



Free Association Research Kft.
1052 Budapest
Sütő u. 2.
www.free-association.hu

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



Hamisítás Elleni
Nemzeti Testület

2017. augusztus 15.

A KUTATÁSRÓL

Háttér, módszer, minta

- A Hamisítás Elleni Nemzeti Testület (a továbbiakban: HENT) 2011-ben és 2015-ben online kutatást végzett a középfokú oktatásban résztvevők körében. A kutatás tárgya az internetes tartalmak beszerzésének módja, a jogtisztasághoz való viszony, illetve a hamisított termékekkel kapcsolatos ismeretek, attitűdök voltak.
- A HENT 2017-ben megismételte az országos kutatást, mert annak segítségével tájékozódni kívánt arról, hogy a korábbi kutatások óta fiatal felnőtte érett célcsoport használati szokásaiban, attitűdjeiben a vizsgált témakörökben milyen fontosabb változások, elmozdulások következtek be.
- Kvantitatív kutatás segítségével vizsgáltuk a 18-26 éves fiatal korosztály megkérdezésével a szerzői jogi védelem alatt álló multimédiás tartalmakkal és hamisított termékekkel kapcsolatos használati szokásokat és attitűdjeit
 - Módszer: online adatfelvétel az egyik magyar internetes piackutatási panelen, a NetPanel-en keresztül
 - Mintaméret: 1000 fő, a minta reprezentatív volt a teljes adott korosztályba tartozó magyar lakosság kor, nem, településtípus és régió szerinti jellemzői szerint
 - A kérdőív kitöltésének időigénye 10 perc
 - Az adatfelvétel lezárása: 2017.06.22

