



Free Association Research Kft.
1065 Budapest
Révay u. 10.
www.free-association.hu

***Jogvédett online tartalmak, hamisított
termékek - kutatás a 18-26 éves fiatal
felnőttek körében***



Hamisítás Elleni
Nemzeti Testület

2020. április 27.

A KUTATÁSRÓL

- A Hamisítás Elleni Nemzeti Testület (a továbbiakban: HENT) eddig három alkalommal végzett kutatást a magyar fiatalok körében az online tartalmakkal és a hamisított termékekkel kapcsolatos szokásaik, attitűdjeik megismerése céljából. A 2011-ben és 2015-ben végzett online kutatás célcsoportjai a középfokú oktatásban résztvevő diákok voltak, 2017-ben pedig a felmérés megkérdezettjei az előző alkalommal a felmérésbe vont korosztály, az immáron 18-26 éves fiatal felnőttek köréből kerültek ki. A kutatás tárgya annak feltárása volt, hogy a fiatal felnőttek körében melyek az internetes tartalmak beszerzésének módjai, milyen a jogtisztasághoz való viszonyuk, illetve a hamisított termékekkel kapcsolatos ismereteik, attitűdjeik. A kutatás célja annak feltárása és számszerűsíthető mérése volt, hogy a korábbi középiskolás korosztály, azaz az akkori fiatal felnőttek hozzáállása mennyiben változott.
- A HENT 2020. március-áprilisban megismételte és aktuális kérdésekkel egészítette ki a 2017-ben végzett országos kutatást. Ennek segítségével tájékozódni kívánt arról, hogy a fiatal felnőttek online tartalmakkal kapcsolatos használati szokásaiban, attitűdjeiben milyen változások következtek be az elmúlt két és fél év során, illetve az internet használatában milyen új tendenciák figyelhetők meg.
- A 18-26 éves fiatal korosztály kérdőíves megkérdezésén alapuló kvantitatív kutatás a szerzői jogi védelem alatt álló multimédiás tartalmakkal és a hamis termékekkel kapcsolatos használati szokásokat és attitűdöket vizsgálta meg.
 - Az adatfelvétel módszere: online, anonim adatfelvétel az egyik magyar internetes piackutatási panelen keresztül;
 - A minta mérete: 1000 fő, a minta reprezentatív volt a teljes adott korosztályba tartozó magyar lakosságra kor, nem, településtípus és régió szerinti jellemzői szerint;
 - A kérdőív kitöltésének időigénye: 10 perc;
 - Az adatfelvétel 2020. március-április; lezárása: 2020. április 18.

A kutatás főbb megállapításai 3/1

- A fiatal felnőttek életében fontos szerepet tölt be az internet, fontos eszköze a kapcsolattartásnak, a szórakozásnak, az információszerzésnek és a vásárlásnak. Az internet használata sokrétű és stabilizálódott képet mutat: a megkérdezettek 85%, illetve 82%-a számára az internet jelenti a közösségi érintkezés platformját, illetve a kapcsolattartás eszközét, míg 73%-uk információszerzésre, 58%-uk pedig tanulásra használja a világhálót. A digitális módon elérhető művészi alkotások beszerzésének, „fogyasztásának” csatornája az internet, hiszen a megkérdezett fiatalok 83%-a zenét hallgat, 78%-uk filmeket néz a neten (vagy azon keresztül jut hozzá ilyen tartalmakhoz).
- Az internet használatának intenzitására jelentős hatást gyakorolt a koronavírus járvány nyomán kialakult különleges helyzet: a legjelentősebb mértékben a hírfogyasztás és a tanulást érintő internethasználat „volumene” növekedett; a megkérdezettek 70%-a számolt be az aktuális hírek olvasásának gyakoribbá válásáról, ez a növekmény 63%-os a tanulást célzó nethasználat esetén. Emellett jelentős erősödés figyelhető meg a filmnézés és zenehallgatás intenzitása terén is (56%-os és 43%-os növekedés). Egyedül a webáruházból történő vásárlás esetében tapasztalható csökkenés, mégpedig a válaszadók egynegyede esetében, illetve a megkérdezettek 50%-ánál a járvány nem változtatta meg online vásárlásaik intenzitását.
- A fiatalok döntő többsége zenehallgatásra és filmnézésre használja az internetet. A zenehallgatás első számú forrása 2017-hez hasonlóan 2020-ban is a YouTube: 10-ből 9 válaszadó zenét hallgat a videómegosztó szolgáltatás segítségével. Nagyon fontos változást jelent a 2017-es felméréshez képest a zeneletöltés (telefonra, számítógépre történő zeneletöltés) megjelölésének 20%-kal (64%-ról 43%-ra) történő csökkenése. Ennek eredményeként már csak a válaszadók kisebbségére (43%) érvényes a zeneletöltés gyakorlata. További vizsgálatot igényelne a következő kérdés megválaszolása: mi áll annak a hátterében, hogy miközben a zeneletöltés aránya visszaesett, a zenei stream szolgáltatások használata nem nőtt érdemben, ugyanis a válaszadóknak változatlanul csak a 31%-a (2017-ben 30%-a) regisztrált ilyen csatornára. A zeneletöltésekre ugyanakkor jelentős befolyással van a zenei stream szolgáltatók használata. Erre utal, hogy a zenei stream szolgáltatásra regisztrálók körében a letöltést végzők aránya 34%, míg az ilyen szolgáltatást nem használók körében 48%.
- A fiatal felnőtteknek csak 1/8-a (12%) használja valamelyik zenei stream szolgáltató fizetős konstrukcióját, a döntő többség még nem hajlandó megfizetni a zenei stream szolgáltatások kényelmi funkcióit, hanem együtt tud élni az ingyenes verziók szűkített szolgáltatásaival, annak korlátaival. 2020-ban a zenei stream használókon belül kisebbségben vannak a szolgáltatásért fizetni hajlandó válaszadók. Az ilyen szolgáltatások penetrációja Budapesten a legmagasabb (46%), a fővárosi fiatalok jelentik az egyetlen olyan szegmenst, ahol nagyobb arányt képviselnek a stream szolgáltatásért fizetők, mint az ingyenes verziót használók.

- A zenékhez hasonlóan fontos új tendencia, hogy a filmek letöltés útján történő beszerzése (64%-ról 45%-ra), valamint az ingyenesen streamelt filmtartalmak fogyasztása is számottevően csökkent (52%-ról 44%-ra). Ezzel egyidejűleg azonban a megkérdezettek körében közel duplázódott, 19%-ról 34%-ra nőtt (Budapest: 49%-os az arány!) az előfizetési szolgáltatások penetrációja. A stream alapú előfizetés megléte a filmek esetében is csökkenti a letöltések gyakoriságát.
- A fiatal felnőttek igen nyitottnak mutatkoztak a járvány kapcsán ingyenessé tett digitális tartalmak fogyasztására: a válaszadók közel 40%-a élt ezekkel a lehetőségekkel. A magyar, illetve külföldi filmek (19-19%-kal) bizonyultak a legnépszerűbbnek – különösen a férfiak körében (23-21%). Budapesten a fiatalok a külföldi filmeket (23%), míg a kisebb településeken a magyar filmeket (24%) tekintették meg a legmagasabb arányban.
- Megváltoztak a zene- és filmletöltés mögött meghúzódó motivációk is: a válaszadóknak kisebb aránya (89% helyett 78%) számára fontos a hozzájutás egyszerűsége, gyorsasága, ami magyarázatot ad erre a tevékenységre, erősödött viszont a „máshonnan nem tudom megszerezni” argumentum (56%-ról 67%-ra nőtt a megjelölések aránya). A letöltés módszereinek repertoárja is lezsugorodott, egyszerre csökken (71%-ról 58%-ra) a YouTube downloader, a letöltő linkeket kínáló oldalak (24%-ról 17%-ra) és a torrent használata is (55%-ról 37%-ra). A torrentezés visszaesése a legmarkánsabb: a 2017-es 55%-ról 2020-ra 38%-ra csökkent. A tartalomfogyasztási szokások változását jelző tendencia, hogy 2017 óta a négyszeresére (4%-ról 16%-ra) nőtt azoknak a fiatal felnőtteknek az aránya, akik egyáltalán nem élnek a letöltések lehetőségével.
- A fiatalok jogtudatossága nem növekedett, mivel szignifikánsan, 10%-kal (14%-ról 24%-ra) emelkedett azoknak a válaszadóknak az aránya, akik közömbösek abban a tekintetben, hogy bizonyos tartalmak elérhetővé tétele legálisan vagy illegálisan történt-e. E kedvezőtlen változás ellenére a legnagyobb csoportot (2020-ban 54%) továbbra is azok alkotják, akik könnyűnek vélik a legális és illegális tartalmak felismerését és megkülönböztetését.
- A letöltés arányának visszaesése minden online tartalomra érvényes. Nemcsak a filmek, a zenék, hanem más digitális tartalmak (pl. fotók, tanulási segédanyagok, e-book-ok) letöltése is csökkent 2017-hez képest; legnagyobb mértékben a szoftvereké (39%-ról 26%-ra). Valószínűsíthető, hogy a letöltések háttérbe szorulásában szerepet játszik a felhőben történő tárolás és onnan történő megosztás gyakorlatának általánossá válása is.

