



Free Association Research Kft. \$  
1065 Budapest \$  
Révay u. 10. \$  
[www.free-association.hu](http://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 kutatás háttere, módszere, a mintavétel jellemzői

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

## A kutatás főbb megállapításai 3/2

- 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 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

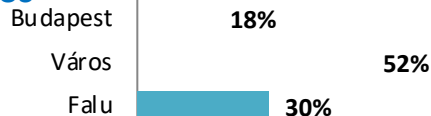


## KOR

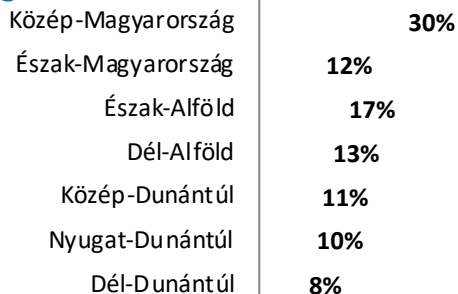
Átlag:  
21,8 év



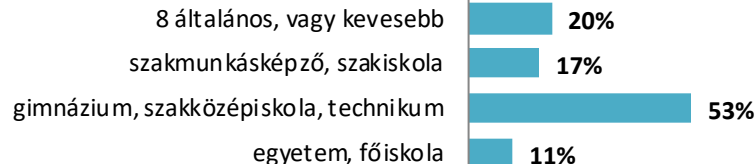
## TELEPÜLÉSTÍPUS



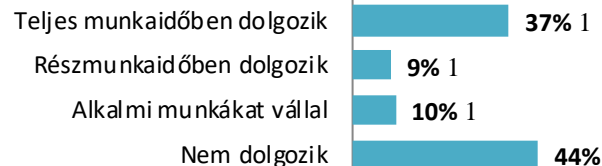
## RÉGIÓ



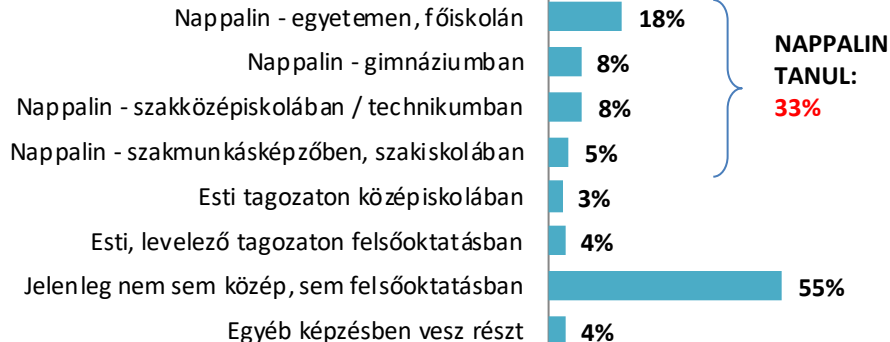
## LEGMAGASABB VÉGZETTSÉG



## MUNKAVÉGZÉS



## RÉSZVÉTEL OKTATÁSBAN JELENLEG



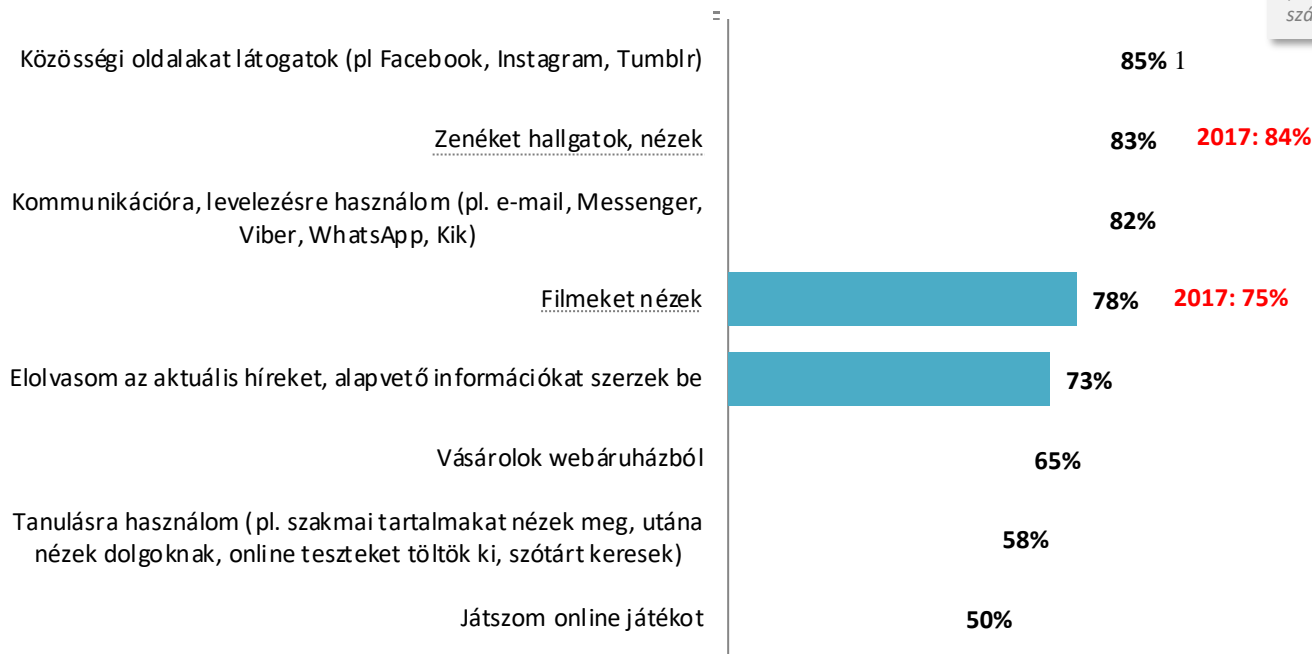
# AZ INTERNETHASZNÁLAT CÉLJA "

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 mértékhez képest.



## AZ INTERNETHASZNÁLAT CÉLJA - 2020 \$

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

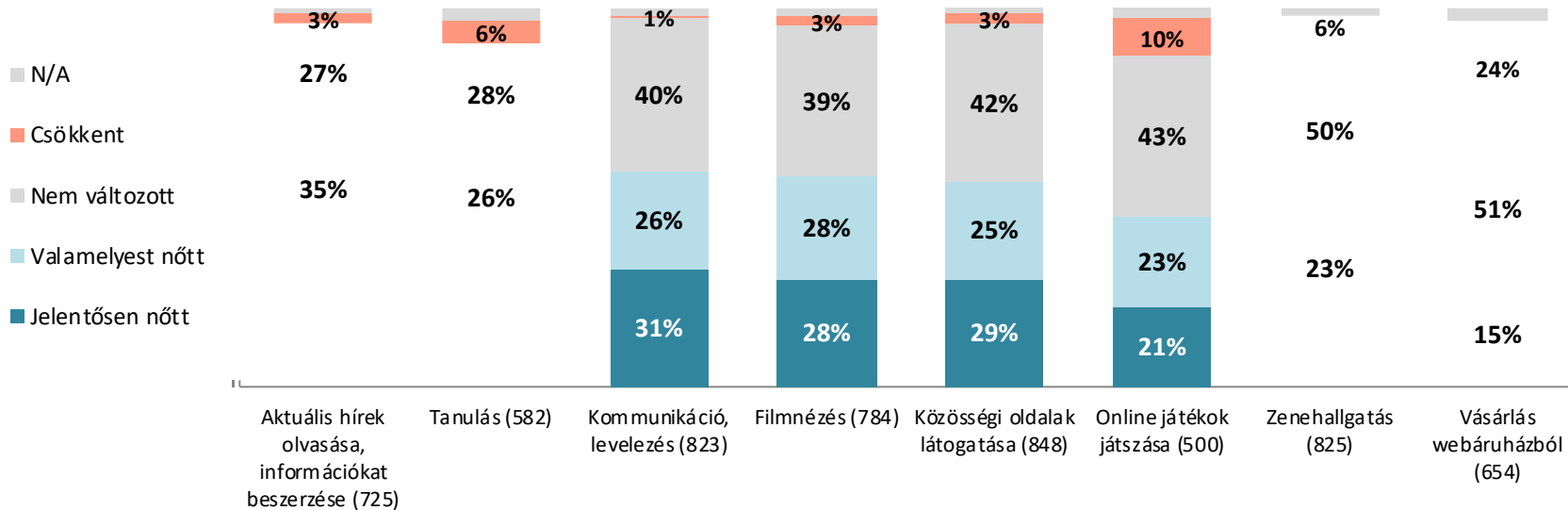


A koronavírus járvány hatására valamennyi területen nőtt az internethasználat intenzitása, különös tekintettel a hírolvasásra és a tanulásra. Negatív „szaldója” egyedül az online vásárlásnak van, ahol a válaszadók egynegyede jelzett csökkenést.