A válaszadók demográfiai jellemzői

NEM

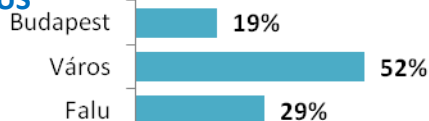


KOR

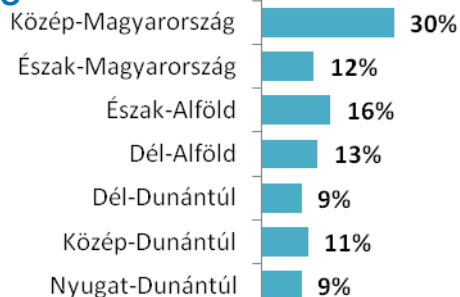
Átlag:
21,6 év



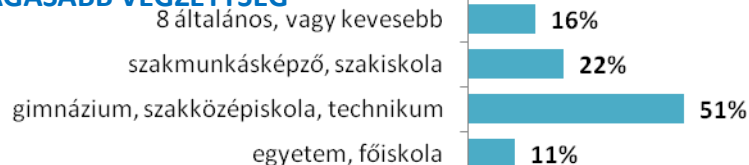
TELEPÜLÉSTÍPUS



RÉGIÓ



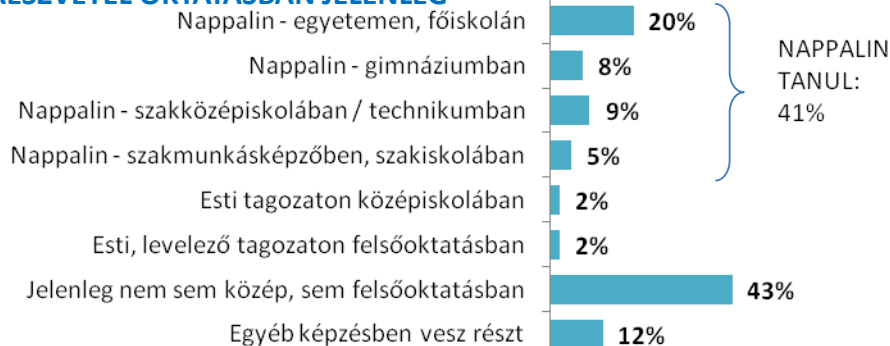
LEGMAGASABB VÉGZETTSÉG



MUNKAVÉGZÉS



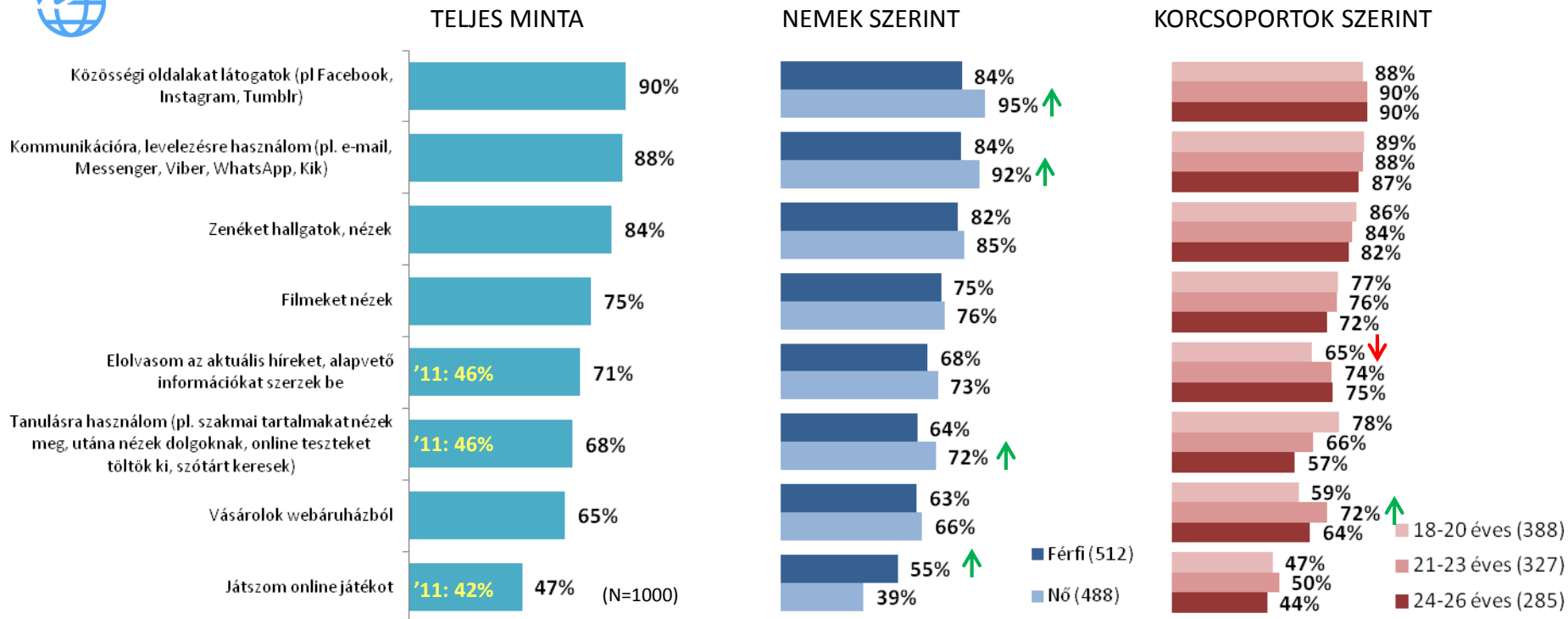
RÉSZVÉTEL OKTATÁSBAN JELENLEG



AZ INTERNETHASZNÁLAT CÉLJA

Az internet használatának legelterjedtebb célja – a válaszadók 90%, illetve 88%-a szerint – a közösségi oldalak elérése és a kommunikáció. A nők körében e két cél megjelölése az átlagosnál magasabb, ugyanakkor a nagy többség zene- és filmfogyasztásra is használja a világhálót (84%, illetve 75%).