A kutatás főbb megállapításai 3/3

- A digitális játékok más digitális tartalmakhoz képest stabilan magas letöltési szintet (2020: 54%) mutatnak, a fizetési hajlandóságot jelzők aránya is a legmagasabb az ilyen termékek esetében (14% hajlandó fizetni játék letöltéséért). A digitális, pl. e-sport játékok növekvő népszerűsége és a játékok disztribútorai által kialakított körülmények (pl. Steam, Epic) magyarázhatják ezt a jelenséget, és egyúttal ki is kényszerítik a jogtisztá használatot. A játékok iránti érdeklődés szintje szignifikánsan magasabb a férfiak körében (22%, szemben a nők körében mért 6%-kal).
- A kutatás keretében megkérdezett fiatal felnőttek jellemzően fotókat, képeket (48%), saját maguk által készített tartalmakat (41%) osztanak meg, a zenék megosztása pedig a válaszadók 1/3-ára igaz (filmek esetén ez az arány még alacsonyabb, 11%). A fiatal felnőttek több, mint harmada tapasztalta már, hogy az általa megosztani kívánt tartalom valamelyik szolgáltató által blokkolásra került. A blokkolásba ütköző csoportnak a harmada próbált tiltakozni ez ellen a feloldás érdekében (az összes válaszadóra vetítve ez 10%-ot tesz ki). A tiltakozások az esetek nagyobb hányadában (57%-ban) bizonyultak eredményesnek.
- A megkérdezett fiatalok nagy arányban találkoztak és azonosítottak már környezetükben hamis termékeket, amelyek közül a a cipő, táska, ruha, illatszer, okostelefon a leggyakrabban előforduló áruk. A felismert hamis termékek terén 2017-hez hasonlóan továbbra is a cipő, táska és a ruha állnak a vezető helyen stabil 70% körüli aránnyal. Ugyanakkor számos termék esetében szignifikánsan csökkent a hamis termékekkel való találkozás aránya: a hamisként felismert illatszerek aránya (67%-ról 60%-ra), okostelefonoké (62%-ról 57%-ra), szoftvereké (52%-ról 44%-ra) és játékoké is (50%-ról 43%-ra) mérséklődött.
- A hamis termékekhez kapcsolódó egészségügyi kockázatok veszélyének érzete továbbra is erős olyan termékkategóriák esetében, mint pl. a gyógyszerek, kozmetikumok. A hamis termékek minőségét illetően erősödtek a negatív percepciók, illetve nőtt azok aránya is (76%-ról 81%-ra), akik a forgalmazást bűncselekménynek tartják. Hozzávetőlegesen 10-ből 6 fiatal válaszadó vásárolt már olyan termékféleséget az interneten keresztül, amely a hamis termékek listáján is vezető helyen szerepelt (pl. ruha, cipő, táska). A külföldi (akár ázsiai vagy amerikai) piaci csatornák használata összességében meghaladja a magyar piacról történő beszerzés arányát (30%).

A válaszadók demográfiai jellemzői

NEM

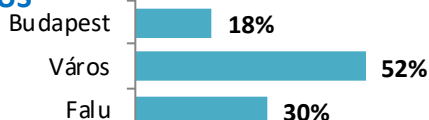


KOR

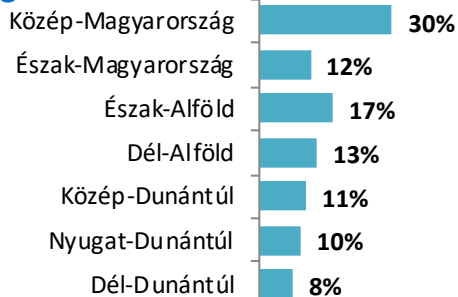
Átlag:
21,8 év



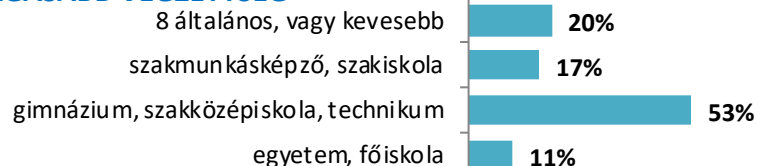
TELEPÜLÉSTÍPUS



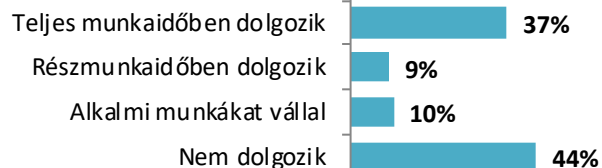
RÉGIÓ



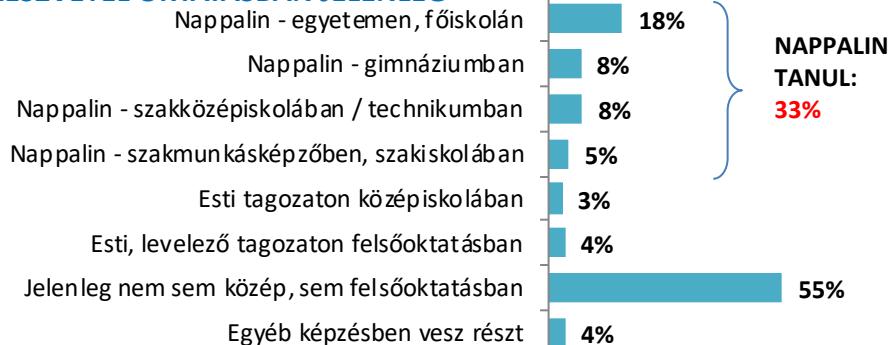
LEGMAGASABB VÉGZETTSÉG



MUNKAVÉGZÉS



RÉSZVÉTEL OKTATÁSBAN JELENLEG



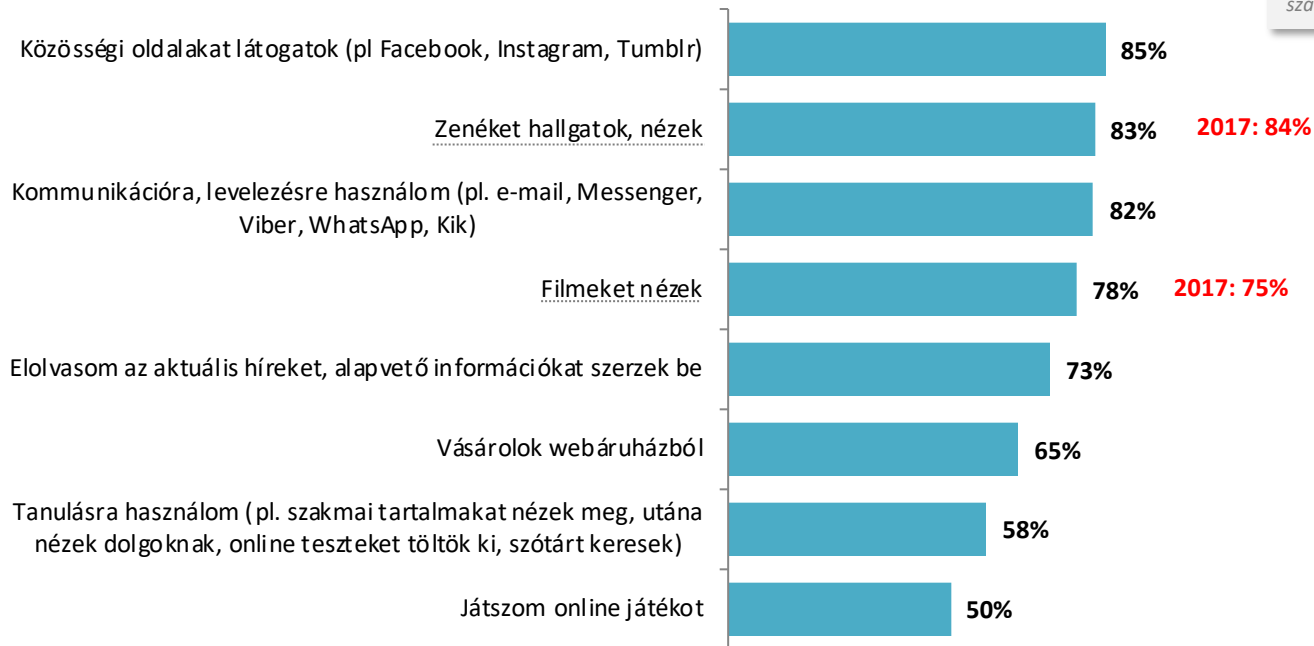
AZ INTERNETHASZNÁLAT CÉLJA

Az internet használatának legelterjedtebb célja a közösségi oldalak elérése, a kommunikáció és a szórakozás digitális tartalmak fogyasztásával (zene/film). A használat célja nem mutat érdemi változást a 3 évvel korábban mértetekhez képest.



AZ INTERNETHASZNÁLAT CÉLJA - 2020

(K1) A következők közül milyen célokra használod az internetet (akár mobilon, akár számítógépen)?

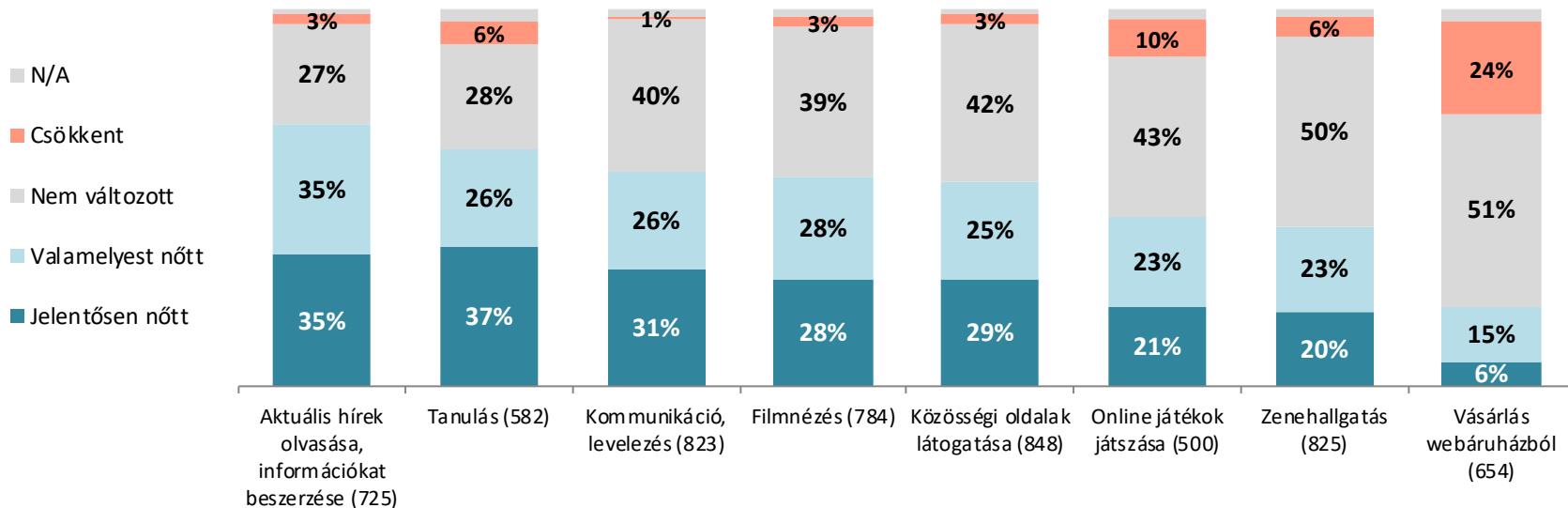


A koronavírus járvány hatására valamennyi területen nőtt az internethasználat intenzitása, különös tekintettel a hírolvasásra és a tanulásra. Negatív „szaldója” egyedül az online vásárlásnak van, ahol a válaszadók egynegyede jelzett csökkenést.



