, miközben 18% szerint eleget tudósít a média a témáról (38. ábra).**

37. ábra: A hamisítványok megvásárlása a szervezett bűnözés bevételeit növeli (százalékos megoszlás, 2010-2021 között)



38. ábra: Túl kevés szó esik a nyilvánosságban a hamisítványok veszélyeiről (százalékos megoszlás, 2009-2021 között)



■ Teljesen egyetért vagy egyetért

■ TÁRKI

■ Teljesen egyetért vagy egyetért

■ Egyet is ért meg nem is

■ Egyáltalán nem ért egyet vagy nem ért egyet

■ TÁRKI



# INTERNETHASZNÁLAT ÉS SZERZŐI JOG- VÉDELEM ALATT ÁLLÓ TARTALOM

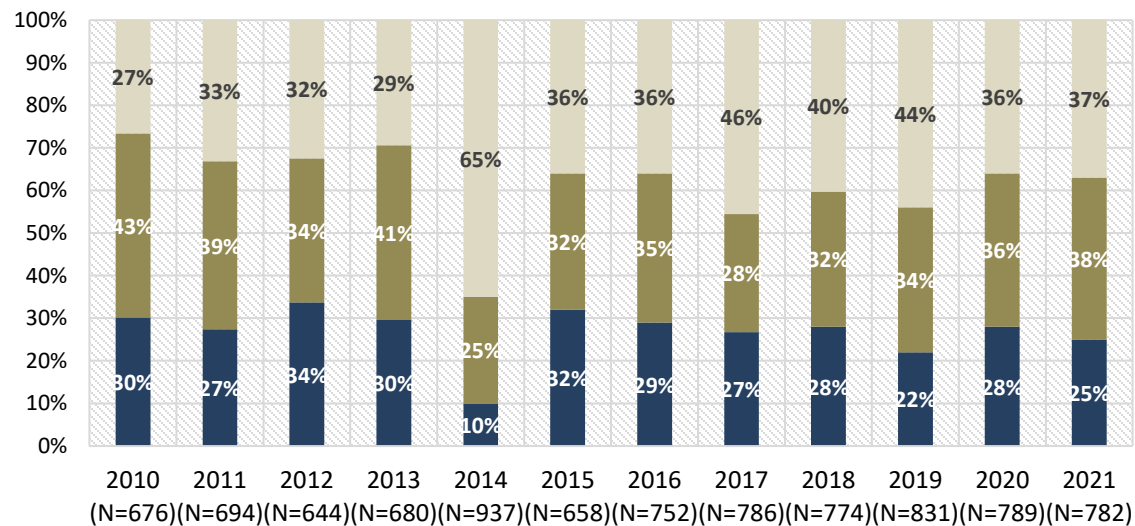
- Mit gondolnak a megkérdezettek az interneten lévő tartalmakról?
- Az illegális tartalmakat letöltők és fogyasztók típusai és jellemzése
- A letöltések körülményei és indokai
- Az illegális letöltés legális alternatívái