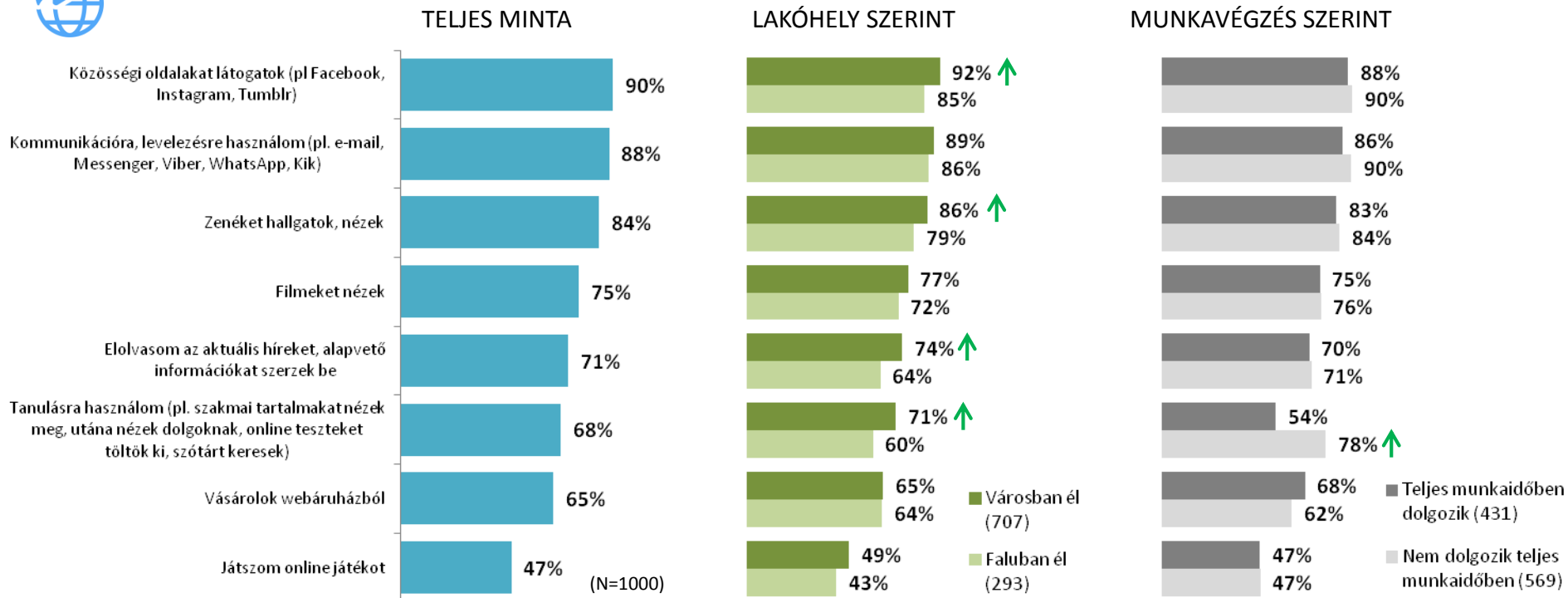
(K1) Milyen célokra használod az internetet?



Bázis: teljes minta

A városokban lakó fiatalok több területen is az átlagot meghaladó arányban használják ki az internet nyújtotta lehetőségeket (közösségi oldalak, zenehallgatás, hírfogyasztás, tanulás).

(K1) Milyen célokra használod az internetet?