(K1B) A koronavírus járvány miatt bevezetett intézkedések következtében milyen mértékben változtak meg internet-használati szokásaid az alábbi területeken?

A KORONAVÍRUS JÁRVÁNY HATÁSA AZ INTERNETHASZNÁLAT INTENZITÁSÁRA



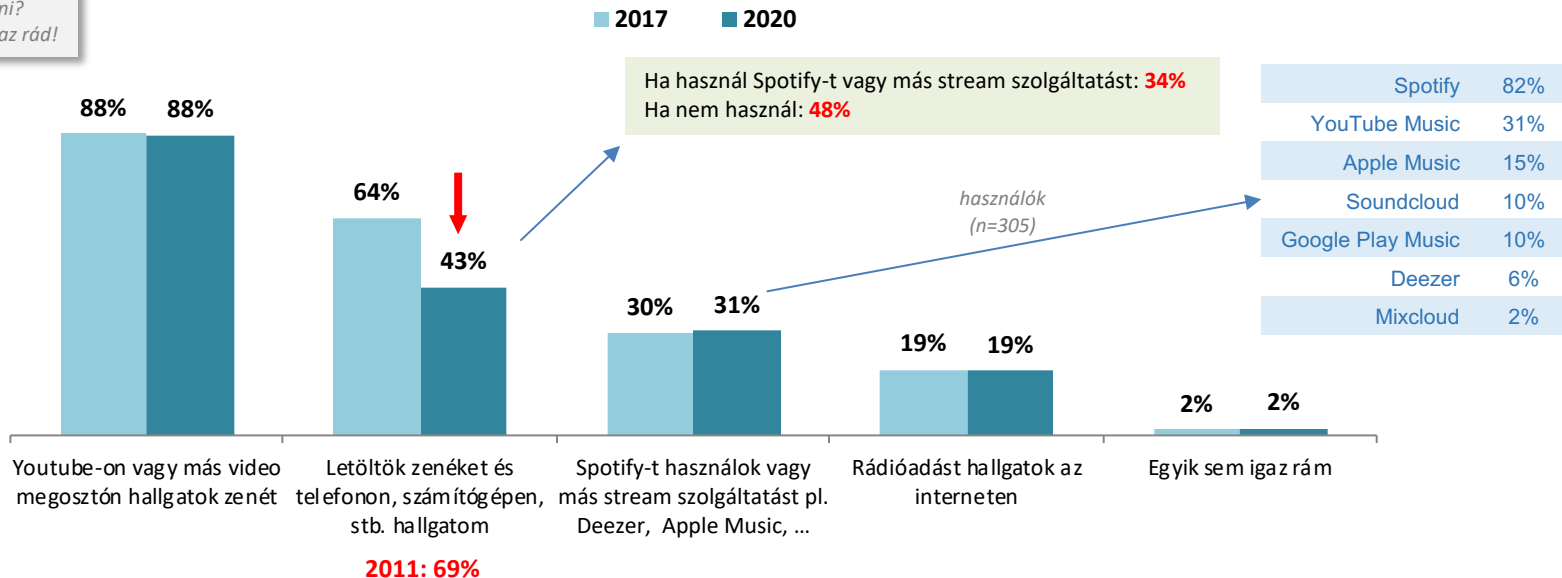
ZENE- ÉS FILMFOGYASZTÁS

A 18-26 éves fiatalok körében a zenehallgatás legfontosabb módja továbbra is a YouTube 88%-kal. A zenék letöltése óriási mértékben csökkent (20% ponttal!) annak ellenére, hogy a streamelhető zeneszolgáltatások használata nem mutat érdemi növekedést. A Spotify vagy más hasonló szolgáltatások igénybevétele a telefonra, számítógépre való letöltések elmaradásához vezetett.



A ZENEFOGYASZTÁS MÓDJA, CSATORNÁJA

(K2) Hogyan szoktál az internet segítségével zenét hallgatni?
Mindegyiket jelöld, ami igaz rád!



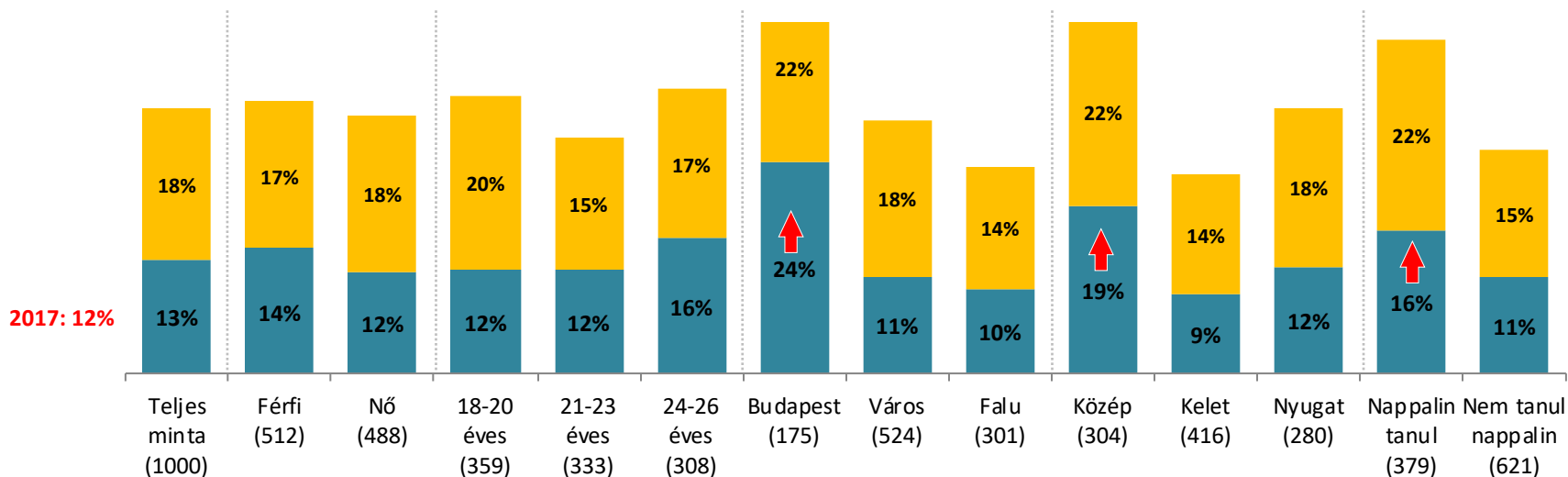
A fiatal felnőttek hozzávetőlegesen 1/8-a használja valamelyik stream-szolgáltató fizetős konstrukcióját, a többség azonban megelégszik a nem fizetős verziók szűkített szolgáltatásaival, reklámjaival. A Közép-Magyarországon, ezen belül a Budapesten élők, valamint a nappali tagozaton tanulók körében magasabb a fizetési készség vagy képesség.



FIZETÉS STREAM ALAPÚ ZENESZOLGÁLTATÁSÉRT

(K3) Van olyan stream alapú zeneszolgáltatás, aminek a fizetős verzióját használod?

Fizetős verziót használ Nem fizetős verziót használ



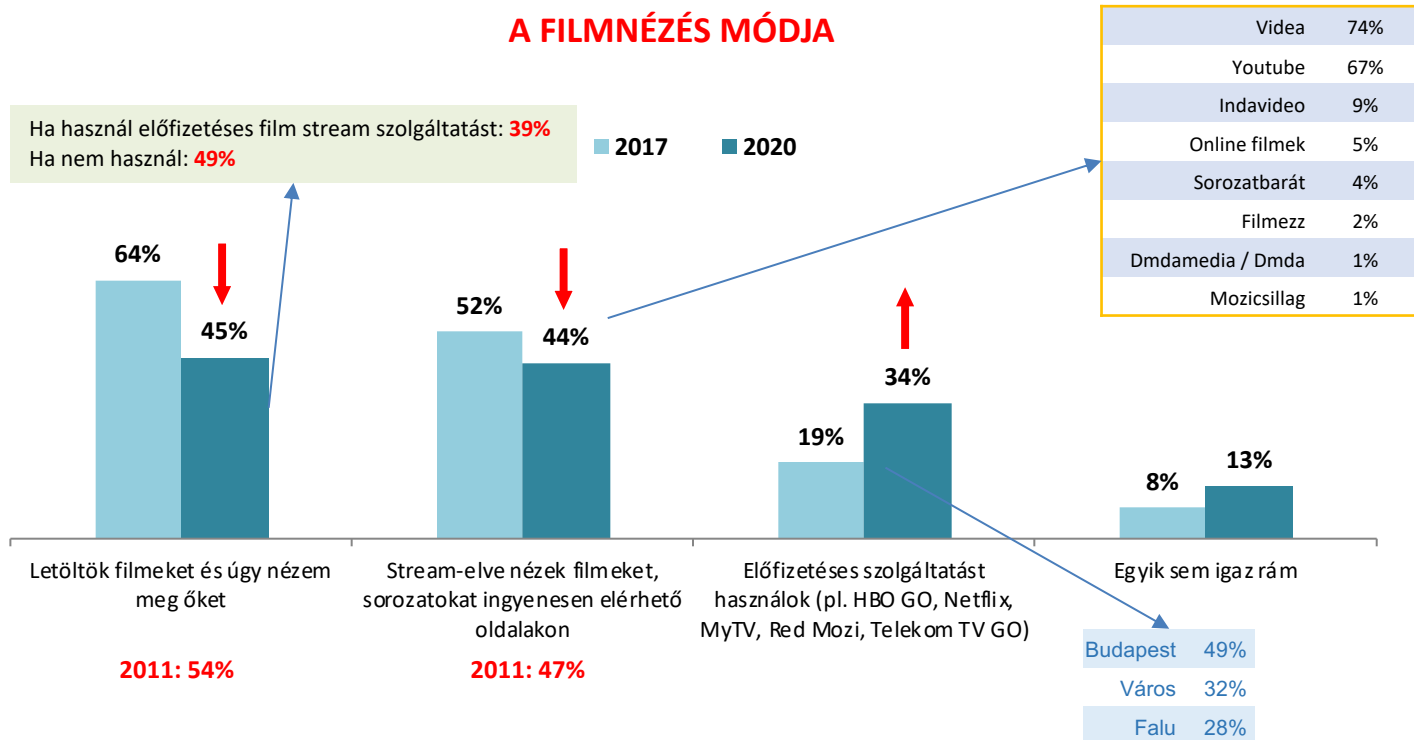
Bázis: teljes minta (N=1000)

A filmek fogyasztása terén jelentős átalakulás következett be 2017 óta: csökkent a letöltők és az ingyenes stream-oldalakat látogatók aránya, ugyanakkor közel megduplázódott az előfizetős stream-szolgáltatást használók aránya. Budapesten minden 2. fiatal felnőtt néz előfizetési szolgáltatást. Az előfizetés használata csökkenti a letöltések gyakorlatát.



