

HAMISÍTÁS MAGYARORSZÁGON 2014



Hamisítás Elleni
Nemzeti Testület

Hamisítással kapcsolatos lakossági attitűdök
alakulása Magyarországon 2009-2014 között



KUTATÁSI JELENTÉS
2014. JÚNIUS

Készítette:



Társadalomkutatási Intézet

TARTALOM

Bevezetés	3
1. Hamis termékekkel kapcsolatos vásárlási szokások	4
1.1. Hamis termékek vásárlásával kapcsolatos fogyasztói attitűdök alakulása 2010 és 2013 között	4
1.2. Hamis terméket vásárlók arányának és a vásárlók társadalmi összetétele	13
1.3. Tervezett és valós vásárlási szokások összefüggése	17
1.4. A hamis termékek vásárlásának társadalmi mechanizmusa	19
2. A hamis termék vásárlásának körülményei, motivációi	21
2.1. Miért vásárolnak az emberek hamis termékeket?	21
2.2. Hol vásárolnak a fogyasztók hamis termékeket?.....	23
3. Hamisítással kapcsolatos attitűdök	30
3.1. Márkahűség és a hamis termékekhez való viszonyulás	30
3.2. Mit gondolnak az emberek a hamis termékekről?	37
3.3. Mit gondolnak a fogyasztók a hamis termékek forgalmazók és vásárlók büntethetőségéről?	43
3.4. Mit gondolnak az emberek a hamisítás társadalmi és gazdasági következményeiről?	49
4. Internethasználat és szerzői jogi védelem alatt álló tartalom	55



BEVEZETÉS

forrás: NAV

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

- 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 az **emberek véleményét a hamisítás jelenségéről**, valamint a magyar **lakosság hamis termékeket érintő vásárlási szokásait**. 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. Mivel a kérdések többsége megegyezik a korábban lekérdezettekkel, így lehetőség nyílik összehasonlító megállapításokra.²

A tanulmányban az alábbi kérdésköröket vizsgáljuk, elemezzük:

- 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?) milyen összefüggést mutat. Azt teszteljük empirikusan, hogy azok, akik elméleti szinten vásárolnának hamis termékeket (ruházat, illatszer, CD, DVD), az elmúlt egy évben megtették-e ezt a különböző termékek esetében.
- 2. A hamis termékek vásárlásának körülményei illetve motivációi:** hol, hogyan és miért vásárolnak hamis termékeket az emberek?
- 3. A hamisítással kapcsolatos lakossági attitűdök:** a hamisítás büntethetősége, társadalmi-gazdasági és egészségre gyakorolt hatása.
- 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 pedig 1007 fő.

2 A hat adatfelvételi hullámból egységes adatbázist építettünk. Ez lehetővé tette, hogy a legfrissebb (2014. évi) adatokon túl ezen a kb. 6000 válaszadó válaszára épülő adatbázison is elemezzük a hamisítással kapcsolatos társadalmi folyamatokat.



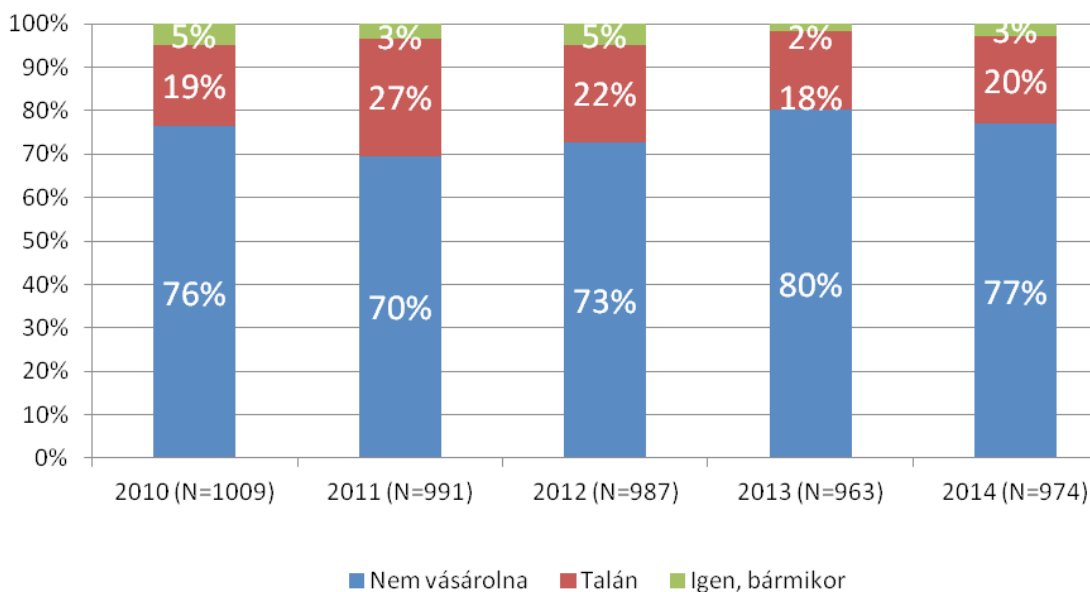
1. HAMIS TERMÉKEKKEL KAPCSOLATOS VÁSÁRLÁSI SZOKÁSOK

forrás: NAV

1.1. HAMIS TERMÉKEK VÁSÁRLÁSÁVAL KAPCSOLATOS FOGYASZTÓI ATTITŰDÖK ALAKULÁSA 2010 ÉS 2014 KÖZÖTT

2010 óta rendszeresen megkérdeztük, hogy vásárolnának-e általában (1. ábra), illetve vásároltak-e hamis terméket (2. ábra) az elmúlt 12 hónapban.

1. ábra: Vásárolna-e hamis terméket? (2010-2014)



2014-ben a **megkérdezettek 77%-a nem vásárolna hamis terméket**. További 20% talán vásárolna és mindössze 3% mondta, hogy igen, bármikor vásárolna illegális, vagy kétes forrásból származó terméket.

Ha a korábbi évek adataival vetjük össze ezt az eredményt, azt láthatjuk, hogy ez a megoszlás illeszkedik a korábbi évek adataihoz, kisebb elmozdulások figyelhetők meg. 2011-től 2013-ig növekedett azok aránya, akik elutasítják a hamis termékeket (2011-ben 70%, 2012-ben 73%, 2013-ban 80% nyilatkozott így.) Ebben a trendben valamelyest visszalépést jelent a 2014-es adat, mivel a lakosság 77%-a állította, hogy nem vásárolna hamis terméket.



2014-ben a megkérdezettek 77%-a nem vásárolna hamis terméket

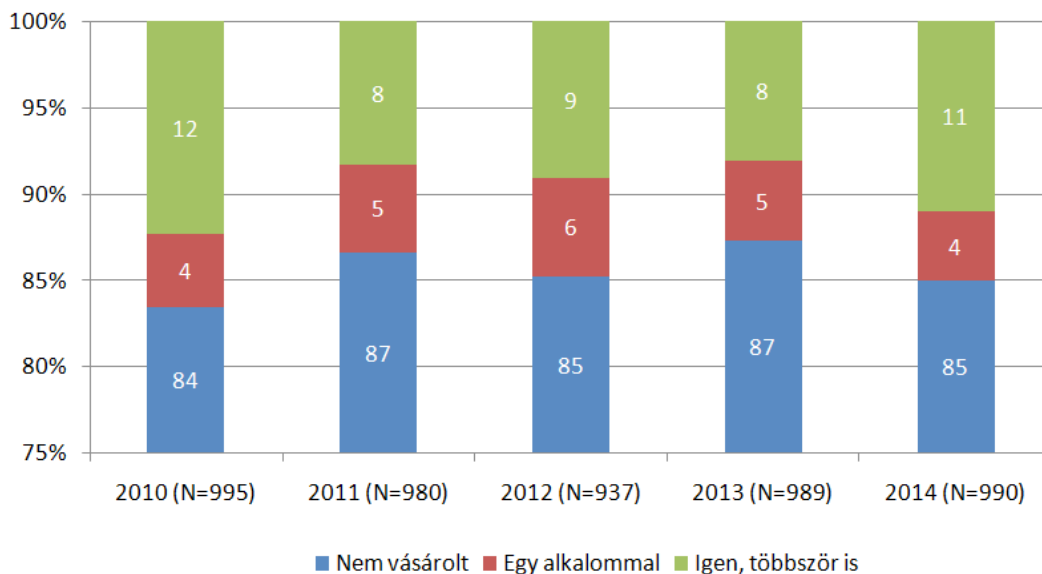


Ha azok arányát vizsgáljuk, akik nyitottak lennének hamis termék vásárlására, a 2013. évi adatokhoz hasonló eredményeket látunk: míg 2010 és 2012 között 25-30% között mozgott a hamisított termékek iránt nyitottak aránya, addig 2013-ra ez az arány 20 százalékra csökkent, 2014-ben pedig 23%-ra emelkedett. Fontos azonban kiemelni, hogy a lakosság mindössze 3%-a nyilatkozott úgy, hogy bármikor vásárolna hamis terméket.

Érdeemes továbbá azt is megvizsgálni, hogy a lakosság hány százaléka vásárolt saját bevallása szerint hamis terméket az elmúlt időszakban. Elsőként az általánosan megfogalmazott kérdések eredményét mutatjuk be, majd pedig a termékcsopontonkénti kérdezés eredményét.

Az általános megfogalmazás nyomán („Vásárolt-e Ön az elmúlt egy évben hamis terméket?”) 2010 óta nem tapasztalható jelentős elmozdulás. 13-16% között mozgott azok aránya, **akik valóban vásároltak** az elmúlt évben valamilyen hamis terméket.³ Kiemelendő azonban, hogy 2013-ról 2014-re 2%-kal nőtt a vásárlók aránya (13-ról 15%-ra) és köztük is nőtt azon fogyasztók aránya, akik évente többször vásároltak hamis terméket (8-ról 11%-ra).

2. ábra: Vásárolt-e hamis terméket? (2010-2014)

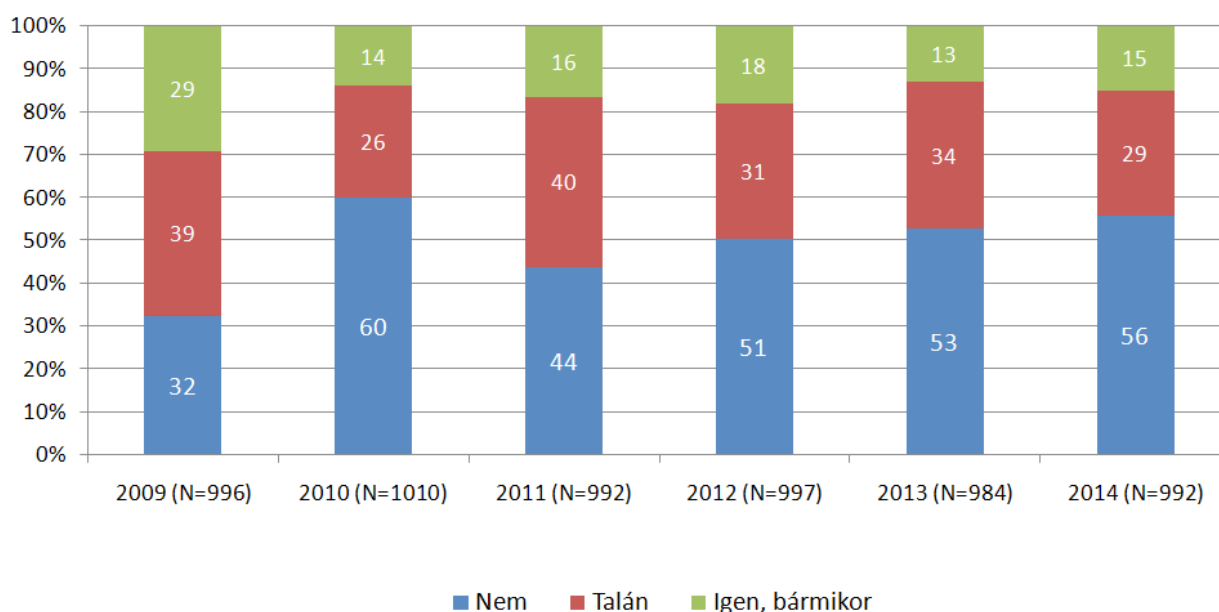


2013-hoz viszonyítva 3%-kal nőtt azok aránya, akik egy év alatt többször vásároltak hamis termékeket

³ Az eredmények értelmezésekor fontos figyelembe venni, hogy itt a kérdezettek visszaemlékezése alapján rögzített válaszokról van szó, amelyeket a szubjektív elemek, információhiány (a vásárló nincs tudatában annak, hogy hamis terméket vásárolt) és a vissza (nem)emlékezésből eredő pontatlanságok is torzíthattak.

A hamisított ruházati termékek vásárlásának elutasításában az elmúlt 6 évet vizsgálva lényeges elmozdulások mutatkoznak: míg 2009-ben mindössze minden harmadik válaszadó utasította vissza kategorikusan a hamis ruházati termékek vásárlását, addig 2010-ben 60%, 2011-ben 44%, 2012-ben és 2013-ban pedig minden második válaszadó elzárkózott az ilyen termékek vásárlásától. 2014-ben további kis emelkedés tapasztalható: a megkérdezettek 56%-a utasította el a hamis ruházati termékeket. 29% talán vásárolna, míg 15% bármikor vásárolna ilyen árut. (3. ábra)

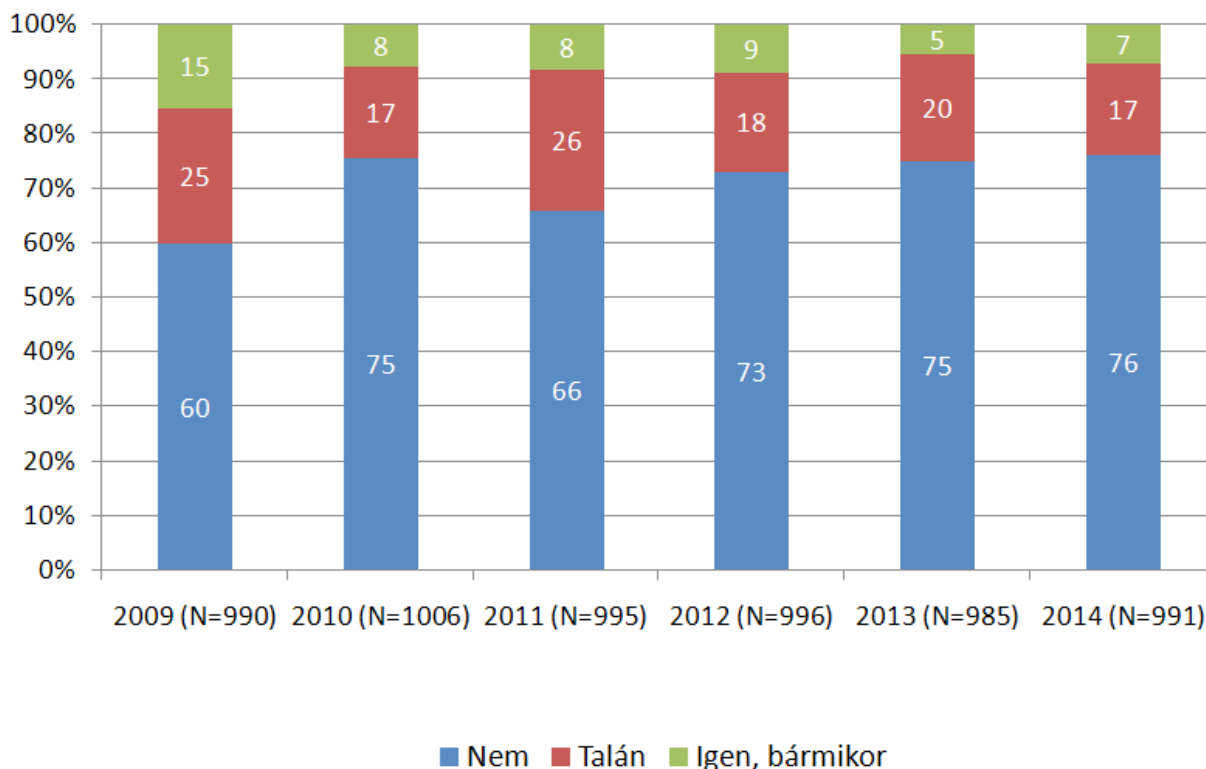
3. ábra: Vásárolna-e olyan ruházati terméket, amely egy márkás termék utáNZzata, hamisítványa, ha lényegesen olcsóbb, mint az eredeti? (2009-2014)



Tavaly óta csökkent azok száma, akik nyitottak hamis ruházati termékek vásárlására

A hamis illatszerek, illetve kozmetikumok elutasítottsága határozottabb, mint a ruháké: 2014-ben a kapott válaszok alapján a lakosság 17%-a talán venne, további 7% pedig bármikor venne ilyen terméket. Az időben visszatekintve pedig azt láthatjuk, hogy – a ruházat kérdéséhez hasonlóan – az elmúlt három évben hasonlóan erős (73-76%) a hamis kozmetikumok és illatszerek elutasítottsága. (4. ábra)

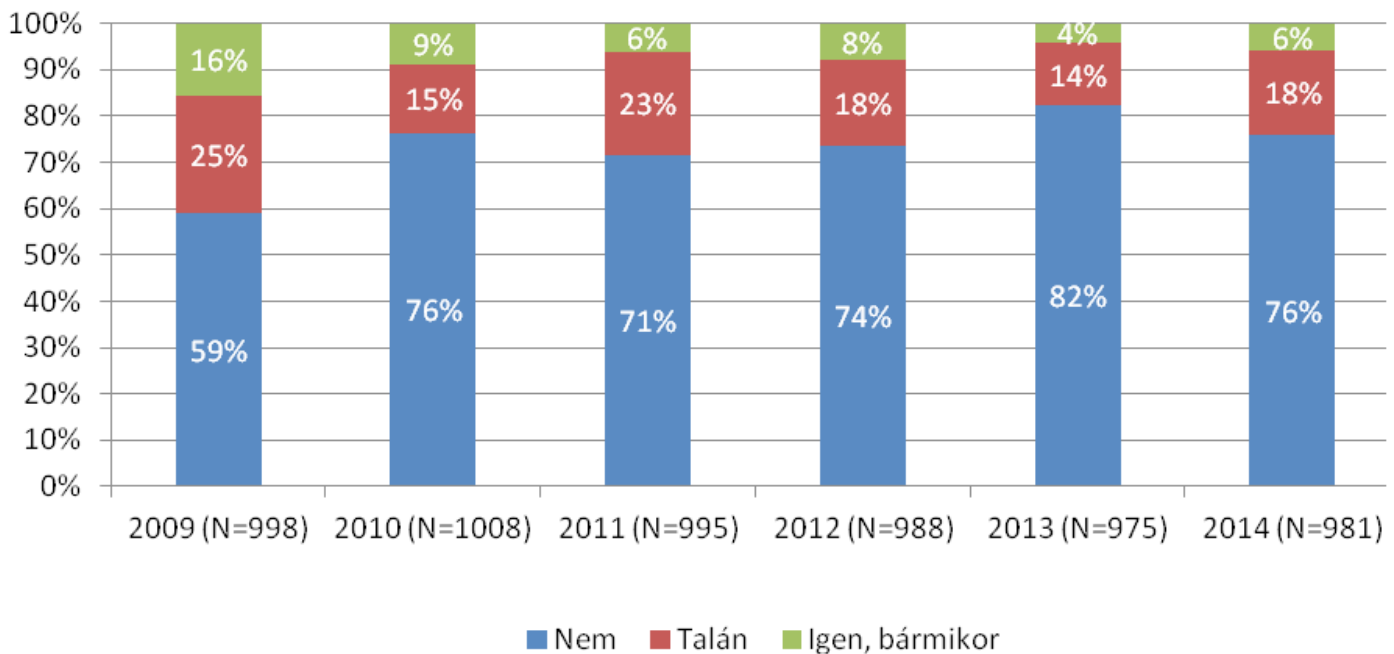
4. ábra: Vásárolna-e hamis illatszert, kozmetikumot, ha lényegesen olcsóbb, mint az eredeti? (2009-2014)



A hamis CD-t, DVD-t vásárlók arányának nagyságrendjét tekintve 2014-ben a korábbi évekhez hasonló adatokat mért a kutatás: a lakosság háromnegyede (76%) határozottan elutasította ezt a fogyasztói magatartást (2012: 74%, 2011:71%, 2010: 76%). Kivételt képeznek a 2013-ban mért magasabb százalékok, amikor a lakosság több mint háromnegyede (82%) adott elutasító választ erre a kérdésre.

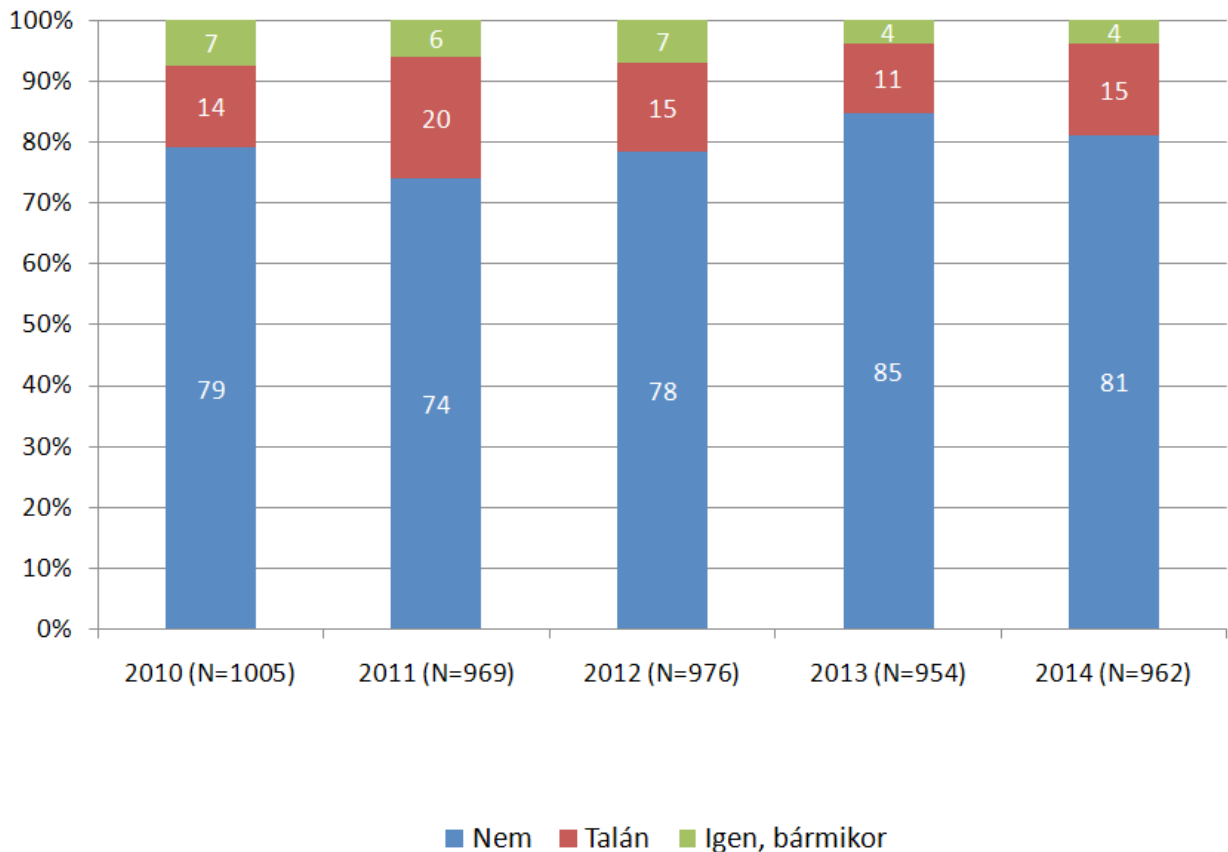
2014-ben a vásárlók 6%-a mondta, hogy bármikor vásárolna hamis CD-t vagy DVD-t, 18% pedig talán vásárolna.(5. ábra)

5. ábra: Vásárolna-e hamis, másolt CD-t, DVD-t, ha az lényegesen olcsóbb, mint az eredeti? (2009-2014)



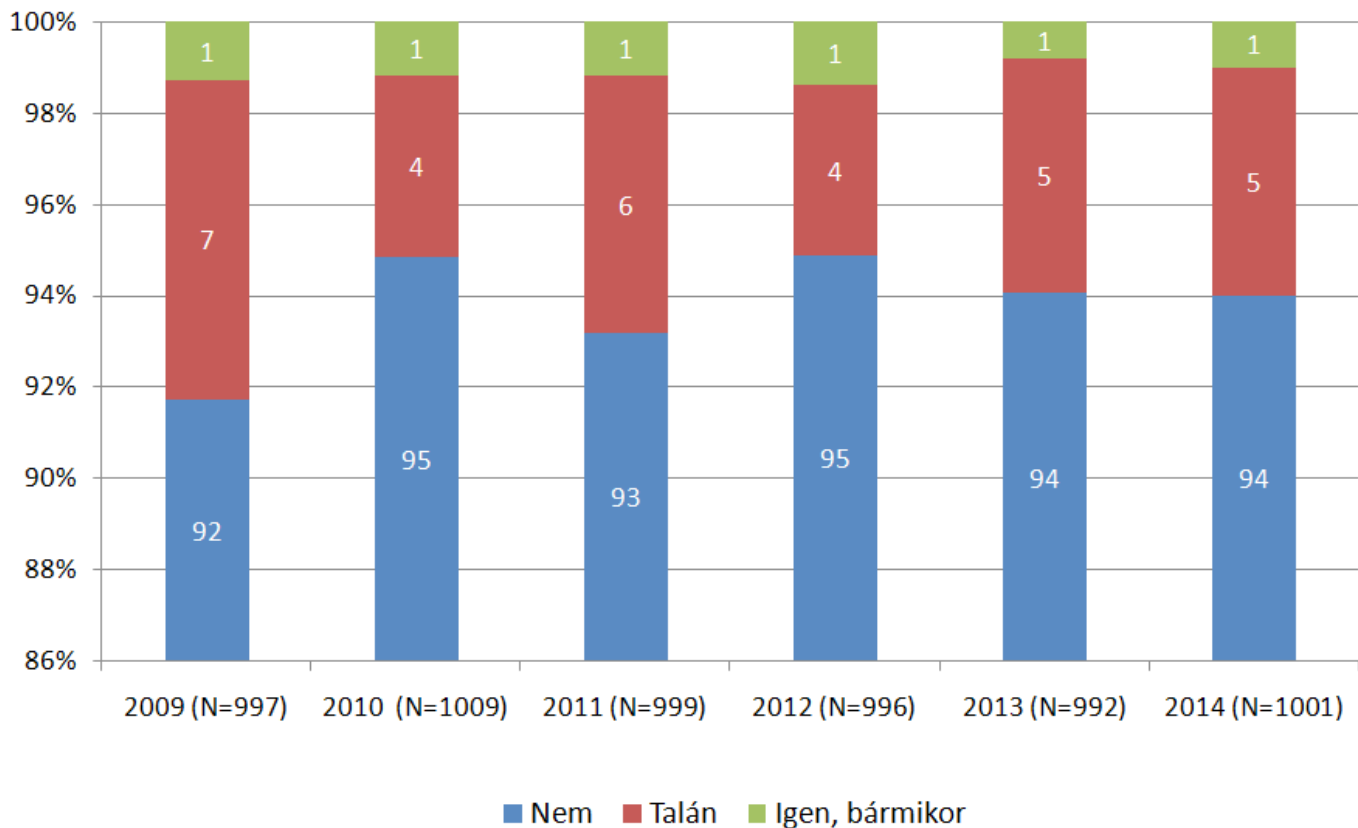
A hamis CD-t, DVD-t vásárlókhhoz hasonlóan az illegálisan másolt, **letöltött számítógépes programokat megvásárlók, felhasználók aránya 2013-ig csökkent, 2014-ben azonban emelkedést mutat.** 2011-ben a felnőtt népesség 26%-a nem utasította el az ilyen termékeket, ez az arány 2012-ben 22%, 2013-ban 15%, míg 2014-ben 19%. (6. ábra) Figyelemre méltó ez a kedvezőtlen változás a 2013-as felmérés eredményéhez képest.

6. ábra: Vásárolna-e, elfogadna-e Ön illegálisan másolt, letöltött számítógépes programokat, ha az eredetnél lényegesen olcsóbban vagy ingyen jutna hozzá? (2010-2014 között)



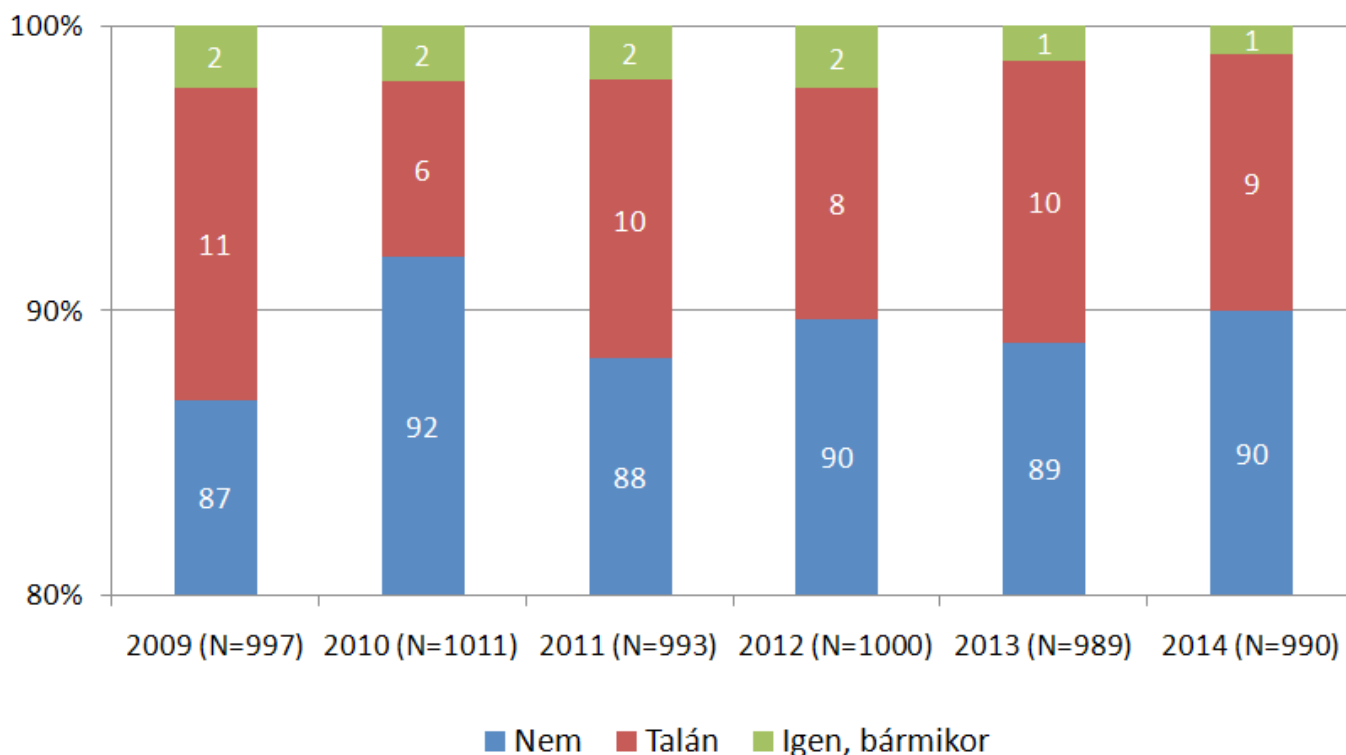
Az emberek 6%-a nyilatkozott úgy, hogy vagy venne, vagy lehetségesnek tartja nem megbízható forrásból származó gyógyszer vásárlását. A vizsgált időszakban a tavalyi adatokhoz képest nem történt elmozdulás. Idén is ez az a terület, ahol a legnagyobb a hamis termékek elutasítása. (7. ábra)

7. ábra: Ön vásárolna-e nem megbízható forrásból származó gyógyszert, ha lényegesen olcsóbb, mint a gyógyszertárban? (2009-2014 között)



Az illegális gyógyszerekhez hasonlóan a nem megbízható forrásból származó élelmiszerek és italok fogyasztását is elutasítja a kérdezettek döntő többsége: **tíz megkérdezettből 9 nem venne kétes eredetű enni- vagy innivalót.** (8. ábra)

8. ábra: Ön vásárolna-e nem megbízható forrásból származó élelmiszert vagy italt, ha lényegesen olcsóbb, mint az üzletekben? (2009-2014 között)



Az elmúlt három kutatás során azt is megkérdeztük a mintába került személyektől, hogy használnának-e zenékhez illetve filmekhez való hozzáférés céljából **illegálisan működő, ingyenes vagy fizetős internetes oldalakat**. A válaszadók döntő többsége nem használna ilyen célra ingyenes oldalakat (2012-ben 80%, 2013-ban 83%, 2014-ben pedig 79%), miközben az illegális fizetős oldalak elutasítottsága még erősebb volt a vizsgált időszakban (2012-ben 84%, 2013-ban 87%, 2014-ben pedig 82%).