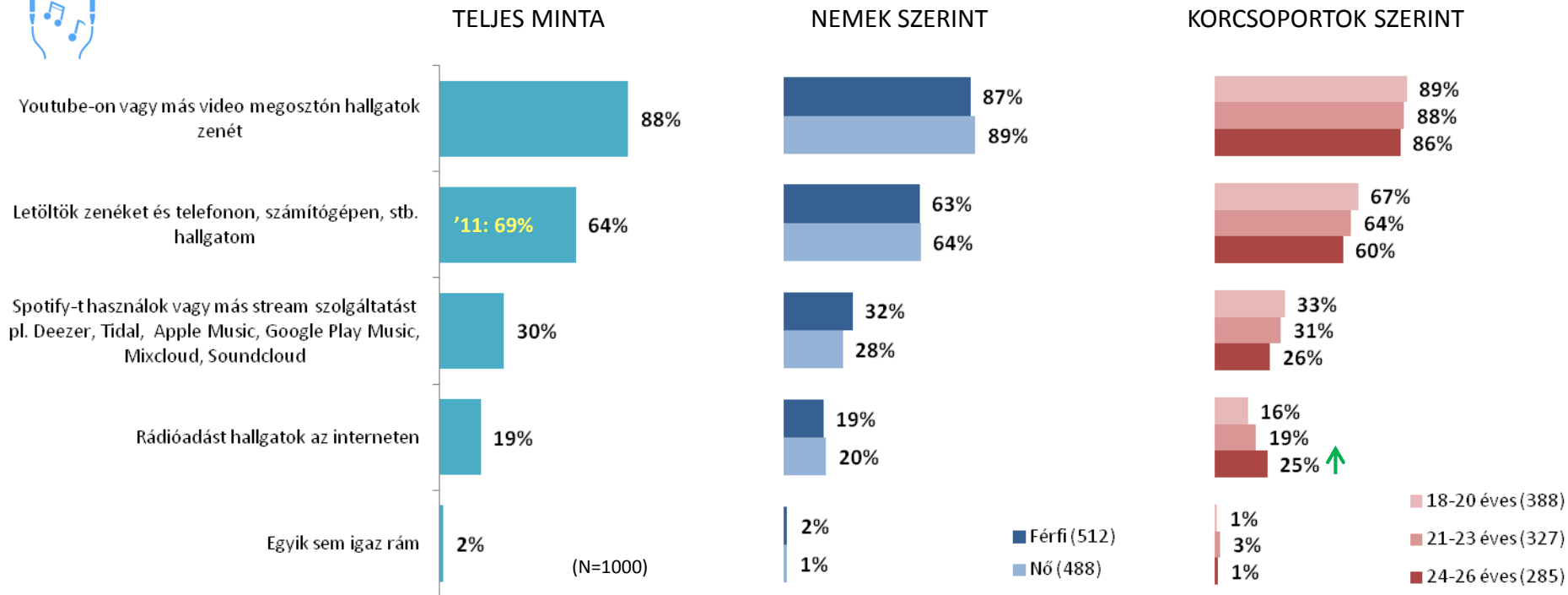


Bázis: teljes minta

ZENE- ÉS FILMFOGYASZTÁS

A 18-26 éves fiatalok körében (88%) a hallgatott zenék legfontosabb forrása a YouTube. Közel 2/3-uk azonban még jelenleg is tölt le zenéket offline hallgatásra. A stream szolgáltatásokat 10-ből csak 3-an veszik igénybe.

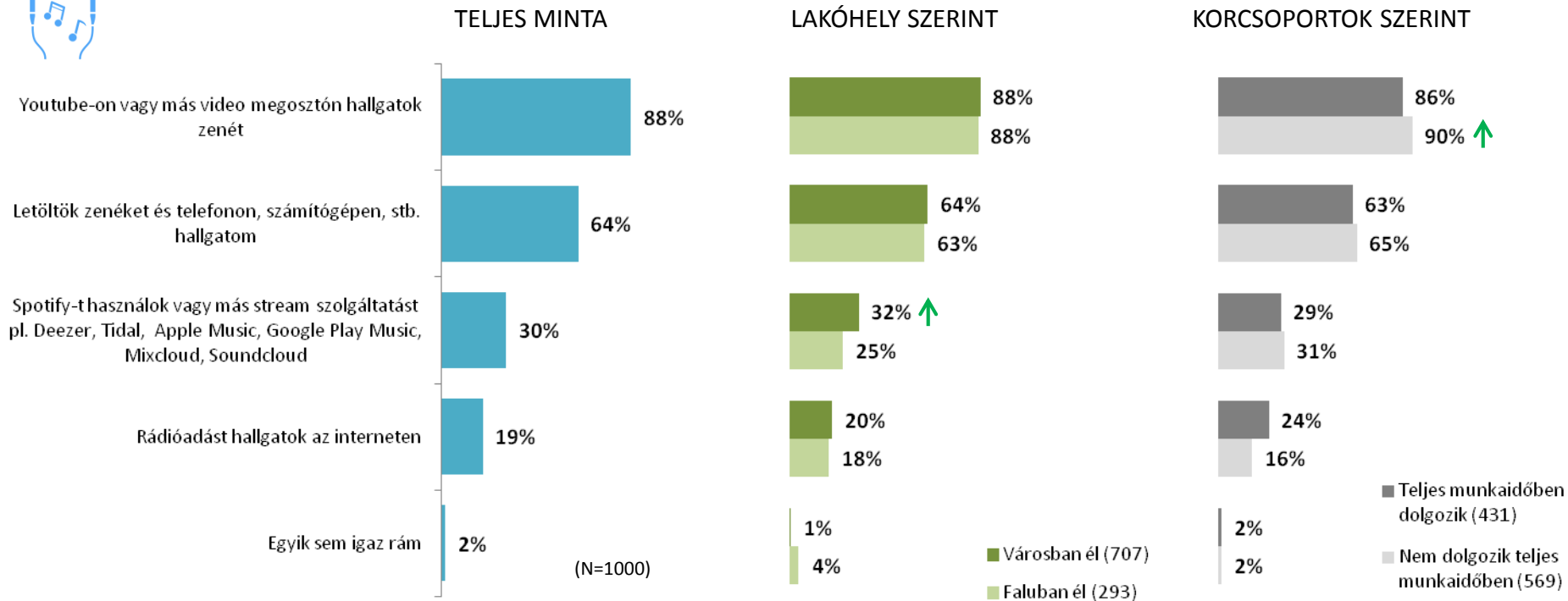
(K2) Hogyan szoktál zenét hallgatni? Mindegyiket jelöld, ami igaz rád?



Bázis: teljes minta

A zenék streamelése kevésbé jellemző a nem város jellegű településeken: a falun élő fiatalok egynegyede, míg a városiak közel egyharmada használ stream szolgáltatásokat.