(K4) Hogyan szoktál
filmeket nézni?

A FILMNÉZÉS MÓDJA



Bázis: teljes minta (N=1000/év)

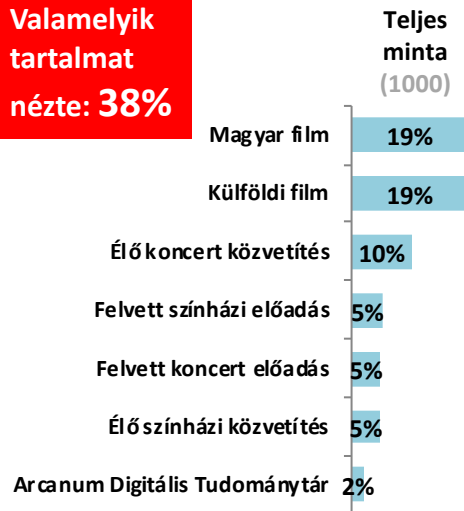
A célcsoport közel 40%-a élt valamelyik, a koronavírus kapcsán ingyenessé tett online tartalom fogyasztásával; a filmek a legnépszerűbbek – különösen a férfiak körében.
Budapesten a külföldi, míg a kisebb településeken a magyar filmek vezetnek a népszerűségi listát.



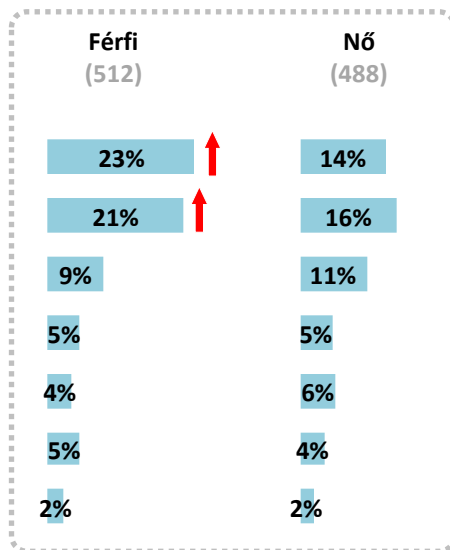
A KORONAVÍRUS KAPCSÁN INGYENESSÉ TETT TARTALMAK FOGYASZTÁSA

(K4C) Kifejezetten a koronavírus miatt bizonyos tartalmakat ingyenesen nézhetővé tették az interneten. Ezek korábban nem voltak elérhetőek vagy fizetősök voltak. Te ezek közül mit néztél már meg?

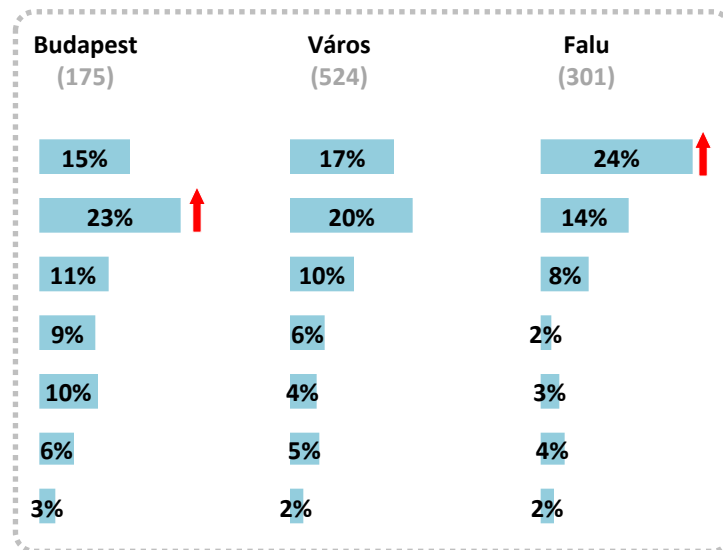
Valamelyik tartalmat nézte: **38%**



NEM



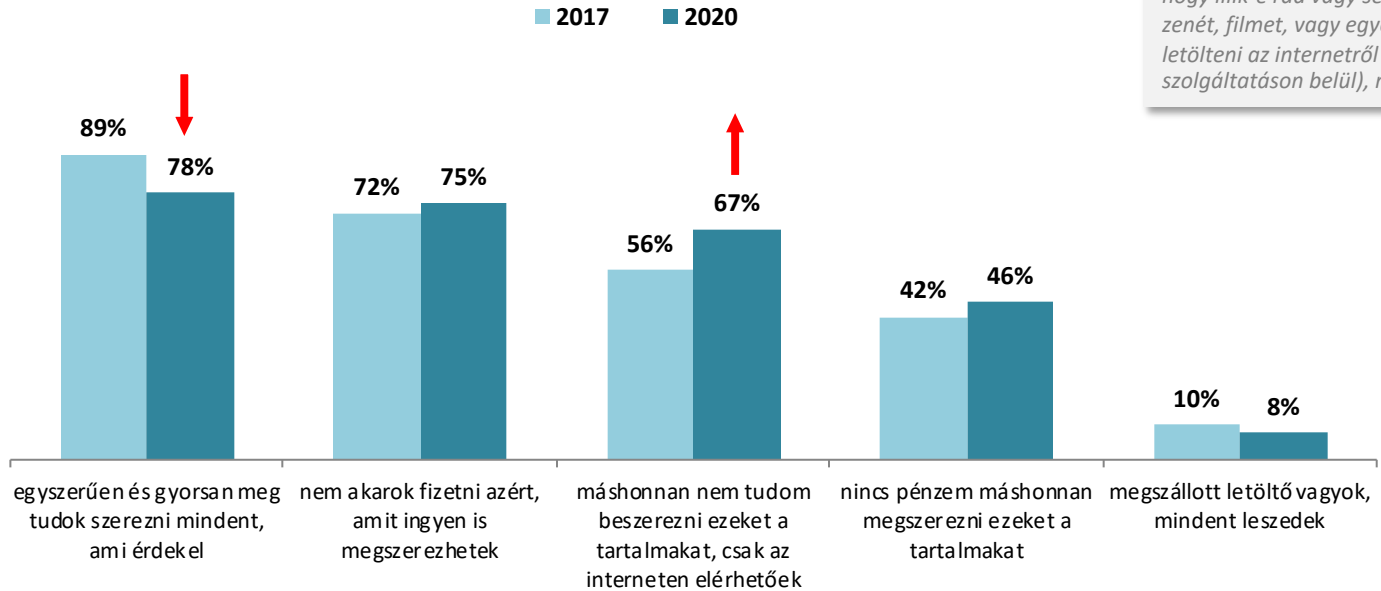
TELEPÜLÉSTÍPUS



LETÖLTÉSI MÓDSZEREK, ATTITÚDÖK

Az letöltések egyik legfontosabb motívuma az online tartalmakhoz való egyszerű és gyors hozzáférés, bár a letöltések súlya és relatív fontossága csökkent 2017-hez képest. Az ingyenes tartalmakért való fizetés elkerülése változatlan érv, ugyanakkor jelentősen növekedett a „máshonnan nem tudom beszerezni az adott tartalmat” válaszadók aránya.

A LETÖLTÉSEKET MOTIVÁLÓ TÉNYEZŐK



(K8) A következő állítások közül melyek igazak rád? Minden állításnál jelöld be, hogy illik-e rád vagy sem. Azért szoktam zenét, filmet, vagy egyéb tartalmakat letölteni az internetről (nem stream szolgáltatáson belül), mert ...

2011: 48%

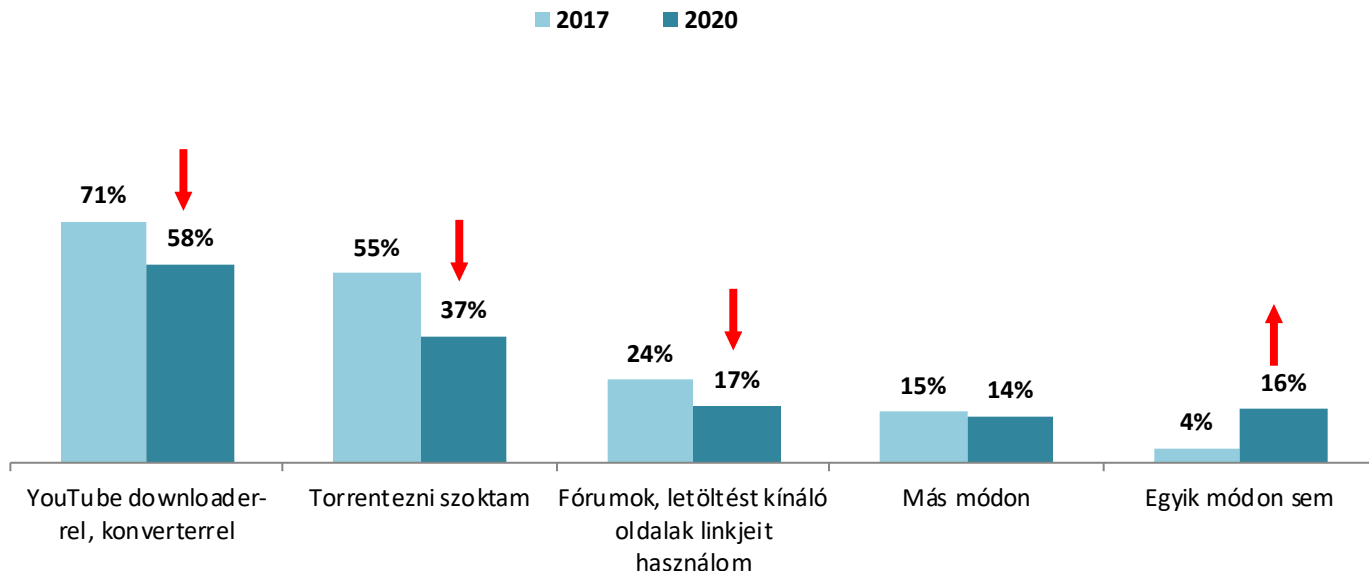
Bázis: akik letöltenek (N=969/926)

Az offline fogyasztást, illetve a fizetés elkerülését lehetővé tevő letöltési módszerek alkalmazása szignifikáns csökkenést mutat 2017 óta – a legnagyobb visszaesés a „torrentezés” terén figyelhető meg. A YouTube downloader őrzi vezető helyét, de szintén csökkenő használati szint mellett. Nőtt viszont az egyik módon sem szoktam letölteni válaszadók aránya.