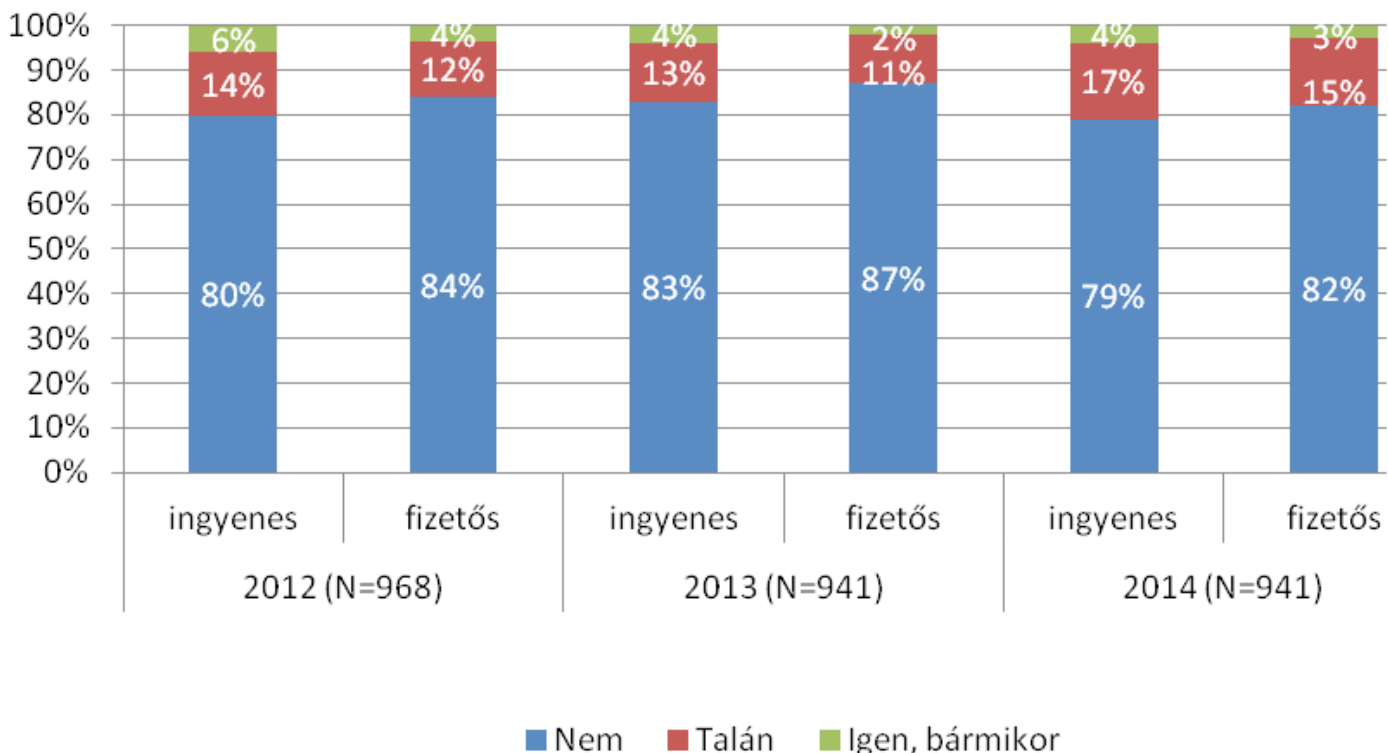


Az emberek négyötöde nem töltene le illegálisan zenét vagy filmet



Az elutasítás mértékét időben összehasonlítva, a fizetős illegális tartalmak iránti érdeklődés enyhén növekedését láthatjuk: a 2012-ben tapasztalt 16%-kal és a 2013-ban mért 13%-kal szemben idén 18% nem zárta ki ilyen oldalak használatát.

9. ábra: Ön használna-e olyan ingyenes vagy fizetős internetes oldalakat filmekhez, zenékhez való hozzáférés céljából, amelyekről tudja, hogy tartalma nem legális forrásból származik? (2012-2014 között)



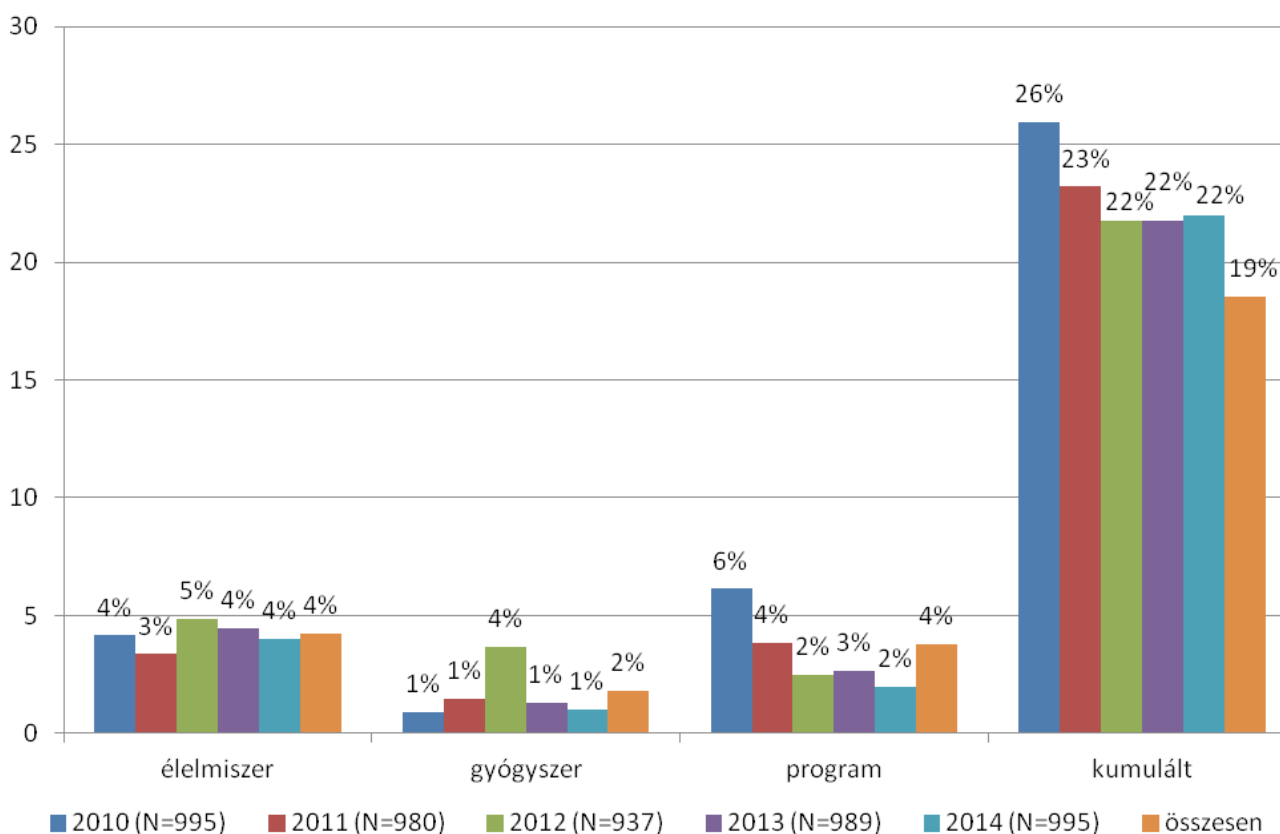
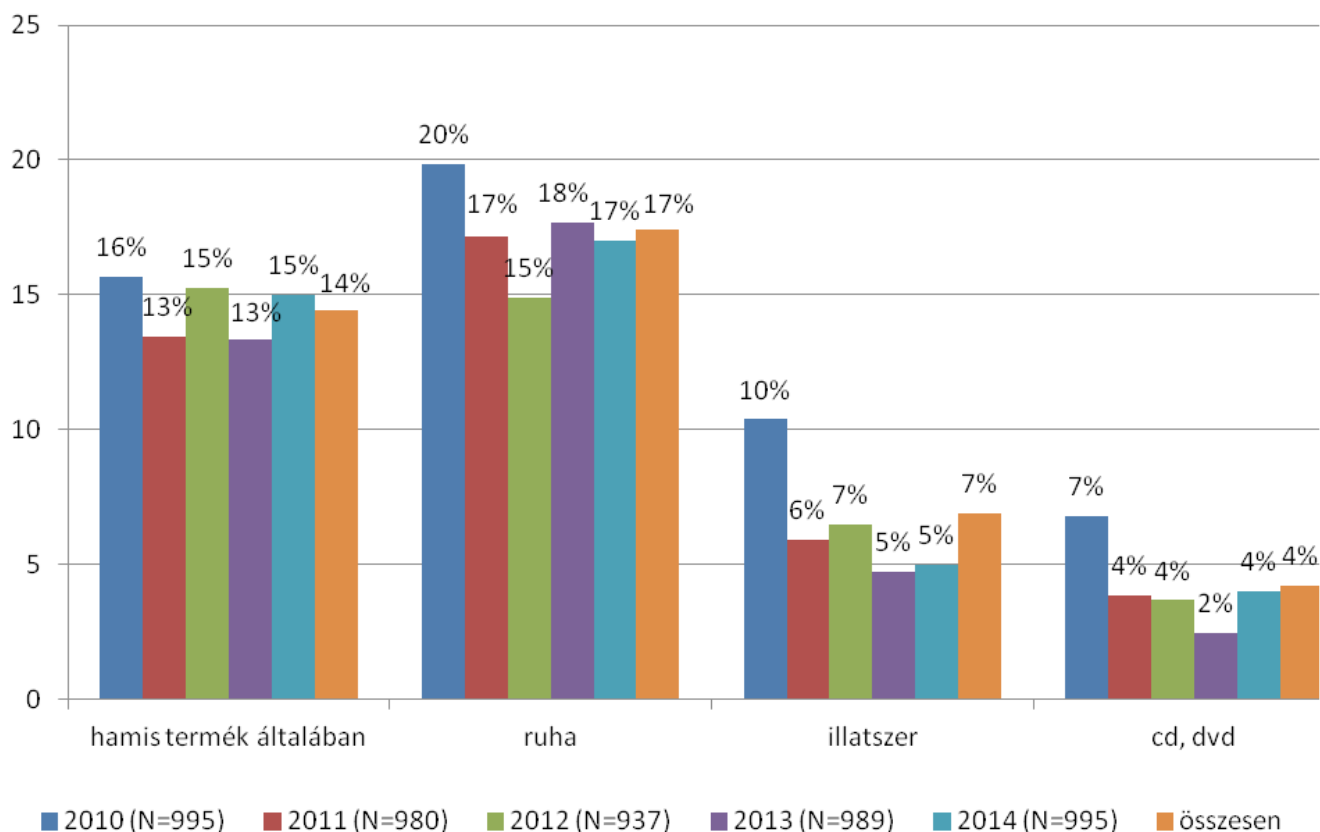
1.2. HAMIS TERMÉKET VÁSÁRLÓK ARÁNYA ÉS A VÁSÁRLÓK TÁRSADALMI ÖSSZETÉTELE

A következőkben azt vizsgáljuk, hogyan alakul **a hamis terméket vásárlók aránya** és **társadalmi összetétele** 2010 és 2014 között, vagyis mennyire elterjedt a hamis termékek vásárlása, mely társadalmi csoportok vesznek az átlagosnál nagyobb vagy kisebb valószínűséggel hamis terméket.

Folyamatosan csökken a hamis termékeket vásárlók aránya

Termékcsoportonként vizsgálva a hamis termékeket vásárlók arányának alakulását a vizsgált időszakban **összességében a folyamatos csökkenés** jellemző, de ennek mértéke és üteme **némileg eltérően alakul az egyes árucikkek esetében.**

10. ábra: A hamisított termékek vásárlóinak alakulása 2010 óta (2010-2014)



A 10. ábra első oszlopa még a részletes kérdés előtt feltett általános kérdésre kapott válaszok eredményeit tartalmazza. 2011 óta ez az arány 13-15% körül mozog. Ezt követően kérdeztünk rá az esetleges vásárlásokra termék-kategóriánként. Az utolsó, „összesen” oszlop pedig azon válaszadókat jeleníti meg, akik bármely vásárlási kérdésre igennel válaszoltak. Ez az arány 2010-ben 26% volt, 2011-2013-ban 22-23% körül mozgott, míg 2014-ben 19%-ot regisztráltunk.

Csakúgy, mint a korábbi években, **2014-ben is a hamis ruházat a „legnépszerűbb” termék:** a válaszadók 17%-a vásárolt hamis ruhát 2014-ben, ami nem jelent komolyabb elmozdulást a korábbi évekhez képest. Hamis illatszert minden huszadik megkérdezett vett, CD-t vagy DVD-t pedig összesen 4%.

Az egészségre leginkább veszélyes termékek közé tartozik a bizonytalan forrásból származó élelmiszer, illetve a hamis gyógyszerek: míg az előbbiből 4% vásárolt 2014-ben, addig az utóbbiból „csupán” 1% – de még ez is 80 000 főt jelent.

Időbeli összevetésben, a 2010-es kiinduló adatokat figyelembe véve **a leglényegesebb változás** a hamis illatszert valamint a hamis CD-t vásárlók arányának csökkenése.

Felére csökkent a hamis illatszert vásárlók aránya

Ebben a fejezetben a másik kérdésünk az volt, hogy melyek azok a társadalmi csoportok, amelyekre az átlagosnál nagyobb vagy kisebb arányban jellemző a hamis termékek vásárlása. Vizsgálataink szerint **a kor és a településtípus mutat statisztikailag szignifikáns összefüggést a hamis termékek vásárlásával.** A **31-45** éves korosztály vett legnagyobb arányban hamis terméket a 2014-es adatfelvételt megelőző évben. Meglepő módon **a válaszadó jövedelmi helyzete⁴** nem mutat statisztikailag szignifikáns összefüggést a hamis termék fogyasztási szokásával.

A hamisítványok vásárlása nem függ a jövedelmi helyzettől

4 A jövedelmi helyzetet jövedelemkvintilisen keresztül mértük, amely mutató (nagyjából) öt egyenlő részre osztja a válaszadókat, az egy főre jutó jövedelmi helyzetük szerint. A következő határok érvényesek:

- Alsó ötöd: 50.000 Ft egy főre jutó jövedelem alatt
- Második ötöd 50.000 - 75.000 Ft egy főre jutó jövedelem
- Harmadik ötöd 75.000 - 90.000 Ft egy főre jutó jövedelem
- Negyedik ötöd 90.000 - 125.000 Ft egy főre jutó jövedelem
- Legfelső ötöd 125.000 Ft feletti egy főre jutó jövedelem

Azoktól, akik legalább egyszer vásároltak hamis terméket, megkérdeztük, miért tették ezt. 2014-ben a **válaszadók négyötödének (78%) választásában játszott szerepet a termék ára** (azért vásárolt hamis terméket, mert „olcsó volt”), további majdnem kétötöd (38%) szerint nem volt gond a termék minőségével, 33% említette, hogy nem játszott szerepet a döntésében a termék hamis volta, és 2% nevezett meg egyéb okot.

Ezután azt vizsgáltuk meg, hogy a különféle hamis termékek vásárlására mely társadalmi csoportok hajlamosak a leginkább és legkevésbé.

A vizsgálat legfontosabb tanulságai az alábbiakban foglalhatók össze:

- **Nemek** tekintetében csak az illatszerek vásárlásában van számottevő eltérés: míg a **férfiak** 3-4%-a vett az elmúlt évben hamis illatszert, addig a **nők** 6%-a.
- **A kor** a legfontosabb magyarázó változója a hamis termékek fogyasztásának: a vásárlóerő szempontjából legaktívabb korcsoport, a **fiatal középkorúak** vesznek a legnagyobb arányban hamis ruhát és illatszert, illetve az összes kategória összegzett mutatója is ebben a korcsoportban a legmagasabb.
- **A településtípus** szintén sok tekintetben megmagyarázza a hamis termékekkel kapcsolatos vásárlási szokásokat: a **budapesti lakosok** minden hamis terméktípust **átlagon felüli** mértékben fogyasztanak, míg a községek lakói jelentősen átlag alatti mértékben vásárolnak hamis termékeket. Ennek oka feltehetőleg a hozzáférés különbségeiben (nagyobb településen több a piac, illetve elterjedtebb az internet-használat és így az internetes vásárlás is) rejlik.
- Meglepő módon **a jövedelem** (melynek nagysága alapján öt, nagyjából egyenlő csoportra osztjuk a válaszadókat) **nem magyarázza statisztikailag** szignifikánsan a hamis termékekkel kapcsolatos vásárlási szokásokat, kivéve CD-k és DVD-k vásárlásánál valamint a letöltési témában: a legfelső és a legalsó jövedelmi csoportba tartozók fogyasztása kiemelkedő ezen a téren.

1.3. TERVEZETT ÉS VALÓS VÁSÁRLÁSI SZOKÁSOK ÖSSZEFÜGGÉSE

Ebben a fejezetben arra a kérdésre keressük a választ, hogy **milyen erős az összefüggés a tervezett és a múltbeli vásárlási szokások között**. Azok, akik **elzárkóznak** hamis termék megvásárlásától, döntő többségükben (95%) **nem is vásároltak** ilyen terméket az elmúlt egy évben. A hamis termék megvásárlására nyitott válaszadók ezzel szemben az átlagot jelentősen meghaladó mértékben (60%) vásároltak kétes forrásból származó terméket.

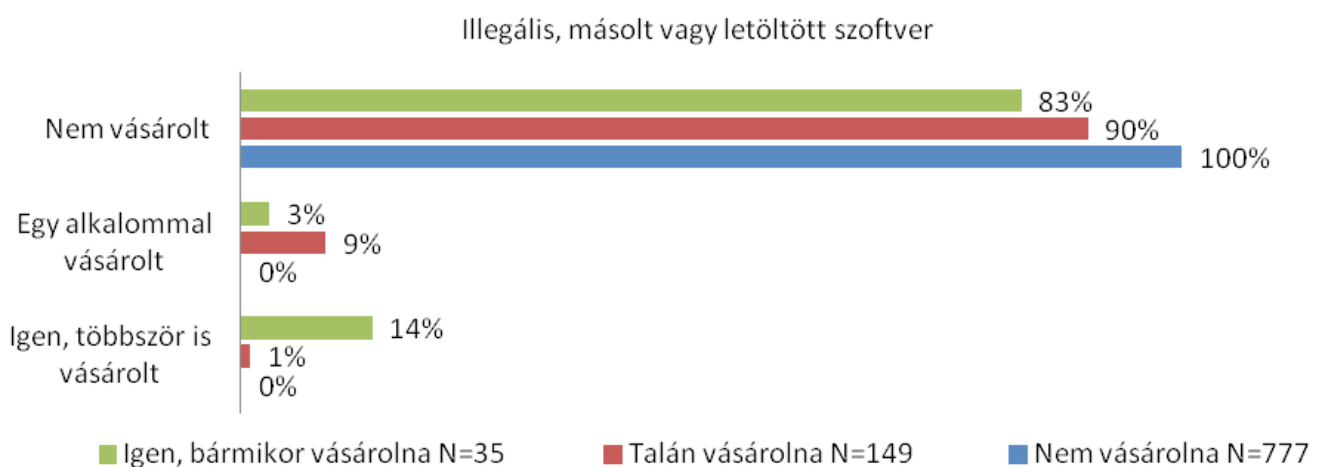
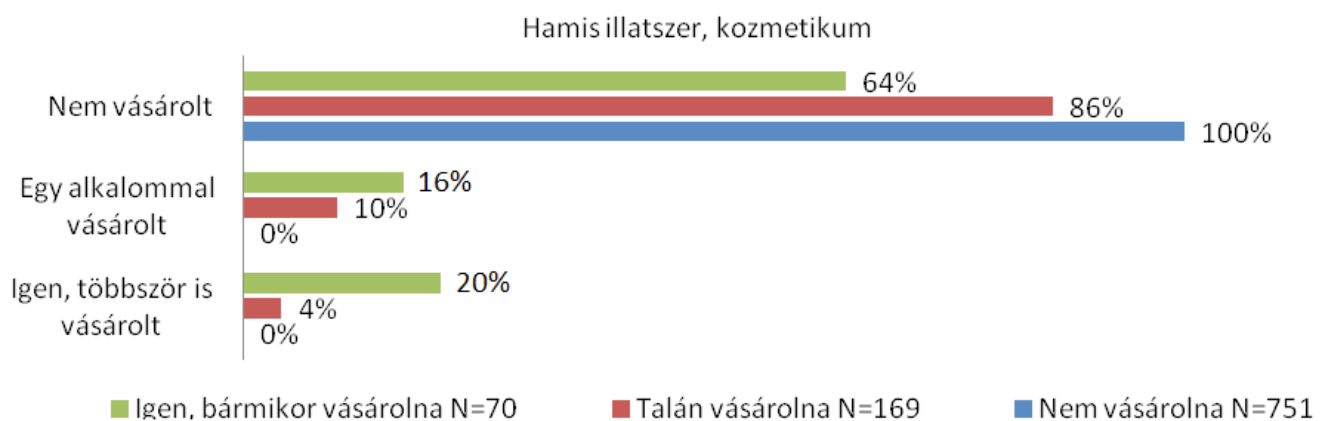
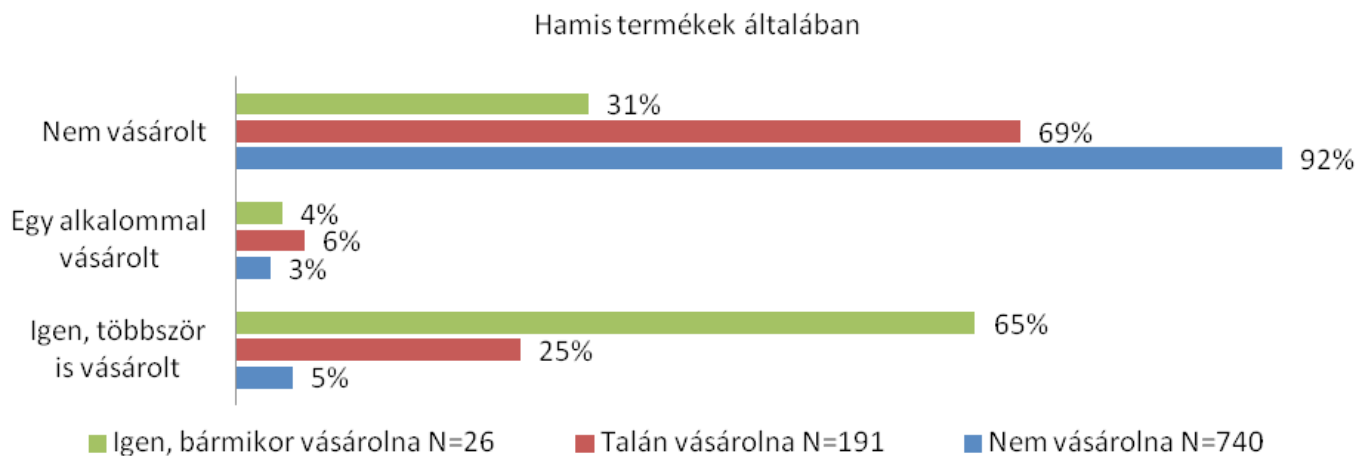
Termékcsoporthoz bontva a tervezett és megvalósult viselkedés között az **illatszerek** és a **számítógépes** programok esetében a **legerősebb a kapcsolat**. Ebben a két esetben, akik elvileg elzárkóztak a hamis eredetű illatszerek és számítógépes programok vásárlása elől, azok egyáltalán nem vásároltak ilyen terméket az adatfelvételt megelőző évben. Valamennyi termékcsoporthoz szignifikáns összefüggés mutatkozik a vásárlási hajlandóság és a múltbeli viselkedés között, leszámítva a hamis élelmiszereket és italokat.

Azok, akik elzárkóznak hamis termék megvásárlásától, döntő többségükben (95%) nem is vásároltak ilyen terméket az elmúlt egy évben.

Végül hangsúlyozni kell, hogy a kérdezett visszaemlékezése alapján mért múltbeli viselkedés feltehetőleg alulbecsüli a valós vásárlási arányokat, és ez a torzító hatás különösen erős azokban az esetekben, amikor az előző kérdéskor a válaszadó már „elköteleződött” egy, a hamisítást elutasító attitűd mellett. A 11. ábra szerint szoros összefüggés van a hamisított termék vásárlásának terve és megvalósulása között.⁵

⁵ Kivéve a hamis gyógyszerek esetén. Itt azonban a „bármikor vásárolna” válaszkategória alacsony esetszáma miatt az eredmények értelmezhetősége korlátozott.

11. ábra: A tervezett és a múltbeli vásárlási szokások összefüggései az általában vett hamisítványok, az illatszerek és a számítógépes programok vonatkozásában (2014)



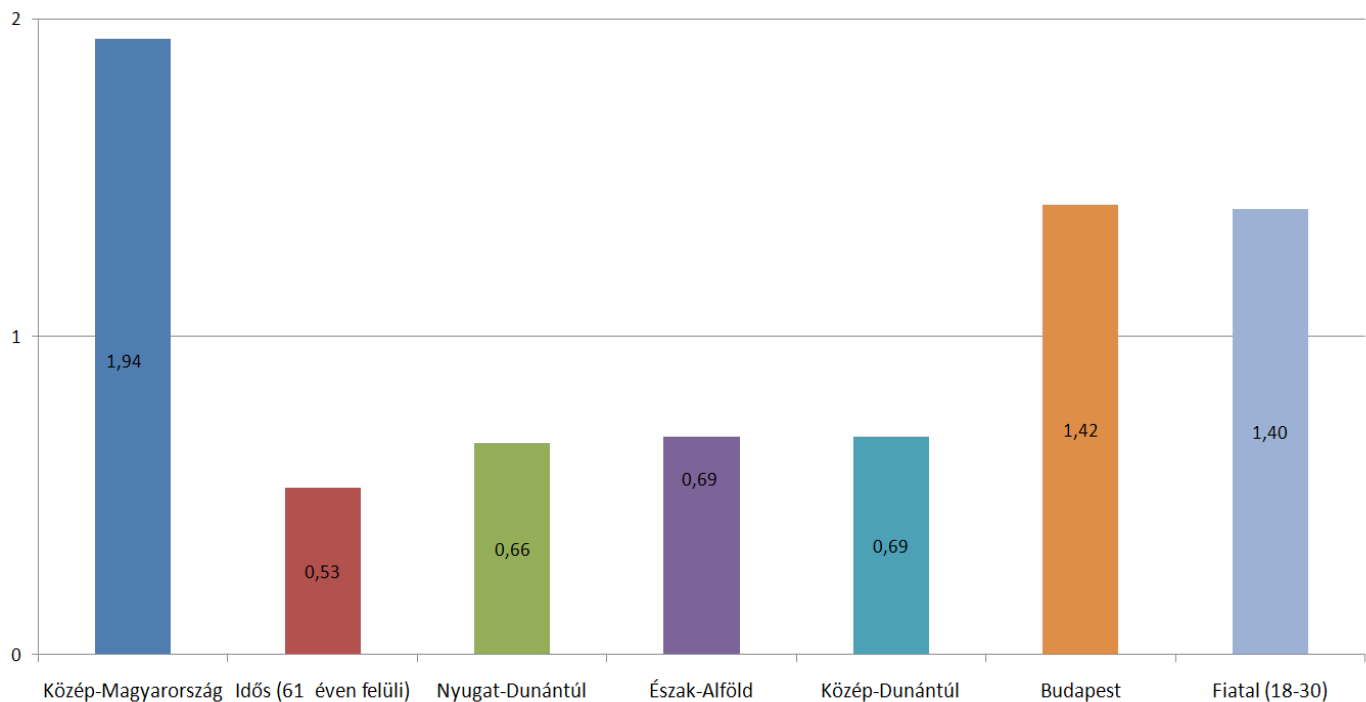
1.4. A HAMIS TERMÉKEK VÁSÁRLÁSÁNAK TÁRSADALMI MECHANIZMUSA

Ebben a fejezetben – mintegy az előző fejezetben írtak összefoglalásaként – azt vizsgáljuk, hogy a hamisított termékek vásárlásának esélyét **mely társadalmi tényezők** növelik leginkább.

A 12. ábrán azokat a hatásokat mutatjuk be, amelyek erősen hatnak a hamisított termék vásárlására. A hamisított termék vásárlásának valószínűségét növeli (ha a cellában szereplő érték száznál nagyobb) vagy csökkenti (ha a cellában szereplő érték száznál kisebb) az adott társadalmi csoporthoz tartozás ténye.

A hamisított termékeket **általában nagyobb eséllyel vásárolják** a közép-magyarországi régióban élők (így a fővárosiak is) és a fiatalok. Kisebb mértékben az idősek, a nyugat- és a közép-dunántúli régióban élők, valamint az észak-alföldiek.

12. ábra: A hamisított termék vásárlási esélyének legnagyobb eltérései az átlagostól (2010-2014)



A **hamisított ruházati termékek fő vásárlói** a közép-magyarországi régióban élnek, harmincasok, alacsonyan iskolázottak és nagyon alacsony a jövedelmük.

A **hamisított illatszer vásárlása kevésbé elterjedt, mint 2009-ben.** A budapestiek és a közép-magyarországiak, valamint a kevésbé iskolázottak és a 40 év alattiak vásárolnak ilyen hamisítványokat leginkább.

A **hamisított élelmiszer** vásárlói a hamisított ruházati cikkek vásárlóival mutatnak hasonlóságot: főként közép-magyarországiak és budapestiek. Kevésbé jellemző a hamisított élelmiszer vásárlása a Dél-Dunántúlon, a Közép-Dunántúlon és a megyeszékhelyeken.

A **hamisított CD, DVD** és a **számítógépes programok** tipikus vásárlói vagy letöltői a fiatal, különösen a még tanuló státuszú budapesti férfiak. Az utóbbiak fogyasztói ugyanakkor a közép-magyarországi régióban és az iskolázottabbak körében fordulnak elő nagyobb eséllyel.



forrás: NAV

2. A HAMIS TERMÉK VÁSÁRLÁSÁNAK KÖRÜLMÉNYEI, MOTIVÁCIÓI

2.1. MIÉRT VÁSÁROLNAK AZ EMBEREK HAMIS TERMÉKEKET?

A kutatássorozat 2013-as hullámában kérdeztünk rá először a **hamis termék vásárlásának lehetséges okaira**. Az alábbi táblázatban összefoglaljuk a 2013-ban és 2014-ben felvett adatokat.