(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



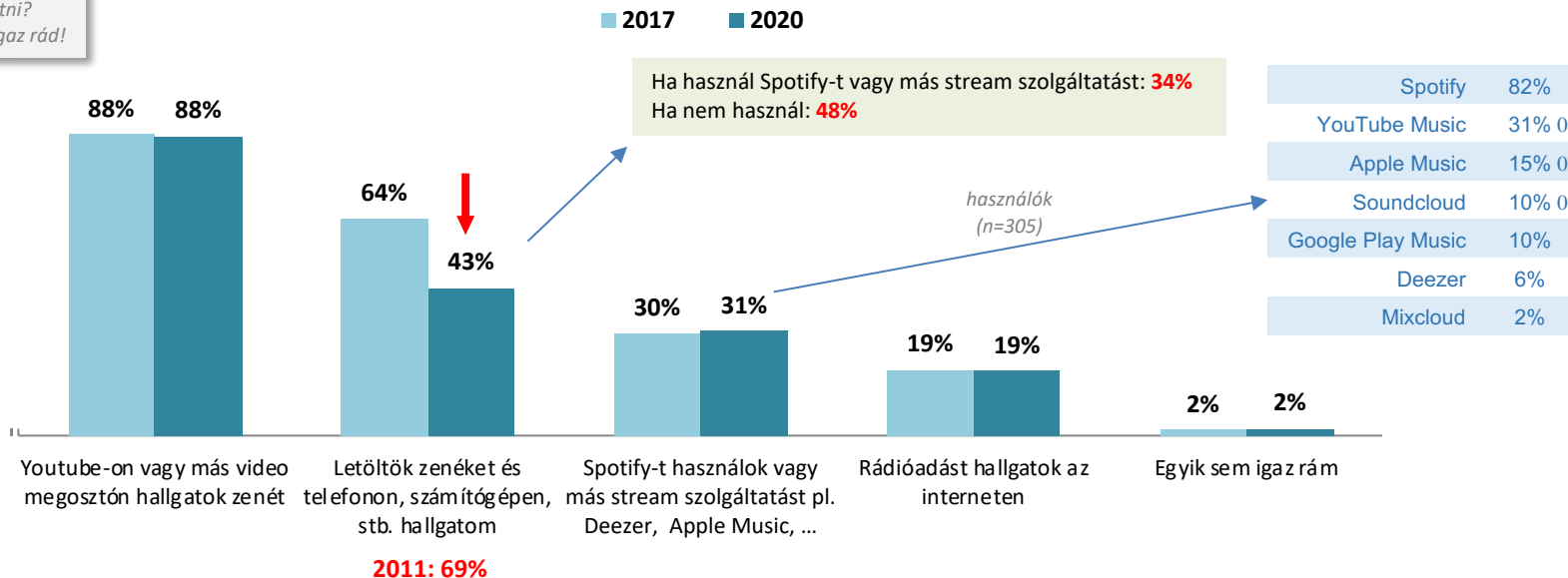
# ZENE- ÉS FILMFOGYASZTÁS "

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!



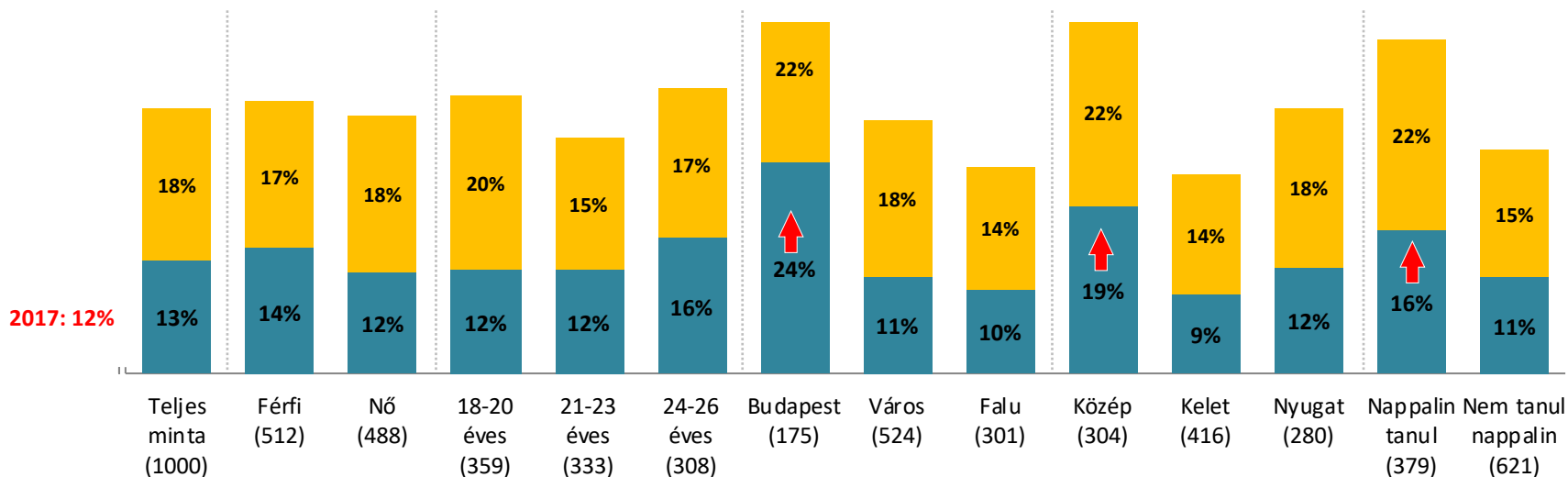
A fiatal felnőttek hozzávetőlegesen 1/8-a használja valamelyik stream-szolgáltató fizetős konstrukcióját, a többség azonban megelégszik a nem fizetős verziók szűkített szolgáltatásaival, reklámjaival. A Közép-Magyarországon, ezen belül a Budapesten élők, valamint a nappali tagozaton tanulók körében magasabb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