# INTERNETHASZNÁLAT ÉS SZERZŐI JOGVÉDELEM ALATT ÁLLÓ TARTALOM

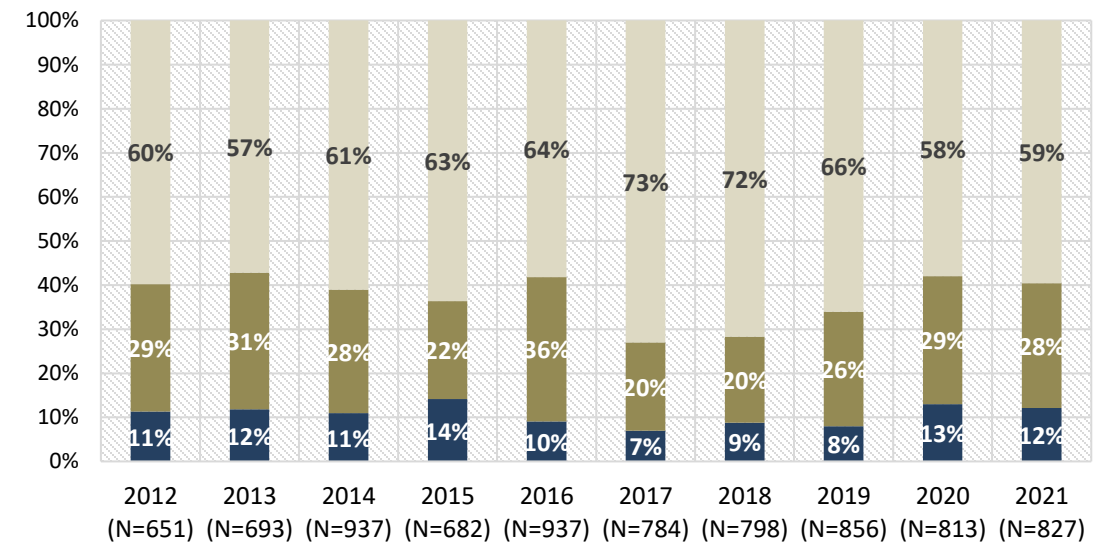
## FOGYASZTÓK ÉS LETÖLTŐK ATTITÚDJE

Az internetezők 63%-a nem tartja felismerhetőnek vagy bizonytalan abban, hogy az interneten lévő tartalmak legális vagy illegális úton kerültek fel a világhálóra (39. ábra). 2021-ben az internethasználók 59%-a szerint a legális letöltési lehetőségek mennyisége megfelelő, ami a tavalyi évhez képest 8 százalékpontos visszaesést jelent. 2017 óta csökken azoknak az aránya, akik szerint elegendő a legális filmnézős, zenehallgató oldalak mennyisége, bár idén e tendencia megállt. A kérdőívben nem kérdeztünk rá külön a fizetős és ingyenes platformokra (40. ábra).

39. ábra: Felismerhető, hogy a közzétett filmek, zenei tartalmak, szoftverek legálisan kerültek-e az internetre (százalékos megoszlás, 2010-2021 között)



40. ábra: Van elegendő internetes oldal, ahol legálisan lehet hozzáférni zenékhez, filmekhez (százalékos megoszlás, 2012-2021 között)



# INTERNETHASZNÁLAT ÉS SZERZŐI JOGVÉDELEM ALATT ÁLLÓ TARTALOM

## FOGYASZTÓK ÉS LETÖLTŐK ATTITÚDJE

A jogvédelem alatt álló tartalmakkal kapcsolatban kiemelkedő fontosságú az ún. torrent oldalakról letölthető filmek és zenék szerepe. Miközben az oldalak népszerűsége vitathatatlan, a „torrentezést” nyíltan vállalók aránya csekély. Az általunk vizsgált kérdéseknél a téma érzékenységből következő rejtőzködés miatt egy igen erős alulbecsléssel kell számolnunk, ami nem csak az illegális letöltések, hanem az illegális tartalom fogyasztásánál is megjelenik. 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 tartalmak esetében már illegális. Éppen ezért, aki illegális forrásból letölt, az nagy valószínűséggel fel is tölt, amivel már illegális tevékenységet követ el, még ha felhasználóként nincs is ezzel tisztában.

**Az internetezők 79-81%-a tagadta, hogy nézett vagy hallgatott volna nem jogtiszta filmet vagy zenét.** Akik bevallottan fogyasztják ezeket a tartalmakat, jellemzően nem egyszeri fogyasztók. Az országos átlagnál (14%) nagyobb arányban fogyasztanak bevallottan nem jogtiszta forrásból származó tartalmakat a közép-magyarországi lakosok.

Az illegális tartalmak letöltését még kevesebben vállalták fel az internethasználók közül; 2012 óta stagnál a filmet, zenét, szoftvereket és könyveket letöltők, illetve a letöltést felvállalók aránya. **2020-ban a filmek és zenék letöltését az internetezők 15-6%-a, a könyvek és szoftverek letöltését pedig 5-10%-a vállalta fel.** Az illegális forrásból származó filmek és zenék letöltése tipikusan nem egyszeri cselekedet: a filmet letöltők között kétszer, a zenét letöltők között pedig több, mint hatszor nagyobb arányban vannak azok, akik több alkalommal is illegálisan jutottak ilyen tartalmakhoz.



# INTERNETHASZNÁLAT ÉS SZERZŐI JOGVÉDELEM ALATT ÁLLÓ TARTALOM

## FOGYASZTÓK ÉS LETÖLTŐK ATTITÚDJE, A LETÖLTÉSEK KÖRÜLMÉNYEI ÉS INDOKAI

Eddig az internethasználóknak két nagy csoportját különböztettük meg: a többség, aki bevallottan nem tölt le illegális tartalmakat, illetve a kisebbséghez tartozó letöltők. Azonban azok között, akik maguk nem töltenek le illegálisan filmeket, zenéket, szoftvereket vagy könyveket, elkülöníthető egy réteg, amely mégis fogyasztja ezeket. 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 jogtisztá forrásból származó tartalmakat.
3. Potyautas: aki maga nem tölt le, viszont fogyasztja a mások által letöltött tartalmakat.