1. táblázat: A hamis termék vásárlásának lehetséges okai (százalékban, 2014)

	általában (N=150)	ruha (N=189)	illatszer (N=47)	élelmiszer (N=53)	cd, DVD (N=28)*	gyógyszer (N=14)*	program (N=10)*
mert olcsó volt	75(65)	82(71)	81(71)	68(32)	28(54)	44(28)	28(63)
nem volt gond a minőségével	29(28)	30(33)	35(38)	33(51)	37(19)	43(48)	19(34)
nem is érdekelt, hogy hamis vagy nem, szükségem volt rá	16(15)	20(17)	8(20)	28(13)	72(33)	39(5)	38(10)
egyéb	1(4)	0(2)	3(0)	0(3)	0(0)	0(26)	14(0)

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

* alacsony esetszámok. Az eredmények körültekintően kezelendők.

Míg a ruházati cikkek, az illatszerek, a **CD-k** és **DVD-k**, az **élelmiszerek** illetve a **számítógépes programok** esetében a hamis termék választásának **elsődleges motivációja** egyaránt az ár volt, addig a **gyógyszerek** esetében a válaszadók azért is választották a hamis terméket, mert „**nem volt gond annak minőségével!**”. Az a típusú szkeptikus megközelítés, hogy „nem is érdekelt, hogy hamis vagy mert szükségem volt rá” az élelmiszerek és a gyógyszerek esetében volt viszonylag gyakori válasz. A 2014-es adatokat a korábbi év adataival összevetve nem tapasztaltunk jelentősebb különbséget.

Azokat, akik az alacsony ár miatt választottak hamis terméket, megkérdeztük, hogy abban az esetben eredeti terméket vásároltak volna-e, ha nem lett volna sokkal drágább a hamisnál. A táblázat megoszlásai igazolták azt a feltételezést, hogy **a hamis termék vásárlásának elsődleges motivációja az alacsony ár.** A „nem tudom” válaszok nagy aránya ugyanakkor azt mutatja, hogy a ruhák, és az illatszerek esetében jelentős arányban vannak azok, akik bizonytalanok abban, hogy kis árkülönbség esetén érdemes lenne-e eredeti terméket vásárolni.

2. táblázat: Eredeti terméket választott volna, ha az nem lett volna sokkal drágább a hamisnál? (százalékban, 2014)

	általában (N=95)	Ruha (N=134)	illatszer (N=33)*	cd, dvd (N=15)*	élelmiszer (N=17)*	Gyógyszer, táplálékkieg (N=4)*	program (N=6)*
igen	80(88)	72(74)	63(82)	61(72)	26(63)	85(22)	100(72)
nem	7(2)	8(6)	10(2)	19(28)	0(27)	0(39)	0(28)
nem tudom	13(10)	20(20)	27(16)	20(0)	74(10)	15(39)	0(0)
összesen	100(100)	100(100)	100(100)	100(100)	100(100)	100(100)	100(100)

* alacsony esetszámok. Az eredmények körültekintően kezelendők.

2.2. HOL VÁSÁROLNAK A FOGYASZTÓK HAMIS TERMÉKEKET?

2010 óta rendszeresen megkérdezzük az illegális forrásból származó termékek fogyasztóit arról, honnan szerzik be ezeket az árukat.

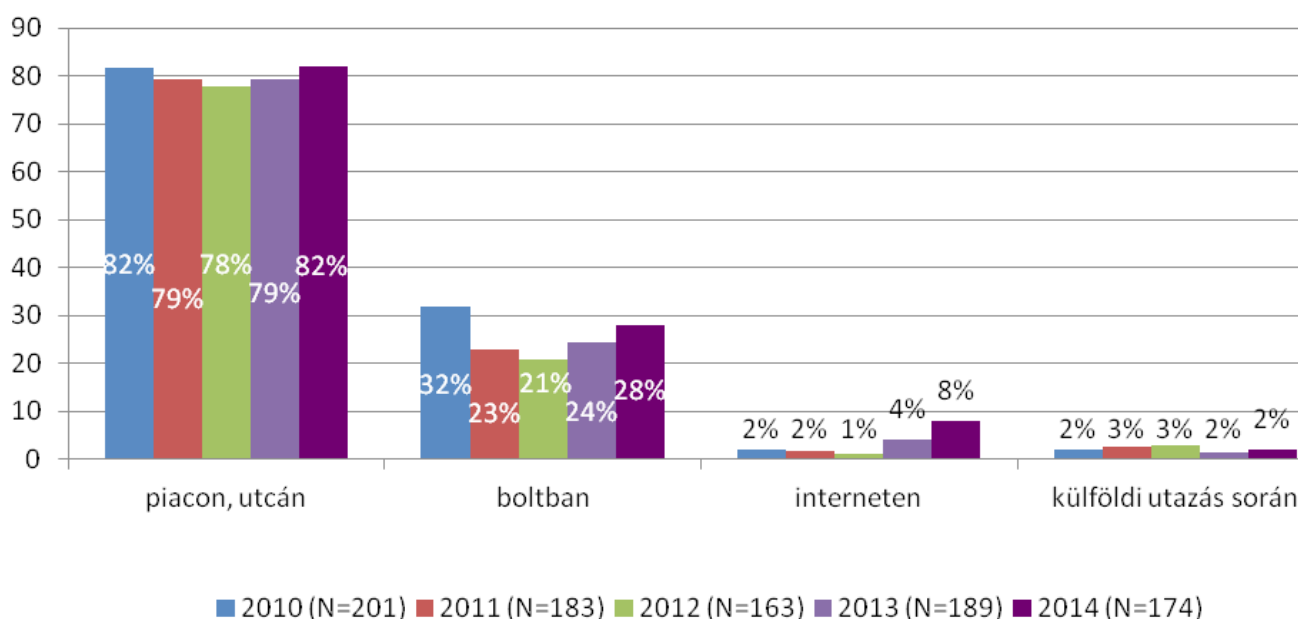
A **hamis ruhát** a vásárlók négyötöde a **piacról** vagy az **utcán** szerzi be, további egynegyedük **boltban** (is) vásárol hamis ruházati termékeket. A boltban vásárlás gyakorisága 2010-től csökkenő, majd 2012-től növekvő trendet mutat a vizsgált időszakban. Az interneten illetve külföldi utazás során beszerzett termékek aránya minimális volt a korábbi időszakban, 2014-ben azonban már jelentősnek mondható az internet részesedése. (13. ábra)

”

Egyre többen vásárolnak hamis ruházati termékeket az interneten.

”

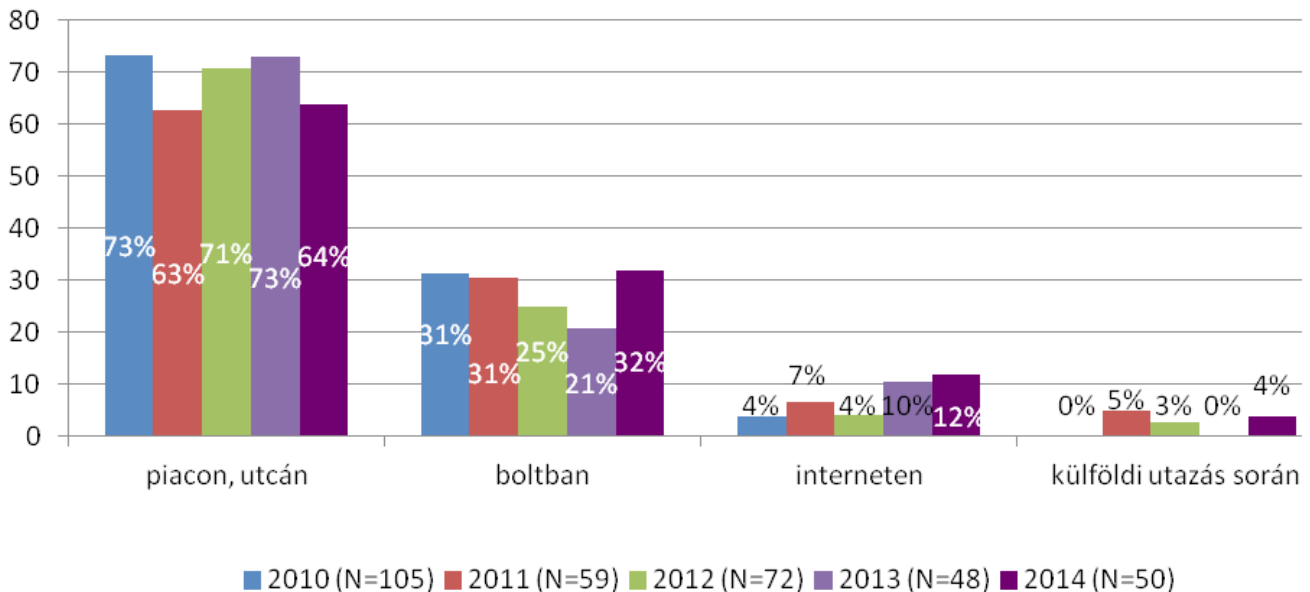
13. ábra: Hamis ruházati termékek vásárlásának helyszínei (2010-2014)*



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

A ruhákhoz hasonlóan a **hamis illatszer vásárlás** legfőbb helyszíne szintén a **piac** és az **utca**, másodlagos – az időszak folyamán csökkenő arányban megnevezett – helyszíne pedig az erre szakosodott boltok. **Az internetes beszerzések aránya a korábbi évekhez viszonyítva 2013-ban 4 százalékról 10 százalékra emelkedett, idén pedig tovább nőtt 12%-ra.** (14. ábra)

14. ábra: A hamis illatszer vásárlás helyszínei (2010-2014)*

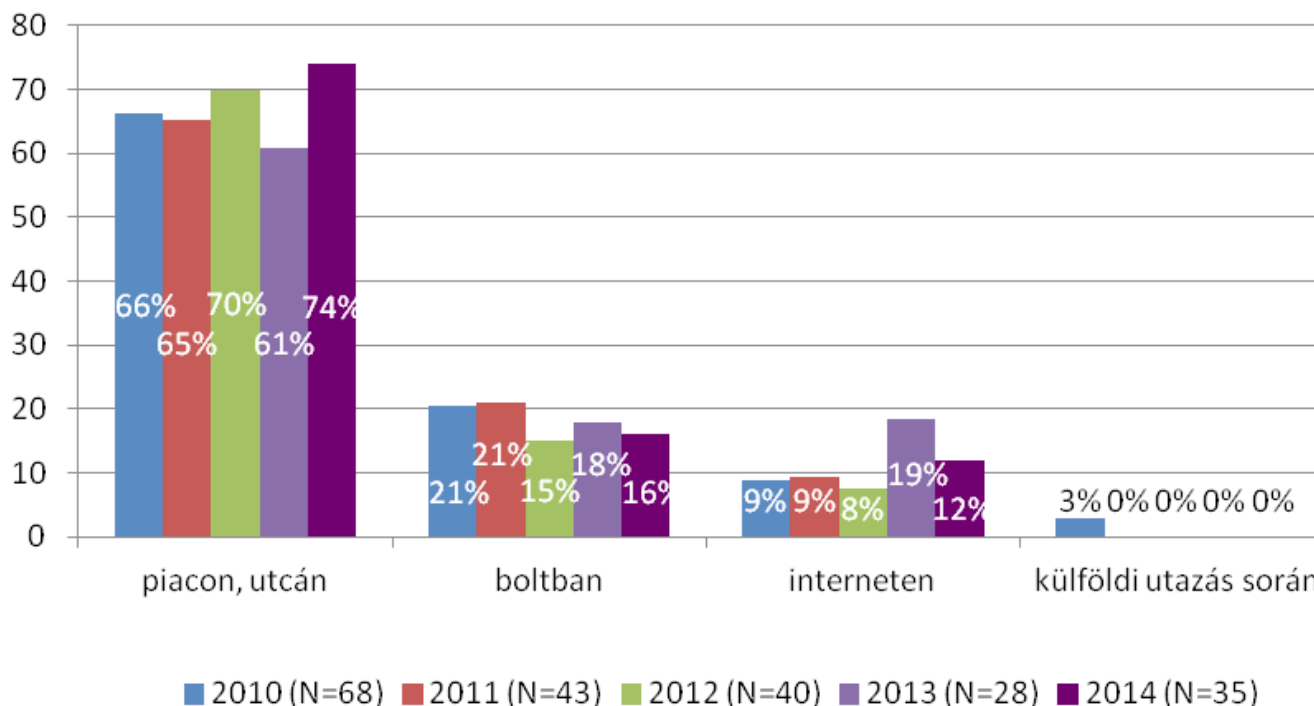


* alacsony esetszámok. Az eredmények körültekintően kezelendők.

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

A hamis **adathordozók** beszerzési helyszínei az előbbiekhöz hasonló mintázatot követnek: 2010 és 2014 között valamelyest **csökkent a bolti beszerzések** aránya, az internetes rendelés pedig a 2013-ban tapasztalt kiugrás után 12%-ra esett vissza. Ugyanakkor továbbra is a **piac** és az **utca** a beszerzések első számú helyszíne. (15. ábra)

15. ábra: A hamis CD, DVD vásárlásának helyszínei (2010-2014)*



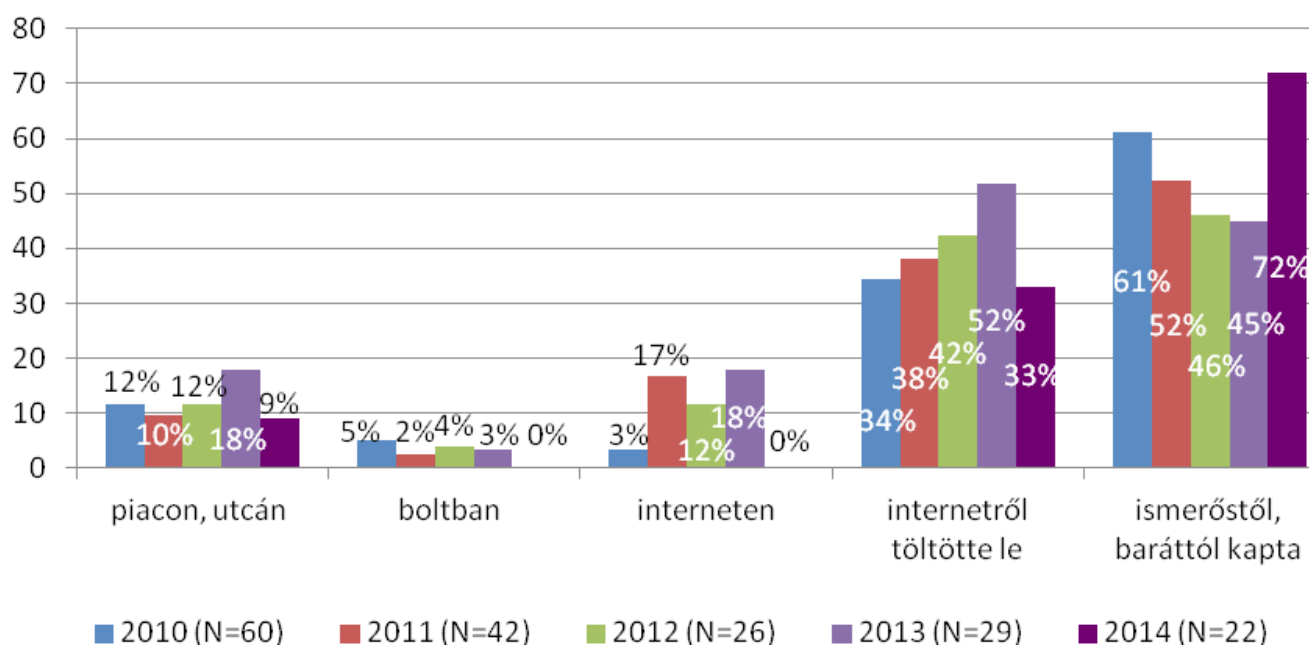
Mivel a kérdés esetében több választ is meg lehetett jelölni, az oszlopok összege a 100%-ot meghaladhatja.

* alacsony esetszámok. Az eredmények körültekintően kezelendők.

Az illegálisan másolt, letöltött **számítógépes programok** beszerzése az előzőektől eltérő mintázatot mutat. Minimális a boltban beszerzett programok aránya, egytized a piaci, utcai beszerzések aránya, és dominál a barátoktól kapott tartalmak aránya. 2014-ben a barátoktól, ismerősöktől kapott tartalmak aránya jelentősen növekedett az internetről való letöltés rovására.

Kilencből nyolc ember ismerősökön, barátokon keresztül jut hozzá illegálisan másolt vagy letöltött szoftverekhez.

16. ábra: Illegálisan másolt, letöltött számítógépes programok beszerzési forrásai (2010-2014)*

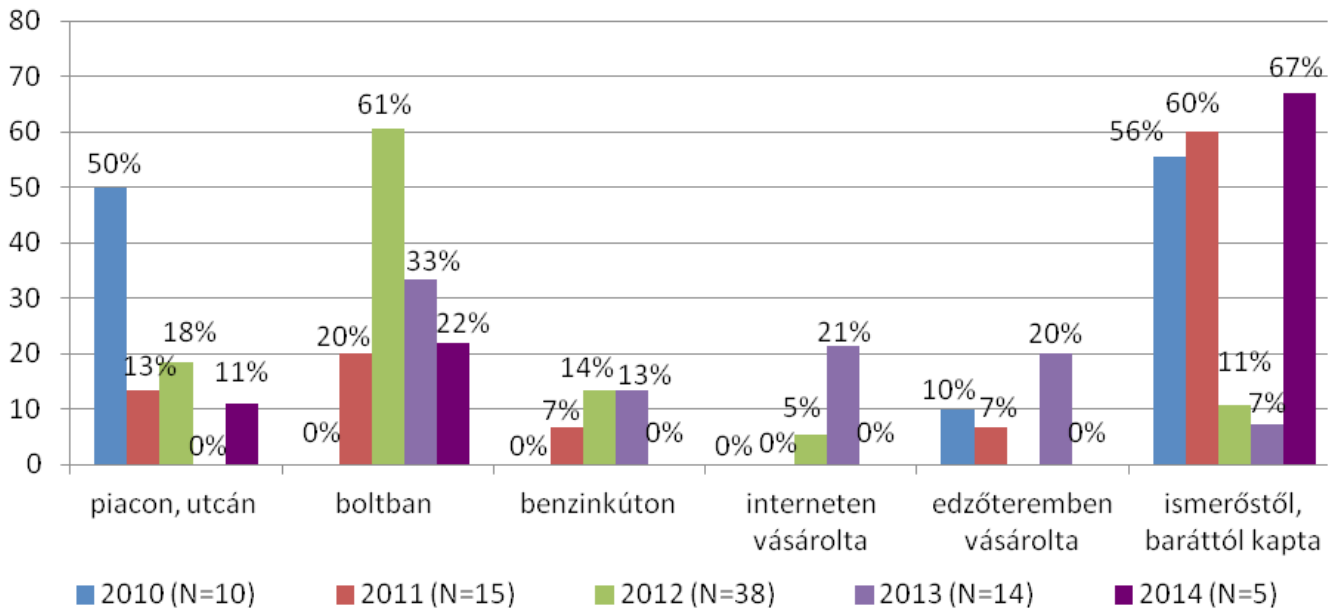


Mivel a kérdés esetében több választ is meg lehetett jelölni, az oszlopok összege a 100%-ot meghaladhatja.

* alacsony esetszámok. Az eredmények körültekintően kezelendők.

A **gyógyszereket, táplálék-kiegészítőket** a legnagyobb arányban **ismerősöktől, barátoktól**, illetve **boltban** szerezték be a fogyasztók 2014-ben. Az alacsony elemszám miatt ezen eredmények csak tájékoztató adatként szolgálhatnak.

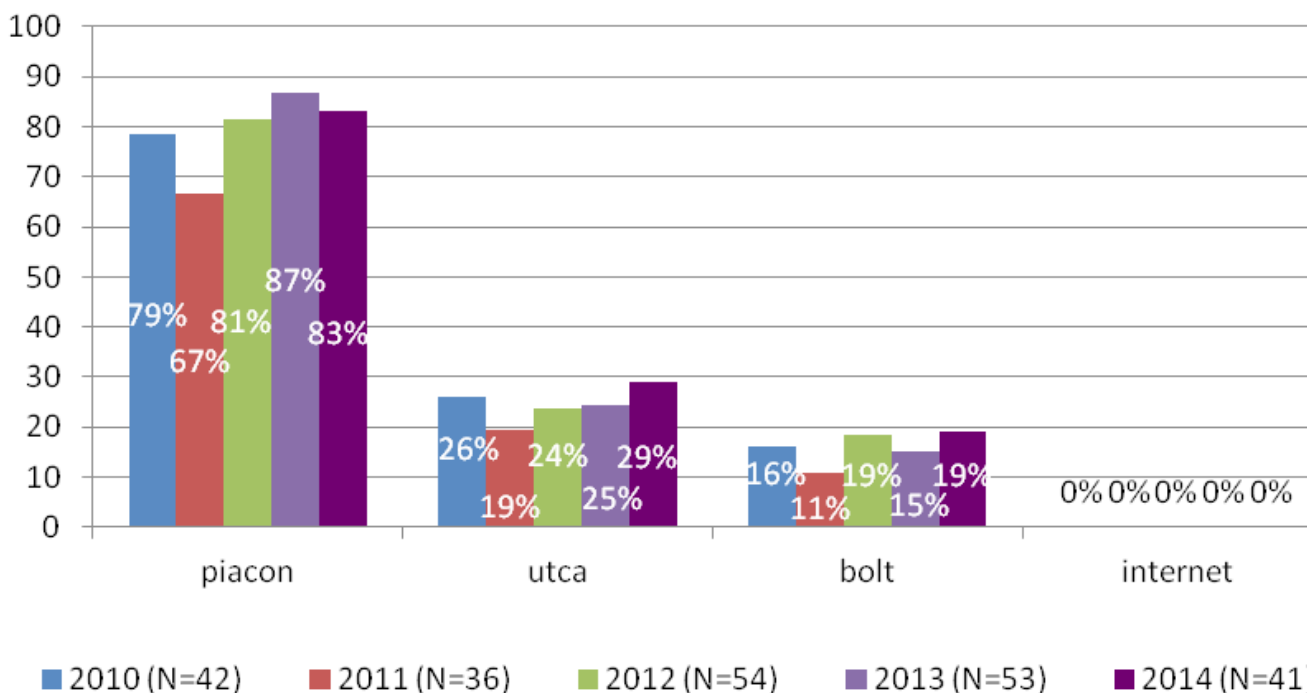
17. ábra: Nem gyógyszerértérből származó gyógyszer vagy táplálék-kiegészítő beszerzési forrásai (2010-2014)*



* alacsony esetszámok. Az eredmények körültekintően kezelendők. Mivel a kérdés esetében több választ is meg lehetett jelölni, az oszlopok összege a 100%-ot meghaladhatja.

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

18. ábra: Nem megbízható forrásból származó élelmiszer beszerzési forrásai (2010-2014)*

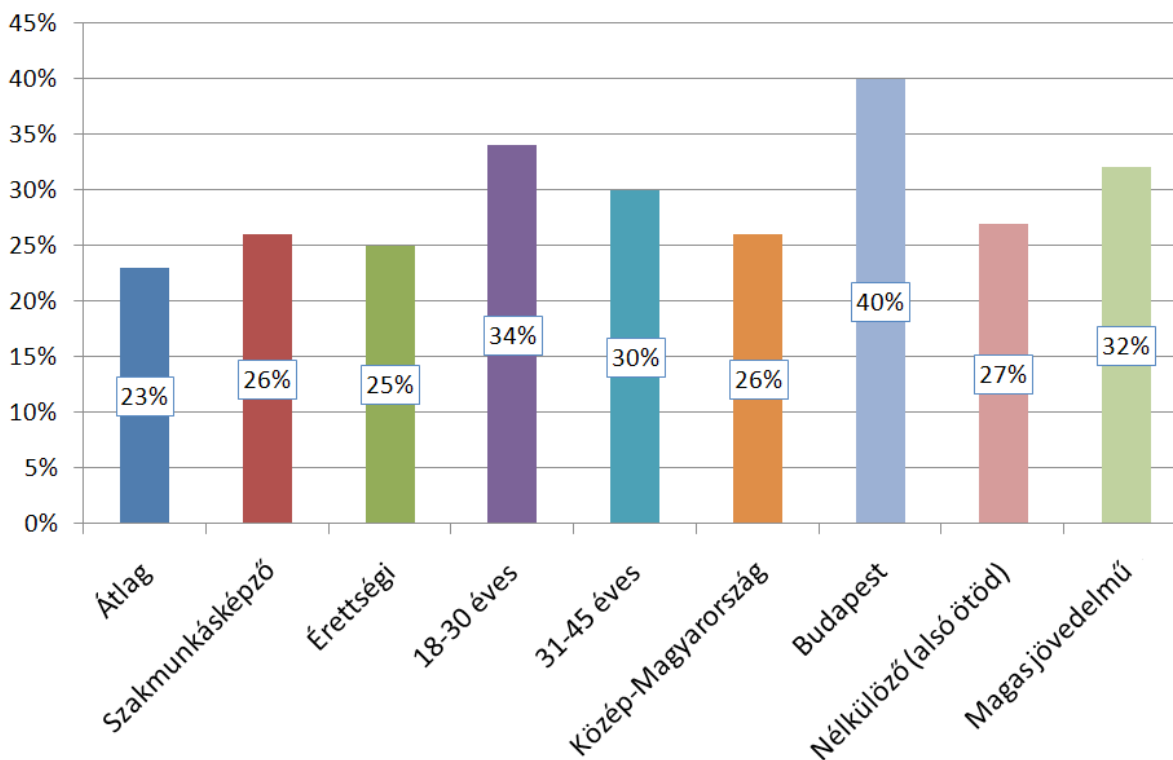


* alacsony esetszámok. Az eredmények körültekintően kezelendők. Mivel a kérdés esetében több választ is meg lehetett jelölni, az oszlopok összege a 100%-ot meghaladhatja.

Hamis termékek az informális piachelyeken⁶

Mint az előző ábrából kiderült, négy olyan hamisított termékfajta van (ruházat, illatszer, CD/DVD és élelmiszer), amelyet leggyakrabban a klasszikus informális gazdaságban (vagyis piacokon és/vagy az utcán) vásárolnak az emberek. A 19. ábráról leolvasható, hogy piacon és/vagy az utcán inkább a fiatalok és fiatal-középkorúak, a budapestiek és a közép-magyarországiak, a szakmunkás-képzettségűek, az alacsony jövedelműek, nélkülözők, illetve a magas jövedelműek vásárolnak.

19. ábra: A piacon és utcán vásárlók aránya egyes társadalmi csoportok körében 2010-2014 között



A piacon/utcán megvásárolható négy hamisított termékből képeztünk egy változót, amely azokat tartalmazza, akik legalább egyet a piacon vásároltak ezek közül a hamisított termékek közül. Megvizsgáltuk, hogy melyek azok a tényezők, amelyek az informális piaci vásárlás esélyét legnagyobb mértékben meghatározzák. A tipikus informális piaci vásárló Közép-, vagy Észak-Magyarországon esetleg Budapesten él, harmincas éveiben jár, nincs felsőfokú végzettsége, gyeseen van (de biztosan nem nyugdíjas). Az alsó és felső jövedelmi ötödben átlag feletti a piacon vásárlók aránya, de szubjektív megítélésük alapján azok között magas a piacon vásárlók aránya, akik úgy érzik, hogy rosszul élnek.

A legtöbb hamis terméket piacon és utcán a 18-30 éves budapestiek vásárolják.

⁶ 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.: Czákó 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.: Czákó Ágnes, Giczi Johanna, Sik Endre, TáTK, Budapest, 147- 163 old.



3. HAMISÍTÁSSAL KAPCSOLATOS ATTITŰDÖK

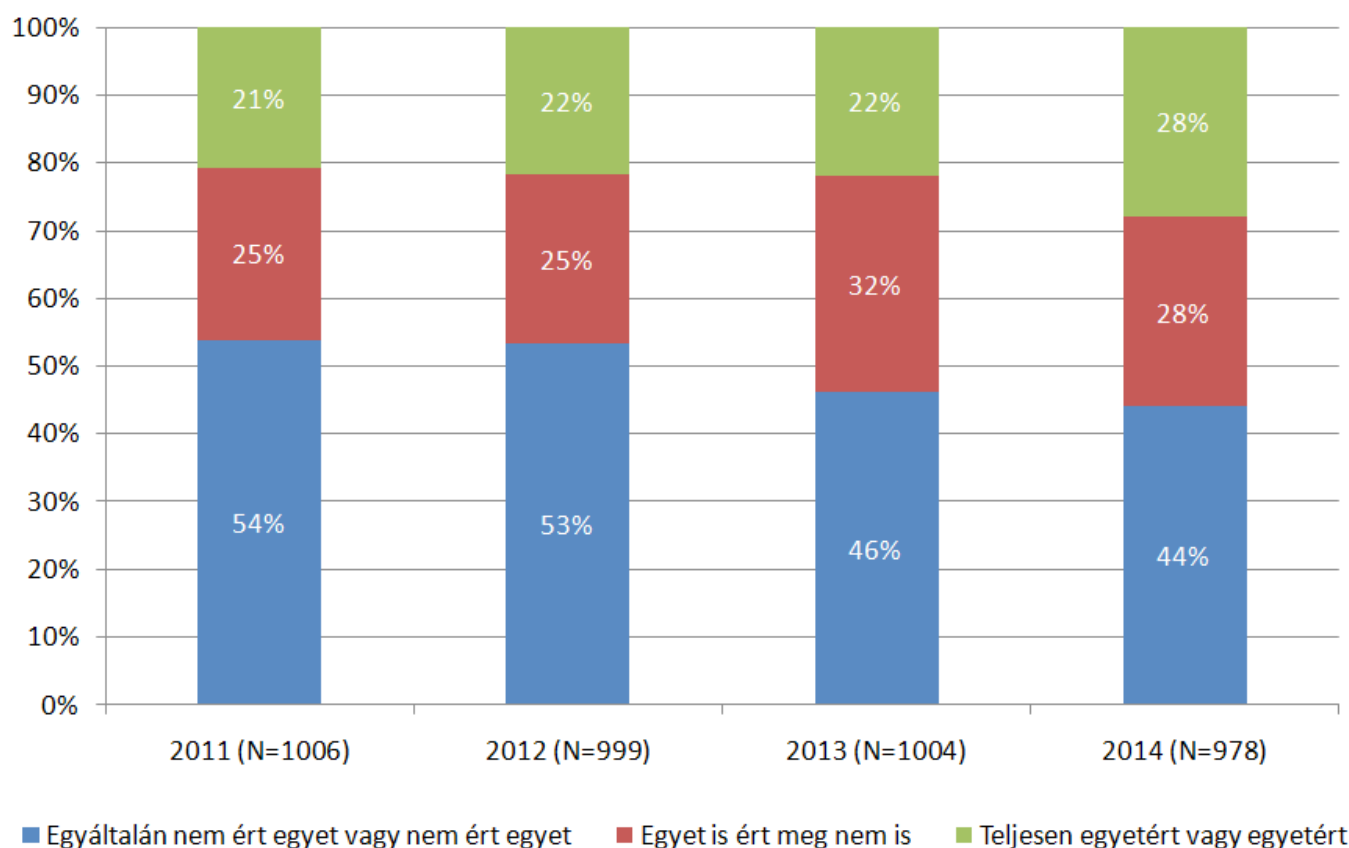
forrás: NAV

Ebben a fejezetben azt vizsgáljuk, hogy az emberek **hogyan vélekednek a márkás ruházati cikkekről**, fontos-e számukra ezek viselése és eredeti volta. Melyek továbbá azok a csoportok, amelyek kitüntetett figyelmet fordítanak a fenti kérdésekre, és melyek azok, amelyeket egyáltalán nem foglalkoztat a kérdés.