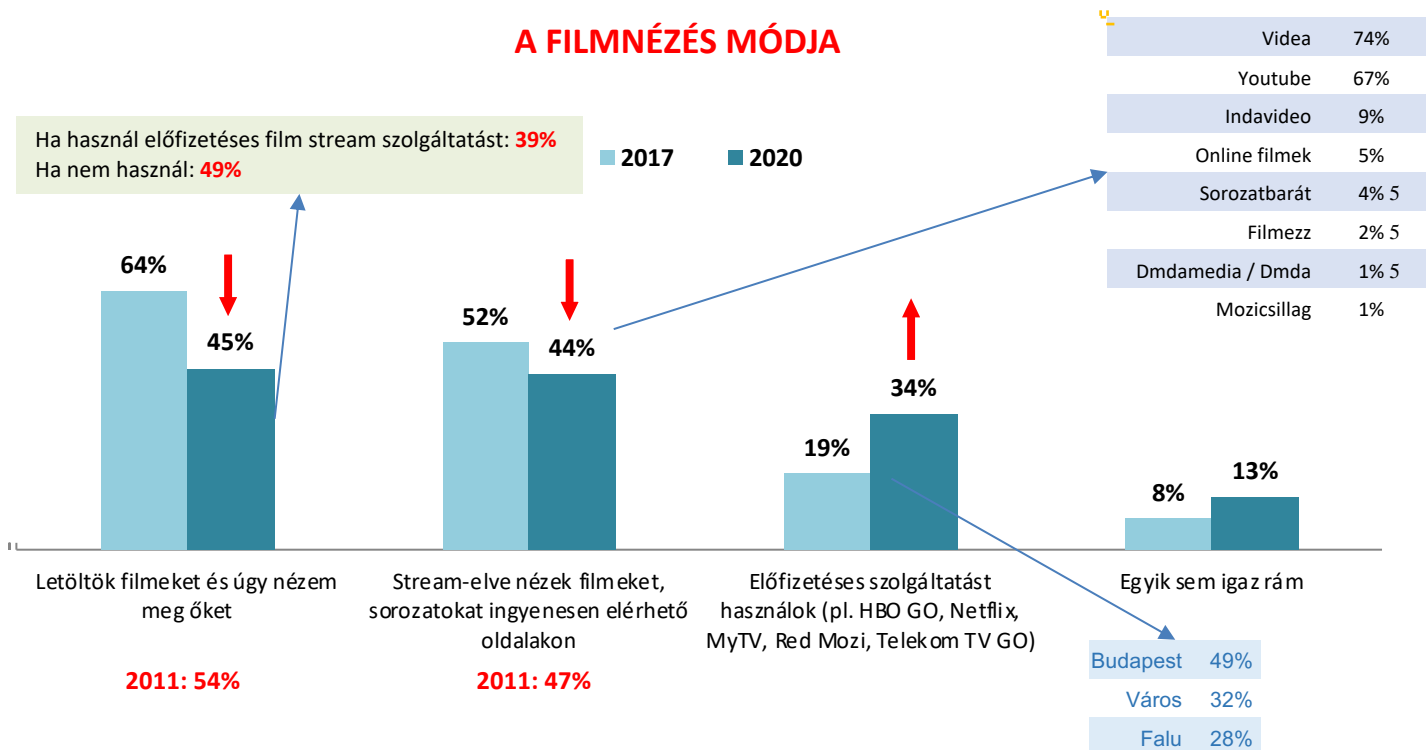


A filmek fogyasztása terén jelentős átalakulás következett be 2017 óta: csökkent a letöltők és az ingyenes stream-oldalakat látogatók aránya, ugyanakkor közel megduplázódott az előfizetős stream-szolgáltatást használók aránya. Budapesten minden 2. fiatal felnőtt néz előfizetési szolgáltatást. Az előfizetés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



(K4) Hogyan szoktál  
filmeket nézni?

## A FILMNÉZÉS MÓDJA



Bázis: teljes minta (N=1000/év)

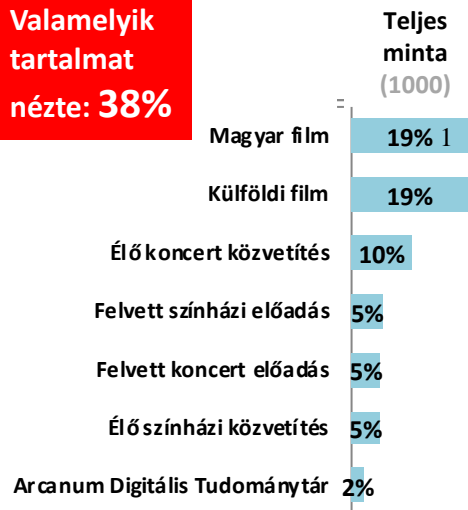
A célcsoport közel 40%-a élt valamelyik, a koronavírus kapcsán ingyenessé tett online tartalom fogyasztásával; a filmek a legnépszerűbbek – különösen a férfiak körében. Budapesten a külföldi, míg a kisebb településeken a magyar filmek vezetnek a népszerűségi listán. #