A LETÖLTÉSEK MÓDSZEREI

(K9) Hogyan szoktál letölteni?



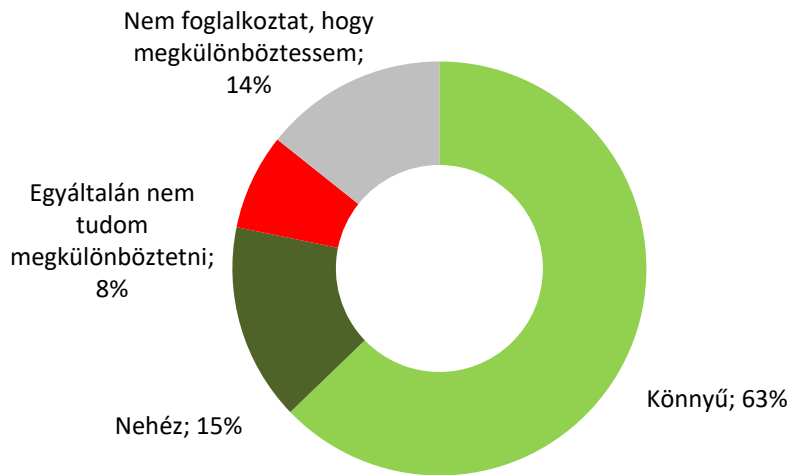
Szignifikánsan, 10 százalékponttal nőtt azok aránya, akiket nem foglalkoztat, hogy bizonyos tartalmak elérhetővé tétele legálisan vagy illegálisan történt-e – 2020-ban a válaszadók negyedét jellemzi ez az attitűd. A legnagyobb csoportot továbbra is azok alkotják, akik könnyűnek vélik a megkülönböztetést.



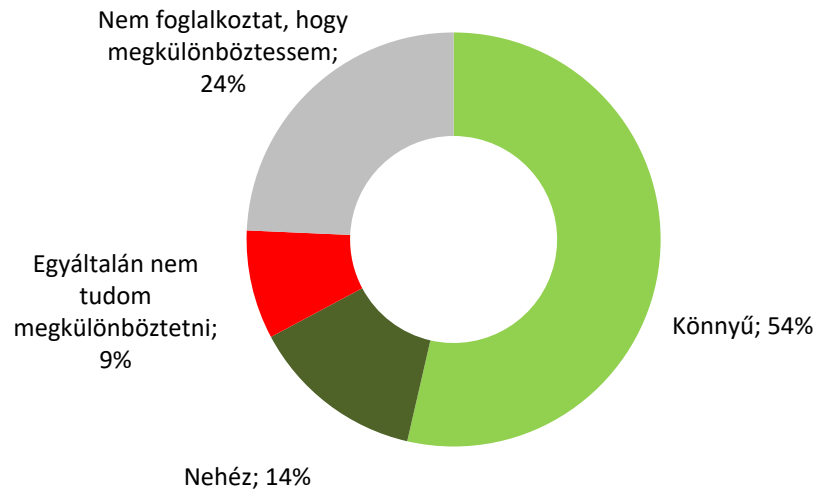
A LEGÁLISAN / ILLEGÁLISAN ELHELYEZETT TARTALMAK MEGKÜLÖNBÖZTETÉSE

(K7) Mennyire egyszerű számodra megkülönböztetni az interneten található legálisan/illegálisan hozzáférhetővé tett tartalmakat?

2017



2020



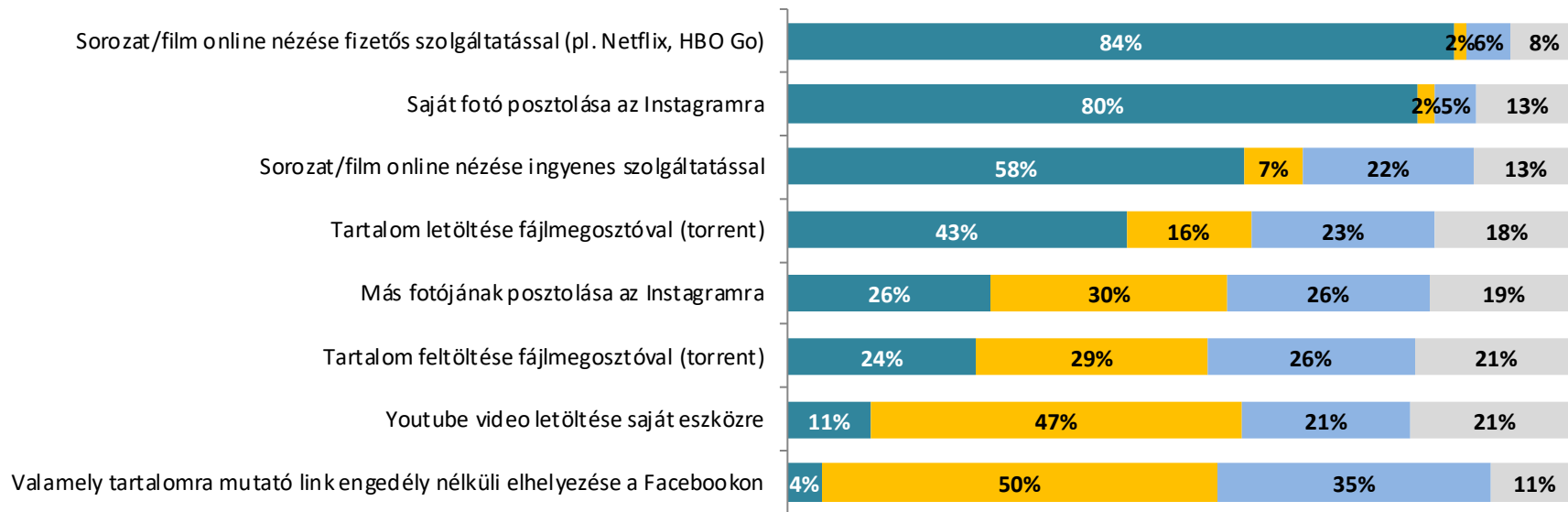
A digitális tartalmak fogyasztásának / beszerzésének / közzétételének megítélése a legalitás szempontjából nagy mértékben változó; számos esetben nem sorolható be egyértelműen egy tevékenység a legális/illegális kategóriákba.

LEGÁLISNAK/ILLEGÁLISNAK TARTOTT TEVÉKENYSÉGEK



(K7B) Kérjük, jelöld meg, hogy az alábbi cselekmények szerinted legálisak vagy illegálisak-e?

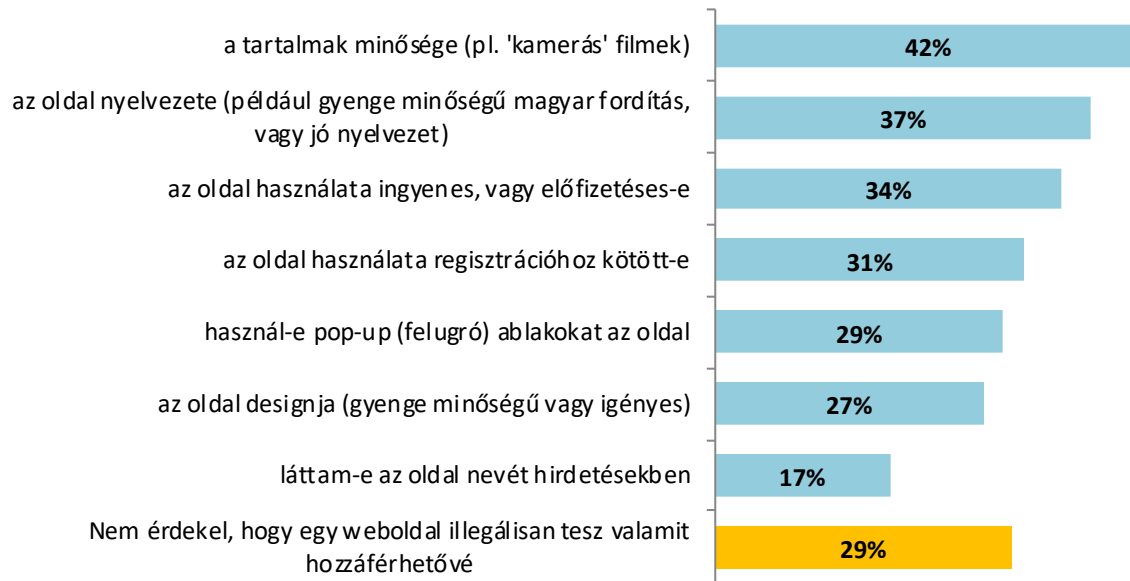
■ Legális ■ Illegális ■ Lehet legális és illegális is ■ Nem tudom



Bázis: teljes minta (N=1000)

A legtöbb a tartalmak minőségéből következtetnek az illegális tevékenységre.
A válaszadók közel 30%-át viszont nem érdekli, hogy egy weboldal engedély nélkül tesz hozzáférhetővé tartalmakat.

LEGÁLISNAK/ILLEGÁLISNAK TARTOTT HOZZÁFÉRHETŐVÉ TÉTEL MEGKÜLÖNBÖZTETÉSÉNEK TÁMPONTJAI



(K7C) Milyen szempontokat veszel figyelembe annak eldöntéséhez, hogy egy weboldal engedély nélkül (illegálisan) tesz-e hozzáférhetővé az interneten szerzői jog által védett tartalmakat?