”
Egyre több embernek fontos, hogy márkás ruhát és cipőt hordjon
”

A népesség közel felének (44%) nem fontos, hogy a ruha, amit visel, márkás legyen, valamivel kevesebb, mint egyharmaduk (28%) viszont kimondottan a márkás ruhákat keresi a boltok polcain. Ebben a tekintetben 2014-ben a márkás ruházati cikkek iránti igény növekedését figyelhetjük meg. 2011 és 2013 között 21-22% körül mozgott azok aránya, akik számára fontos volt, hogy márkás legyen a ruha és a cipő, amit viselnek, ez az arány 2014-ben 28%-ra növekedett.

20. ábra: Fontos, hogy márkás legyen az a ruha és cipő, amit viselek (2011-2014)

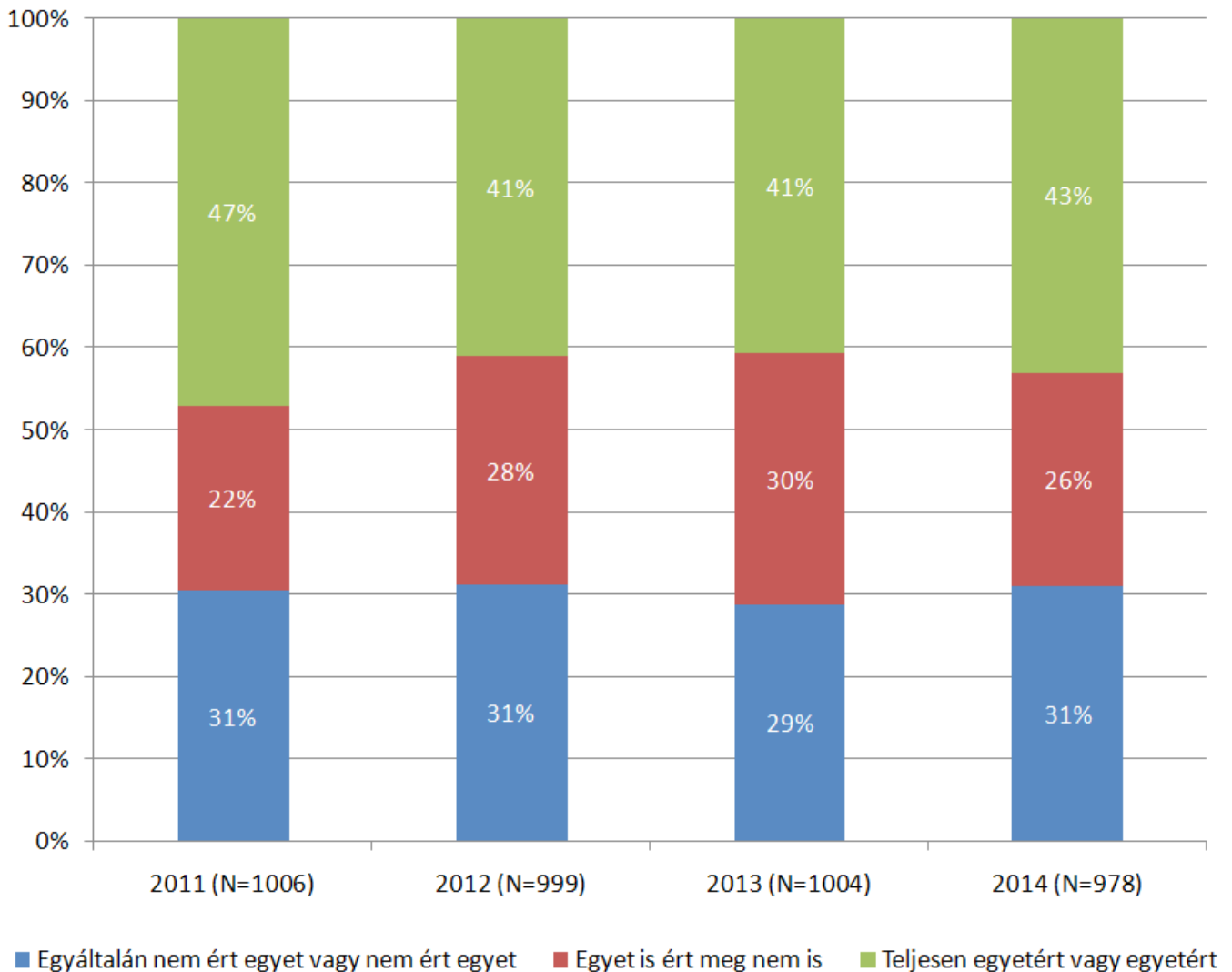




Tízből négy magyar szerint, ha a ruhája márkás, akkor az legyen eredeti, a maradék hatnak nem fontos a ruha eredeti volta



21. ábra: Fontos, hogy az a márkás termék, amit viselek, eredeti legyen (2011-2014)



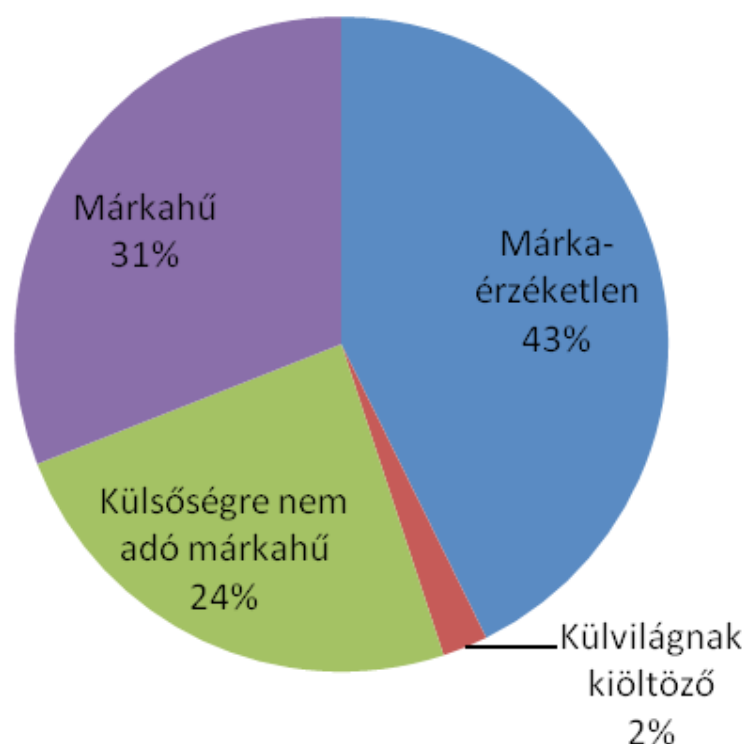
A négy év (2011, 2012, 2013, 2014) összesített adatbázisából kiszűrve azokat, akiknek nincs határozott véleményük a márkás és eredeti termékek megítéléséről, egy több mint 2000 (N=2318) fős mintán vizsgáltuk meg azt a kérdést, **mi a fontosabb** a magyar lakosság számára: a ruha márkás legyen vagy elég, ha csak annak látszik.

A márkajelzés feltüntetése, valamint a márkajelzés és a ruha eredetiségének szempontjából a népesség négy nagy csoportba osztható, ezt mutatja a 22. ábra is:

1. Az első, legnépesebb csoport, ahova a magyarok kétötöde (43%) tartozik, „**márka-, és eredetiség-érzéketlen**”. Ők azok, akik nem törődnek azzal, hogy a ruhájukon márkajelzés díszeljen. Ha bele is futnak egy-egy ilyen darabba, akkor sem érdekli őket, hogy az adott ruha eredeti-e vagy sem (a továbbiakban az egyszerűség kedvéért „**márka-érzéketleneknek**” hívjuk őket).
2. A következő csoport, ahova a magyarok nagyjából harmada (31%) tartozik, a valódi **márkahűek** csoportja. Számukra fontos, hogy márkajelzések borítsák ruháikat, és azok eredetiek is legyenek.
3. A harmadik, 24 százalékot kitevő csoport a „**külsőségre nem adó márkahűeké**”. Számukra nem fontos, hogy egy ruhán márkajelzések legyenek, viszont ha már vannak, elvárják annak eredetiségét.
4. A legkisebb létszámú csoport (2%) a „**külvilágnak kiöltözőké**”, akik számára fontos, hogy ruháik márkásak legyenek, azok eredetiségéhez viszont nem ragaszkodnak.

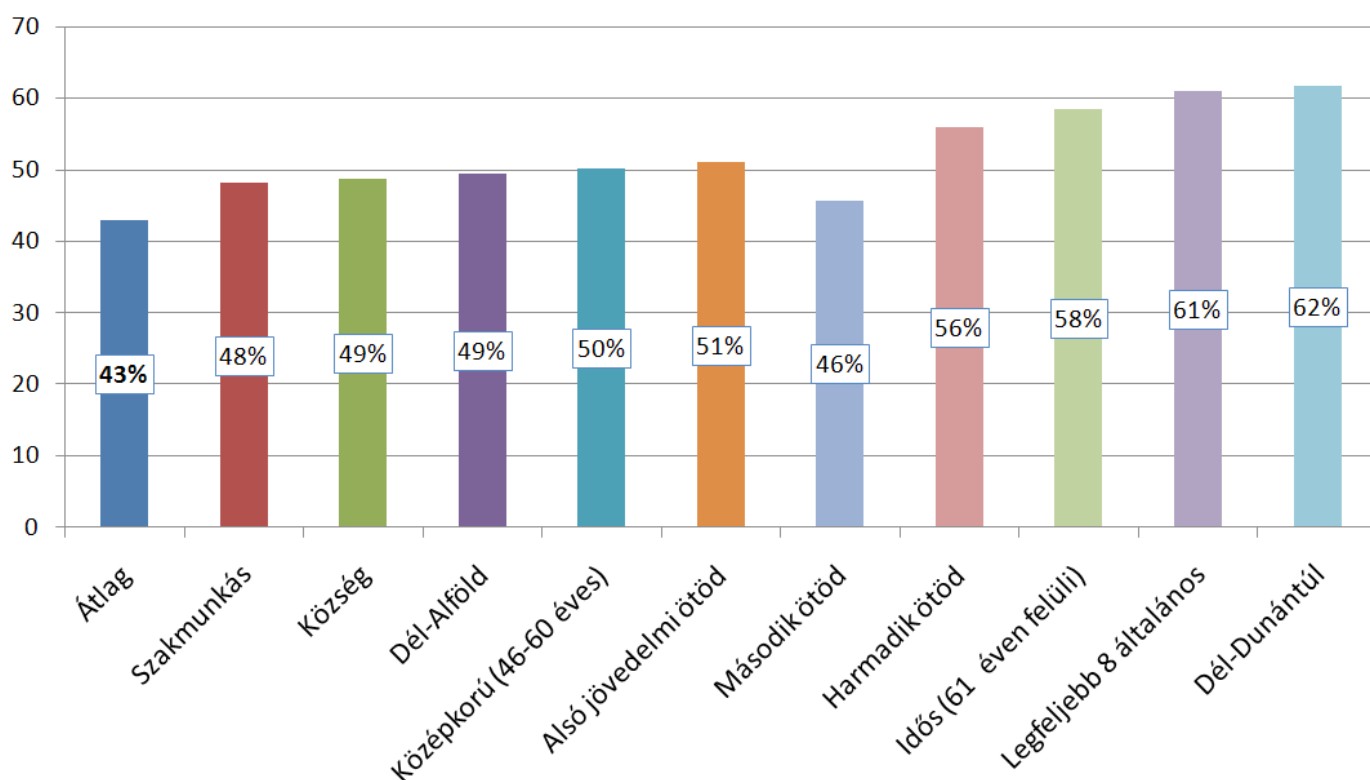
22. ábra: A magyarok megoszlása a márkás és eredeti termékekről alkotott véleményük alapján (2011-2014, N=2318)

Kik alkotják a fenti csoportokat?



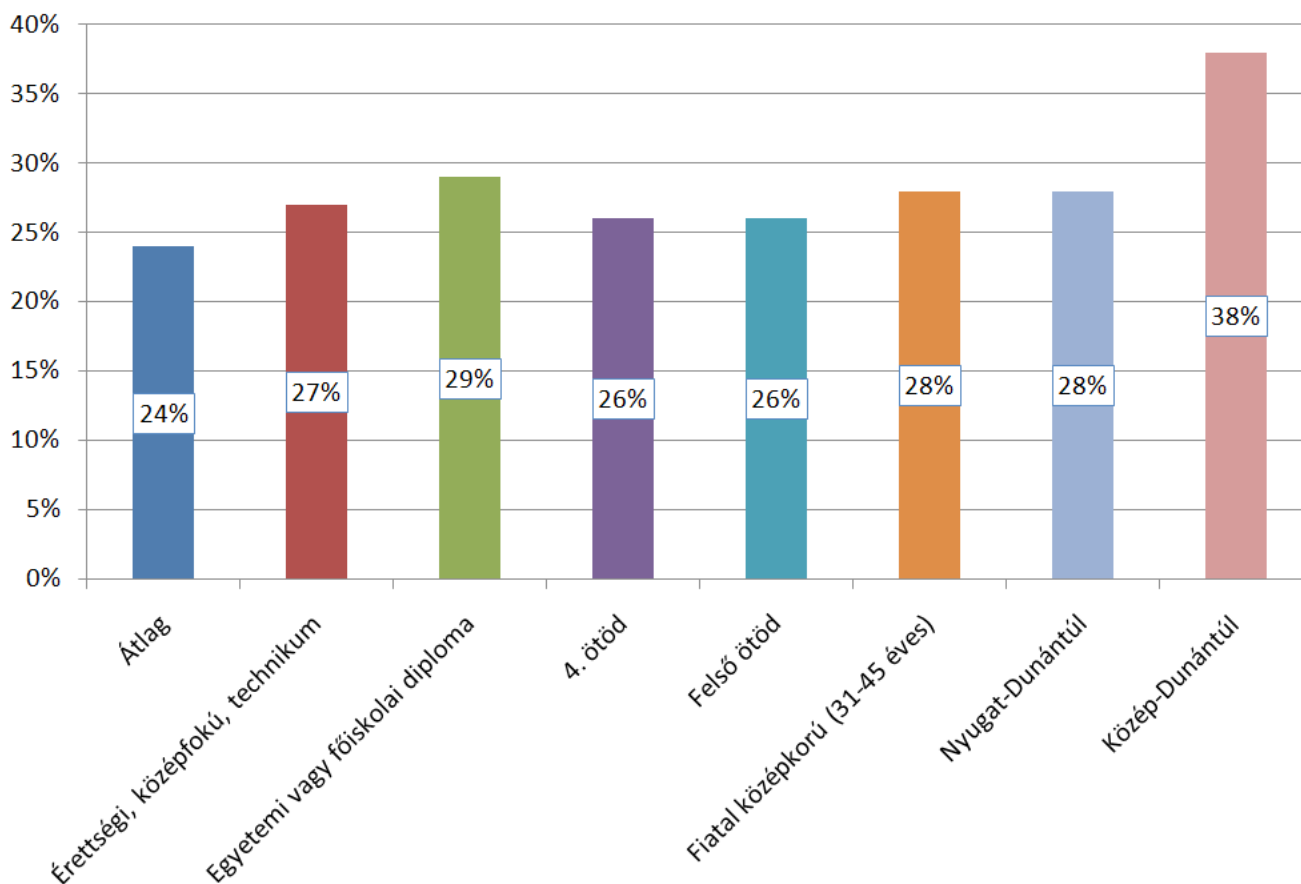
A tipikus márkaérzéketlenek (akiket tehát sem a márka nem érdekel, sem annak valódisága) jellemzően a maximum 8 általánost (61%) vagy szakmunkásképzőt (48%) végzettek, idősek (59%) vagy középkorúak (50%), kistelepüléseken élők (49%), dél-dunántúliak (61%) vagy dél-alföldiek.

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



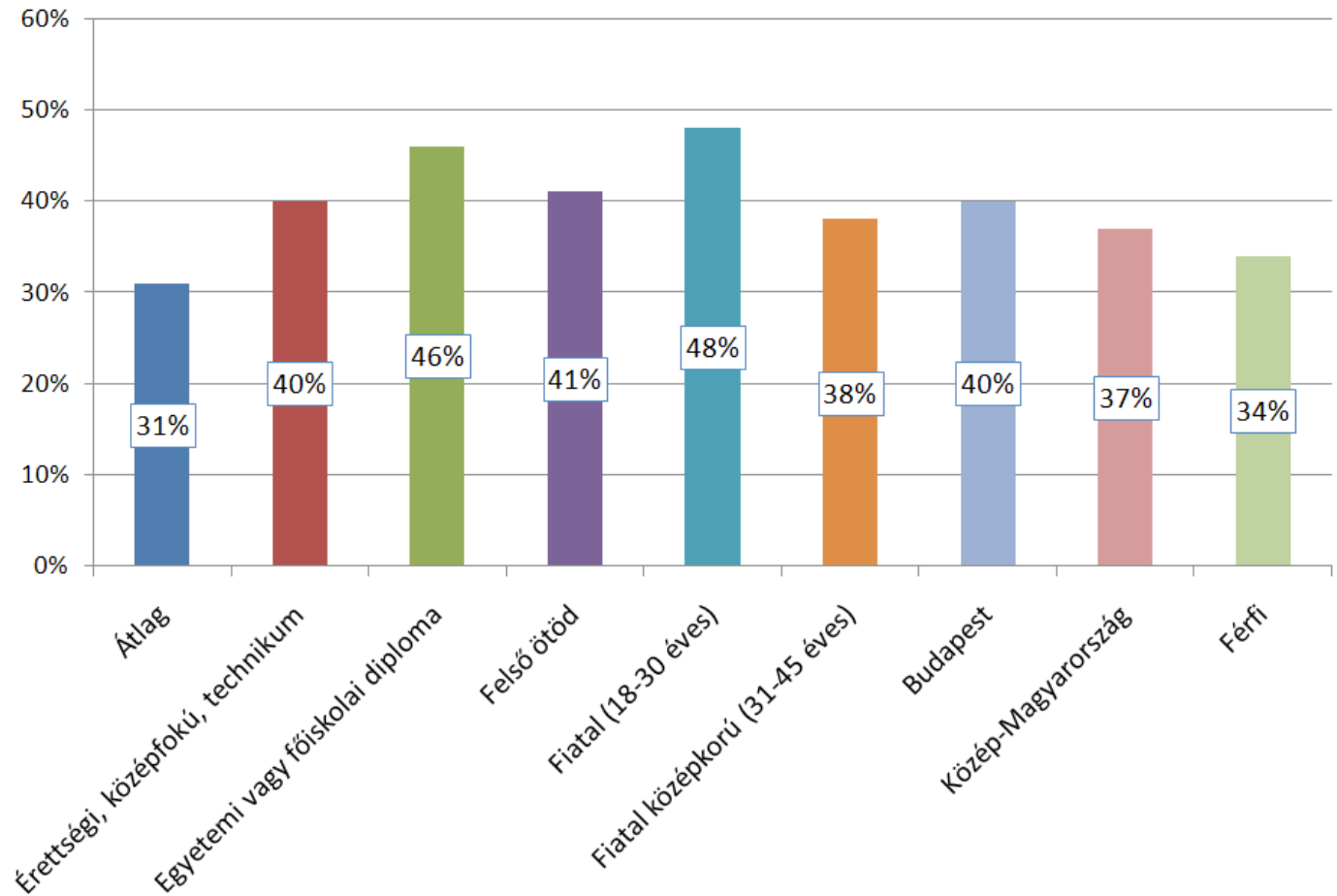
A külsőségre nem adó márkahűek – akik bár nem preferálják a márkás holmikat, ha mégis szert tesznek egy ilyenre, annak eredetiségéhez ragaszkodnak – a minimum középfokú (27%), de inkább felsőfokú végzettségű (29%), közép- (38%) vagy nyugat-dunántúli (28%), fiatal középkorúak (28%).

24. ábra: A külsőségre nem adó márkahűek legfontosabb szocio-demográfiai változók szerinti megoszlása (százalékban)



A valódi márkahűek – a külsőségre nem adó márkahűekhez hasonlóan— jellemzően a fiatal (48%) vagy fiatal középkorú (38%), felsőfokú (46%) vagy középfokú (40%) végzettségű, budapesti (40%), közép-magyarországi (37%) felső jövedelmi ötödbe (41%) tartozó férfi (33%).

25. ábra: A valódi márkahűek legfontosabb szocio-demográfiai változók szerinti megoszlása (százalékban)

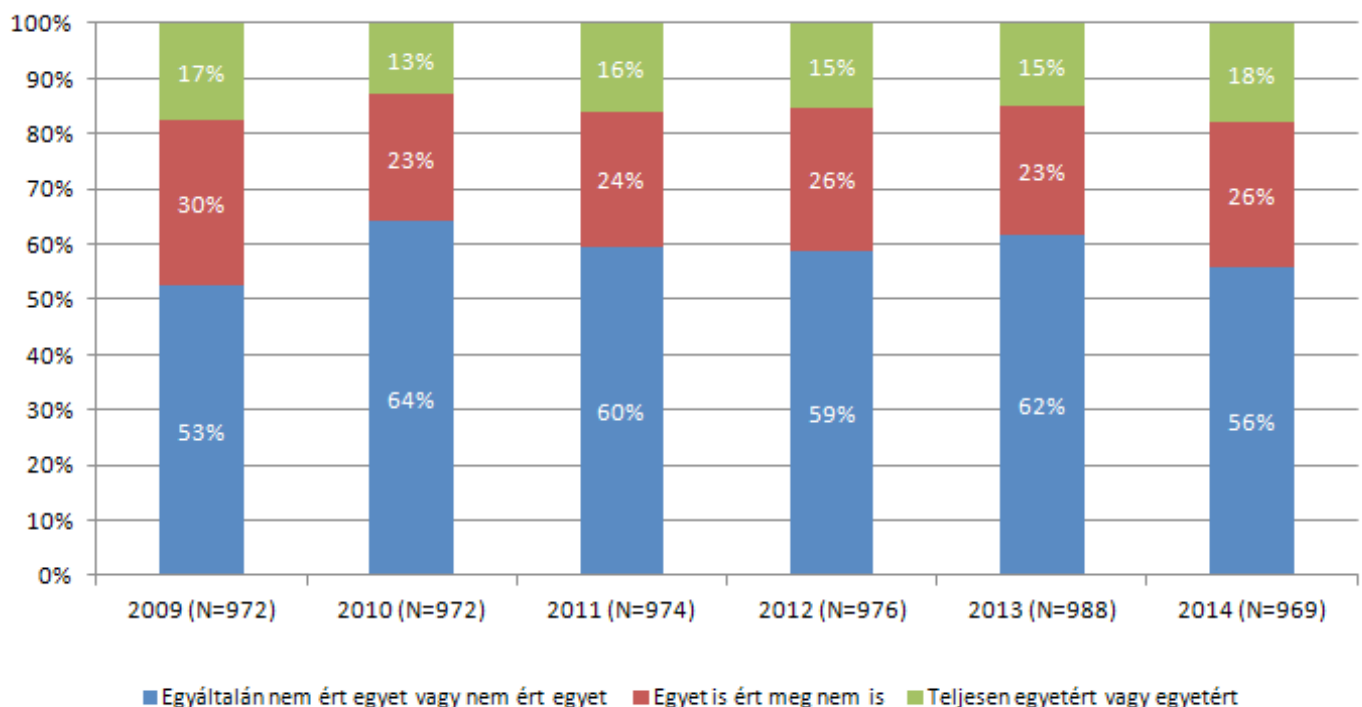


3.2. MIT GONDOLNAK AZ EMBEREK A HAMIS TERMÉKEKRŐL?

A következőkben a hamis termékek minőségéről, veszélyességéről való általános vélekedést összegezzük, illetve igyekszünk felvázolni a 2009 óta kirajzolódó trendeket.

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

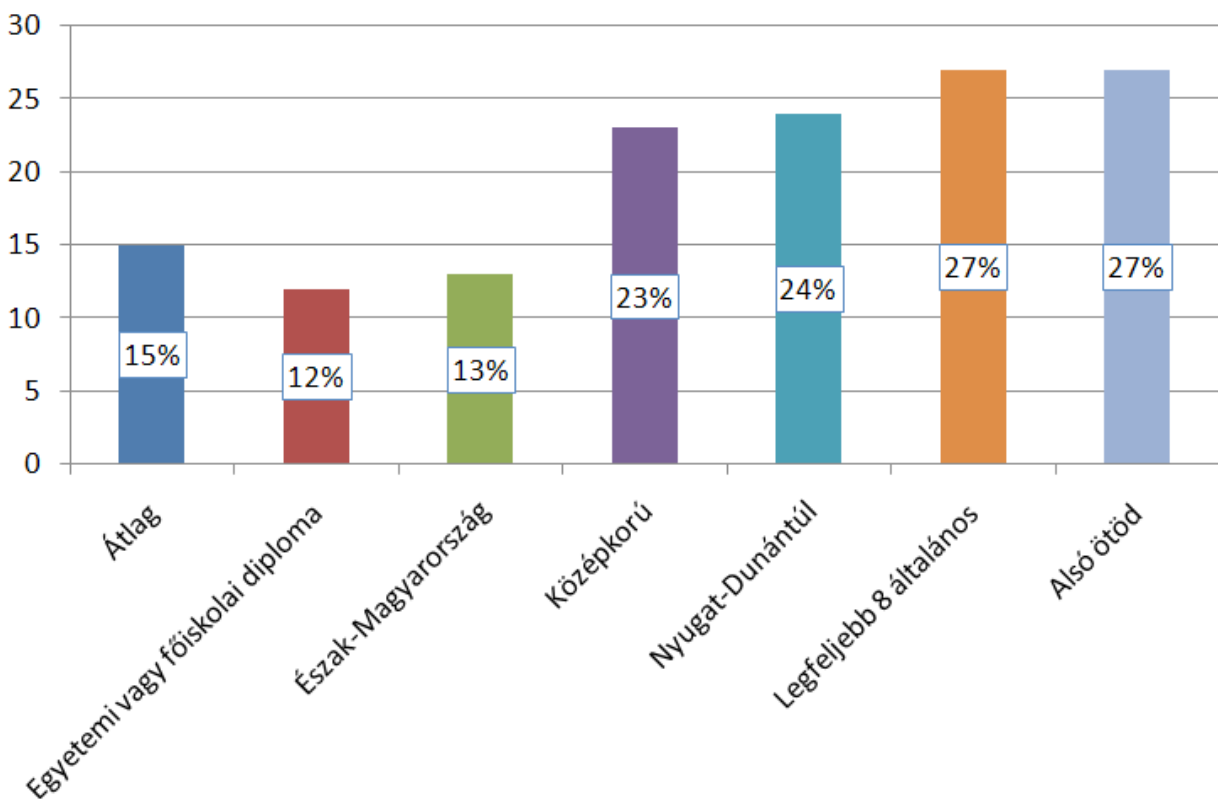
26. ábra: „A hamis termék van olyan jó minőségű, mint az eredeti” (2009-2014)



Kik érzékelik a minőségi különbséget a hamis és eredeti termékek között?

A nyugat-dunántúliak 24%-a, a legalsó jövedelmi ötödbe tartozók 27%-a, a legfeljebb 8 általános iskolai osztályt végzettek 27%-a, valamint a középkorúak 23%-a szerint a hamis termék van olyan jó minőségű, mint az eredeti. A legkevésbé az észak-magyarországiak (13%), a diplomával rendelkezők (12%), valamint az idősek (12%) hisznek abban, hogy a hamis termék minőségében nem különbözik az eredetitől. (27. ábra)

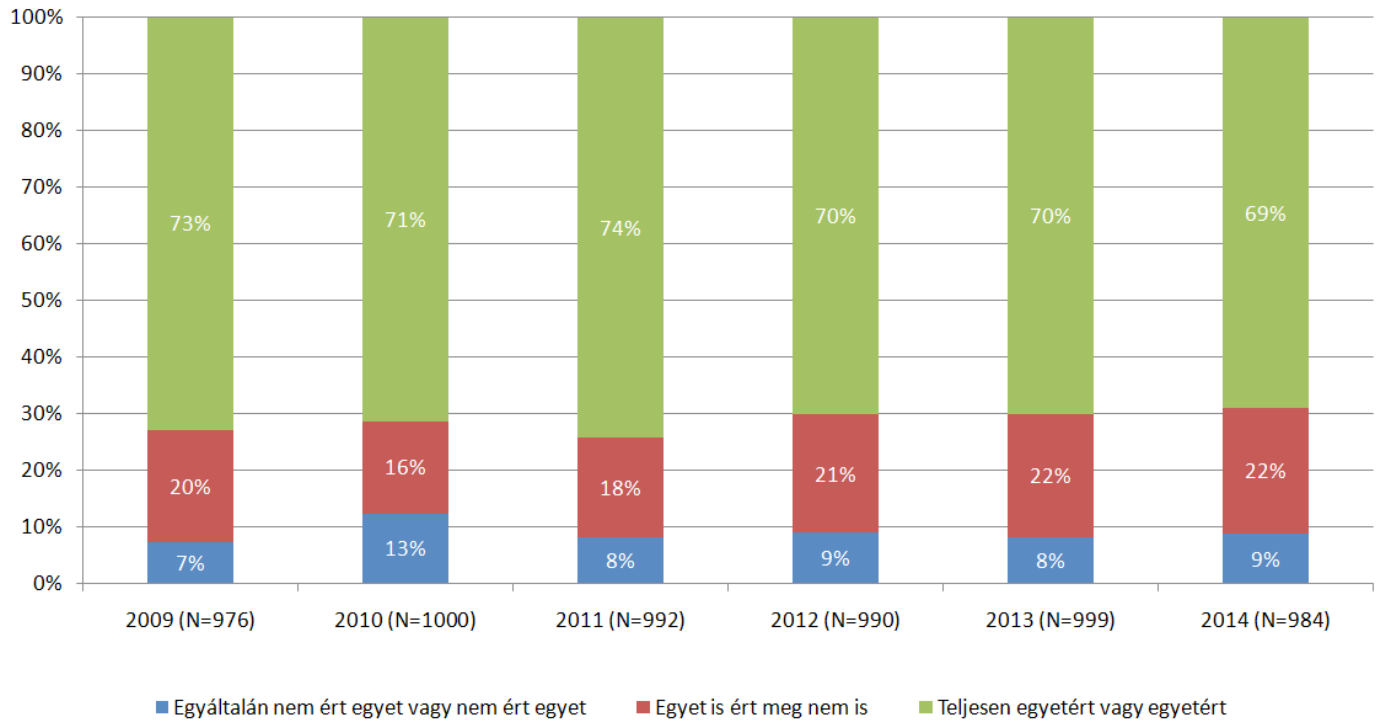
27. ábra: „A hamis termék van olyan jó minőségű, mint az eredeti.” állítással teljesen egyetértők vagy részben egyetértők aránya a főbb szocio-demográfiai változók szerint (százalékban, 2014, N=968)



Hosszú távon jobban megéri eredeti terméket vásárolni

10 emberből 7 szerint (69%) hosszú távon jobban megéri eredeti terméket vásárolni, mint hamisítottat, csupán 10-ből egy magyar ért egyet az ellenkezőjével (9%). Ez az attitűd sem változott a vizsgált időszakban.