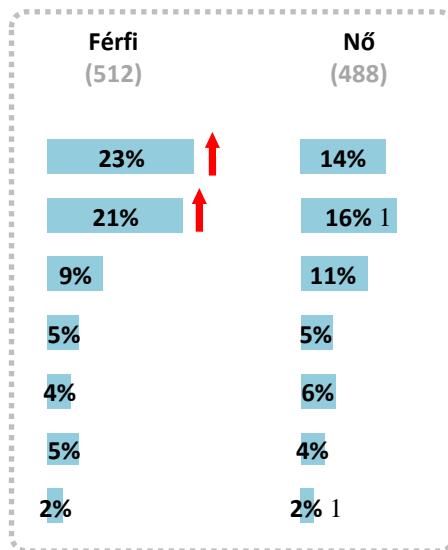
## A KORONAVÍRUS KAPCSÁN INGYENESSÉ TETT TARTALMAK FOGYASZTÁSA

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

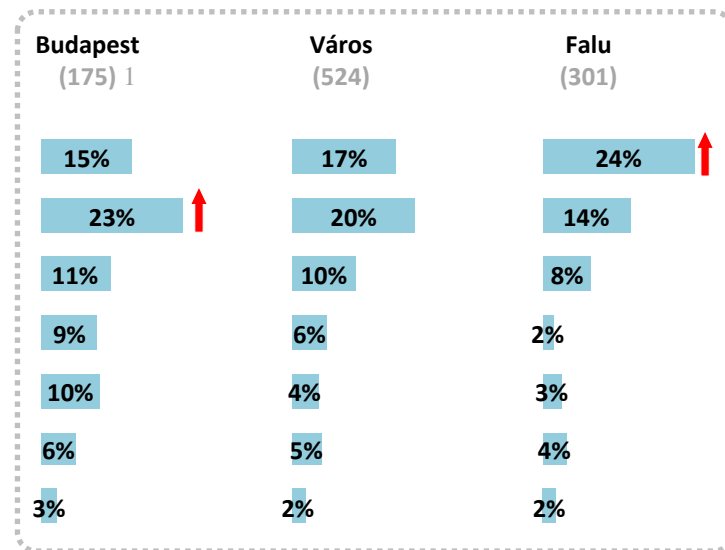
Valamelyik tartalmat nézte: **38%**



### NEM 4



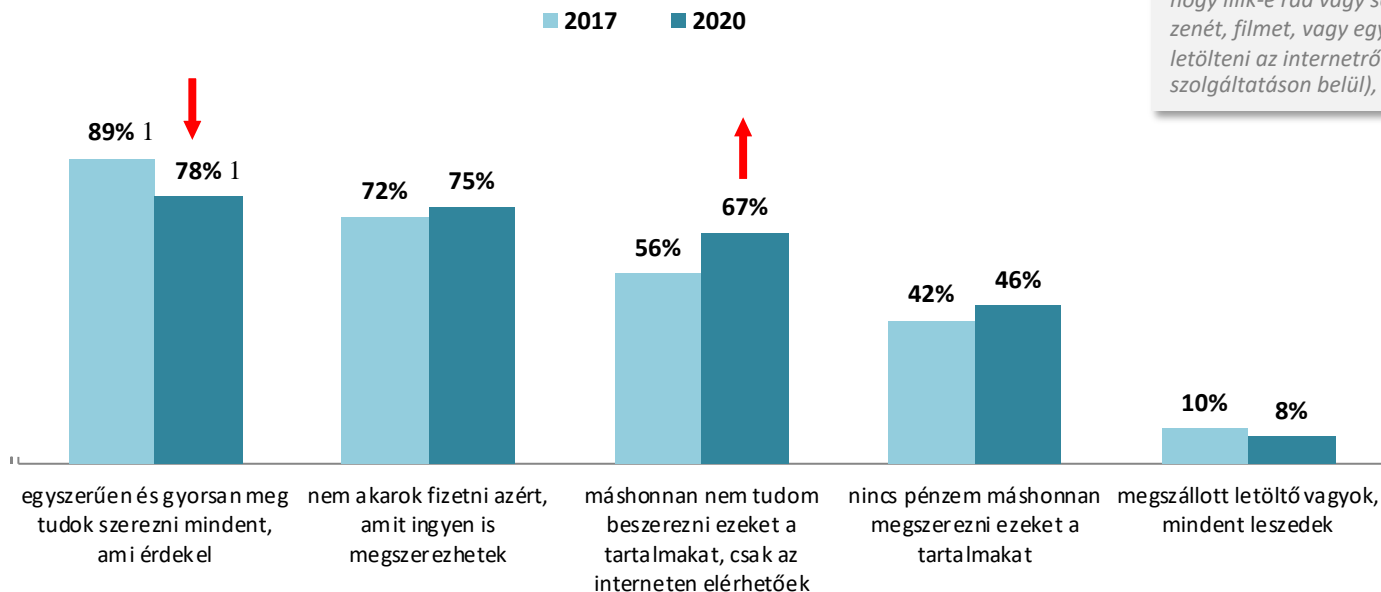
### TELEPÜLÉSTÍPUS



**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 ...

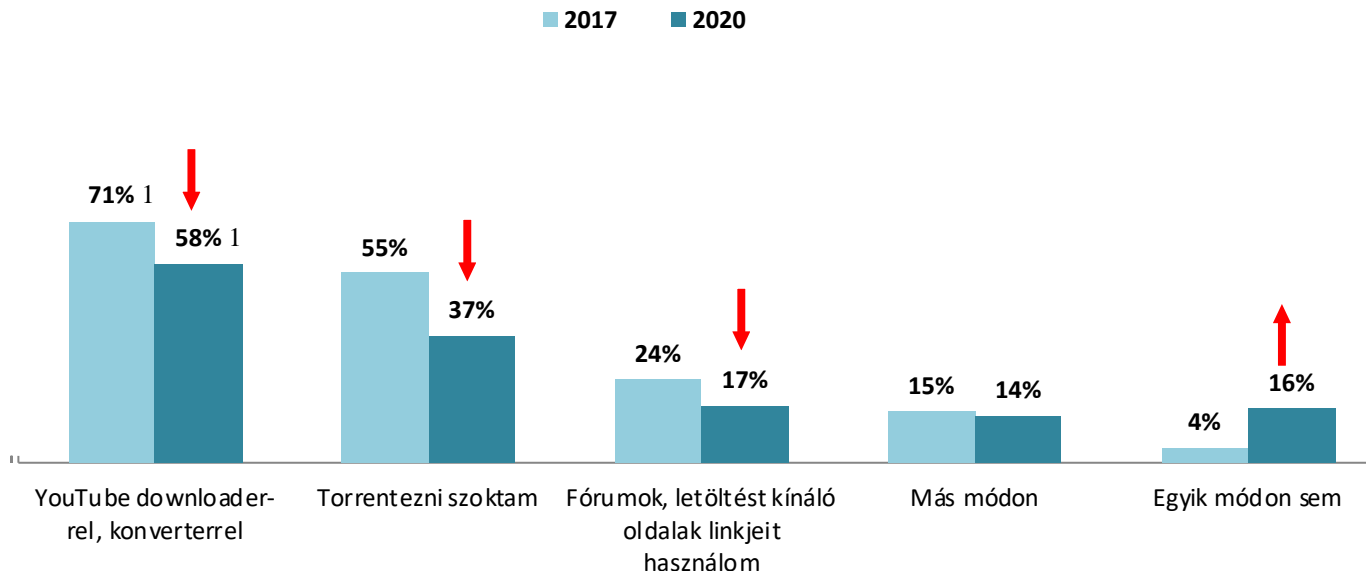
2011: 48%

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.

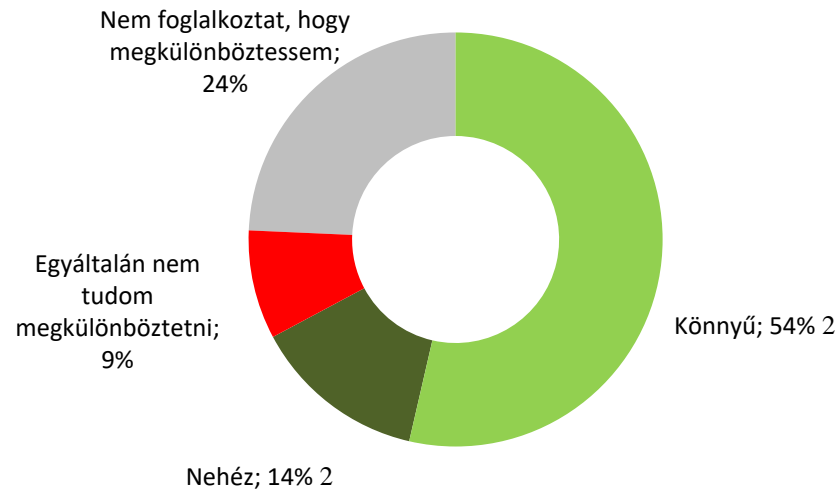
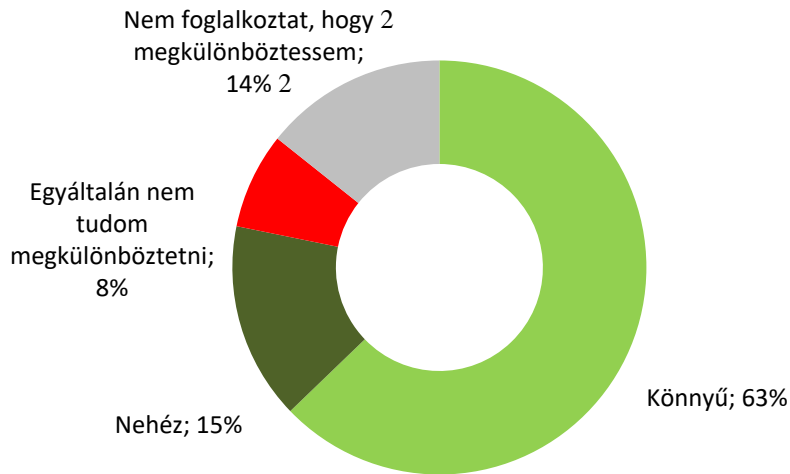


## A LEGÁLISAN / ILLEGÁLISAN ELHELYEZETT TARTALMAK MEGKÜLÖNBÖZTETÉSE \$

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

2017

2020



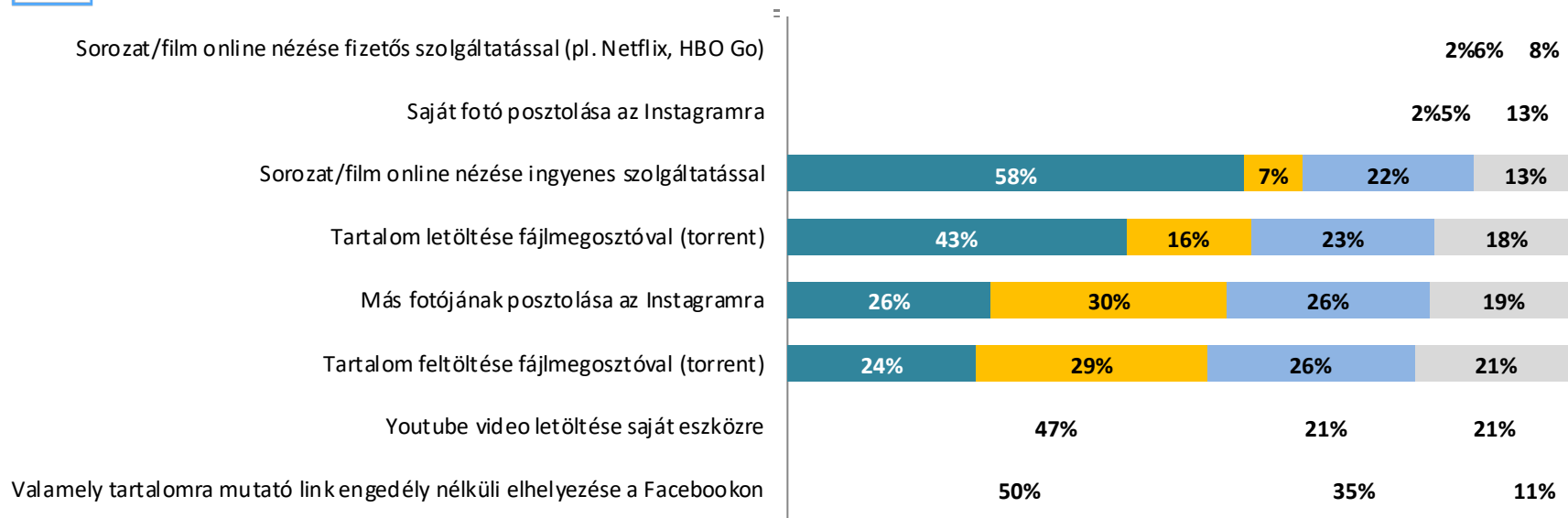
A digitális tartalmak fogyasztásának / beszerzésének / közzétételének megítélése a legalitás szempontjából nagy mértékben változó; számos esetben nem sorolható be egyértelműen egy tevékenység a legális/illegális kategóriákba.