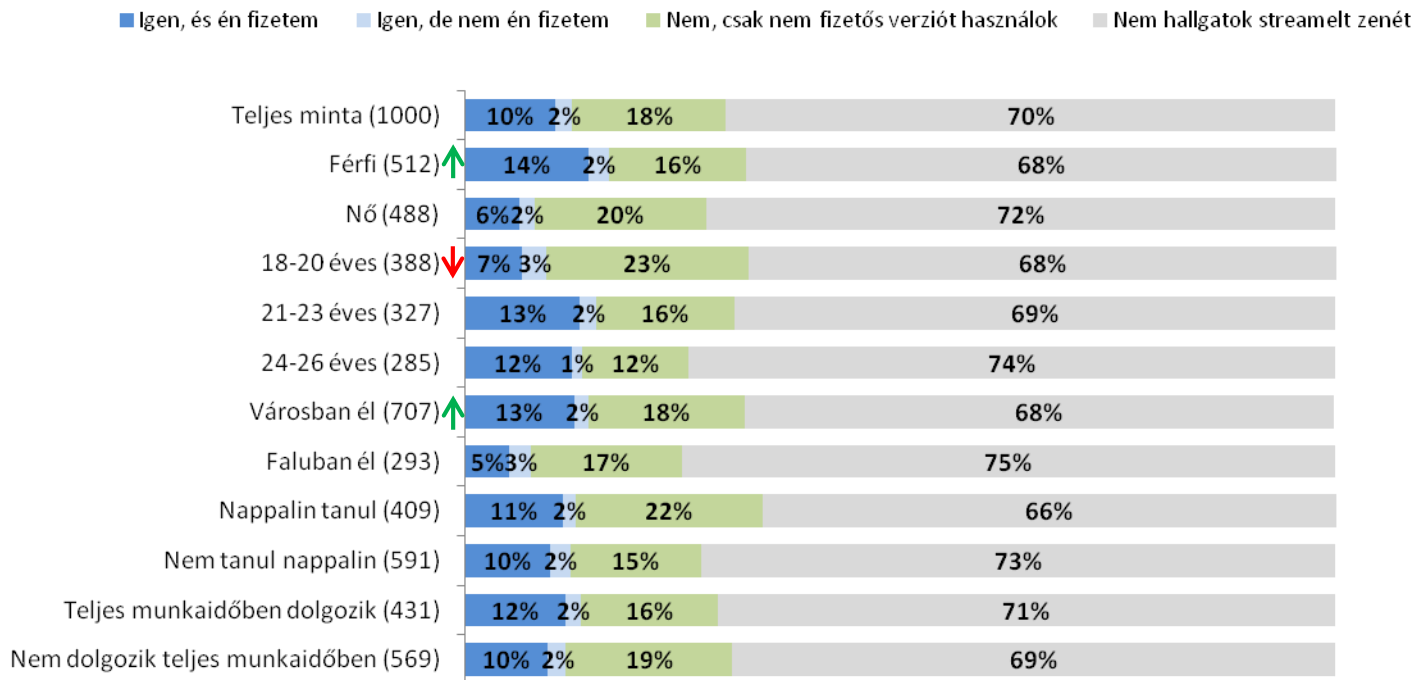
(K2) Hogyan szoktál zenét hallgatni? Mindegyiket jelöld, ami igaz rád?



Bázis: teljes minta

A fiatal felnőtteknek csak a 10%-a vásárol saját pénzből streamelt zenei tartalmakat, 18%-uk a stream szolgáltatás ingyenes verzióját használja. A férfiak és a városban élők az átlagnál nyitottabbak a fizetős zenei stream szolgáltatások iránt (14%-uk és 13%-uk költ erre saját zsebéből).