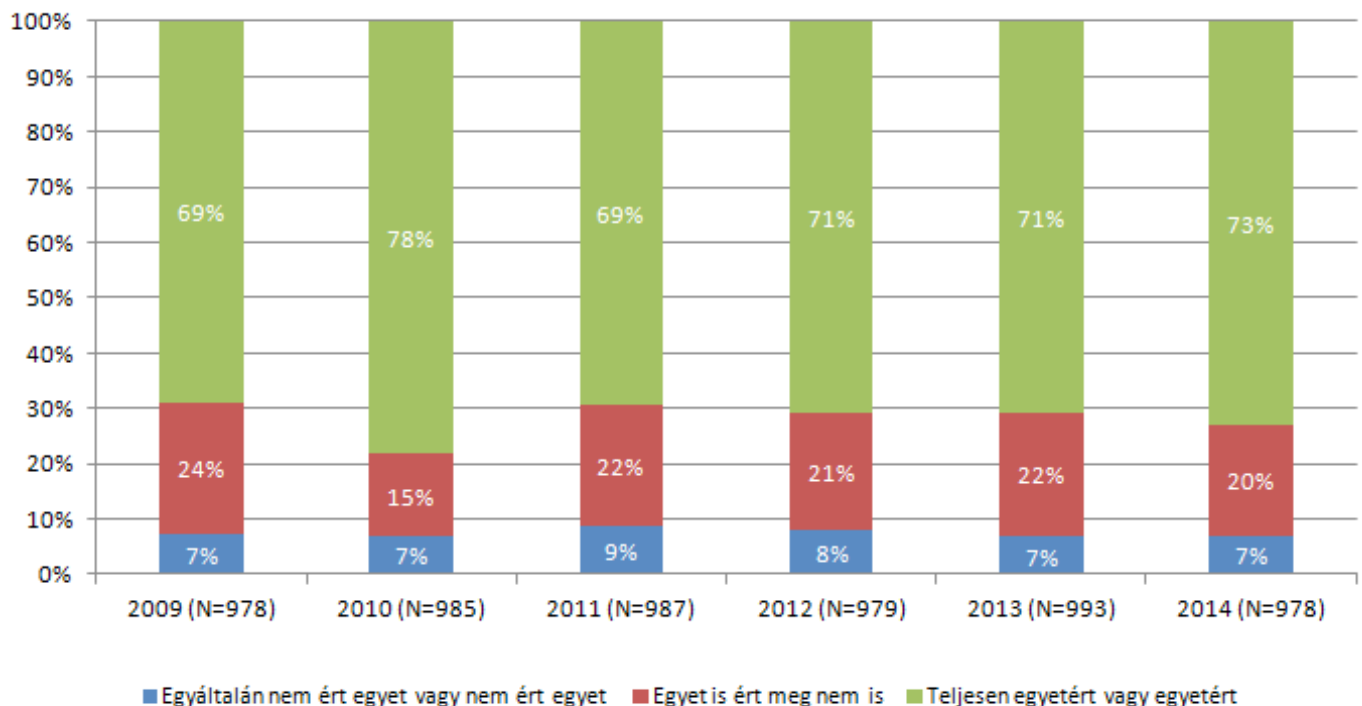
28. ábra: „Hosszú távon jobban megéri eredeti terméket vásárolni, mint hamisítványt” (2009-2014)



A magyarok szerint a hamis termékek veszélyesek lehetnek az egészségre

A hamisított termékek egészségkárosító hatását is látják a magyarok: a **népesség több mint 70 százaléka egyetért abban**, hogy a hamis termékek **veszélyesek** lehetnek az egészségre. Ez az arány 2009-től állandó, amikor a hamis termékeket veszélyesnek tartók aránya 10 százalékponttal megnőtt, majd 2011-re visszaesett az eredeti 70 százalékra. Idén is ezen érték közelében (73%) mértük azok arányát, akik szerint a hamis termékek veszélyesek lehetnek az egészségre.

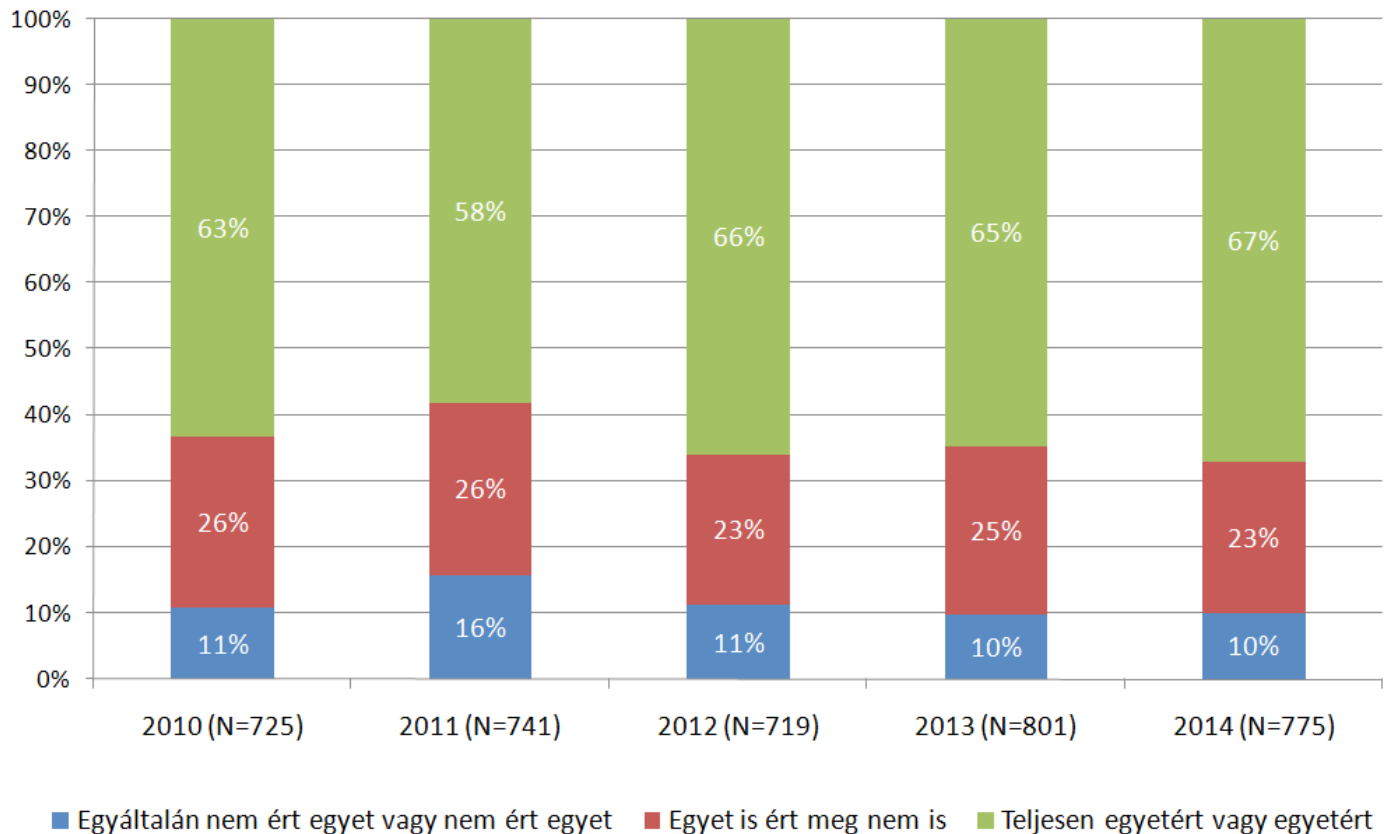
29. ábra: „A hamis termékek veszélyesek lehetnek az egészségre” (2009-2014)



”
Lassan, de biztosan nő azok száma, akik úgy gondolják, hogy a hamis termékek veszélyesek
”

Az interneten vásárolható gyógyszerek eredetiségének megítélésében valamivel bizakodóbbak a megkérdezettek. A magyarok kétharmada szerint (67%) hamisak az interneten vásárolható gyógyszerek, és csak 10 százalék van meggyőződve ennek ellenkezőjéről, a népesség egynegyede pedig nem foglal határozottan állást a kérdésben.

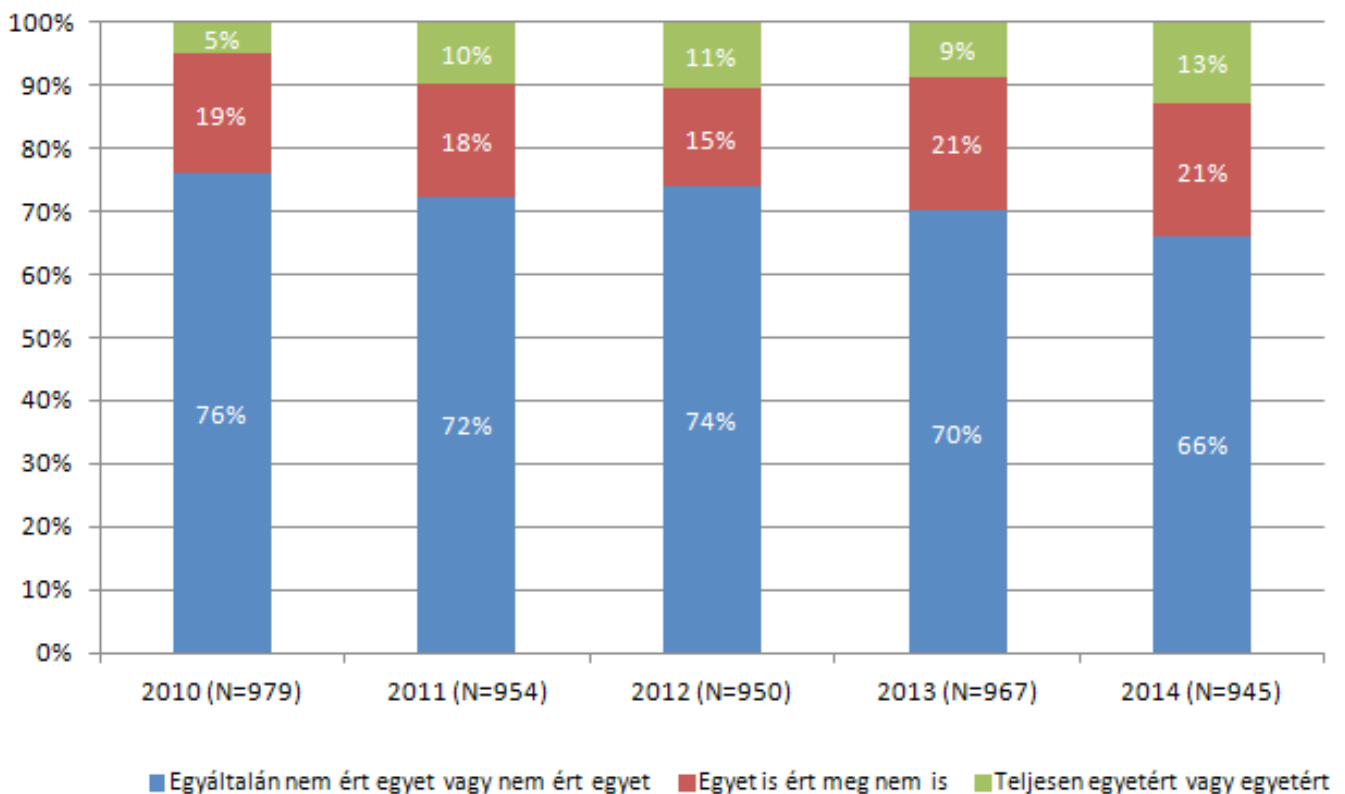
30. ábra: „Az interneten kínált gyógyszerek döntő többsége hamis” (2010-2014)



Nem „menő” a hamis áru

Csupán **tízből egy magyar** szerint lehet **büszkélkedni** azzal, hogy jó vásárt csináltunk egy-egy hamis termék vásárlása esetén, ez a vélemény az elmúlt években lassú változást mutatott. 2010-ben még 76% ellenezte ezt a hozzáállást, azóta a vélemények a megengedőbb irányba tolódtak, ma már csak 66% az egyértelmű elutasítók aránya. (31. ábra)

31. ábra: „A hamis termékek birtoklását nem kell titkolni, sőt büszkélkedni lehet azzal, hogy milyen jó üzletet csináltunk” (2010-2014)



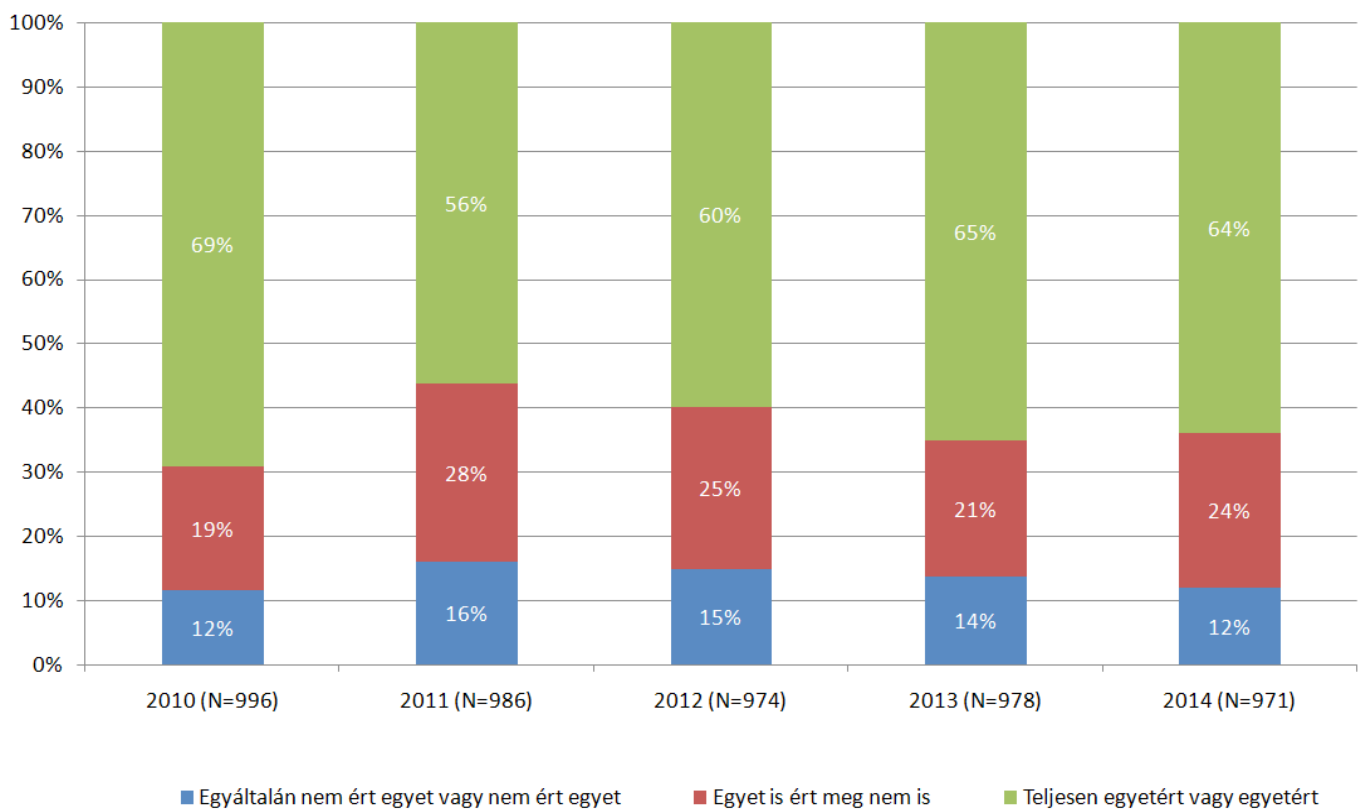
” A magyarok kétharmada nem büszkélkedik azzal, hogy hamis terméket vásárolt ”

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

Vajon a kereslet vagy a kínálat oldaláról fognák szigorúbbra a szabályozást a magyarok?

A 2013-ban tapasztaltakhoz hasonlóan 2014-ben is azt láthatjuk, hogy a magyarok szigorúan ítélik meg a hamis termékek árusítását: kétharmaduk bűncselekménynek tartja a hamisítványok eladását, 37%-uk pedig a fogyasztót is felelősségre vonná. Csupán az emberek 12 százaléka szerint nem törvénybeütköző a hamis áruk terjesztése. (32. ábra)

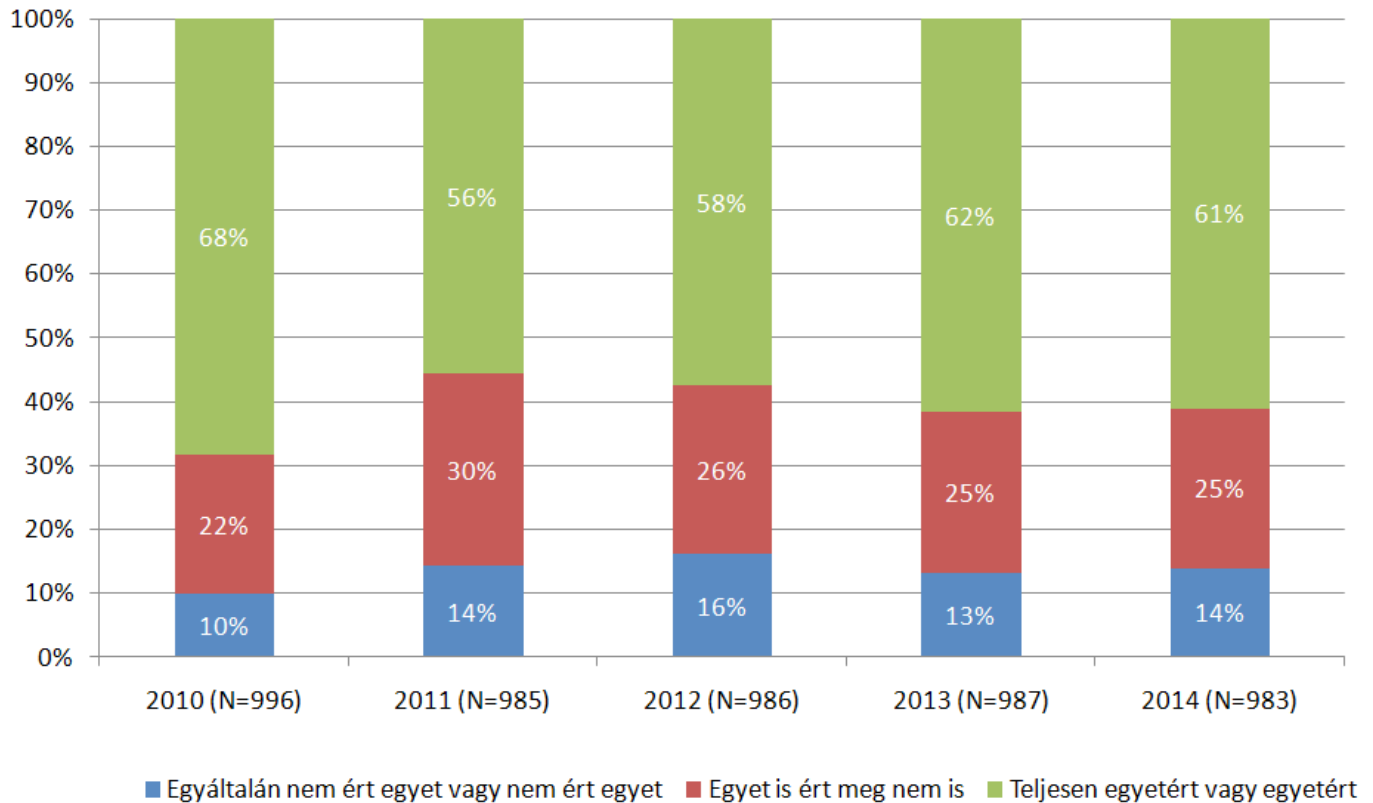
32. ábra: Aki hamisítványt árul, bűncselekményt követ el (2010-2014)



A hamisítókat és a terjesztőket is szigorúbban büntetnék

A tavalyi évhez képest változatlan **azok aránya, akik szigorúbban lépnének fel** a hamisítókkal szemben. Az emberek 61 százaléka büntetné a mostaninál szigorúbban a hamisítókat, viszont 14 százalékuk megengedőbb lenne velük. (33. ábra)

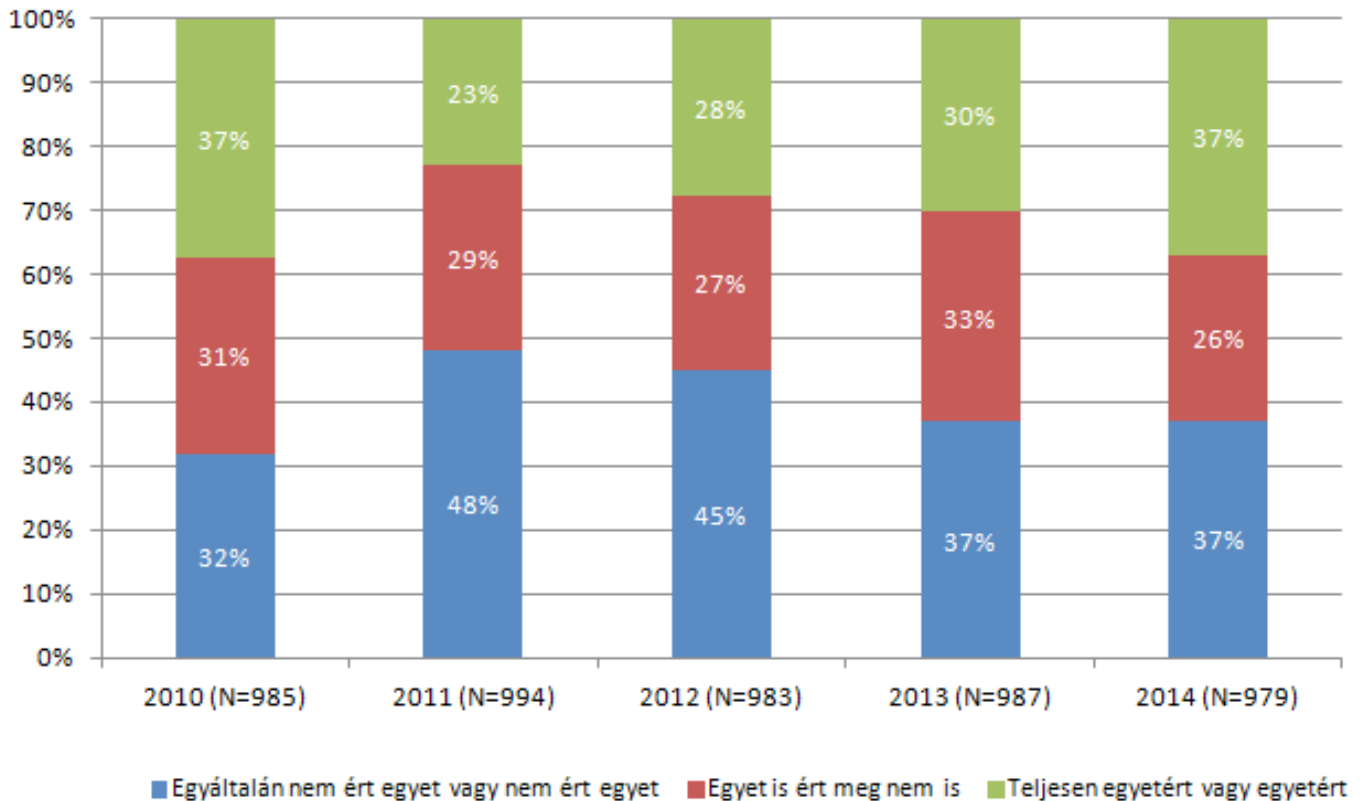
33. ábra: „Szigorúbban kellene büntetni a hamisítókat és a hamisítványok terjesztőit” (2010-2014)



A hamis termékek vásárlóit is szigorúbban ítéljük meg; többen büntetnék a fogyasztót

Az emberek több mint egyharmada (37%) vonná felelősségre a **hamis termékek vásárlóit** is. Ebben a tekintetben 2011 óta folyamatos növekedést tapasztalunk: 2011-ben még csak a Magyarországon élők 23%-a gondolkodott így, 2012-2013-ban 28-30%-os arányt tapasztaltunk, 2014-ben pedig már 37%-ot. (34. ábra)

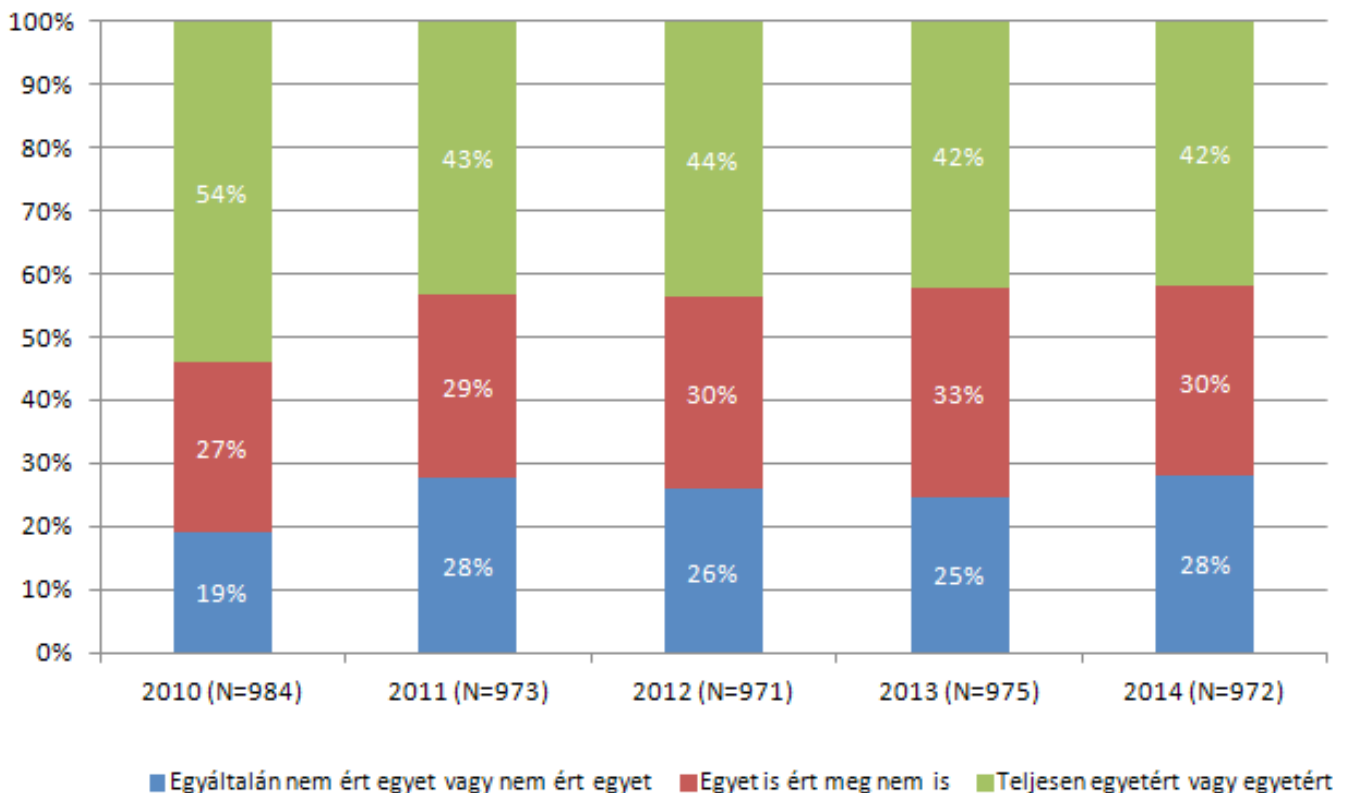
34. ábra: „A hamis termékek vásárlóit is felelősségre kellene vonni” (2010-2014)



A törvény szigora továbbra sem rettentí el a vásárlót

Az előző évekhez hasonlóan **tízből négy** magyar (42%) gondolja, hogy **a törvényi szabályozás elrettentheti** a vásárlót, míg a népesség egynegyede ebben nem hisz, a harmada pedig bizonytalan a kérdésben. (35. ábra)

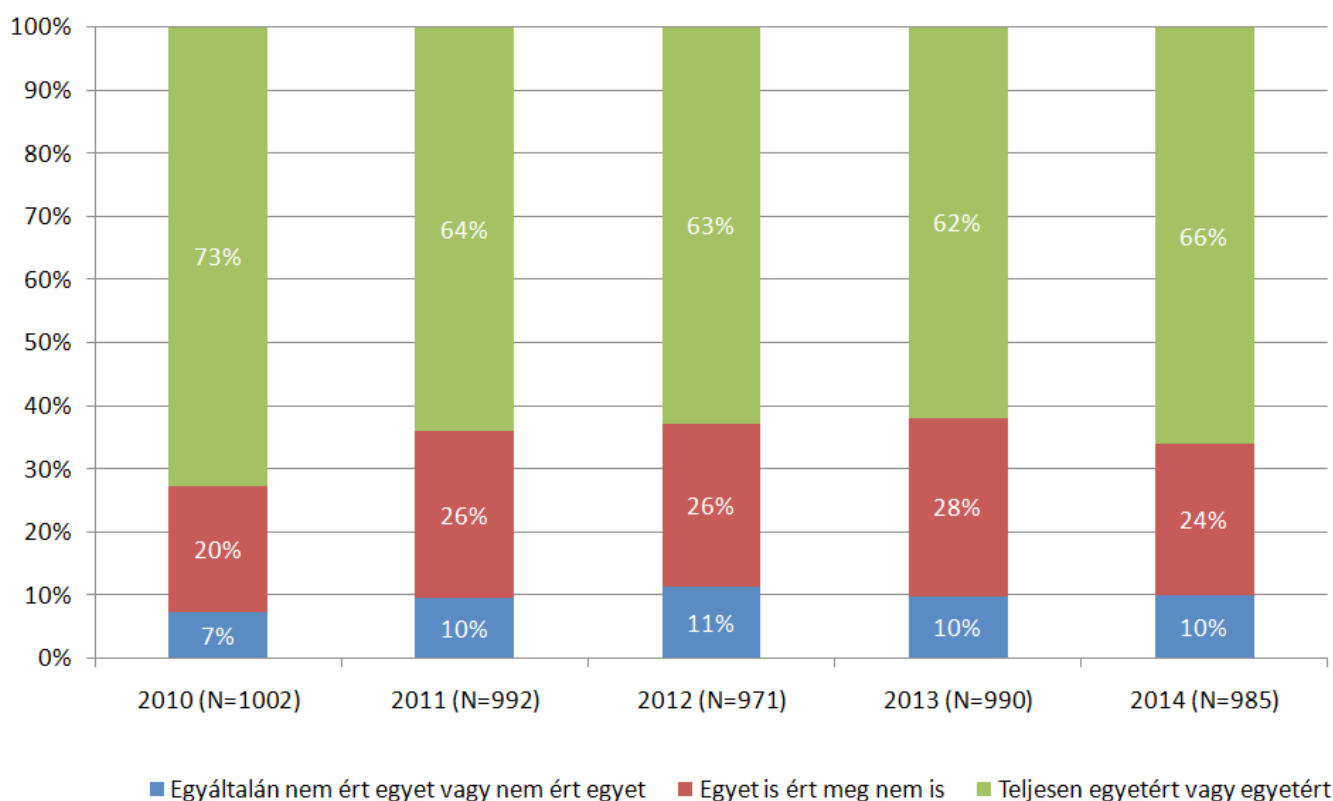
35. ábra: „A hamis termék vásárlásától elrettentheti az embereket a törvény szigora” (2010-2014)



A magyarok több mint 60 százaléka a hamis termékek előállításának gyakoribb és hatékonyabb ellenőrzésében látja a hamisítás elleni küzdelem megoldását

2011 óta a magyarok nagyjából hasonló arányban (62-64%) gondolják, hogy az ellenőrzések gyakoriságának és hatékonyságának növelésével lehetne fellépni a hamisítók ellen, a népességnek pusztán 10 százaléka látja másban a megoldást. Érdekes változás, hogy a 2009 és 2010-es évekhez viszonyítva 2011-2013 között 10 százalékponttal esett a hatékonyabb ellenőrzést megoldásként megjelölők aránya, ezzel párhuzamosan pedig jelentősen megnőtt a bizonytalanok aránya. 2014-ben ebben a tekintetben visszarendeződést láthatunk: ismét nőtt azok aránya, akik az ellenőrzésekben látnak előrelépést. (36. ábra)

36. ábra: „A hamisítványok kiszűrése érdekében gyakoribb és hatékonyabb ellenőrzésre van szükség” (2010-2014)



A hamisítót, a fogyasztót, vagy egyiket sem büntetnék a magyarok?⁷

A hamis termékek előállítói büntetésének szigorítására a jövedelem és a lakóhely gyakorol szignifikáns hatást. Jellemzően a társadalom leggazdagabb részénél, a legmagasabb jövedelműek körében tapasztalható a legnagyobb szigorúság (70% azok aránya, akik szigorúbban büntetnének) a hamisítókkal kapcsolatban. A legelnézőbbek a Nyugat-Dunántúlon élők és az alacsony jövedelműek.