## LEGÁLISNAK/ILLEGÁLISNAK TARTOTT TEVÉKENYSÉGEK \$



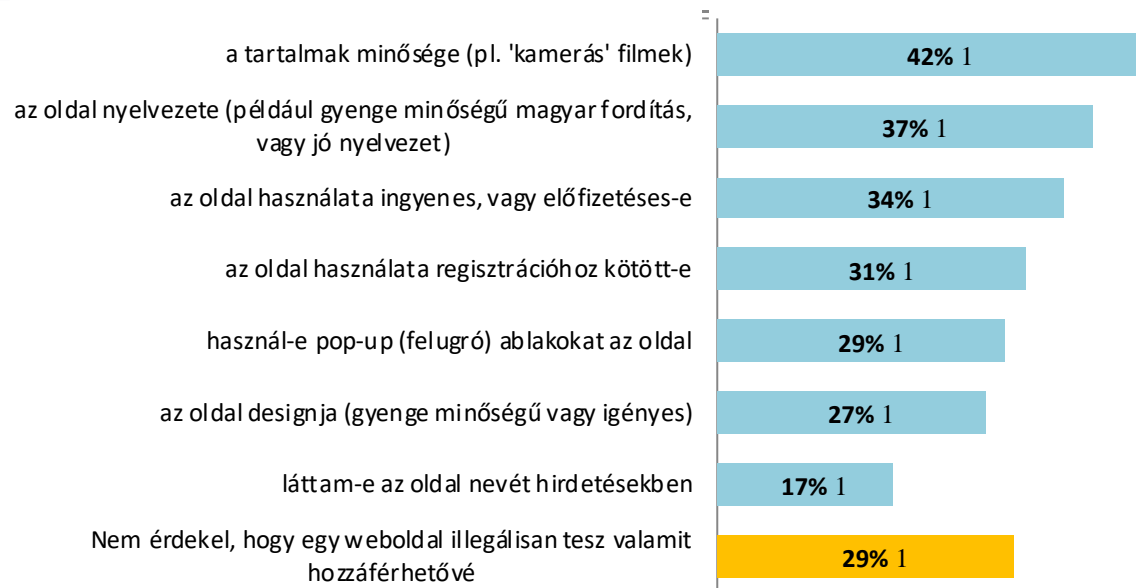
(K7B) Kérjük, jelöld meg, hogy az alábbi cselekmények szerinted legálisak vagy illegálisak-e?

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



A legtöbbben 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?

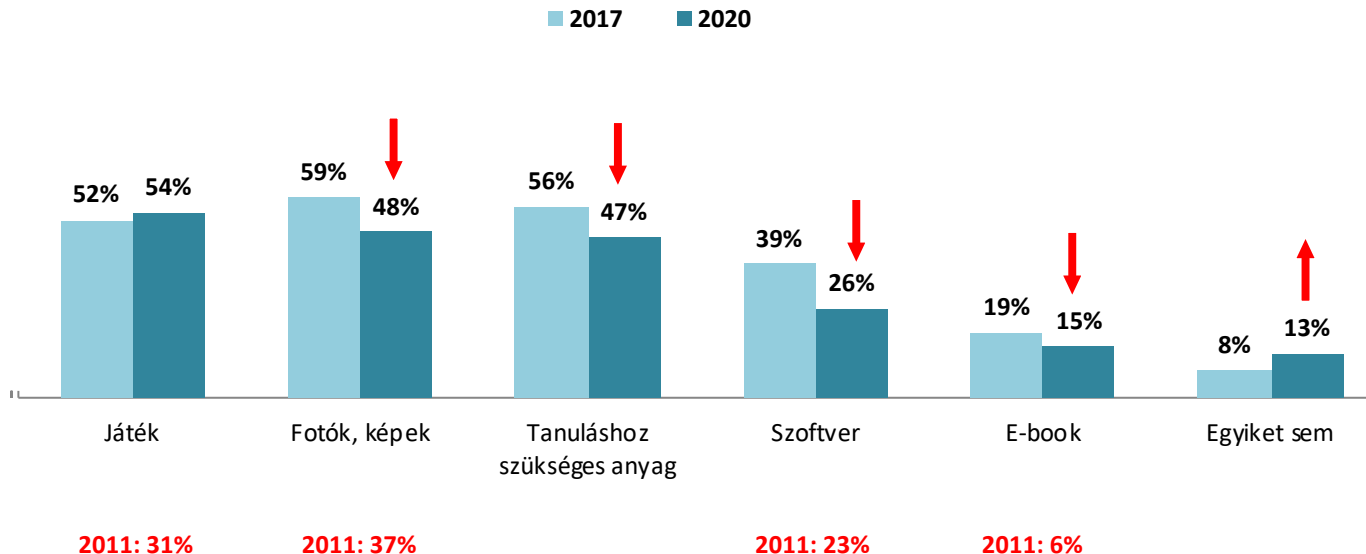
**LETÖLTÖTT TARTALMAK / FIZETÉS "**

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?

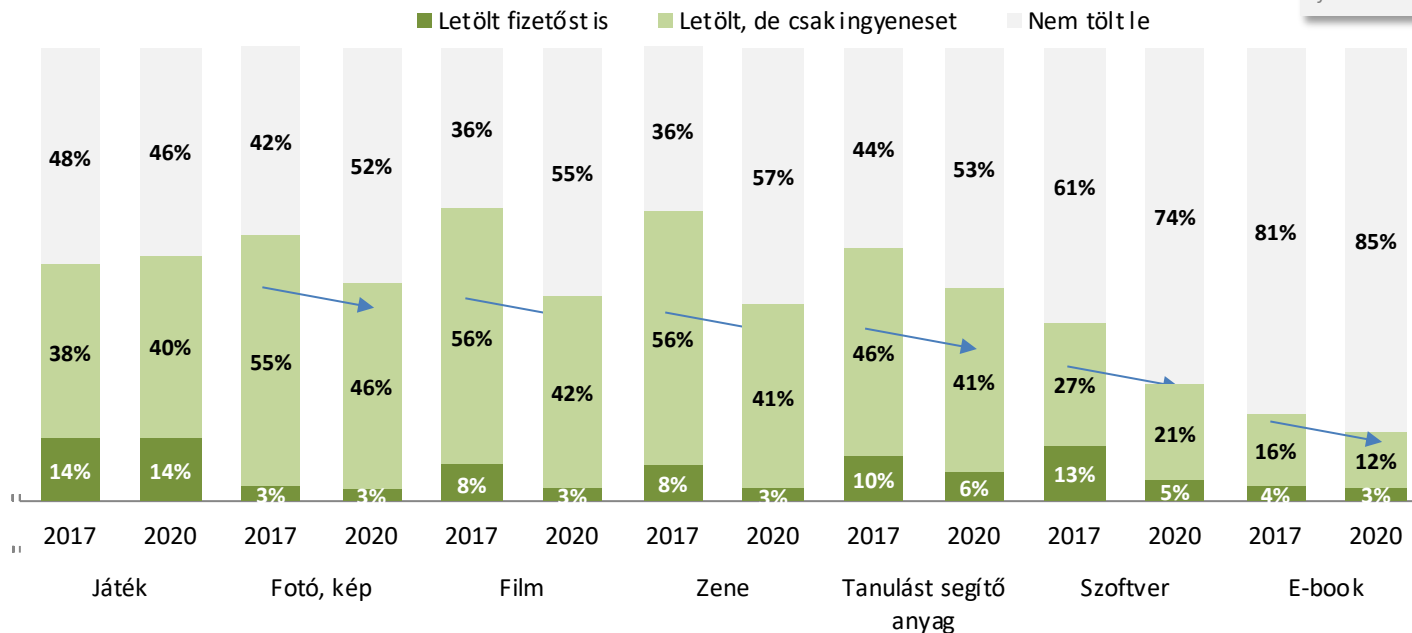


2020-ra a filmek és zenék esetében is többségbe kerültek azok, akik nem töltenek le ilyen tartalmakat. Egyedül a játékok letöltése őrizte meg a 2017-es arányt, az „összecsapások” offline-ból online térbe vonulása is hozzájárulhatott a fizetési hajlandóság szinten maradásához.