Ennek hátterében állhat a letöltéshez szükséges technikai tudás/eszközök hiánya vagy a tartalmak illegális jellege miatti aggodalom.

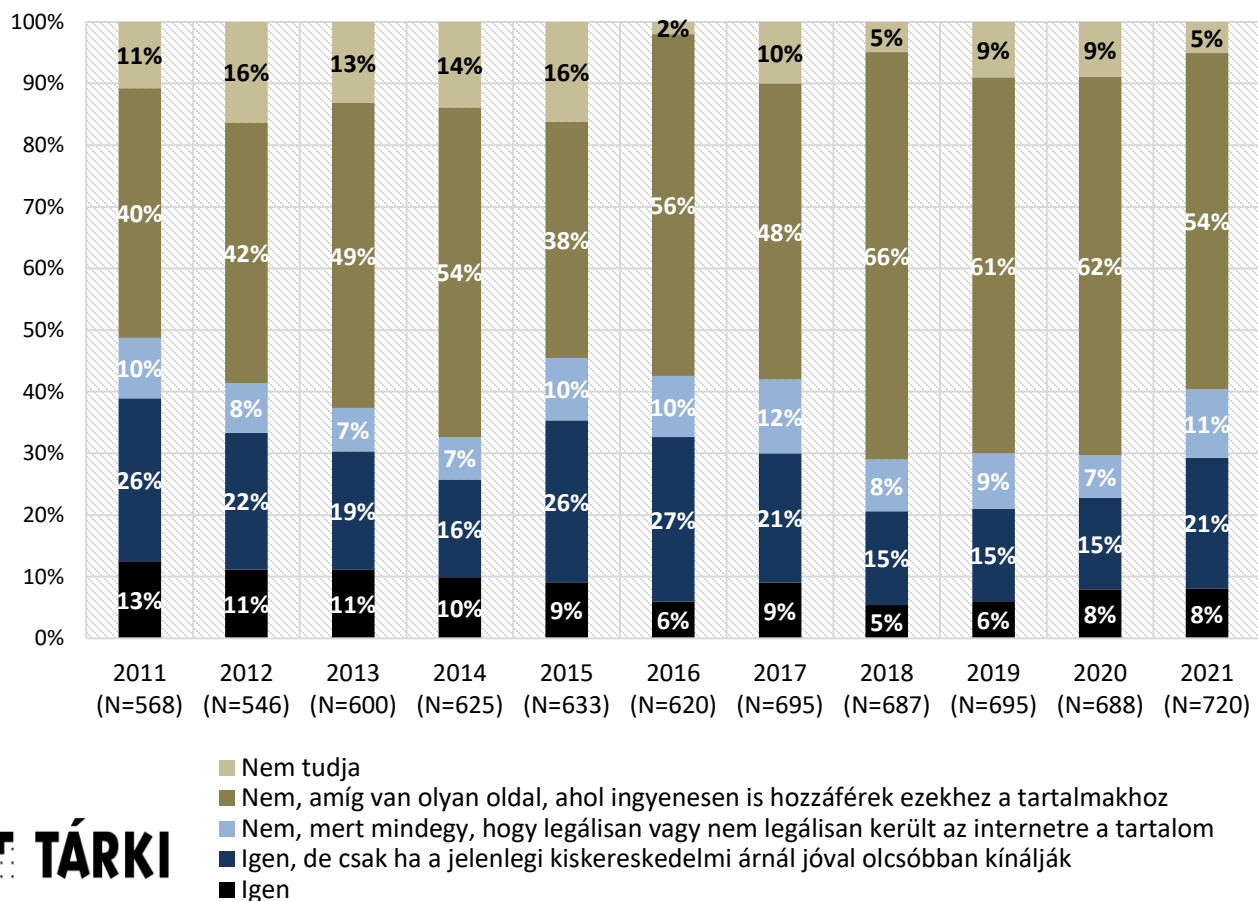
**A válaszadók 78%-a tartozik az illegális forrásból származó tartalmakkal nem érintkező csoportba, ők saját bevallásuk szerint sohasem fogyasztottak vagy töltöttek le illegális tartalmakat az internetről. A bevallottan illegális tartalmakat fogyasztók szűk rétegének 71%-a önfenntartó fogyasztó, 29%-a pedig potyautas. Önfenntartó fogyasztók az országos átlagnál magasabb arányban fordulnak elő a budapestiek körében, a potyautasok pedig a falvakban és Magyarország dél-alföldi régióiban felülreprezentáltak.**