A hamis termékek fogyasztóit az átlagnál (36%) szigorúbban büntetnék az észak-alföldiek (66%) és a nők (39%). Jóval megengedőbbek a népesség leggazdagabb egy ötöde (18%), valamint a közép-dunántúliak (23%).

”

A hamisítókat a fogyasztóknál szigorúbban büntetnék

”

Jellemzően együtt mozognak a vélemények a fogyasztók és a hamisítók büntethetőségéről, azzal a kitételrel, hogy a **fogyasztókkal elnézőbbek** vagyunk. Míg a teljes népesség több mint 60 százaléka egyetért azzal, hogy a hamisítókat szigorúbban kellene büntetni, a fogyasztók felelősségre vonását mindössze 36 százalék támogatja.

Azok közül, akik szigorúbban büntetnék a hamisítókat, 49 százalék a fogyasztót is szigorúbban büntetné - szemben a 36 százalékos átlaggal. Akik viszont nem büntetnék a hamisítókat, azok 71 százaléka a fogyasztókkal sem tenné ezt. Végül akik bizonytalanok a hamisítók szigorúbb büntetését illetően, azok a fogyasztókkal szemben jellemzően inkább kritikusak vagy bizonytalanok.

⁷ Annak érdekében, hogy világosabban lássuk a határozott véleménnyel rendelkezőket, az elemzés ezen részéből kihagytuk a bizonytalanokat.

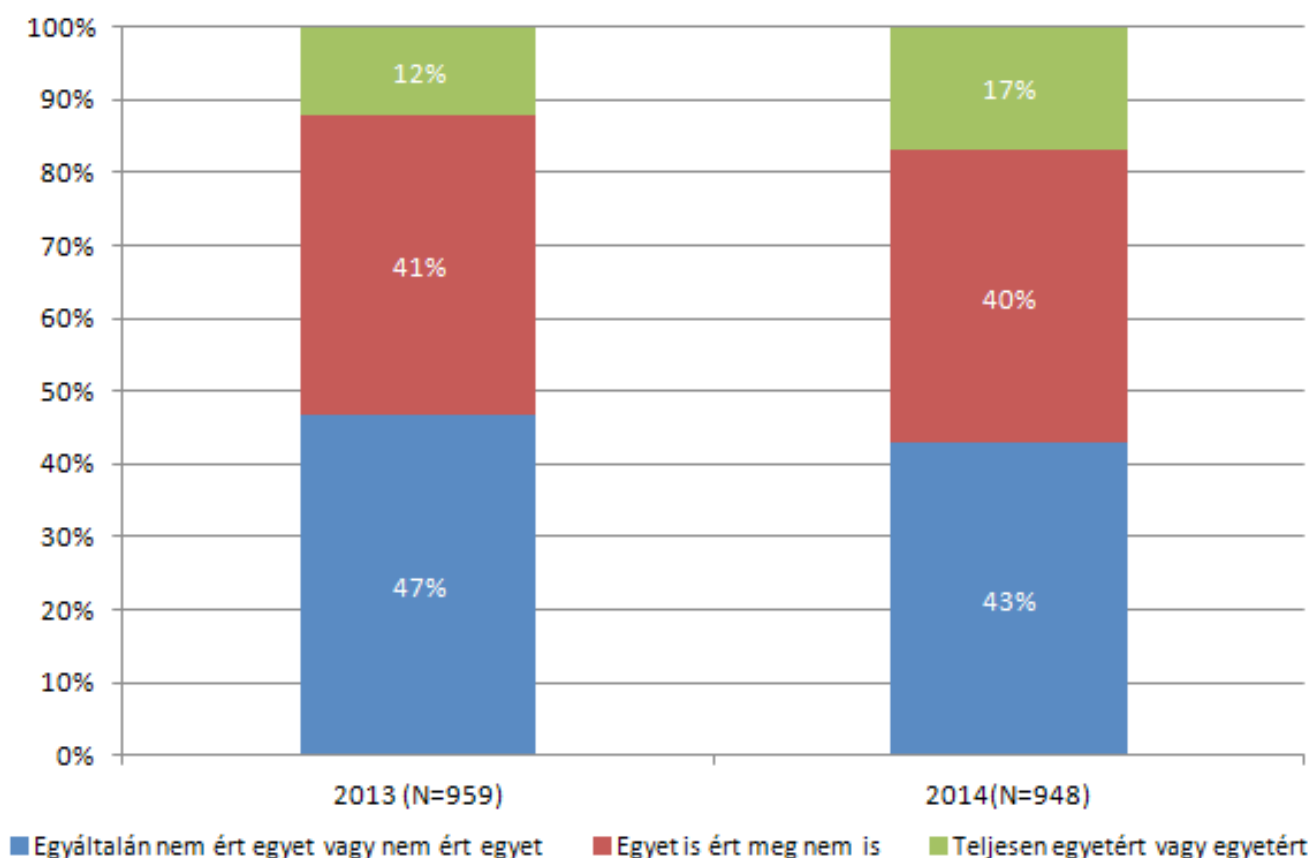
3.4. MIT GONDOLNAK AZ EMBEREK A HAMISÍTÁS TÁRSADALMI ÉS GAZDASÁGI KÖVETKEZMÉNYEIRŐL?

A hamisítás veszélyességének megítélése nem egyértelmű

Általánosságban elmondható, hogy 2014-ben **a magyarok 43%-a szerint a hamisítás veszélyes**, míg a lakosság 17%-a szerint a hamisítás nem rejt magában annyi valós veszélyt, mint amennyire riogatnak vele. A bizonytalanok magas aránya (40%) jelzi, hogy a kérdésben nem egyértelmű a lakosság állásfoglalása. Amint a hamisítás által okozott károkat konkrétabban definiáljuk, a bizonytalanok aránya drasztikusan lecsökken és határozottabban foglalnak állást a témában. 2014-ben nőtt a veszélyeket komolytalannak ítézők aránya a korábbi évekhez képest. (37. ábra)

Többen bagatellizálják el a hamisítás veszélyeit, mint 2013-ban

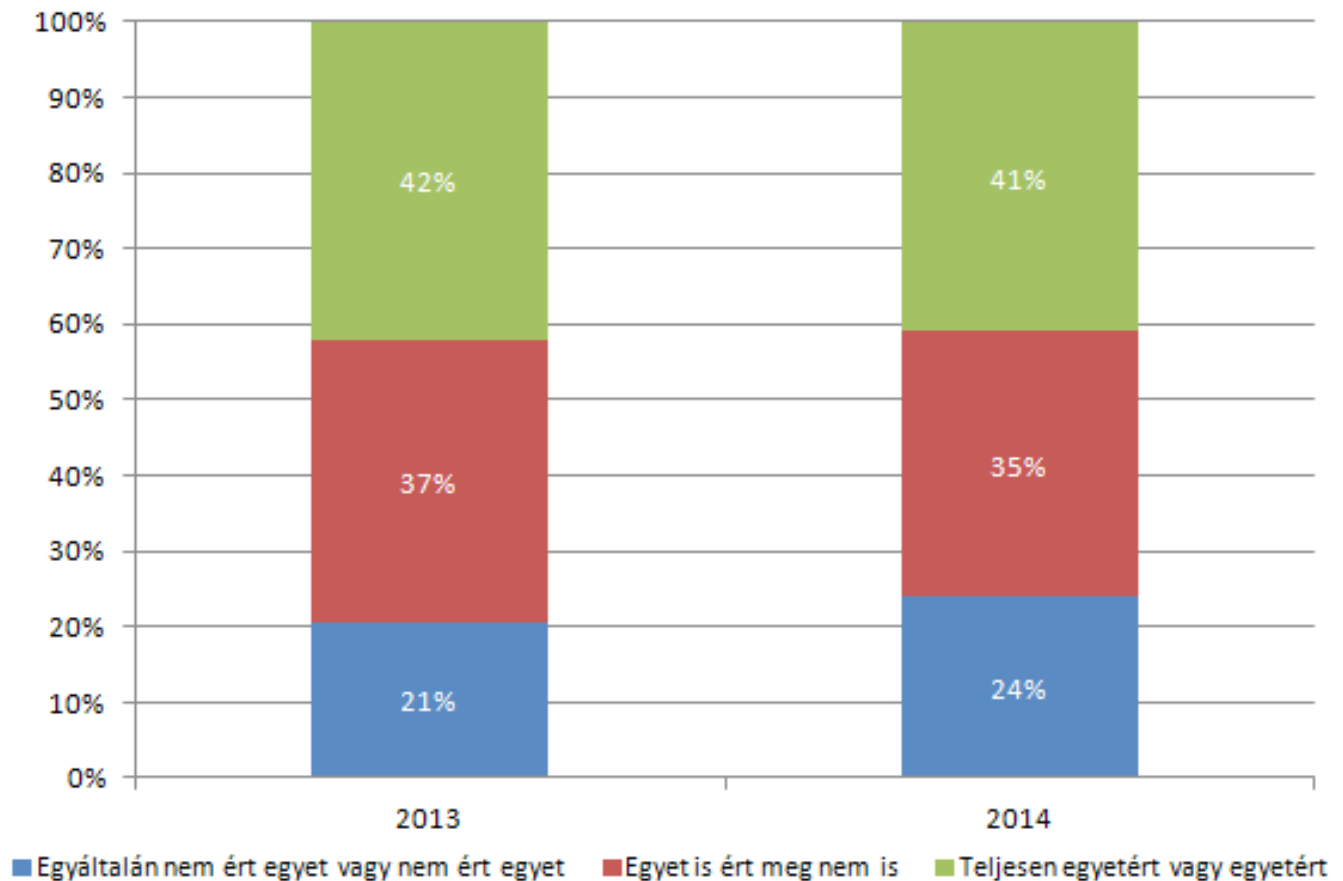
37. ábra: „A hamisítás nem is olyan veszélyes, csak riogatnak a veszéllyel” (2013-2014)



A magyarok nem látják pontosan, kinek is fontos a hamisítás elleni küzdelem

Tíz magyarból négy gondolja úgy, hogy **a hamisítás megfékezése** csak a nagy, multinacionális vállalatok érdekét szolgálja, további 35% nem tudja eldönteni, mit gondoljon a kérdésről, és csak 24% utasítja el a fenti állítást.

38. ábra: „A hamisítás elleni küzdelem csak a nagy, nemzetközi márkáknak fontos” (2013-2014)



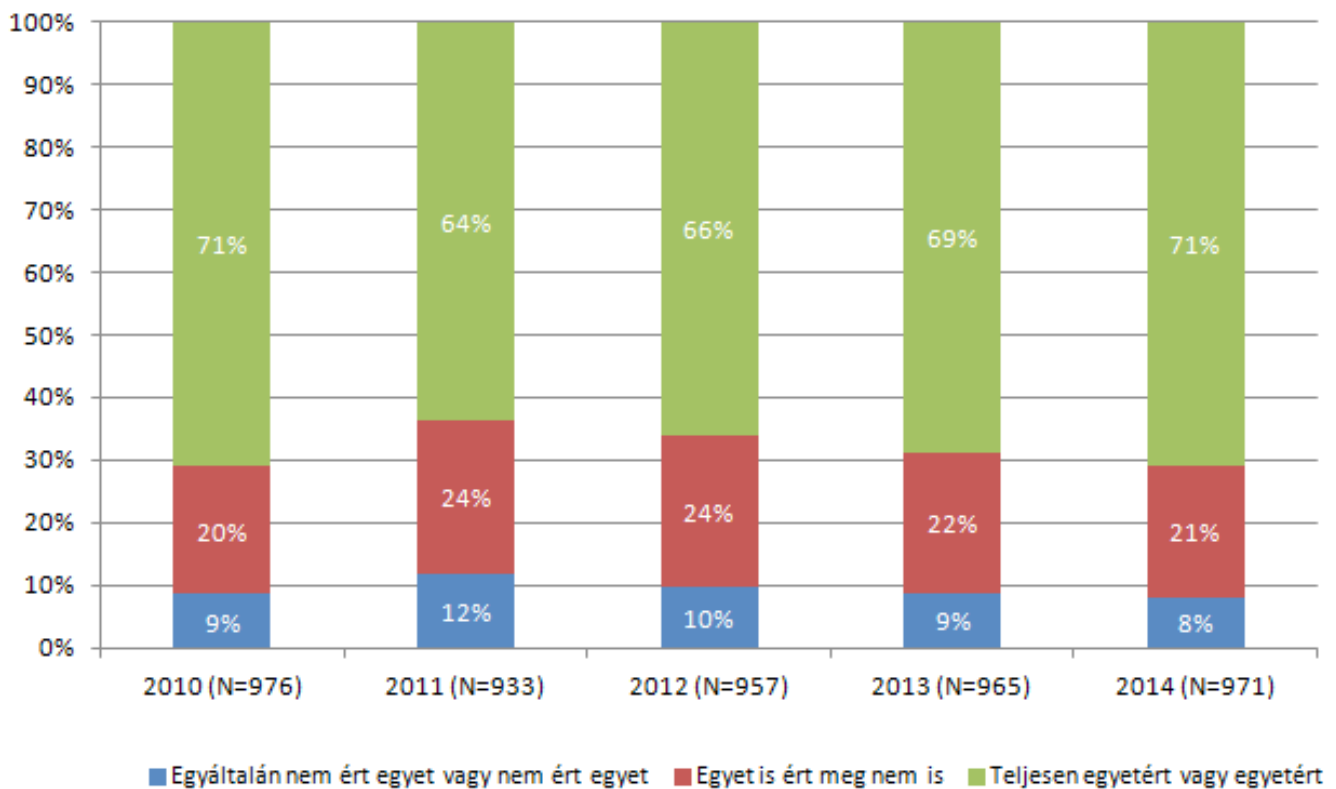


Az emberek úgy vélik, hogy a hamisítás komoly bevételektől fosztja meg a költségvetést



2009 óta a népesség **70 százaléka látja úgy**, hogy a hamisítás **komoly károkat okoz a költségvetésnek**, és csak közel egytizedük (8%) nem tartja aggályosnak a hamisítást ebből a szempontból. (39. ábra)

39. ábra: „A hamisítás miatt komoly bevételektől esik el a költségvetés” (2010-2014)



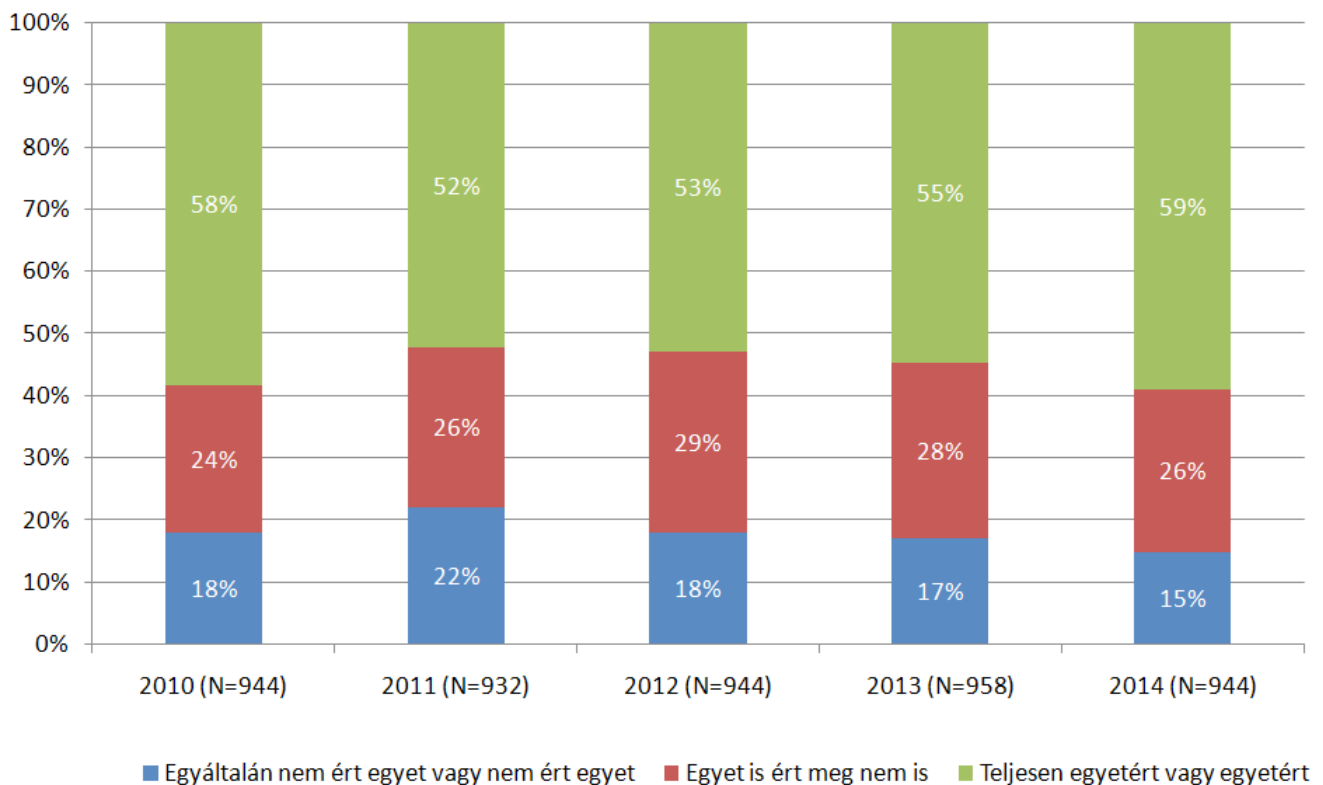


A hamisítás munkahelyekre gyakorolt negatív hatását a lakosság 60
százaléka érzékeli



2009 óta **a népesség több mint a fele (59%)** gondolja úgy, hogy **a hamisítás miatt munkahelyek szűnnek meg**. Ez az arány 2011 óta fokozatosan növekszik. Csupán a magyarok kevesebb, mint egyötöde gondolja azt, hogy a munkahelyeket nem veszélyezteti a hamisítás jelensége. (40. ábra)

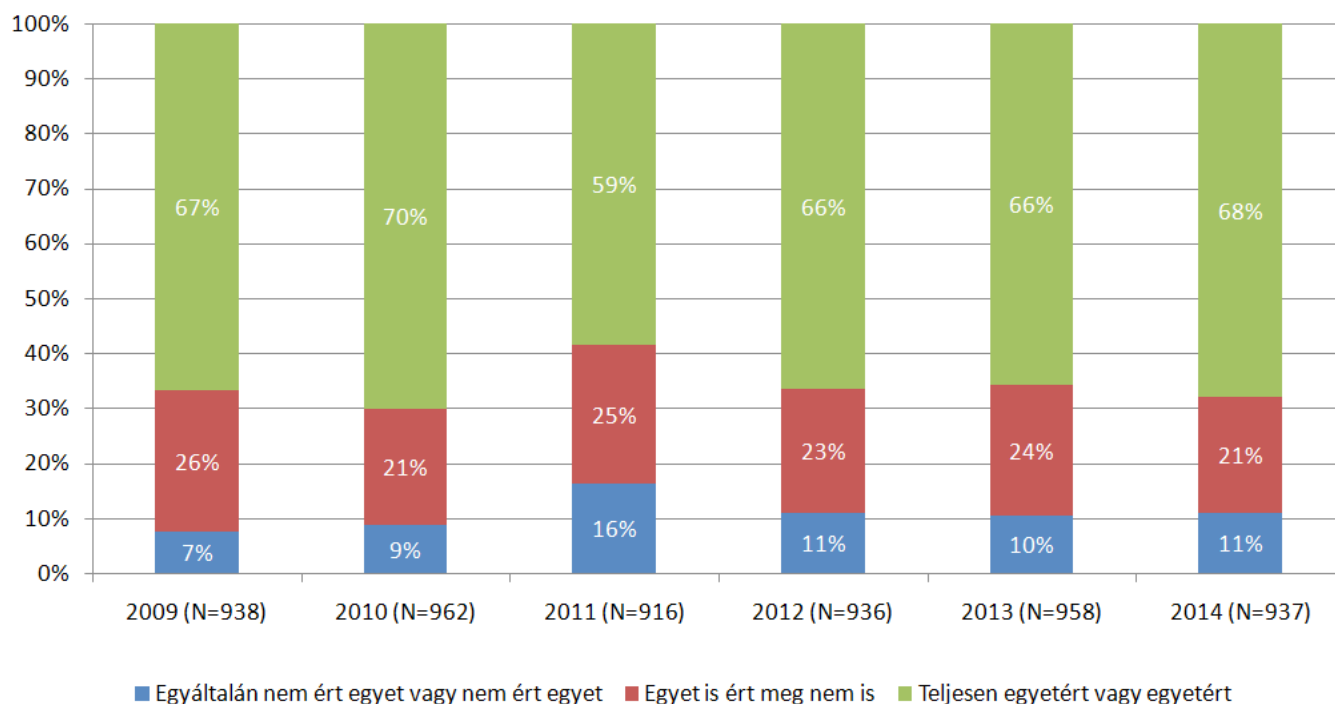
40. ábra: „A hamisítás miatt munkahelyek szűnnek meg” (2010-2014)



Tízből hét magyar szerint a hamis termékek megvásárlásával növeljük a szervezett bűnözés bevételeit

A 2009 és 2014 közötti időszakban nagyjából azonos szinten, **kb. 70 százalékon mozgott azok aránya, akik szerint a hamis termékek vásárlásával a szervezett bűnözés bevételeit növeljük**, míg a társadalomnak pusztán egy keskeny szelete, az emberek 11 százaléka szerint nem igaz ez az állítás. 2011 volt az egyetlen év, amelyben az emberek mindössze 60 %-a értett egyet a fenti állítással, míg az egyet nem értők aránya felkúszott 16 százalékra. (41. ábra)

41. ábra: „A hamisítványok megvásárlása a szervezett bűnözés bevételeit növeli” (2009-2014)



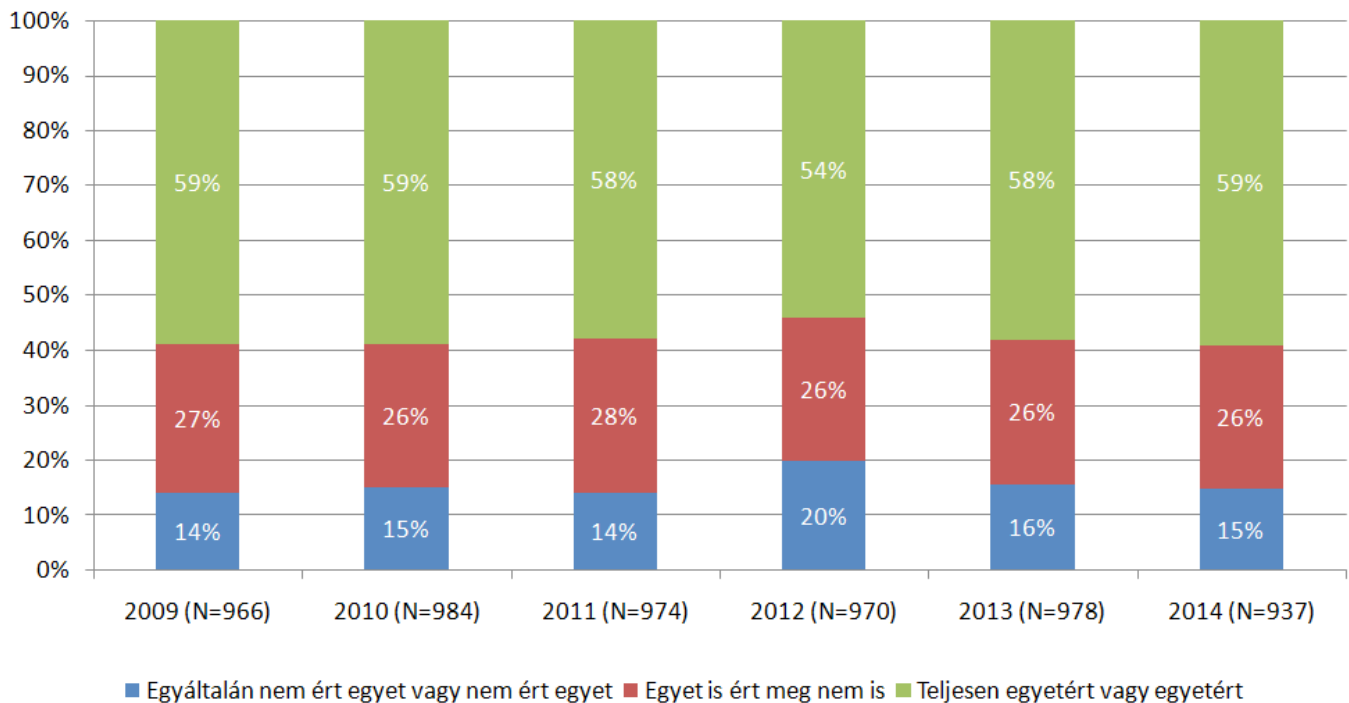


A médiában nem fordítanak elég figyelmet a hamis termékek veszélyeire



A 2009 óta eltelt időszakban **a népesség nagyjából 60 százaléka szerint nem esik elég szó a médiában a hamis termékek veszélyeiről**, kevesebb, mint 20 százalékuk szerint tudósít eleget a média a témáról. 2009 óta a népesség kb. egy negyedének nincs határozott véleménye a kérdésről. (42. ábra)

42. ábra: „Túl kevés szó esik a nyilvánosságban a hamis termékek veszélyeiről” (2009-2014)





Download

4. INTERNETHASZNÁLAT ÉS SZERZŐI JOGVÉDELEM ALATT ÁLLÓ TARTALOM

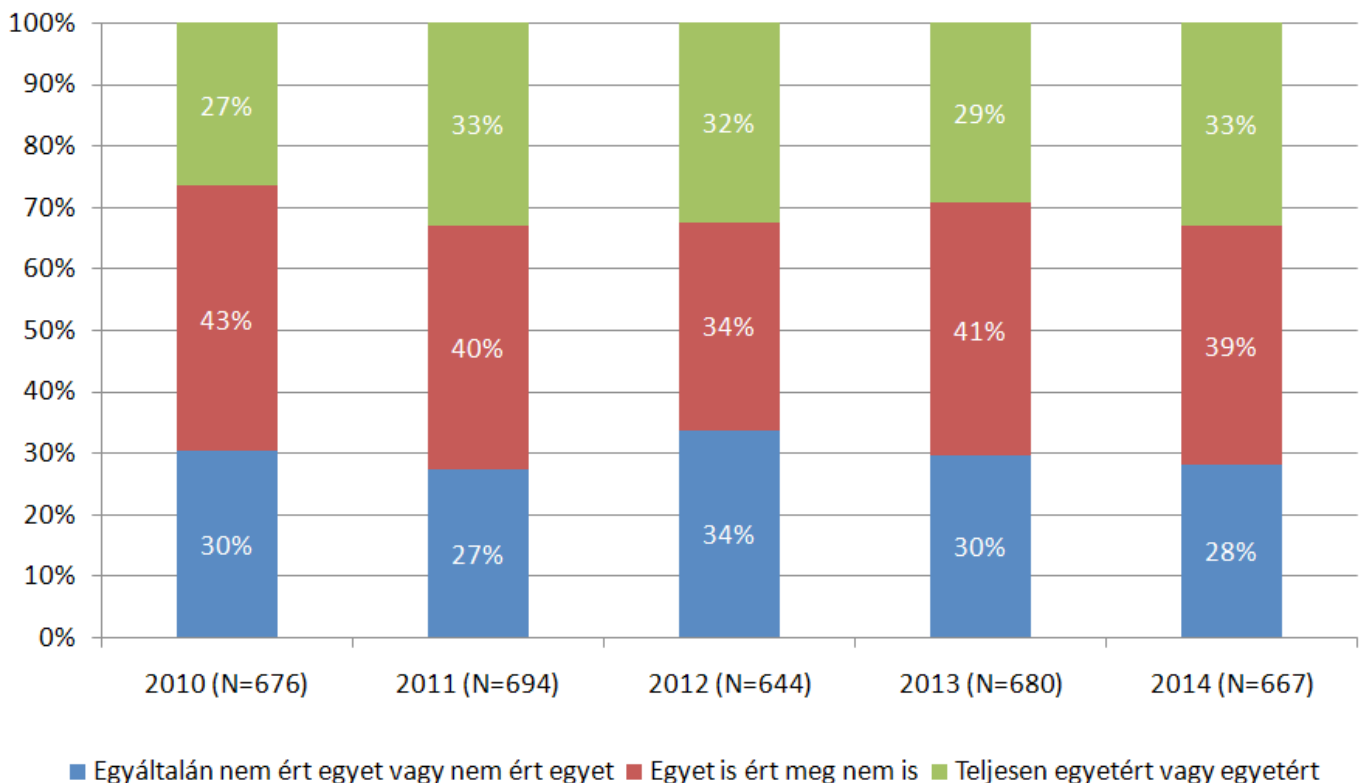
Forrás: Huffington Post

Mit gondolnak az emberek az interneten fellelhető anyagokról?