## FIZETÉS A LETÖLTÉSEKÉRT (MOSTANÁBAN)

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

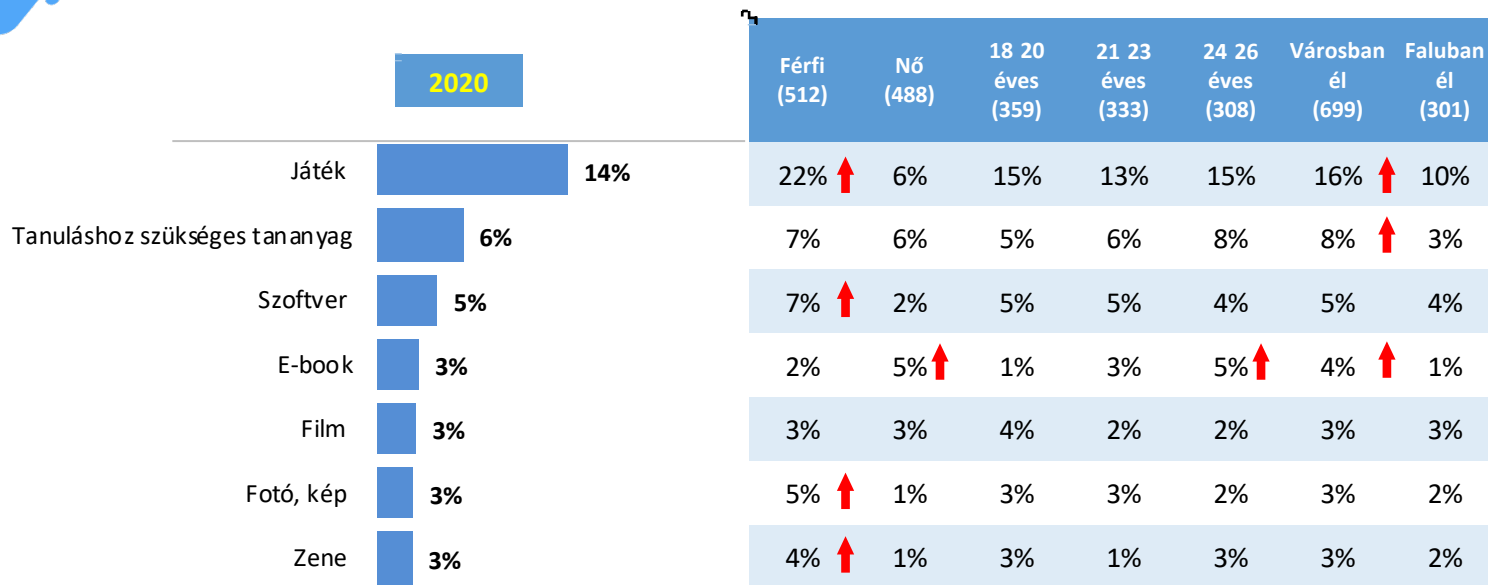


A letöltött tartalmak közül legnagyobb arányban a játékokért fizetnek (14%), ami elsősorban a férfiaknak „köszönhető”. A letöltésekért fizető fiatalok aránya több terméktípus esetén is magasabb a városokban.



## FIZETÉS A LETÖLTÉSEKÉRT \$

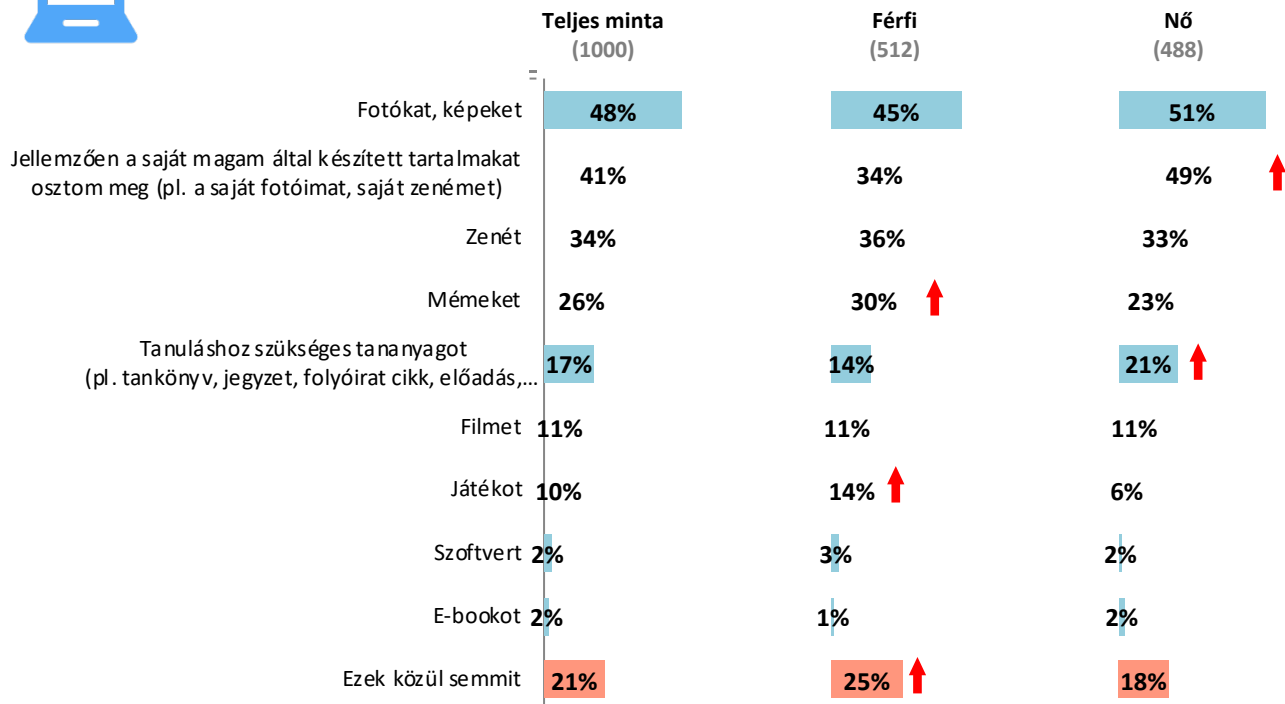
(K6) Amikor az alábbi dolgokból töltesz le, akkor mennyire jellemző, hogy fizetni kell érte?



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.

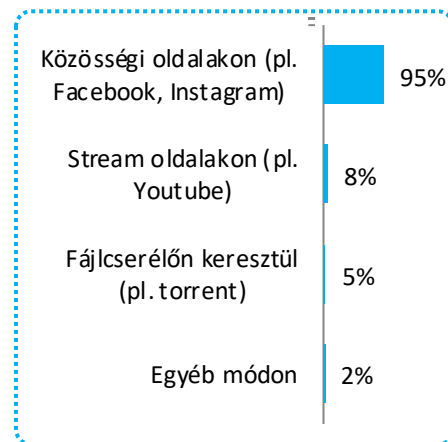


## MEGOSZTOTT DIGITÁLIS TARTALMAK



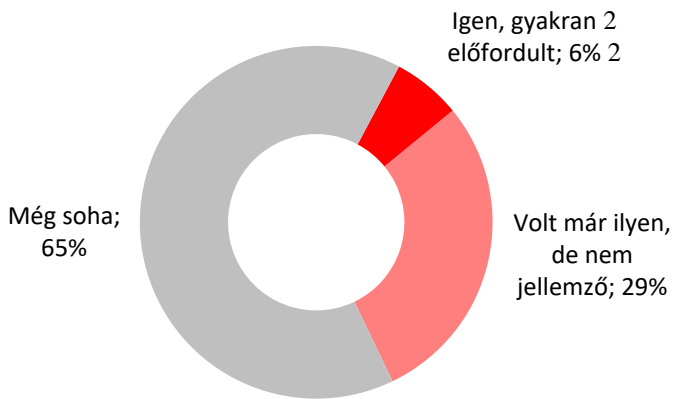
(K10) . Mit szoktál megosztani az alábbiak közül?  
(K10B) Hogyan szoktál tartalmakat megosztani?