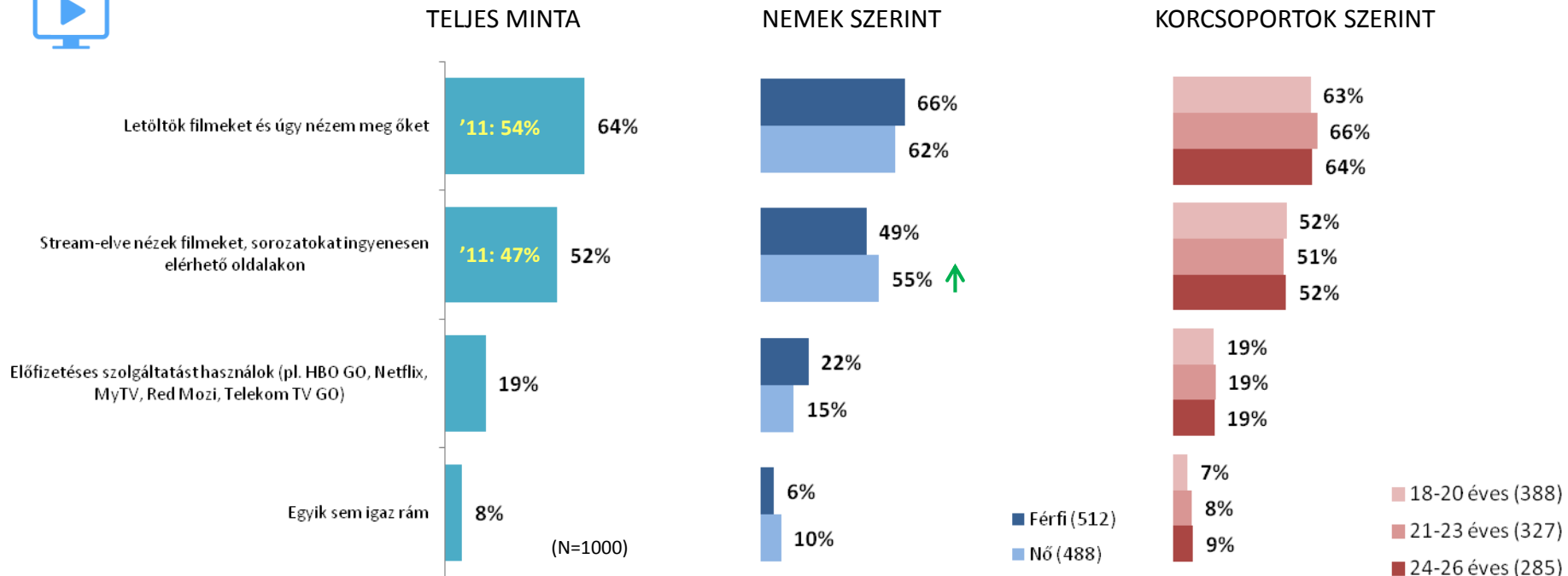
(K3) Van olyan stream zeneszolgáltatás, aminek a fizetős verzióját használod?



Bázis: teljes minta

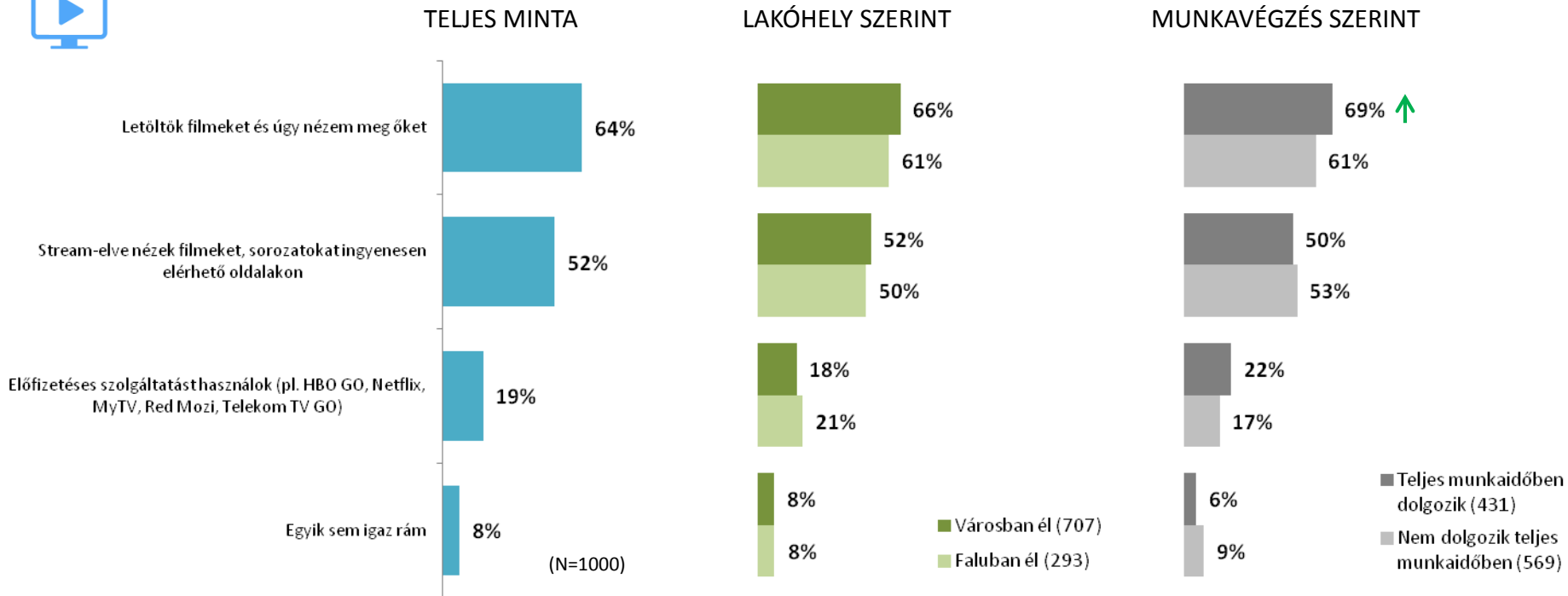
A filmek letöltése a zeneletöltéssel azonos arányt mutat a válaszadó fiatalok körében, közel 2/3-ukra jellemző ez a szokás. Minden második fiatal felnőtt néz filmet stream szolgáltatás igénybevételével.