Az internetezők elenyésző része képes eldönteni, hogy az interneten lévő tartalmak legális vagy illegális úton kerültek-e oda

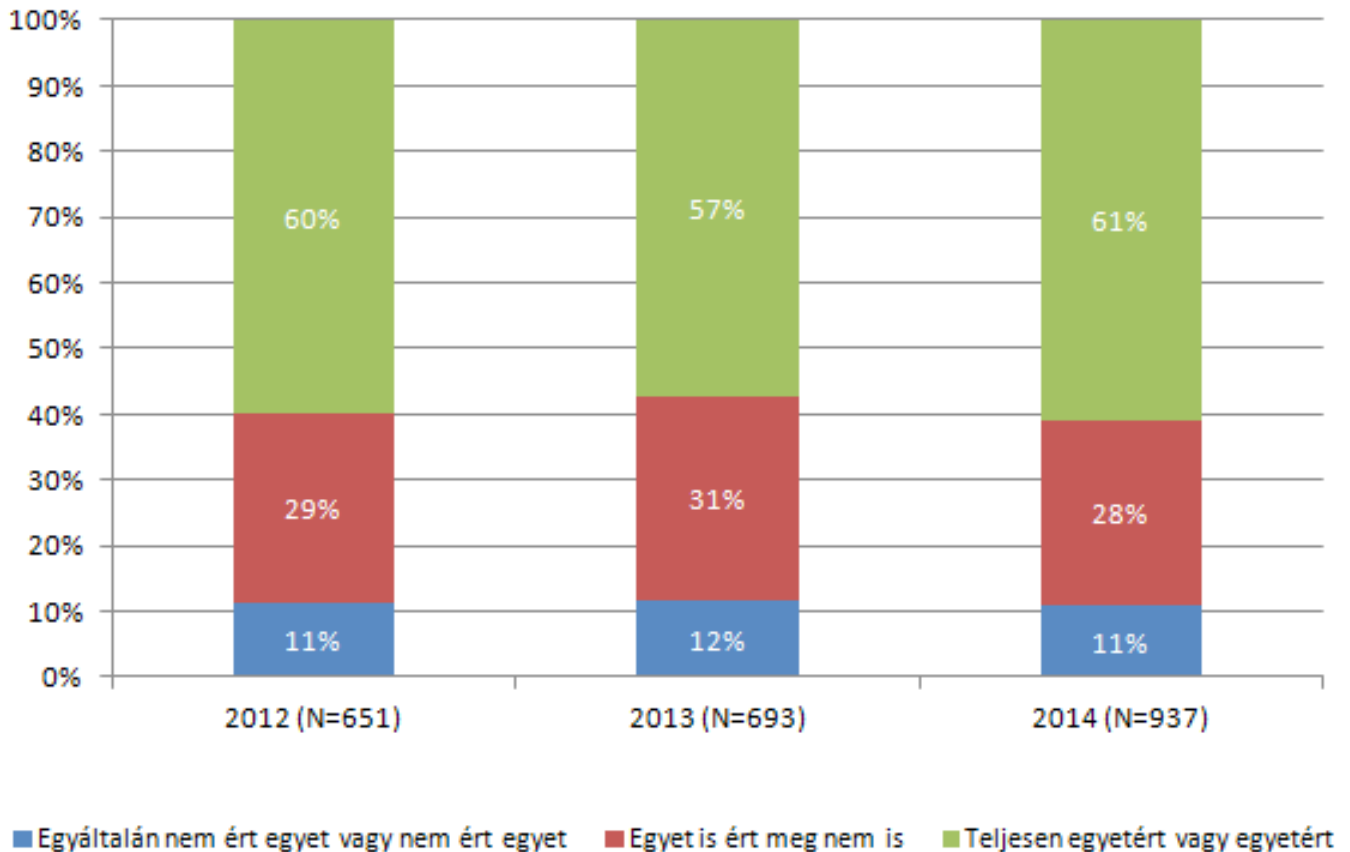
2010 óta nem változott a tendencia, **tíz magyarból három tudja eldönteni** (vagy gondolja magáról, hogy képes rá), hogy egy interneten lévő **tartalom legálisan került-e az internetre**. További három nem tudja eldönteni, négyen pedig bizonytalanok a kérdésben. (43. ábra)

43. ábra: „Felismerhető, hogy a közzétett filmek, zenei tartalmak, szoftverek legálisan kerültek-e az internetre” (2010-2014)



Tíz internethasználóból hat szerint a legális letöltési lehetőségek kielégítőek, minden tizedik (11%) gondolja ennek az ellenkezőjét. (44. ábra)

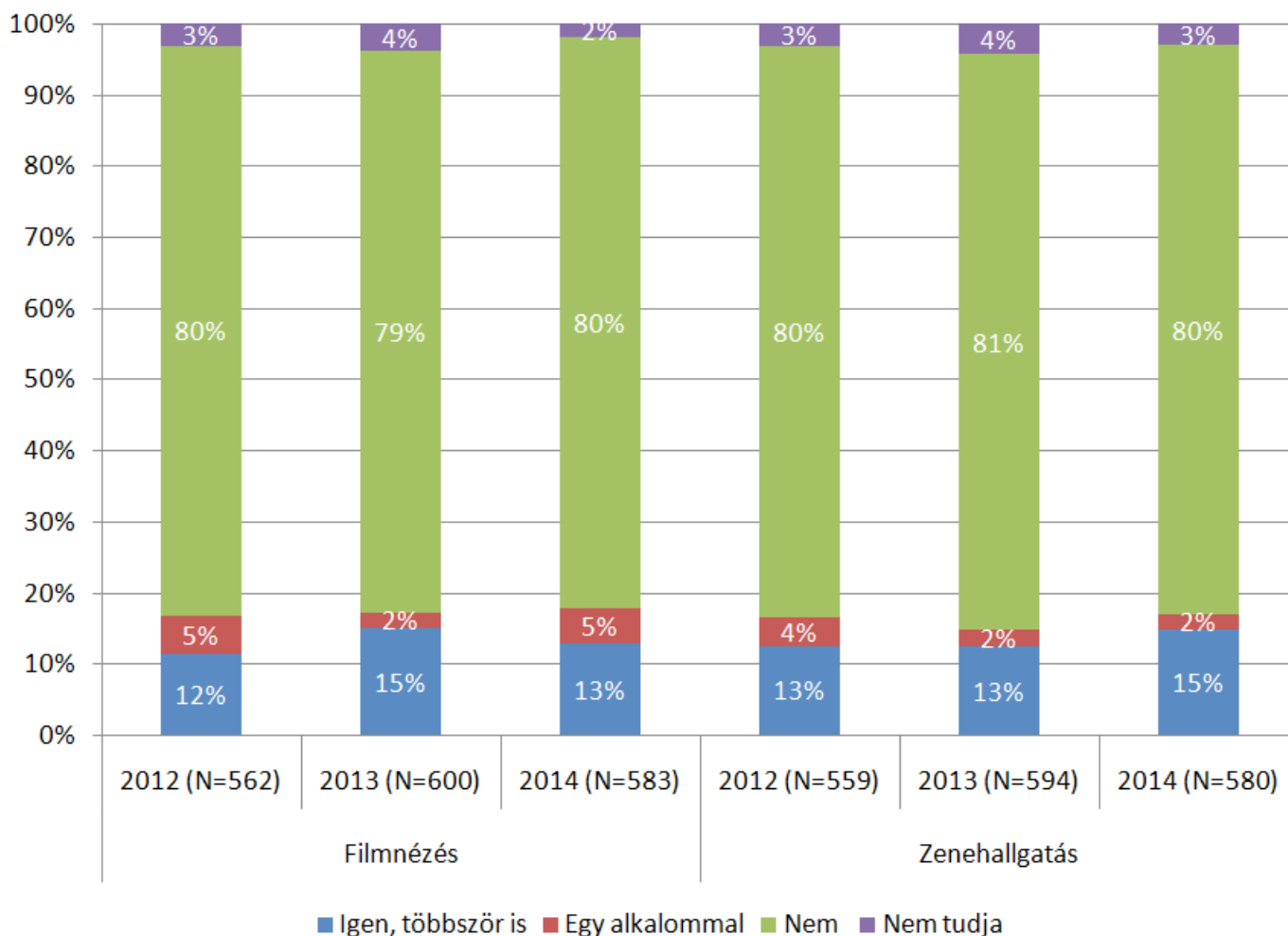
44. ábra: „Van elegendő internetes oldal, ahol legálisan lehet hozzáférni zenékhez, filmekhez” (2012-2014)



Az illegális tartalmakat fogyasztók és letöltők attitűdje

A jogvédelem alatt álló tartalmak közül kiemelkedő fontosságú az illegális, ún. **torrent** oldalakról letölthető filmek és zenék szerepe. Miközben az oldalak népszerűsége töretlenül nő, a „torrentezést” nyíltan vállalók aránya erősen visszaesett a vizsgált időszakban. Az általunk vizsgált kérdéseknél a téma „érzékenységből”⁸ következő rejtőzködés miatt egy igen erős alulbecsléssel kell számolnunk⁹, ami nem csak a letöltéseknél, de már az illegális tartalom fogyasztásánál is megjelenik. 2014-ben az előző évhez hasonlóan az internetezők 80 százaléka tagadta, hogy nézett vagy hallgatott volna nem jogtisztá filmet/zenét. Akik viszont bevallottan láttak már ilyen tartalmakat, azok jellemzően többször is éltek az illegálisan letöltött zenék és filmek nyújtotta lehetőségekkel. (45. ábra)

45. ábra: Ön nézett már filmet, hallgatott zenét az interneten annak tudatában, hogy az illegális forrásból származik (vagyis azt a forgalmazó, gyártó, szerző nem ingyenesen kívánta terjeszteni)? (2012-2014)



8 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”-el). Éppen ezért, aki illegális forrásból letölt, az nagy valószínűséggel fel is tölt, amivel már illegális tevékenységet követ el, még ha egyszerű felhasználóként nincs is minden esetben ezzel tisztában.

9 Az alábecslést az egyik legnagyobb magyar torrentoldal (több mint fél millió felhasználóval) saját statisztikája is alátámasztja, amely szerint felhasználóik száma már 2012. év végén a 330.000-hez közelített, a le- és feltöltések száma pedig meghaladta a 7 milliót (egy felhasználó átlagosan 24 file-t töltött le és/vagy fel az oldalra). Forrás: <http://torrentek.info/legnagyobb-torrent-oldalak>.

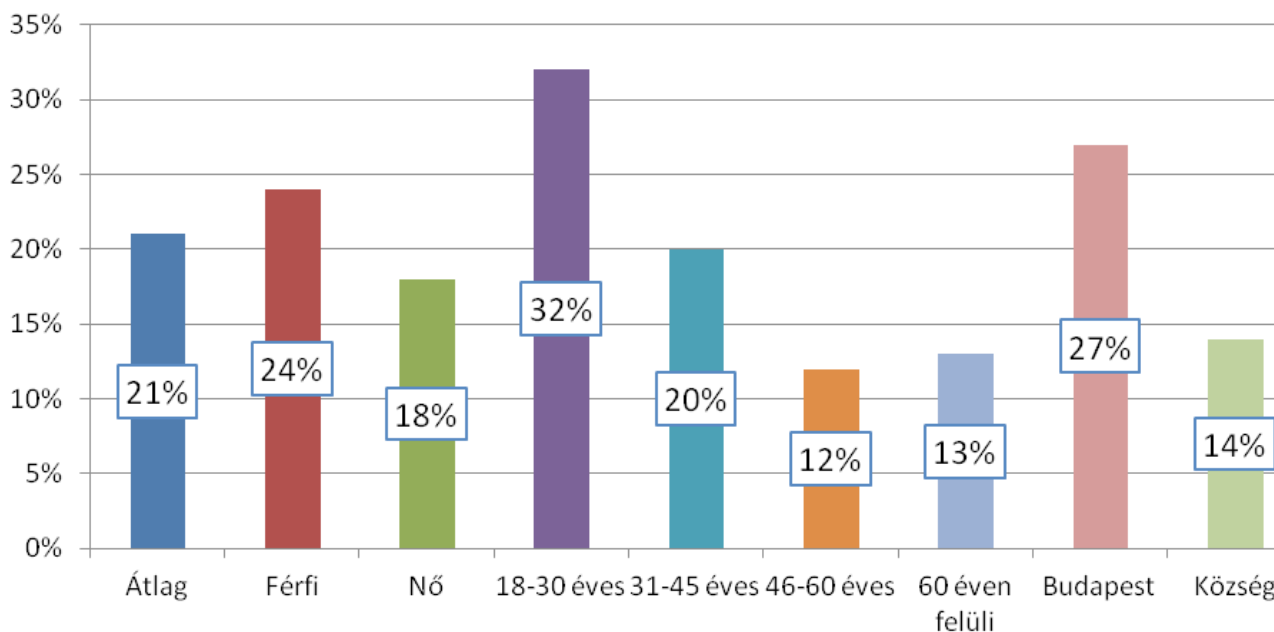
A fogyasztók főbb szocio-demográfiai jellemzői

Célunk az volt, hogy megvizsgáljuk, mely társadalmi csoportokban jellemző az illegális tartalmak felhasználása. Tekintettel arra, hogy egyrészt az illegálisan letöltött zene és filmek célközönsége nagy átfedést mutat, és főbb szocio-demográfiai jegyeikben megegyeznek az elmúlt három éves időtartam tekintetében, a továbbiakban a két csoportot együtt kezeljük.

A válaszadók összesen 21 százaléka vallotta be, hogy valaha nézett/hallgatott illegális tartalmakat. A legnagyobb és szignifikáns hatással az illegális tartalom fogyasztására a nem, az életkor, valamint a településméret van. A férfiak 24, a nők 18%-a töltött már le illegális tartalmakat. Míg a fiatalok (18 és 30 között) 32 százaléka vallotta be, hogy „fogyasztott” illegális tartalmakat, addig ez az arány az időseknél (61 felett) 13 százalékos, és a középkorúaknál (46-60 közöttiek) 12 százalékos.

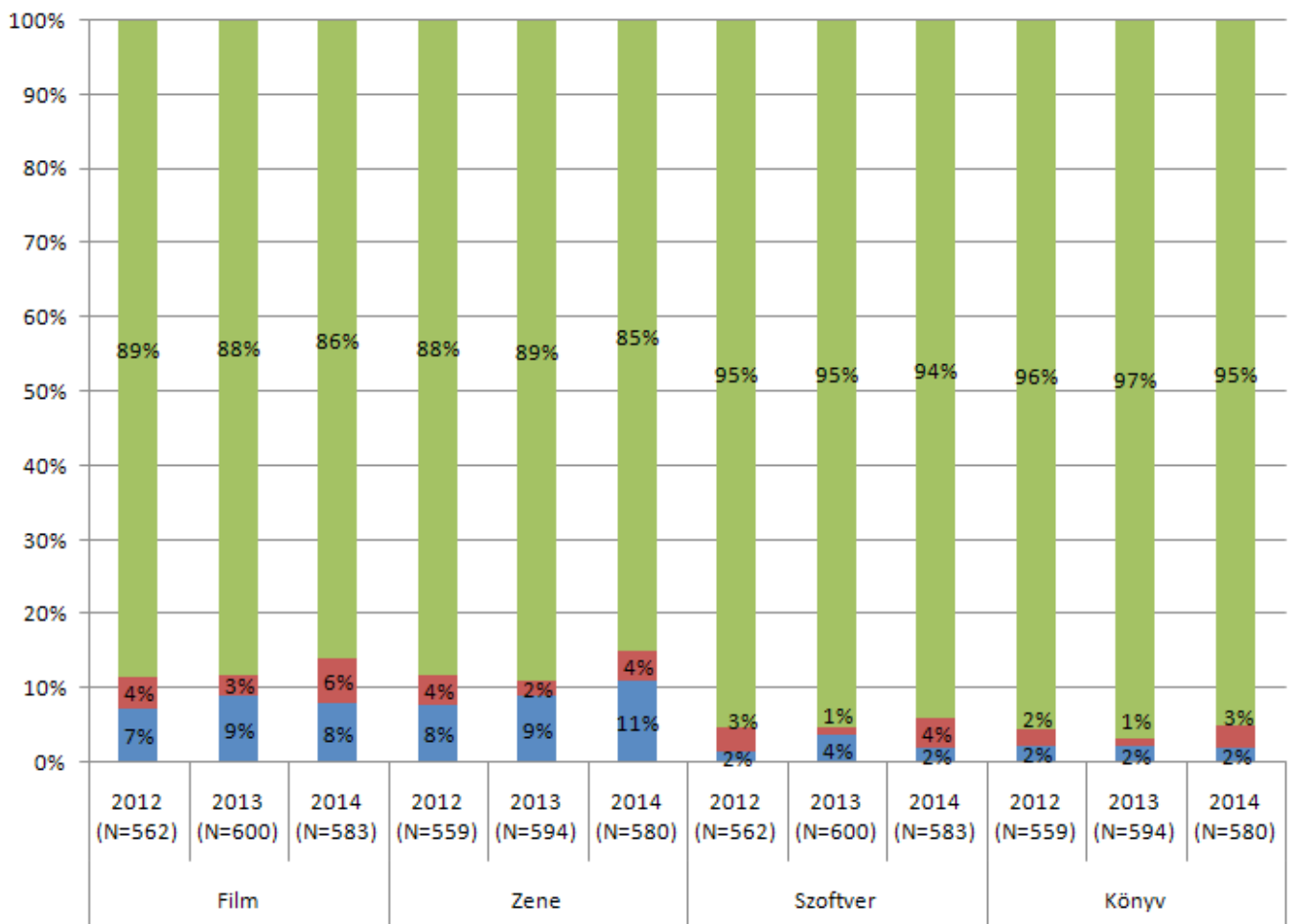
Budapesten átlagon felüli a fogyasztók aránya (27%), míg a községekben csak 14%. (46. ábra)

46. ábra: Azok aránya, akik hallgattak/néztek illegális forrásból származó tartalmakat (zenét és/vagy filmet), (százalékban, N=1096)



Azt, hogy nem pusztán nézték, **hanem maguk töltötték le a torrenteket**, még kevesebben merték felvállalni az internethasználók közül; 2012 óta filmek, zene, szoftver és könyv letöltés tekintetében nagyjából stagnál a letöltők illetve a letöltést bevallók aránya. A filmek és zenék letöltését évről évre 1-2 százalékponttal többen merik bevallani. A szoftverek és könyvek letöltését jelenleg az internetezők két százaléka folytatja rendszeresen.

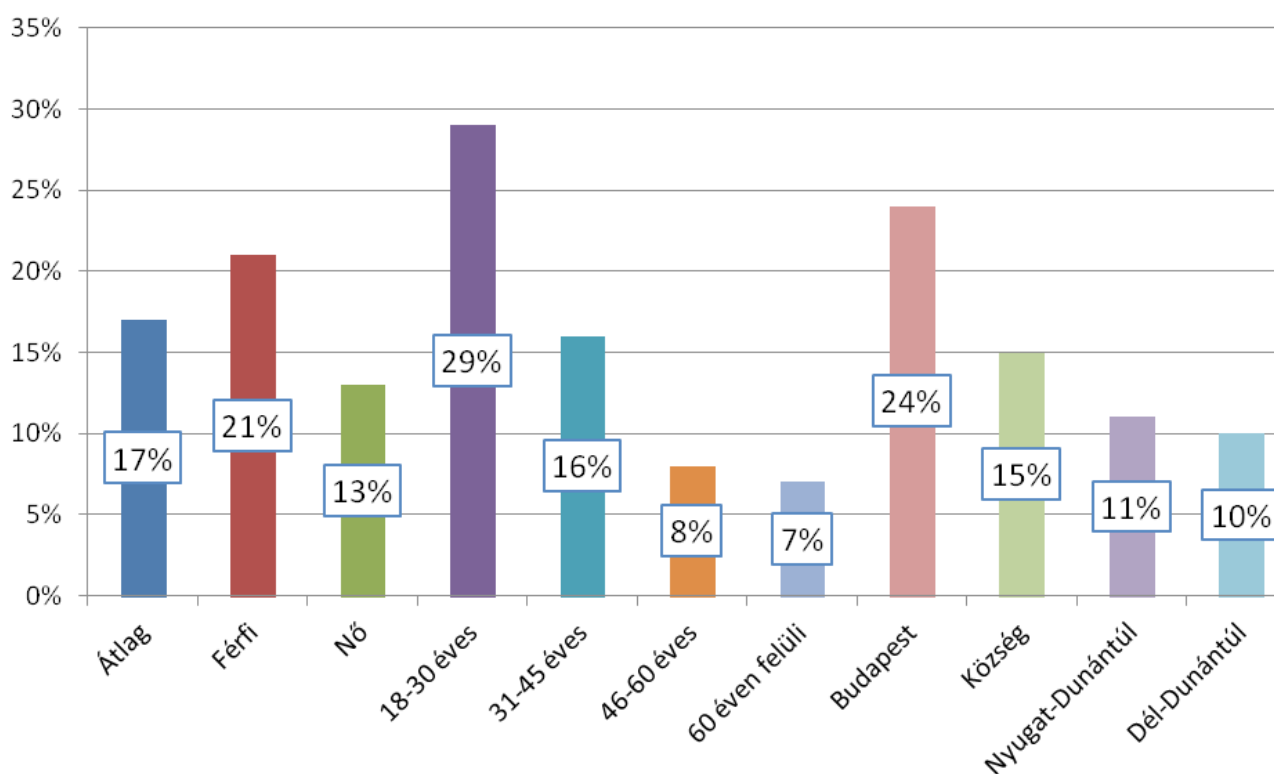
47. ábra: Ön töltött le az elmúlt évben az internetről filmet/zenei tartalmakat/szoftvert/könyvet annak tudatában, hogy az illegális forrásból származik? (százalékban) (2012N=565, 2013 N=600, 2014 N=422) (2012-2014)



”
A letöltés, ha már egyszer belevágott valaki, tipikusan nem egy egyszeri, hanem többszöri cselekvés, legyen szó filmről, zenéről, szoftverről vagy könyvről
”

A letöltők köre a főbb szocio-demográfiai jellemzők tekintetében a következőképpen körvonalazódik: a kérdezettek mindössze 17 százaléka vallotta be, hogy töltött le illegális tartalmat (bármilyen tartalmat egyszer vagy többször) az internetről. **A fiatalok ebben a kérdésben is erősen felülreprezentáltak (29%), jellemzően a férfiak töltenek le (21%), ugyanígy a főváros hatása is megerősödik, a budapesti letöltők aránya 7 százalékponttal áll az átlag felett.**

48. ábra: Az internetről illegális tartalmakat egyszer, vagy többször letöltők aránya (2012-2014) (N=1718, minden összefüggés szignifikáns)



Letöltők és potyázók

Az internethasználóknak két nagy csoportját különböztettük meg: (1) a többség, aki nem tölt le illegális tartalmakat, illetve (2) a kisebbséghez tartozó letöltők. Azok között, akik maguk nem töltenek le ilyen tartalmakat, elkülöníthető egy réteg, amely mégis fogyasztja ezeket a filmeket/zenéket/ szoftvereket/könyveket: ők csak élvezik a „letöltés gyümölcsét”, azaz hallgatják/nézik a letöltött anyagokat, anélkül, hogy maguknak le kellene tölteniük azokat. Velük szemben a „valódi letöltők” maguk végzik a „piszkos munkát” és aktívan torrenteznek. Először az előbbi, majd az utóbbi kategóriát vizsgáljuk meg főbb szocio-demográfiai jellemzőik alapján.

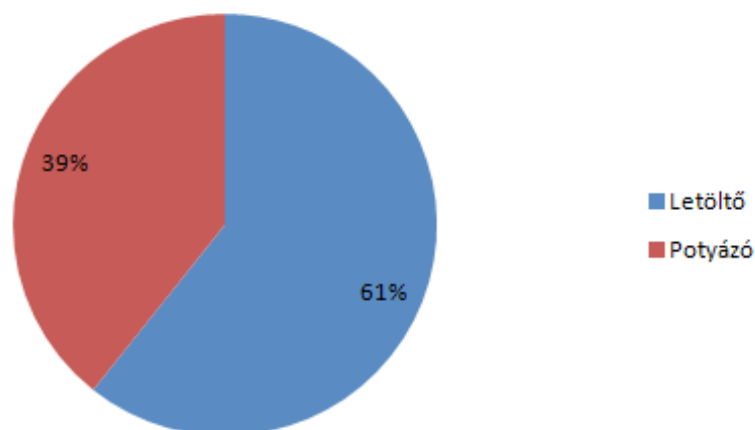
A letöltési és fogyasztási szokások alapján tehát három csoportba oszthatók a válaszadók.

1. **Becsületes vagy titkolózó:** aki se nem tölt, se nem fogyaszt ilyen tartalmakat, vagy ha teszi is, elhallgatja.
2. **Letöltő:** aki maga tölt le és fel is használja a tartalmakat.
3. **Potyázó:** aki maga nem tölt le tartalmat, viszont élvezi a letöltött tartalmak „tiltott gyümölcsét”, használja a mások által letöltött tartalmakat. A potyázás hátterében ugyanúgy állhat a letöltéshez szükséges technikai tudás hiánya, mint a tartalmak illegális jellege miatti aggodalom.

Mint a 46-47. ábrából kiderül, a becsületesek és titkolózók teszik ki a társadalom nagy részét, majdnem 80%-ot. Ők bevallásuk szerint sohasem fogyasztottak vagy töltöttek le illegális tartalmakat.

A maradék szűk réteg (346 fő), amelynek összetételét a továbbiakban vizsgáljuk, több mint 60 százaléka letöltő, aki a saját szórakoztatására tölt le, a potyázók kb. 40 százalékat képviselnek, ők a más által letöltött tartalmakat használják. (49. ábra)

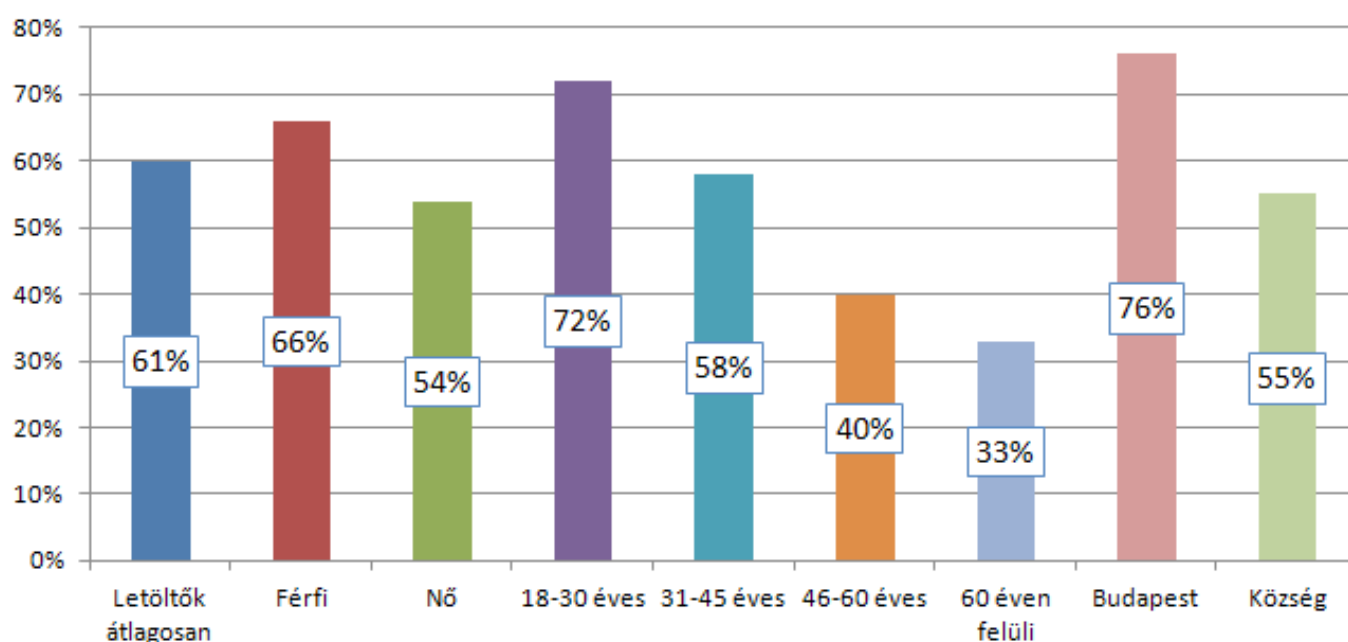
49. ábra: Az illegális tartalmak fogyasztói, letöltési szokásaik alapján (N=223, 2014)



A szegmentálásban a nemnek, a régióknak, a településtípusnak és a kornak van szignifikáns szerepe, az iskolai végzettség és a jövedelem nem hatnak befolyásoló tényezőként egyik csoportnál sem.

A letöltők, akik a letöltéssel kapcsolatban álló 364 fős minta 61 százalékát teszik ki, igen változatos képet mutatnak. A kor, nem és település hatása igen erős; a budapesti felhasználók 76%-a és a fiatalok 76%-a, a férfiak 66%-a tartozik ebbe a kategóriába, míg a középkorúak és idősek, a községben élők és a nők itt alulreprezentáltak.