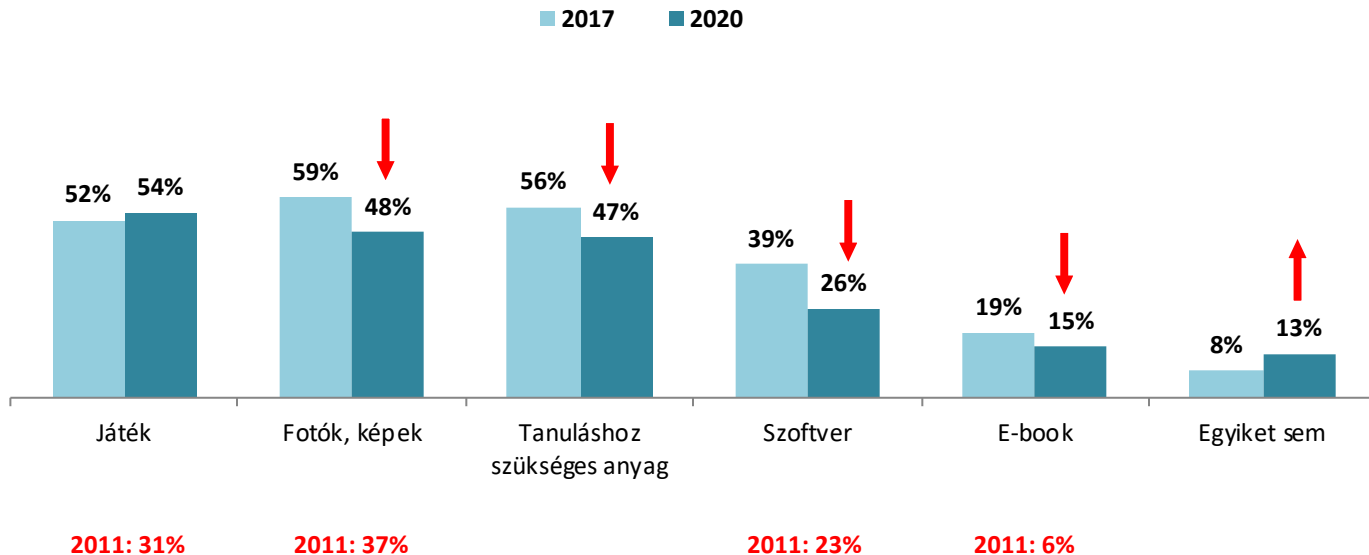
LETÖLTÖTT TARTALMAK / FIZETÉS

A játékokat leszámítva, ahol enyhe növekedés volt megfigyelhető 2017 óta, szignifikánsan csökkent a digitális tartalmak (zene és film nélkül) letöltése. A legnagyobb mértékű csökkenés a szoftvereknél tapasztalható.



A ZENEI / FILM TARTALMAKON TÚLI DIGITÁLIS TERMÉKEK, ANYAGOK LETÖLTÉSE

(K5) Mit szoktál letölteni az
internetről az alábbiak közül?

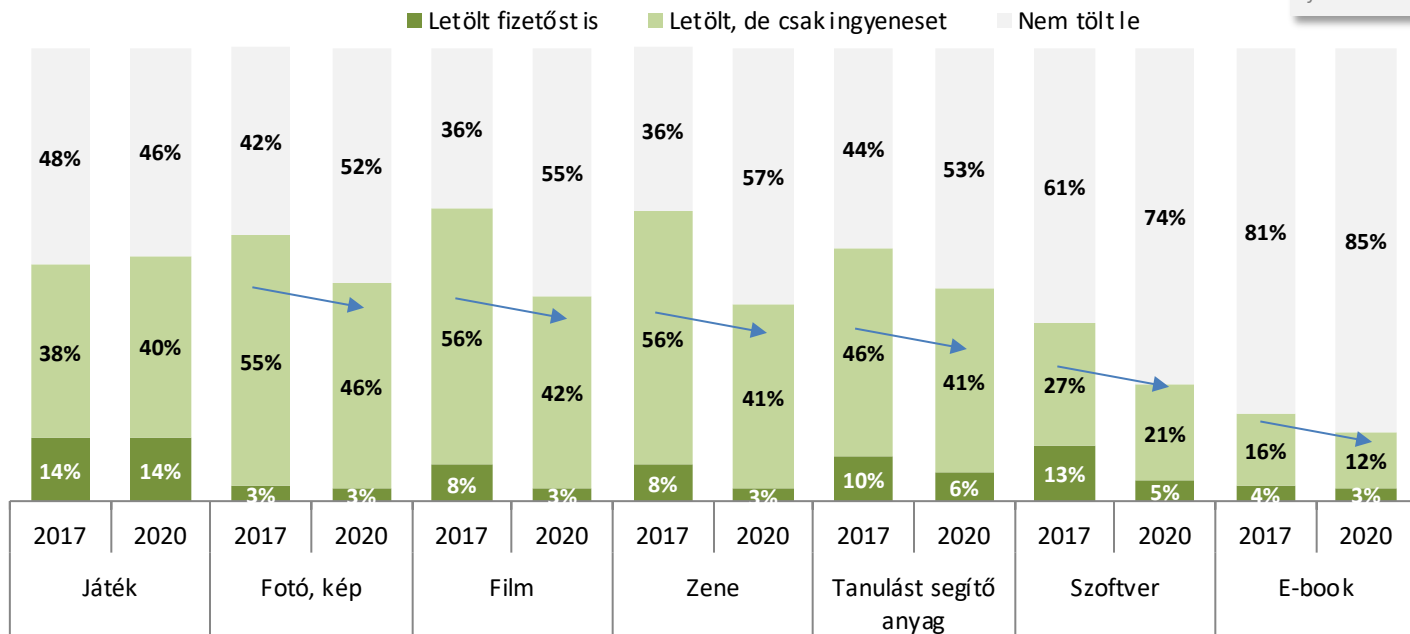


2020-ra a filmek és zenék esetében is többségbe kerültek azok, akik nem töltenek le ilyen tartalmakat. Egyedül a játékok letöltése őrizte meg a 2017-es arányt, az „összecsapások” offline-ból online térbe vonulása is hozzájárulhatott a fizetési hajlandóság szinten maradásához.



FIZETÉS A LETÖLTÉSEKÉRT (MOSTANÁBAN)

(K6) Amikor az alábbi dolgokból töltesz le, akkor mennyire jellemző, hogy fizetni kell érte?



A letöltött tartalmak közül legnagyobb arányban a játékokért fizetnek (14%), ami elsősorban a férfiaknak „köszönhető”. A letöltésekért fizető fiatalok aránya több terméktípus esetén is magasabb a városokban.



FIZETÉS A LETÖLTÉSEKÉRT

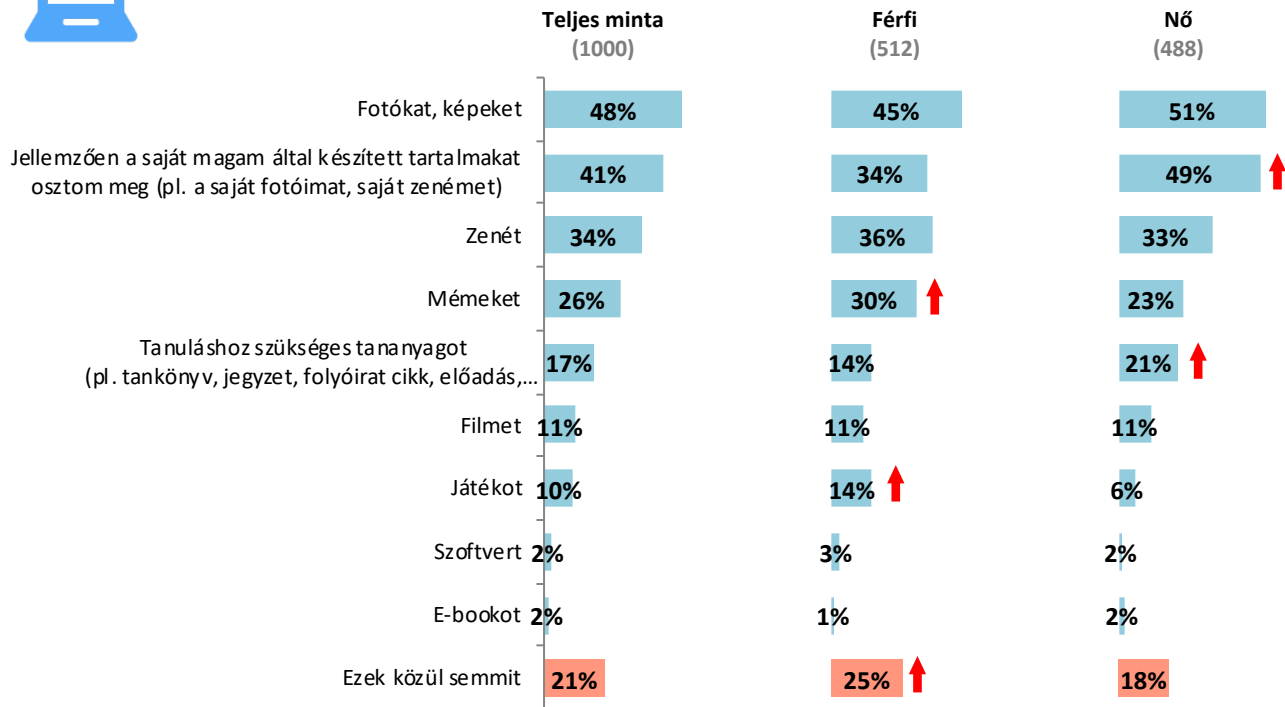
(K6) Amikor az alábbi dolgokból töltesz le, akkor mennyire jellemző, hogy fizetni kell érte?

2020		Férfi (512)	Nő (488)	18-20 éves (359)	21-23 éves (333)	24-26 éves (308)	Városban él (699)	Faluban él (301)
Játék	14%	22% ↑	6%	15%	13%	15%	16% ↑	10%
Tanuláshoz szükséges tananyag	6%	7%	6%	5%	6%	8%	8% ↑	3%
Szoftver	5%	7% ↑	2%	5%	5%	4%	5%	4%
E-book	3%	2%	5% ↑	1%	3%	5% ↑	4% ↑	1%
Film	3%	3%	3%	4%	2%	2%	3%	3%
Fotó, kép	3%	5% ↑	1%	3%	3%	2%	3%	2%
Zene	3%	4% ↑	1%	3%	1%	3%	3%	2%

A legtöbben (a megkérdezettek fele) fotókat, képeket osztanak meg másokkal. A „saját készítésű” tartalmak megosztása a nőkre jellemzőbb, miként a tanulást támogató anyagok továbbadása is. A férfiak szignifikánsan magasabb arányban osztanak meg mémeket és játékokat a nőkhöz képest. A megosztás csatornája elsősorban a közösségi média.