**A nem jogtisztá oldalakat használó letöltők túlnyomó többsége (84%) otthonában, 13%-a barátnál, 6%-a munkahelyen tölti le a tartalmakat\*. Felmérésünk alapján az iskolák, kollégiumok és internetkávézók nem színterei az illegális letöltéseknek. Az illegális letöltést választók közel kétharmada (59%) a letöltést azzal indokolja, hogy nem akar azért fizetni, amit ingyen is meg tud szerezni, míg további 17% a pénzhiányra, 12,5% a fájlok más forrásból való elérhetetlenségére, 12% a letöltés egyszerűségére hivatkozik.**

# INTERNETHASZNÁLAT ÉS SZERZŐI JOGVÉDELEM ALATT ÁLLÓ TARTALOM

## A LETÖLTÉSEK KÖRÜLMÉNYEI ÉS INDOKAI

41. ábra: Hajlandó lenne fizetni azért, hogy az interneten legális forrásból férhessen hozzá tartalmakhoz? (százalékos megoszlás, 2011-2020 között)



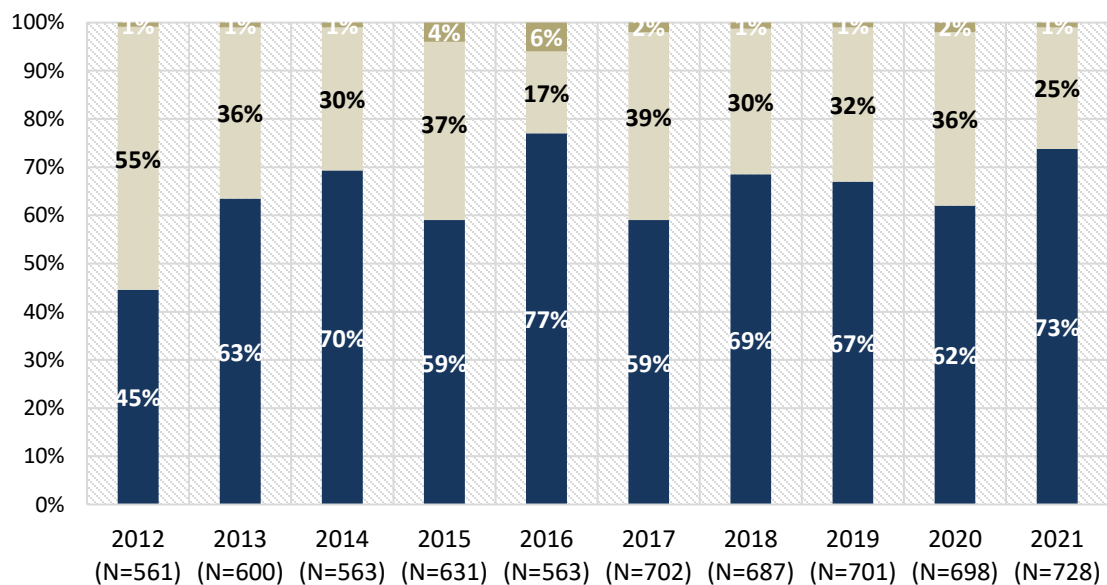
**2021-ben az internethasználók 65%-a nem lenne hajlandó fizetni azért, hogy az online világban legális forrásból férhessen hozzá tartalmakhoz.** Az internetet használók 54%-a nem lenne hajlandó fizetni a legálisan hozzáférhető tartalmakért, amíg azok ingyenesen is letölthetők, de ennek a csoportnak az aránya az előző évi adatokhoz képest 5%-ponttal csökkent. További 7% azért nem fizetne a letöltésért, mert nem fontos számára, hogy hogyan került a világhálóra a kívánt tartalom. A tavalyi évekhez képest megnőtt azoknak az internetezőknél az aránya (21%), akik csak akkor váltanak, ha jóval olcsóbban lennének beszerezhetők a legális tartalmak, mint jelenleg, illetve 8% további feltételek nélkül hajlandó fizetni. Érdekes azonban az a korábbi években is megfigyelt tendencia, hogy az **önfenntartó fogyasztók, akik maguk töltik le és fogyasztják az illegális tartalmakat, az átlagosnál nagyobb arányban lennének hajlandók fizetni, ha lenne olyan legális alternatíva, amelyhez a jelenleginél olcsóbban lehetne hozzáférni.** Idén az önfenntartó fogyasztók 50%-a jelezte, hogy árcsökkenés esetén hajlandó lenne fizetni a jogtisztá tartalmakért.