(K4) Hogyan szoktál filmeket nézni?



Bázis: teljes minta

(K4) Hogyan szoktál filmeket nézni?



Bázis: teljes minta

LETÖLTÉSI MÓDSZEREK, ATTITÚDÖK

Az internet egy kényelmes, kézenfekvő megoldás a zenei, film- és egyéb tartalmak beszerzésére, a válaszadó fiatalok $\frac{3}{4}$ -e nem szívesen fizetne olyan dolgokért, amelyek ingyenesen is hozzáférhetőek a világháló segítségével. A fizetéstől való elzárkózás sokkal inkább jellemző a nőkre (közel 80%-uk hozzáállása ilyen, szemben a férfiak 66%-ával).

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

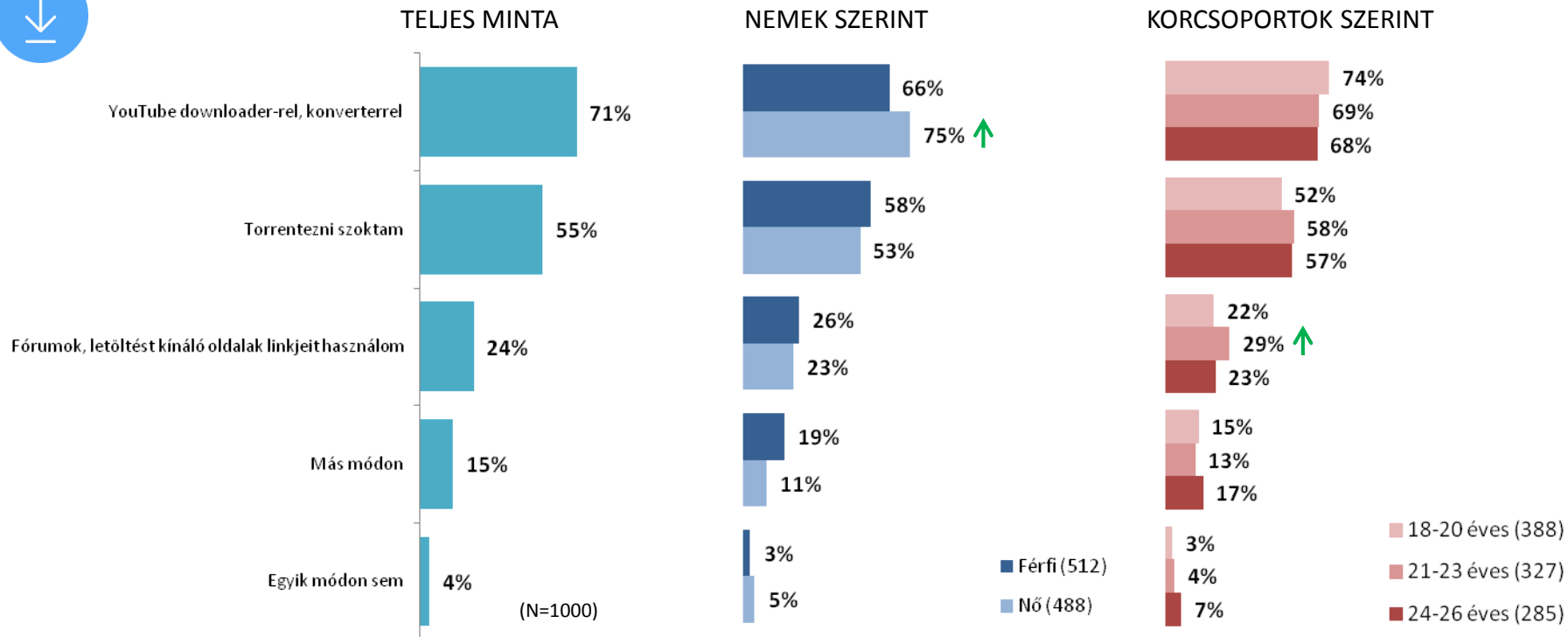


	Teljes minta (969)	Férfi (500)	Nő (468)	18-20 éves (384)	21-23 éves (317)	24-26 éves (268)	Városban él (689)	Faluban él (280)	Teljes munkaidőben dolgozik (416)	Nem dolgozik teljes munkaidőben (553)
egyszerűen és gyorsan meg tudok szerezni mindent, ami érdekel	'11: 84% 89%	90%	89%	90%	91%	87%	90%	87%	88%	90%