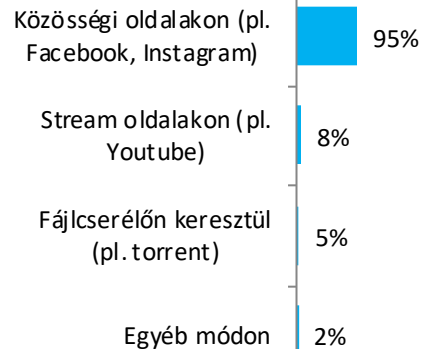


MEGOSZTOTT DIGITÁLIS TARTALMAK



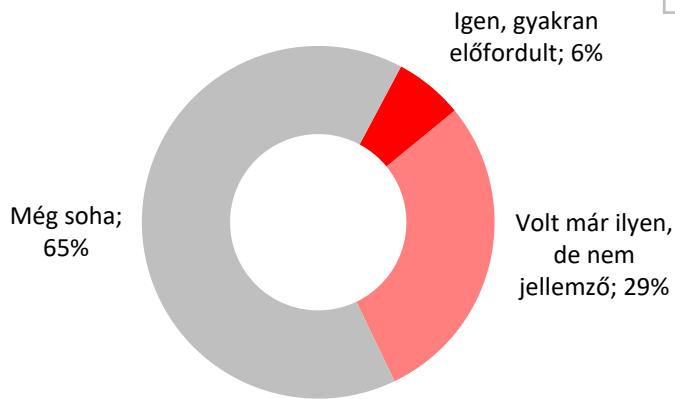
(K10) . Mit szoktál megosztani az alábbiak közül?
(K10B) Hogyan szoktál tartalmakat megosztani?

CSATORNA



A megosztók harmada „futott bele” tartalom blokkolásába, akiknek csak a harmada próbált ez ellen tiltakozni. A tiltakozás az esetek nagyobb részében járt sikerrel.

MEGOSZTANI KÍVÁNT TARTALMAK BLOKKOLÁSA

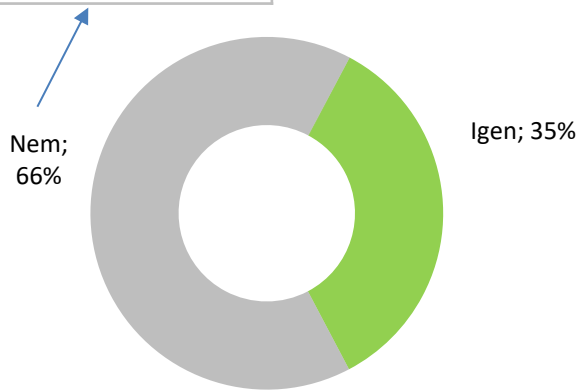


Bázis: akik megosztanak (n=788)

TELJES MINTÁRA
VETÍTVE: 28%

TILTAKOZÁS

Nem látta értelmét	42%
Jogosnak tartotta	31%
Nem érdekelte a blokkolás	15%
Egyéb	4%



Bázis: akiket blokkoltak (n=276)

TELJES MINTÁRA
VETÍTVE: 10%

EREDMÉNYESSÉG



Bázis: akik tiltakoztak (n=95)

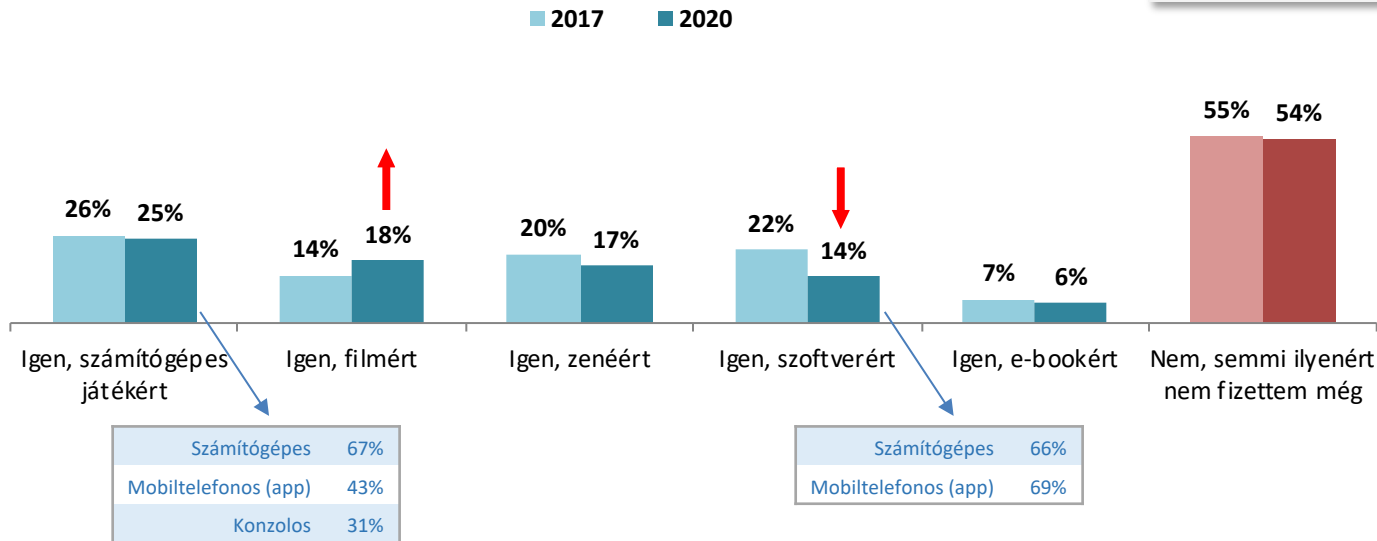
TELJES MINTÁRA
VETÍTVE: 6%

A válaszadók kisebbik része (46%) fizetett már valaha legális forrásból származó online tartalmakért. A fizetési hajlandóság a filmes tartalmak esetében növekedett, a szoftvervásárlás esetében ugyanakkor csökkent. Továbbra is a számítógépes játékokért fizettek a legtöbben (válaszadók egynegyede).



FIZETÉS LEGÁLIS DIGITÁLIS TARTALMAKÉRT (VALAHA)

(K11) Fizetettél már valaha azért, hogy legális forrásból interneten zenét, filmet, szoftvert, könyvet vagy játékot tölthess, menthess le, nézhess, hallgathass?



A soha nem fizetők körében 2017 óta a fizetési hajlandóság nem javult.



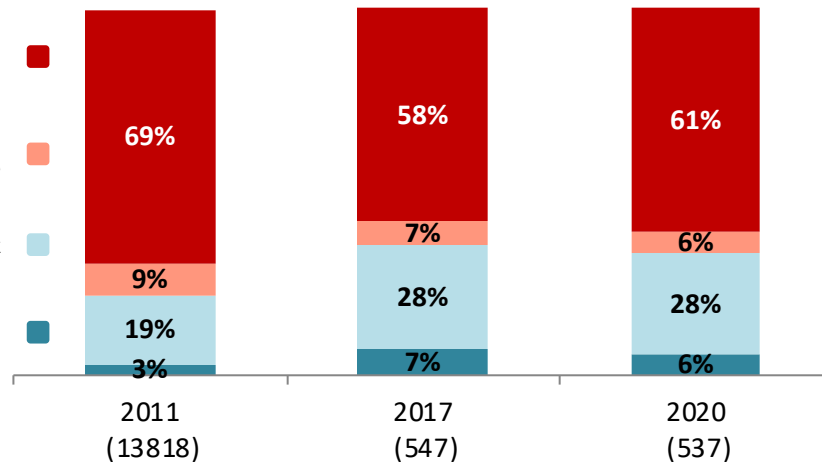
FIZETÉSI HAJLANDÓSÁG A JÖVŐBEN (A SOHA NEM FIZETŐK KÖRÉBEN)

Nem, mert nekem mindegy, hogy legálisan vagy nem legálisan került fel az internetre a letölthető tartalom

Nem, amíg van olyan oldal, ahonnan ingyenesen tölthetek le

Igen, de csak ha megfizethető áron kínálják

Igen



(K12) Hajlandó lennél fizetni azért, hogy legális forrásból szerezz be dolgokat (zenét, filmet, e-bookot, szoftvert, játékot), hogy internet nélkül is tudd hallgatni, nézni, olvasni, használni?

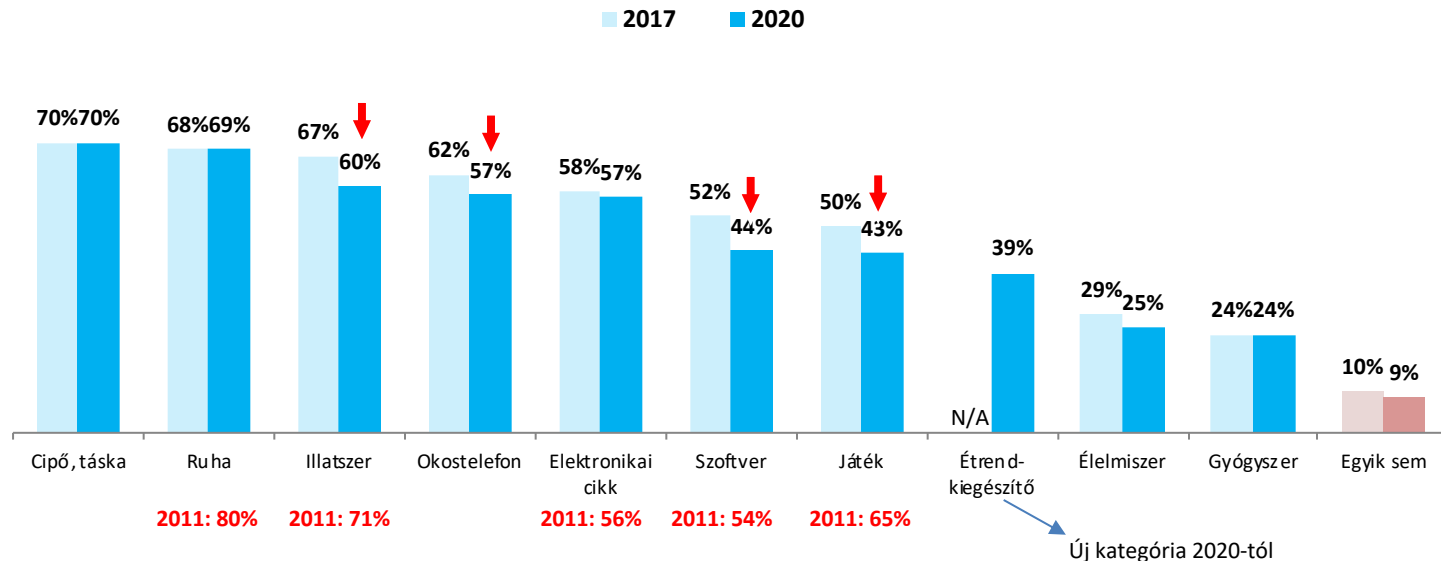
HAMIS TERMÉKEK

Továbbra is a cipő, táska, ruha vezetik a felismert hamis termékféleségek listáját a 2017-ben mért arányok változatlanok. Szignifikáns csökkenés figyelhető meg ugyanakkor több kategóriában is: illatszer, okostelefon, szoftver és játék. Továbbra is nagyon kevesen vannak azok, akik nem azonosítottak hamis terméket.