# INTERNETHASZNÁLAT ÉS SZERZŐI JOGVÉDELEM ALATT ÁLLÓ TARTALOM

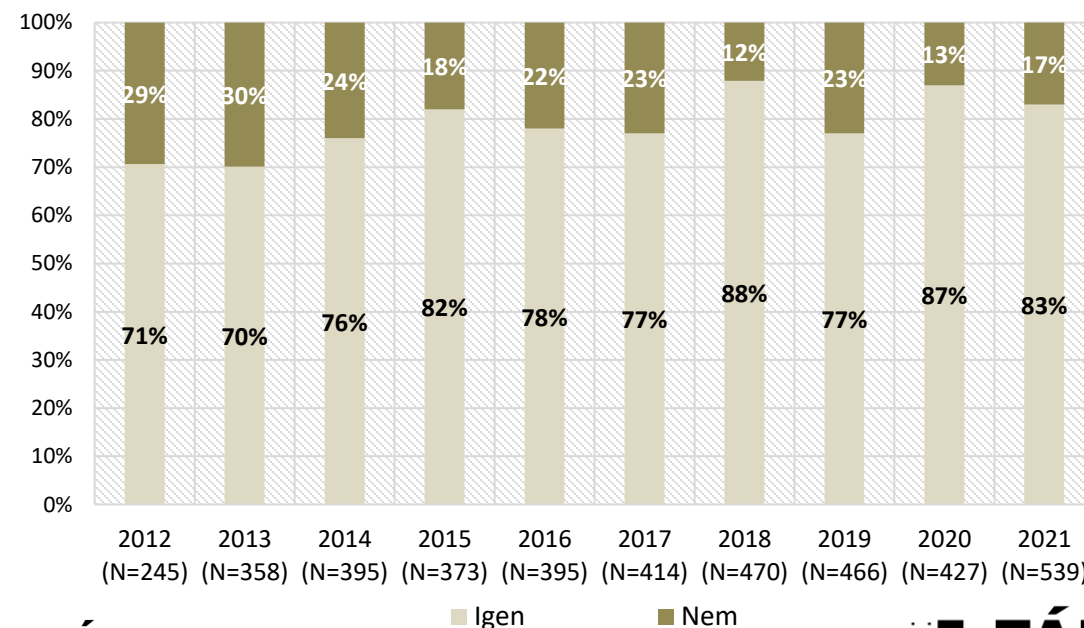
## AZ ILLEGÁLIS LETÖLTÉS LEGÁLIS ALTERNATÍVÁI

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 73%-a tudott ilyen lehetőségekről. Az önfenntartó fogyasztók a lakossági átlaghoz képest nagyobb arányban vannak tisztában a legális alternatívákkal (42. ábra). A legális oldalak ismerete azonban nem jelenti azok automatikus használatát. 2021-ben a legális oldalakat ismerők 83%-a használja ezeket az oldalakat(43. ábra).

42. ábra: Ön ismer-e olyan internetes forrásokat, ahol legálisan tud zenét hallgatni vagy letölteni? (százalékos megoszlás, 2012-2021 között)