## 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

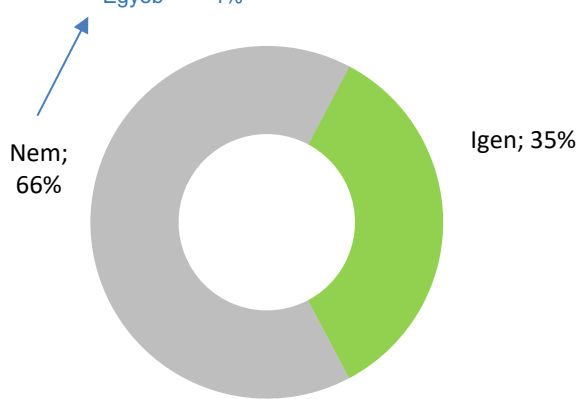


Bázis: akik megosztanak (n=788)

**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)

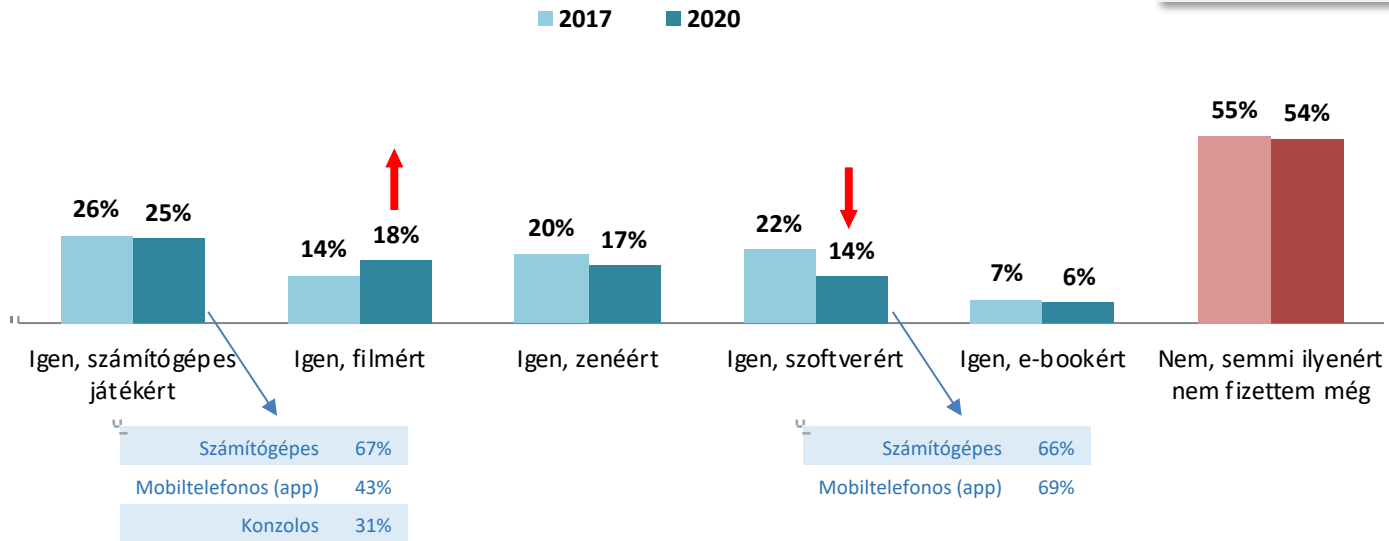
**TELJES MINTÁRA  
VETÍTVE: 6%**

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) Fizetél 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. #



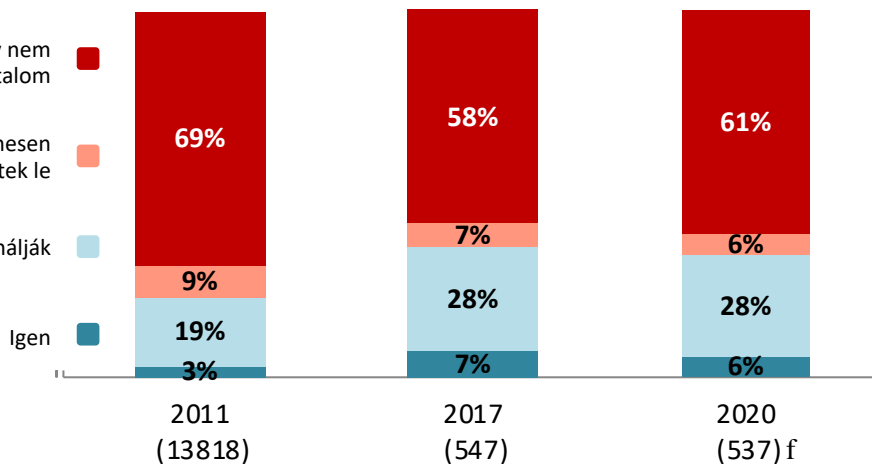
### FIZETÉSI HAJLANDÓSÁG A JÖVŐBEN \$ (A SOHA NEM FIZETŐK KÖRÉBEN) \$

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, játékokat), hogy internet nélkül is tudd hallgatni, nézni, olvasni, használni?*

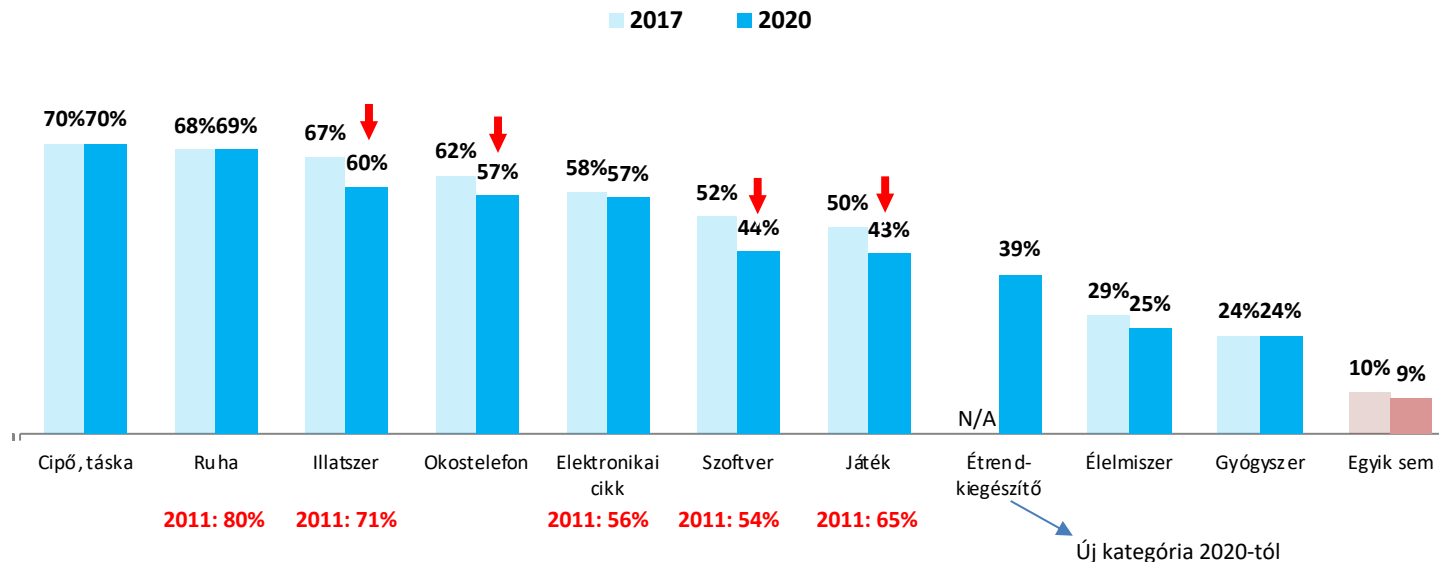
**HAMIS TERMÉKEK "**

Továbbra is a cipő, táska, ruha vezetnek a felismert hamis termékek listáját a 2017-ben mért arányok változatlanok. Szignifikáns csökkenés figyelhető meg ugyanakkor több kategóriában is: illatszerek, okostelefonok, szoftverek és játékok. Továbbra is nagyon kevesen vannak azok, akik nem azonosítottak hamis terméket.

## TALÁLKOZÁS HAMIS TERMÉKEKKEL



(K13) Milyen hamis termékekkel találkoztál már?