TALÁLKOZÁS HAMIS TERMÉKEKKEL



(K13) Milyen hamis termékekkel találkoztál már?

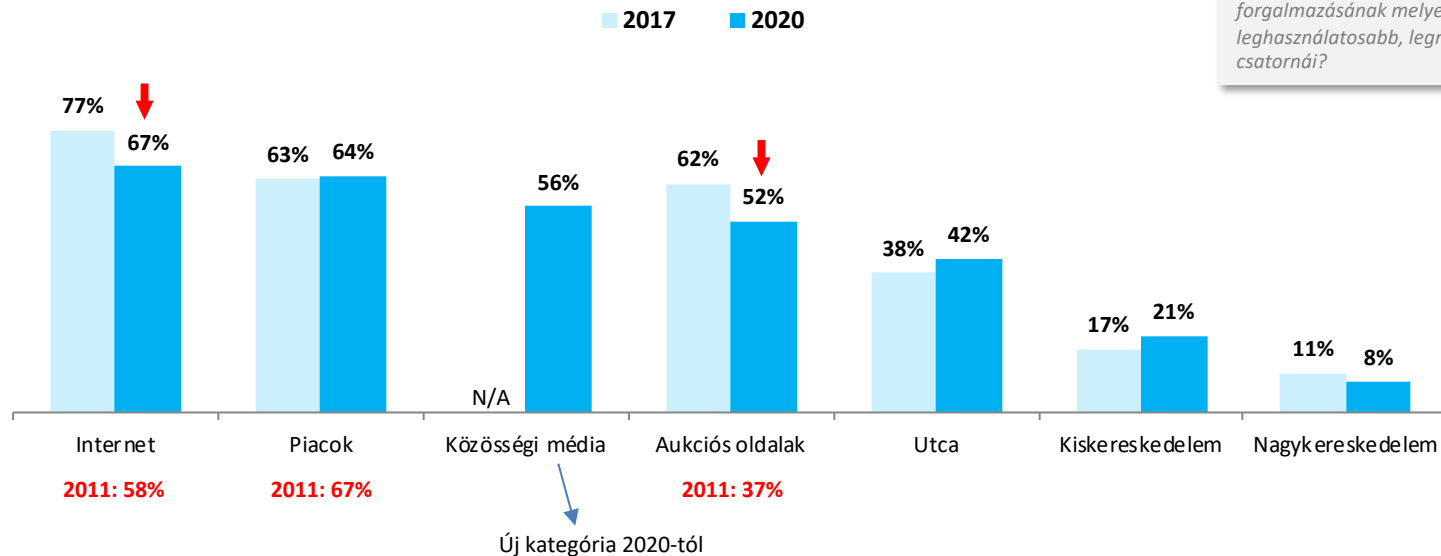


Bázis: teljes minta (N=1000/év)

A hamis termékek értékesítését (csökkenő mértékben) legtöbbször az internethez kötik. A piacok kapcsolása az ilyen termékek forgalmazásához stagnál, a közösségi média (új kategória) szintén dobogós helyezést ért el.

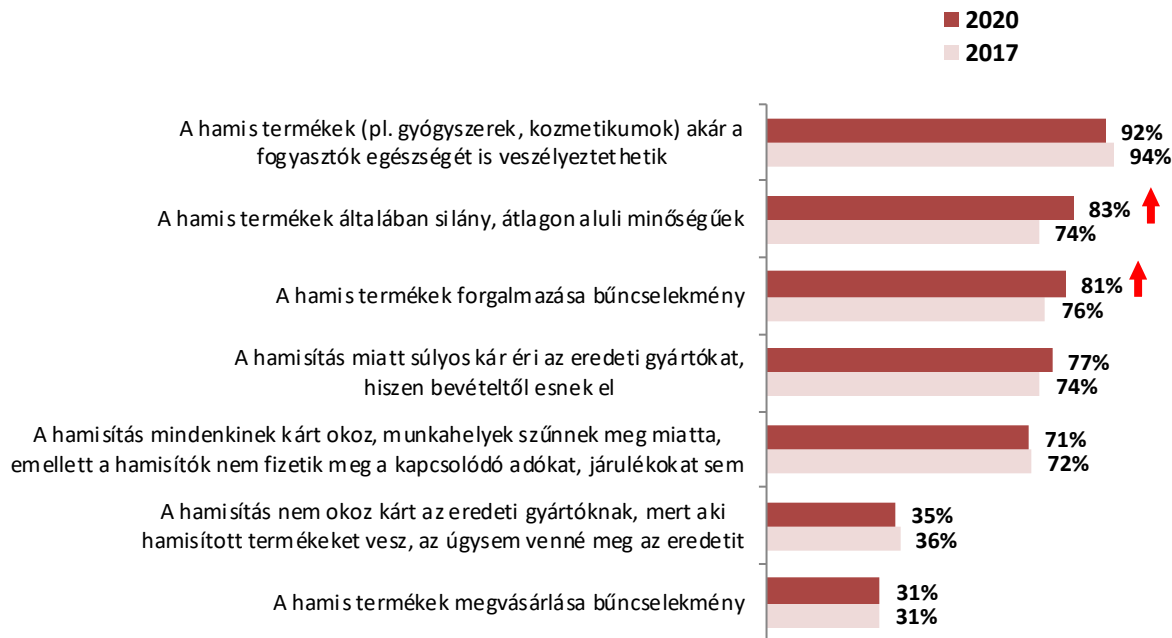


A HAMIS TERMÉKEK ÉRTÉKESÍTÉSÉHEZ ASSZOCIÁLT CSATORNÁK



A potenciális egészségügyi kockázatok érzete továbbra is erős bizonyos termékkategóriák esetében (gyógyszerek, kozmetikumok). A hamis termékek minőségét illetően erősödtek a negatív percepciók és nőtt azok száma, akik a forgalmazást büntethetőnek tartják.

A HAMIS TERMÉKEK MEGÍTÉLÉSE



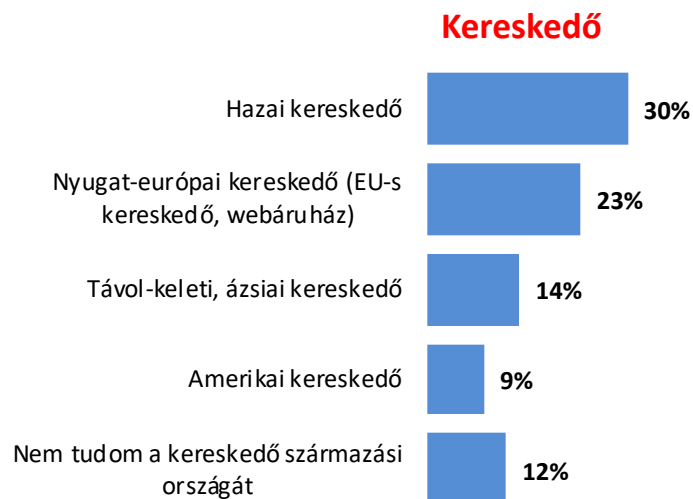
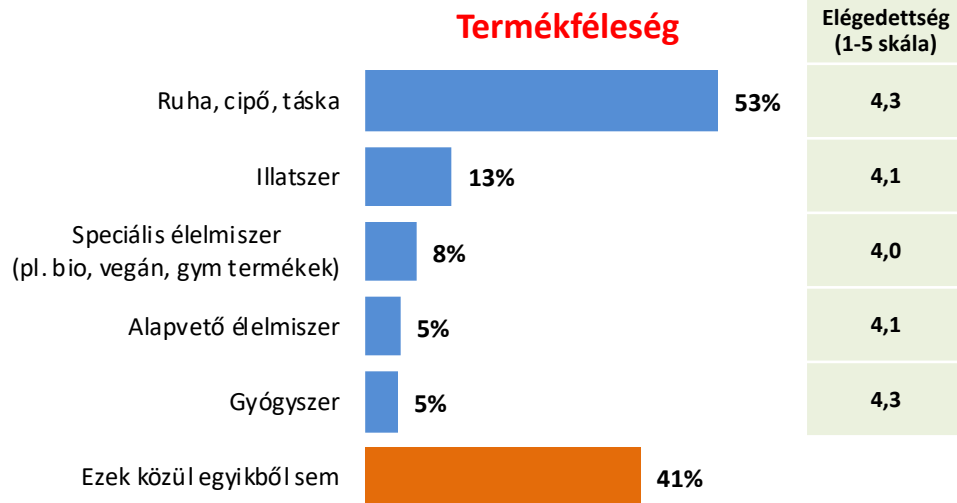
(K15) Mely állításokkal értesz egyet?

10-ből 6 fiatal felnőtt vásárolt valamilyen terméket az interneten keresztül 2019 során, a legtöbbben – a válaszadók fele – ruhát vásároltak. A legtöbbben hazai kereskedőtől vásároltak, összesítve azonban a külföldi áruházak használata meghaladja a magyarokét. A megvásárolt termékekkel az elégedettség „jó” szintet ér el.



INTERNETES VÁSÁRLÁSOK - 2019

(K16) 2019 folyamán melyik termékfélésekből vásároltál az interneten keresztül?
(K17) Milyen kereskedőtől vásároltál az alábbi termékekből?
(K18) Mennyire voltál elégedett az alábbi interneten vásárolt termék(ek) minőségével



(K16) 2019 folyamán melyik
termékkélelésegekből vásároltál az
interneten keresztül?
(K17) Milyen kereskedőktől
vásároltál az alábbi termékekből?

INTERNETES VÁSÁRLÁSOK - 2019