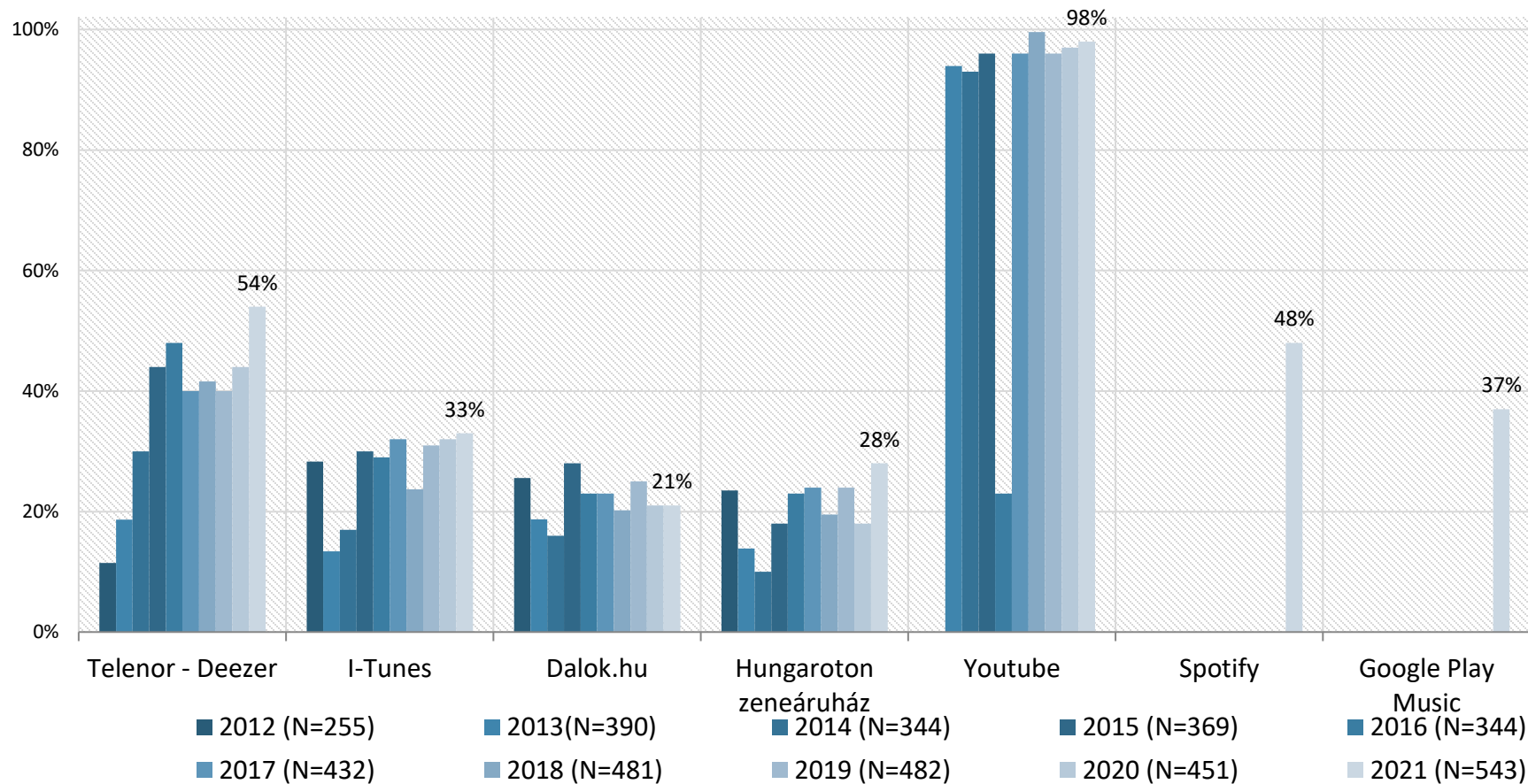


43. ábra: Használ ilyen internetes forrásokat, ahol legálisan tud zenét hallgatni vagy letölteni? (Azok között, akik tudnak a lehetőségekről) (százalékos megoszlás, 2012-2021 között)



# INTERNETHASZNÁLAT ÉS SZERZŐI JOGVÉDELEM ALATT ÁLLÓ TARTALOM

44. ábra: Hallott-e már a következő legális zenehallgatást/zeneletöltést lehetővé tevő oldalakról?\*(  
százalékos megoszlás, 2012-2020 között, a kiemelt százalékok az idei felmérésre vonatkoznak)



A legális szolgáltatások közül magasan a YouTube a legnépszerűbb, amelyet 2021-ban a megkérdezettek 98%-a ismer, és ami 44 százalékponttal maga alá gyúri a második legnépszerűbb Telenor-Deezer, mely az egyetlen a fizetős szolgáltatások közül, amelynek az ismertsége 2016-ig folyamatosan növekedett (ekkor 48% volt); idén pedig 54%. Megjelent a Spotify is a legnépszerűbb szolgáltatások között, mely a harmadik helyet foglalja el 48%-kal.



Készítette:  
Hudácskó Szilvia  
Fekete Emese  
[fekete@tarki.hu](mailto:fekete@tarki.hu)

2021. szeptember