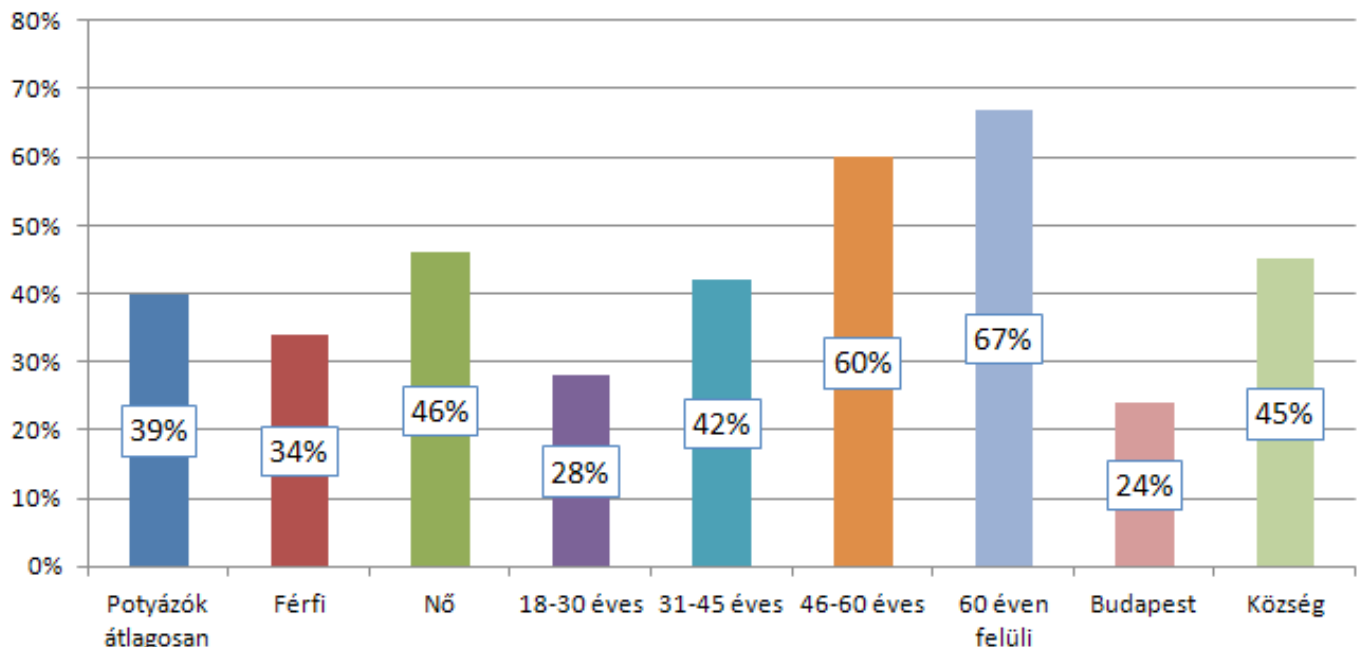
50. ábra: A letöltők előfordulási gyakorisága bizonyos csoportokban (százalékban) (N=364)



A potyázók között igen felülreprezentáltak a középkorúnál idősebbek (46+), a kisebb városokban és a községekben lakó nők, míg a budapestiek és a fiatal férfiak erősen alulreprezentáltak. A tipikus potyázó tehát a középkorú/idősebb megyeszékhelyen vagy községben lakó nő. (51. ábra)

” A tipikus letöltő fiatal, budapesti férfi; a tipikus potyázó középkorú vagy idősebb, megyeszékhelyen vagy községben lakó nő ”

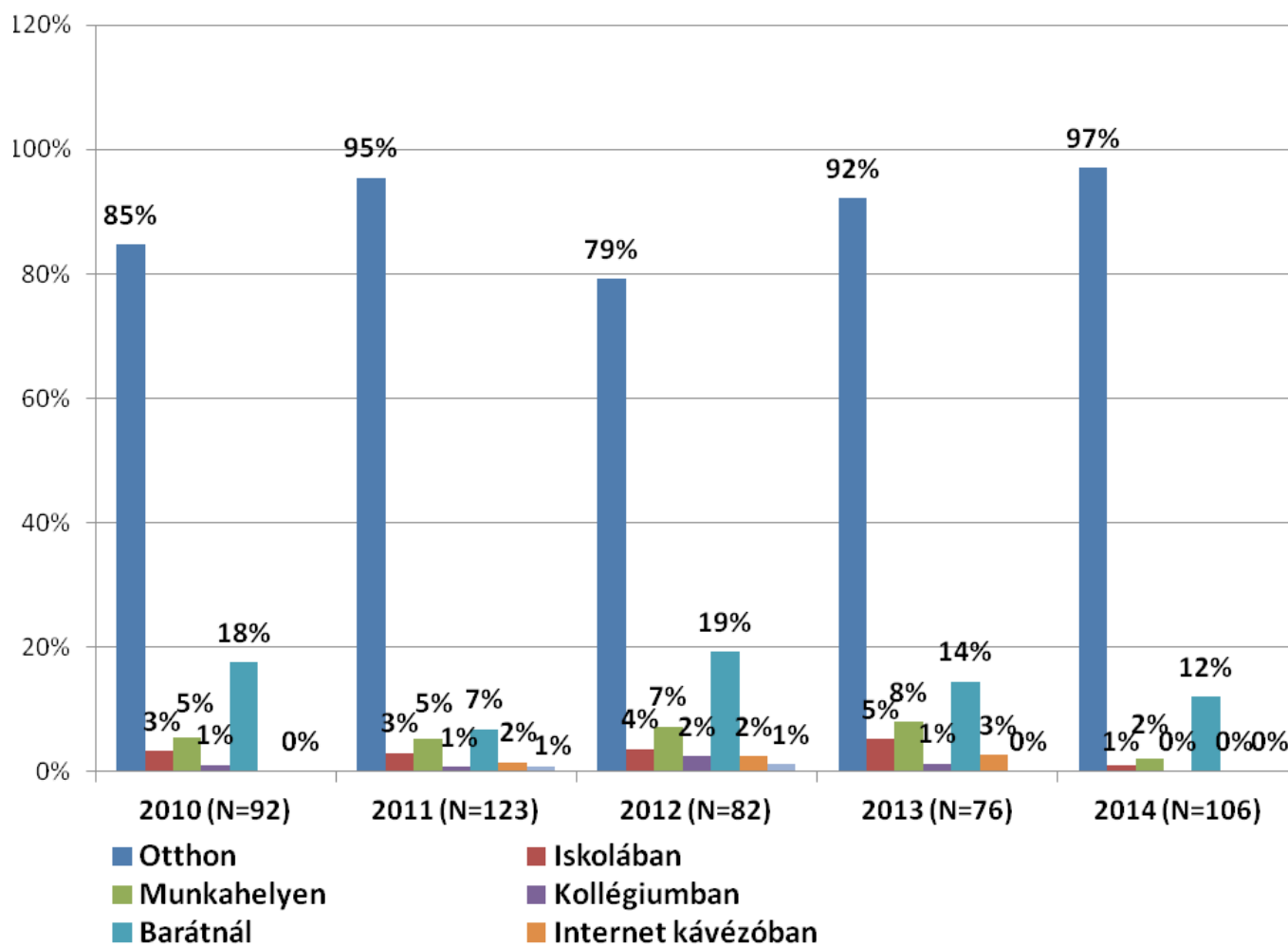
51. ábra: A potyázók előfordulási gyakorisága bizonyos csoportokon belül (N=364)



A letöltések körülményei és indokai

A letöltők igen nagy hányada (97%) otthonában (is) töltötte le a tartalmakat, 12%-uk barátnál, további 2% a munkahelyén, a többi válaszlehetőséget elenyészően kevesen említették.

52. ábra: Hol tölt le ilyen tartalmakat? (2010-2014)

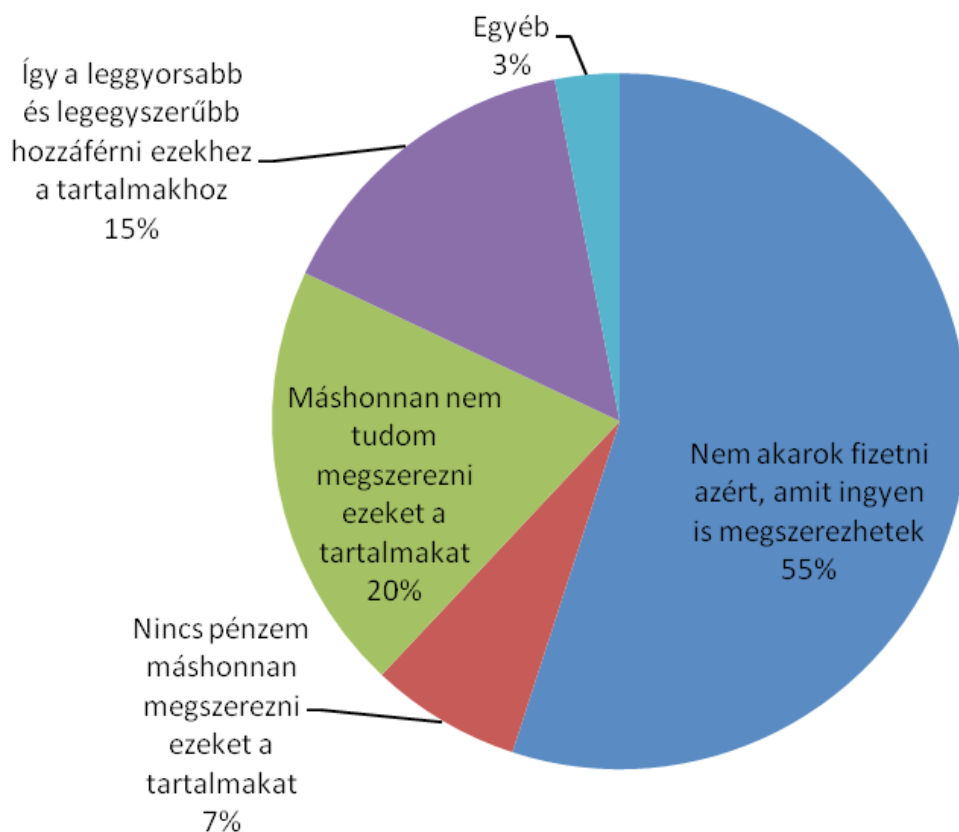


Mivel a kérdés esetében több választ is meg lehetett jelölni, az oszlopok összege a 100%-ot meghaladhatja.

” Majdnem minden letöltő tölt le otthonában filmeket, zenéket ”

A letöltők több mint fele (55%) pénziánnyal indokolja a letöltést, a többiek pedig a letöltés egyszerűségére és a fájlok más forrásból való elérhetetlenségére hivatkoznak. (53. ábra)

53. ábra: Miért ezeket az oldalakat használta a tartalmak eléréséhez? (2014, N=104)



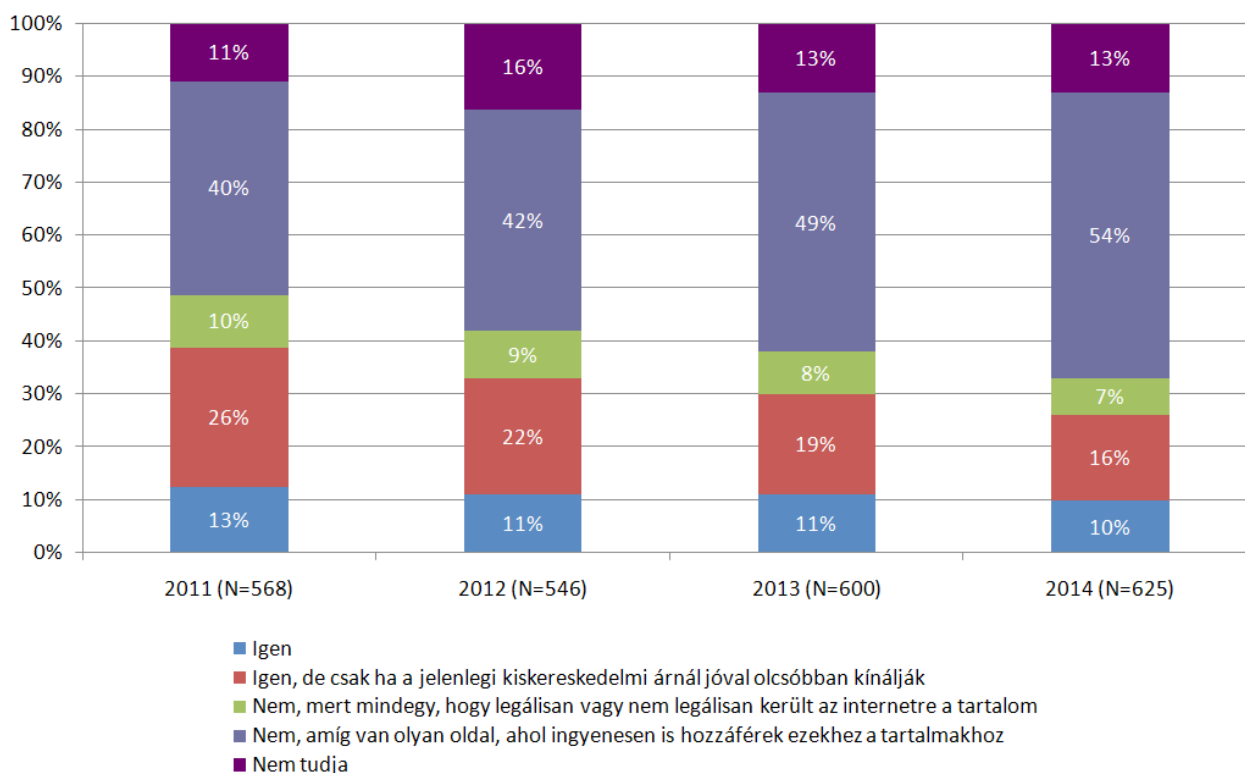
” Az internetezők 55%-a ingyenessége, 20%-a a tartalmak más forrásból való elérhetetlensége miatt használ illegális forrásokat ”

Letöltési szokások változtatására való hajlandóság

Az internetet használók több mint fele nem lenne hajlandó fizetni azért, hogy legálisan hozzájusson a tartalmakhoz (54%), amíg azok ingyenesen is letölthetők, ennek a csoportnak az aránya 2011 óta majdnem 15 százalékponttal nőtt. További 7 százalék azért nem fizetne a letöltésért, mert nem érdekli, hogy az legális forrásból származik-e. 16 százalékuk csak akkor váltana, ha jóval olcsóbban lehetnének beszerezhetők a tartalmak, mint jelenleg, 10 százalék pedig feltételek nélkül fizetne érte. A bizonytalanok aránya 14 százalék. (54. ábra)

” Az internetezők több mint fele nem hajlandó fizetni a tartalomért, ha ahhoz ingyenesen is hozzájuthat. Az e nézetet vallók aránya évről évre növekszik ”

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



A kérdezettek 16 százaléka fizetne a legális tartalomért akkor, ha ahhoz olcsóbban juthatna hozzá, mint jelenleg. A letöltők (21%-kal) felülreprezentáltak ebben a csoportban. A becsületeseket átlagon aluli 13 százalékukkal, úgy tűnik, nem az árak riasztják el az illegális tartalmaktól.

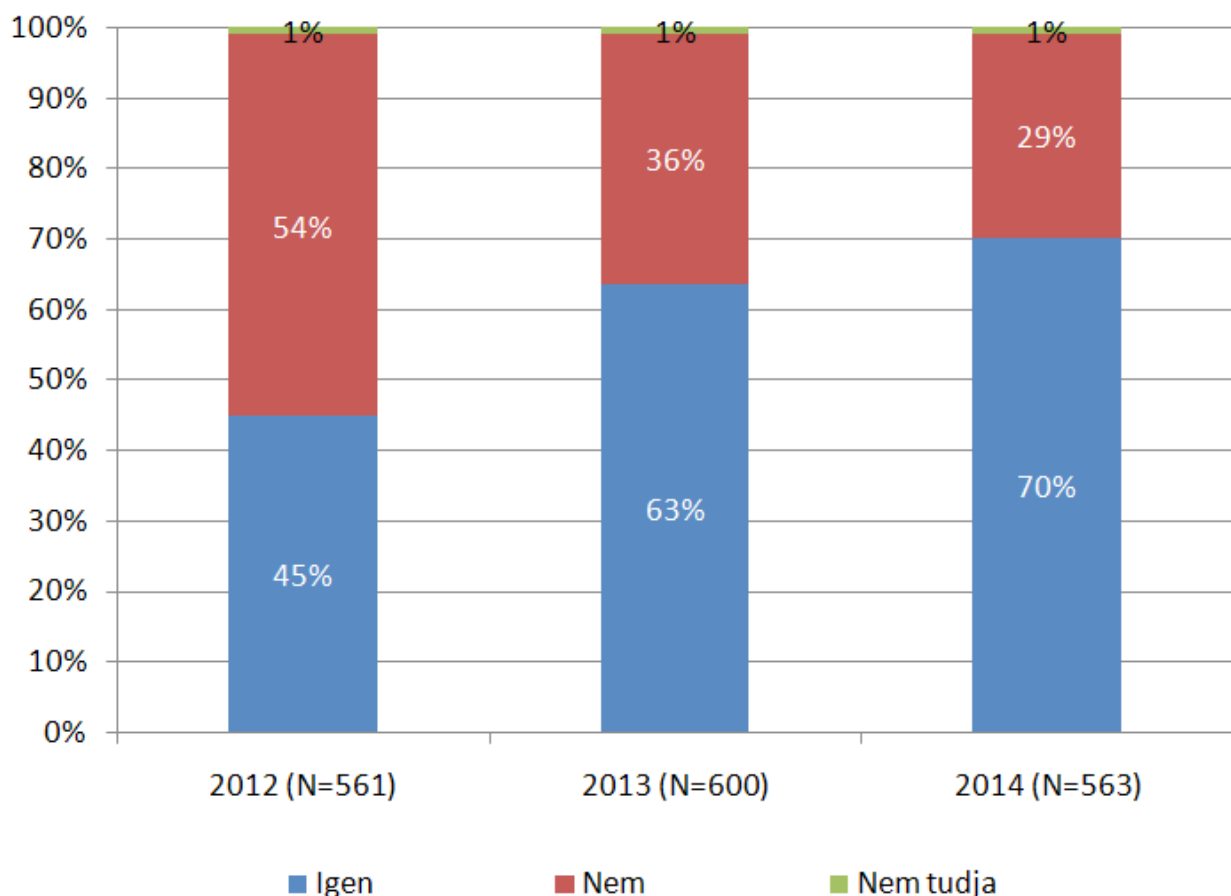
A „becsületesek” csoportjába tartozók (jelenleg nem letöltők és nem is felhasználók) az összes internetező körében mért átlagos értékkel megegyező arányban lennének hajlandók fizetni a legális tartalmakért, ellentétben a letöltőkkel.

Az internetezők 70%-a ismer olyan weboldalakat, ahol legálisan hallgathat vagy tölthet le zenét

Az illegális letöltés legális alternatívái

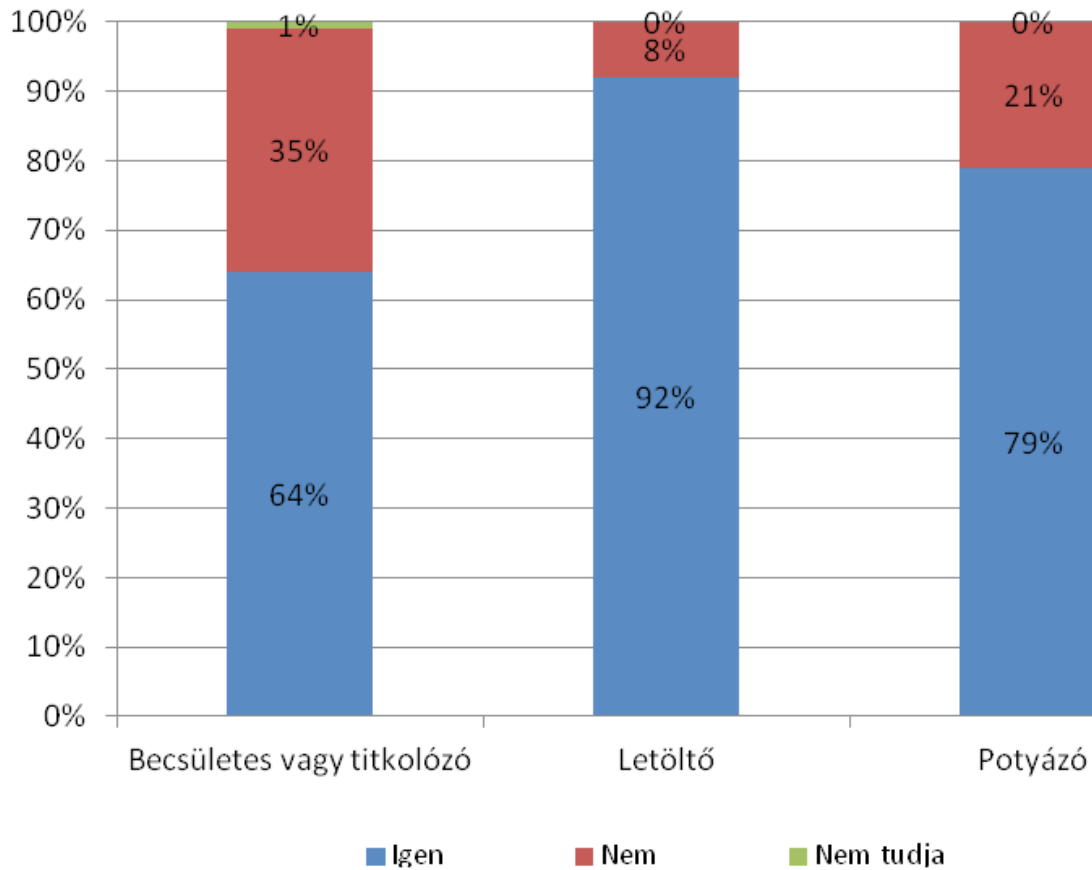
A legális letöltési lehetőségek ismertsége 2013-hoz képest tovább nőtt az internet-felhasználók körében; míg az előző évben csak az internetezők 63 százaléka tudott ilyen lehetőségekről, addig mára 70 százalékuk van tisztában olyan legális forrásokkal, ahonnan tartalmat tölthet le. (55. ábra)

55. ábra: Ön ismer olyan internetes forrásokat, ahol legálisan tud zenét hallgatni vagy letölteni? (2012-2014)



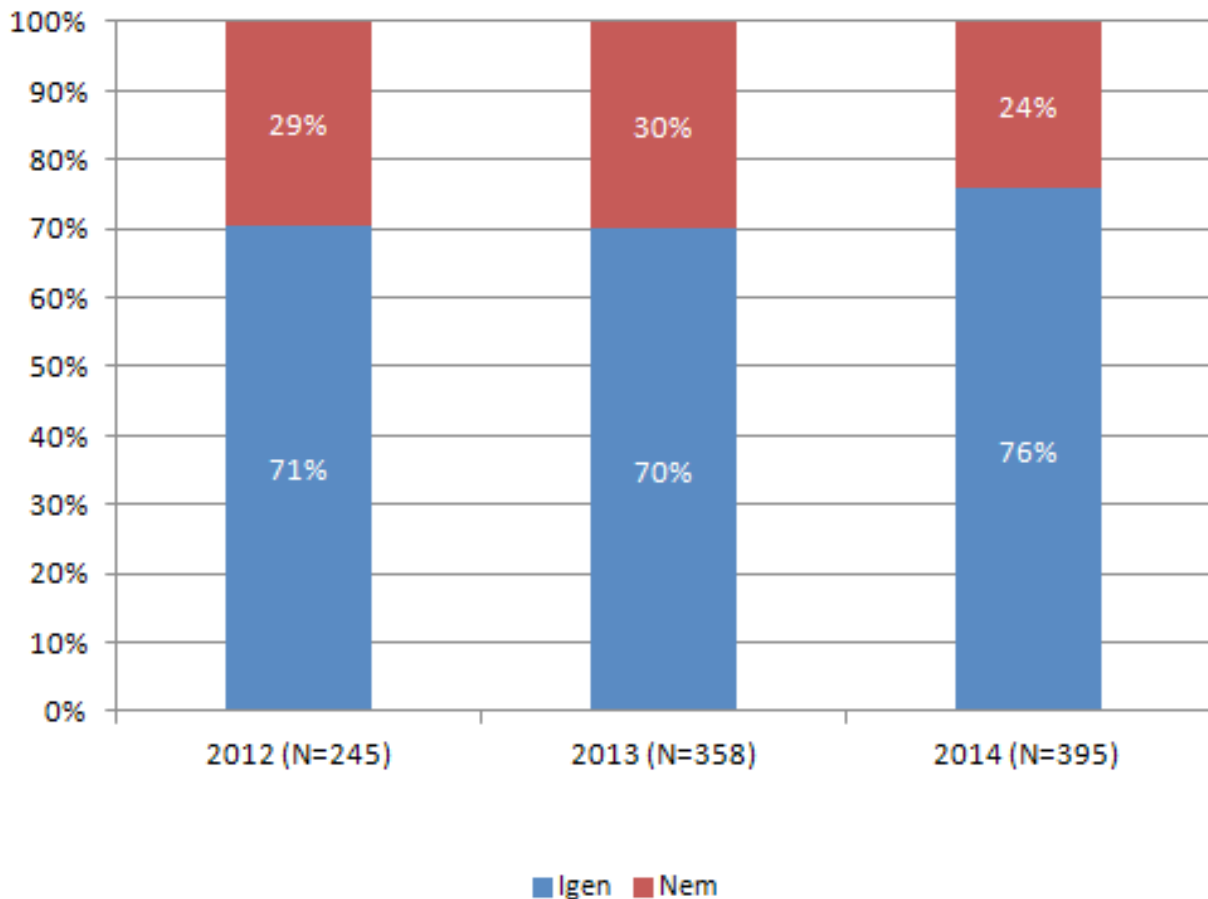
A lakossági átlaghoz képest a legnagyobb arányban (92%) a letöltők vannak tisztában a legális alternatívákkal, őket követik a potyázók.

56. ábra: Ön ismer olyan internetes forrásokat, ahol legálisan tud zenét hallgatni vagy letölteni? (2014, N=563, p=0,04)



Egy-egy legális oldal ismerete azonban nem jelenti annak automatikus használatát. A használat tekintetében növekedést figyelhetünk meg 2012-2013-hoz képest: azok között, akik ismernek ilyen forrásokat, 2014-ben 76 százalék vette igénybe a fizetős szolgáltatásokat. Ez az összes internetező 53%-át teszi ki. (57. ábra)

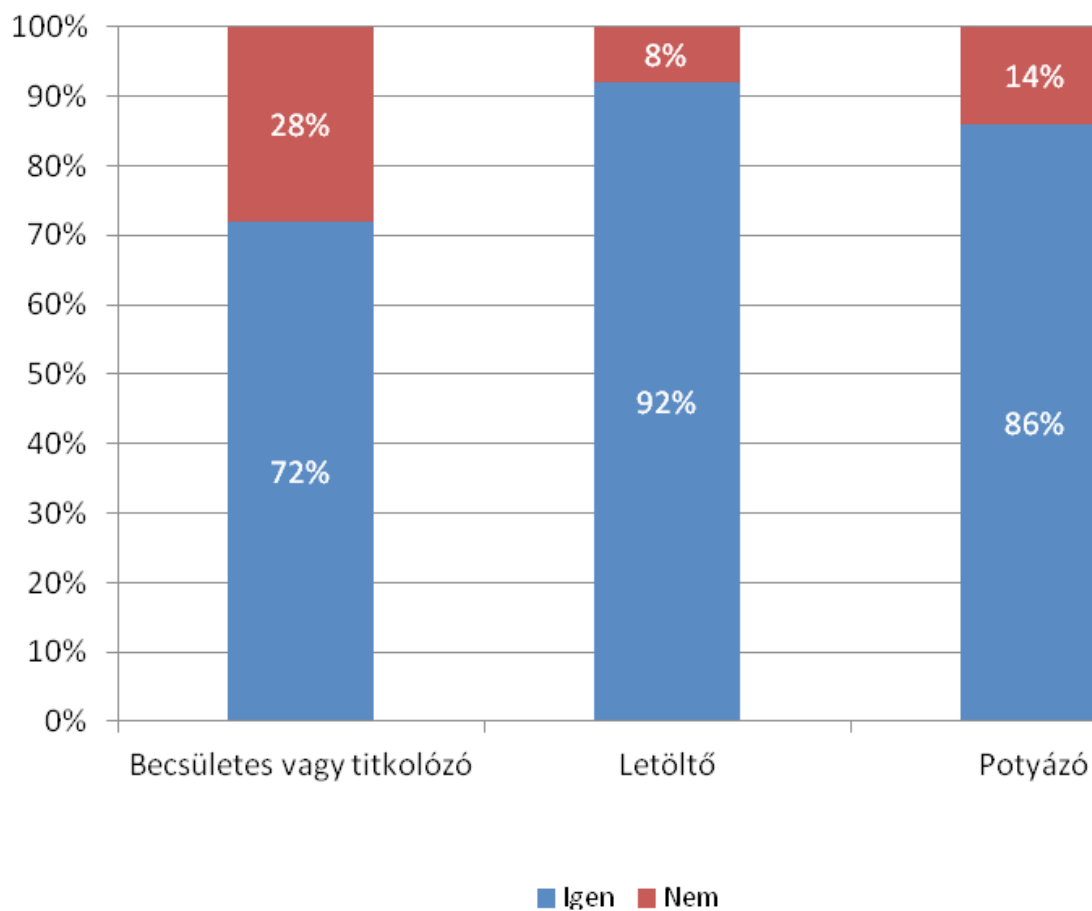
57. ábra: Használ olyan internetes forrásokat, ahol legálisan tud zenét hallgatni vagy letölteni? (Azok közül, akik tudnak a lehetőségekről)



” Az internetezők háromnegyede töltött már le zenét vagy filmet, illetve hallgatta, nézte ezeket legális weboldalon ”

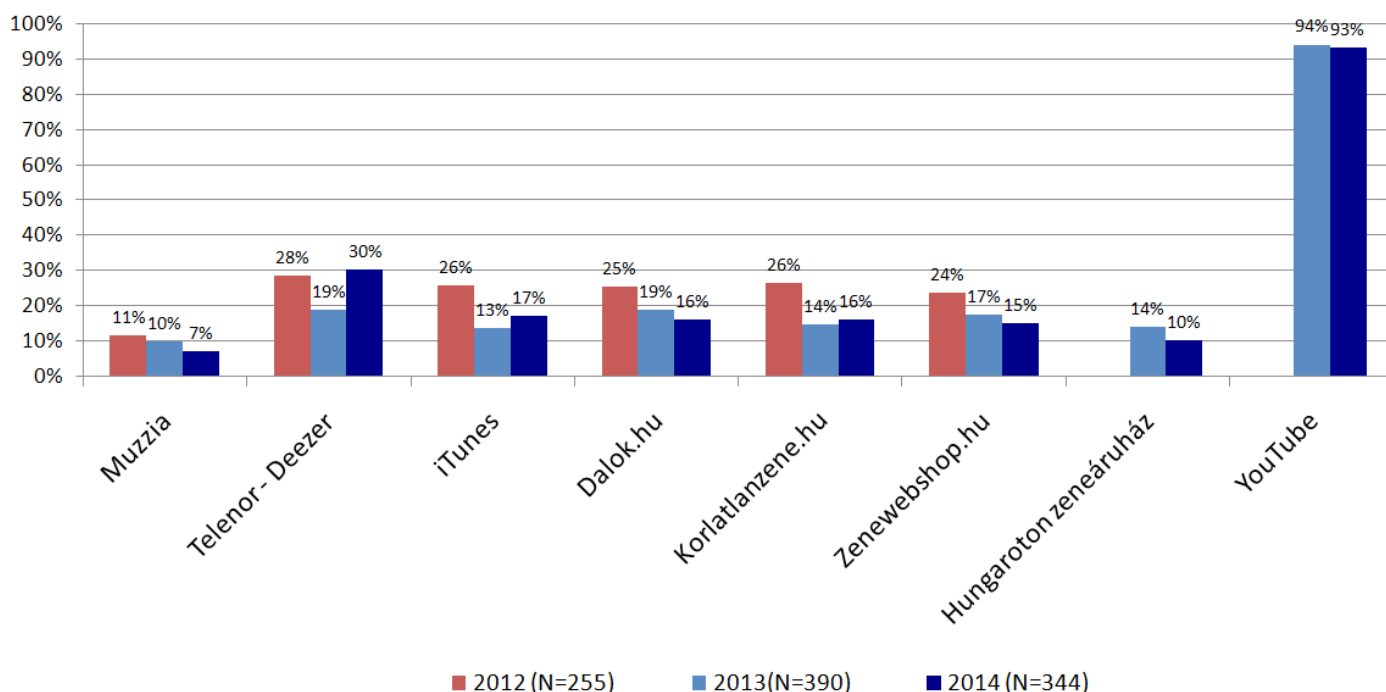
A legális forrásokat leginkább potyázók és a letöltők használják. (58. ábra)

58. ábra: Használ olyan internetes forrásokat, ahol legálisan tud zenét hallgatni vagy letölteni? (2014)



A legális szolgáltatások közül a legnépszerűbb a YouTube, amit a kérdezettek több mint 90 százaléka ismert, és ami több mint 60 százalékponttal maga alá gyűrte a második legnépszerűbb Telenor-Deezer-t. A Deezer az egyetlen a fizetős szolgáltatások közül, amelynek ismertsége 2012-höz viszonyítva 2013-ban és 2014-ben is nőtt; idén 30 százalékkal jelölte meg a tavalyi 19 után. Szintén növekedést tapasztalhattunk tavalyhoz képest az iTunes esetében: 13%-ról 17%-ra növekedett annak ismertsége. A Dalok.hu-t 16 százalék jelölte meg, ám ők 3 százalékpontos visszaesést könyvelhettek el 2013-ban. Kisebb visszaesés látható a Muzzia és a Zenewebshop.hu hallgatottságában is: az előbbi 10, az utóbbi 17 százalékról esett vissza 7 és 15 százalékra. Szintén valamelyest esett a Hungaroton zeneáruház ismertsége, 14 százalékponttól 4 százalékpontos csökkenést könyvelhet el. (59. ábra)

59. ábra: Hallott már a következő legális zenehallgatást/zeneletöltést lehetővé tevő oldalakról? (2012-2014)



A Hungaroton zeneáruház és a YouTube még nem szerepelt a 2012-es kérdőívben.

IMPRESSZUM

HAMISÍTÁS MAGYARORSZÁGON - KUTATÁSI JELENTÉS 2014

Készült a Hamisítás Elleni Nemzeti Testület megbízásából

Az adatfelvételt és az adatelemzést a TÁRKI Zrt. végezte

Szerzők: **Tátrai Annamária, Simonovits Bori**

Tördelés: **Image Factory**



Hamisítás Elleni Nemzeti Testület Titkársága Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatala

1054 Budapest, Garibaldi utca 2.
Levélcím: 1374 Budapest, Pf. 552.
Tel.: (1) 474 5961, Fax: (1) 474 5965
E-mail: hent@hipo.gov.hu

Sajtókapcsolat:

Vannai Dorottya; telefon: +36 20 359 3020;
e-mail: dorottya.vannai@hipo.gov.hu