2011: 80%    2011: 71%

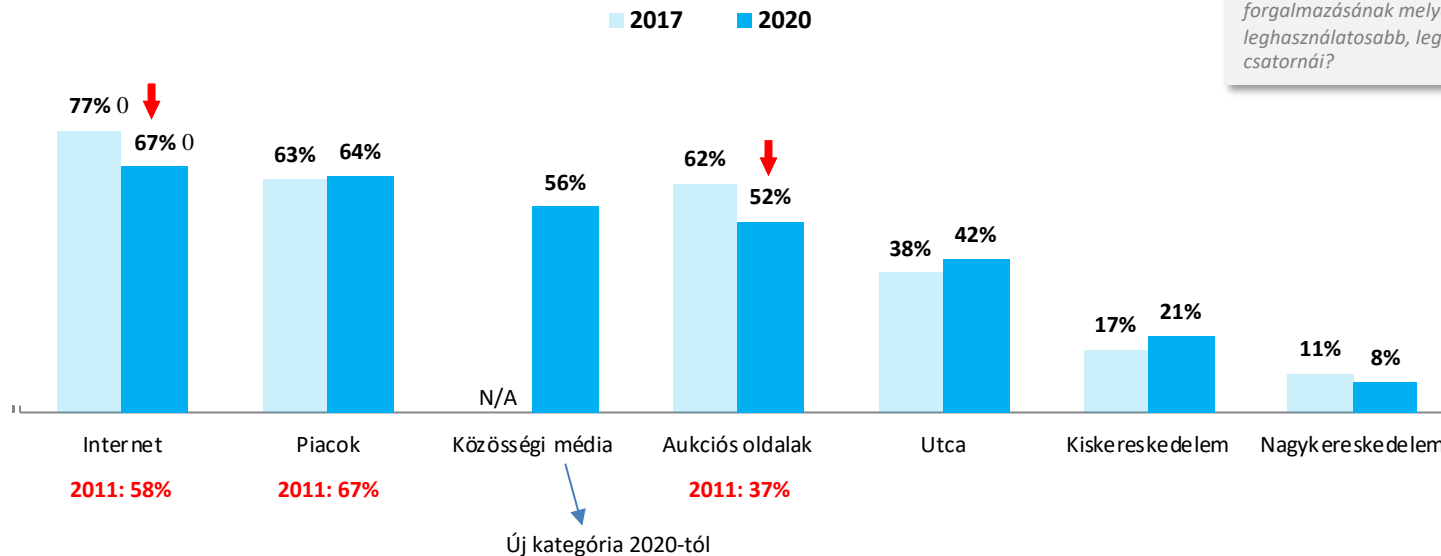
2011: 56%    2011: 54%    2011: 65%

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.



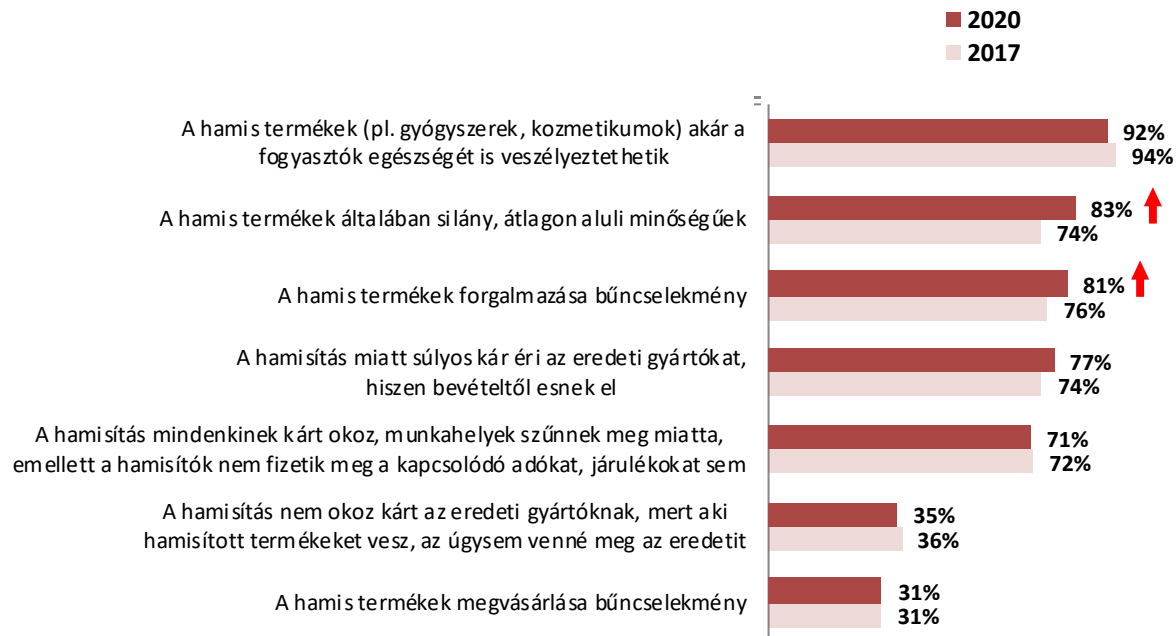
## A HAMIS TERMÉKEK ÉRTÉKESÍTÉSÉHEZ ASSZOCIÁLT CSATORNÁK



(K14) Szerinted a hamisítványok forgalmazásának melyek a leghasználatosabb, legnépszerűbb csatornái?

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.



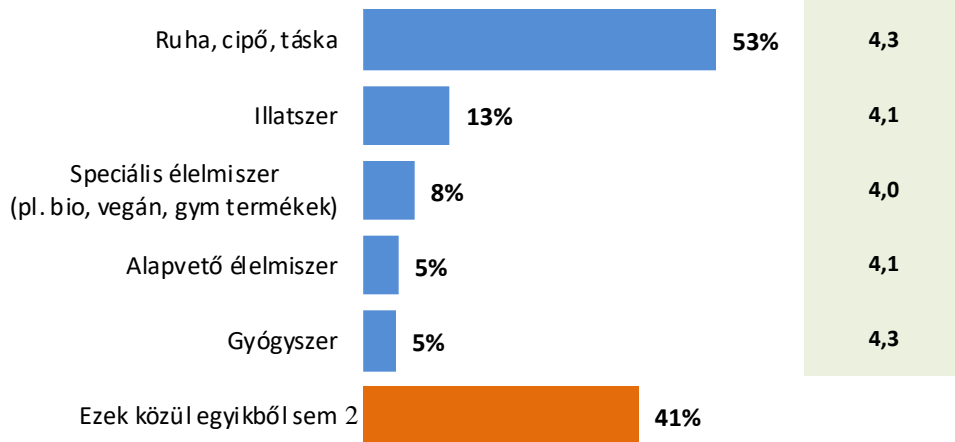
## INTERNETES VÁSÁRLÁSOK - 2019

(K16) 2019 folyamán melyik termékfélésekből vásároltál az interneten keresztül?

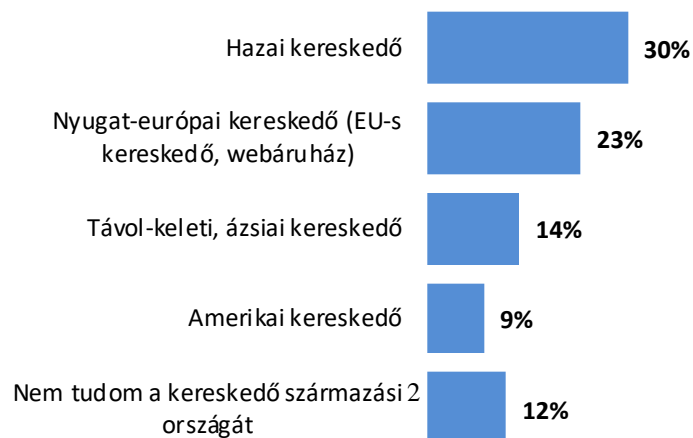
(K17) Milyen kereskedőtől vásároltál az alábbi termékekből?

(K18) Mennyire voltál elégedett az alábbi interneten vásárolt termék(ek) minőségével

### Termékféléség



### Kereskedő





## INTERNETES VÁSÁRLÁSOK - 2019

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