nem akarok fizetni azért, amit ingyen is megszerezhetek	'11: 79% 72%	66%	79% ↑	73%	72%	71%	75% ↑	66%	68%	75%
máshonnan nem tudom beszerezni ezeket a tartalmakat, csak az interneten elérhetőek	'11: 48% 56%	56%	56%	57%	58%	51%	55%	58%	52%	58%
nincs pénzem máshonnan megszerezni ezeket a tartalmakat	'11: 42% 42%	40%	44%	36% ↓	44%	48%	44%	38%	41%	43%
megszállott letöltő vagyok, mindent leszedek	10% '11: 8%	14% ↑	6%	9%	11%	10%	8%	15% ↑	14%	7%

Bázis: akik letöltenek

A zenék offline használatához szükséges, a zenés videotartalmak letöltésére szolgáló applikációk (pl. YouTube downloader) használata nagyon elterjedt: a fiatalok több mint 70%-a ezzel a módszerrel végzi a letöltést. A torrentezés ugyanakkor a fiatal felnőttek több, mint fele által alkalmazott megoldás. Ez a férfiak körében és a 21 év felettieknél az átlagnál valamivel népszerűbb (58%).

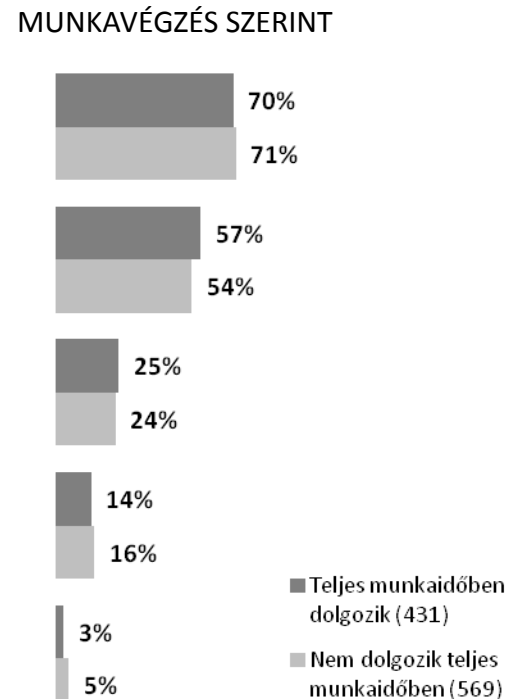
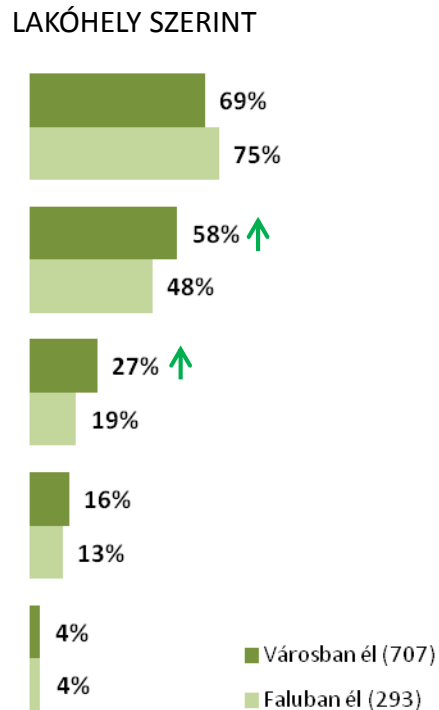
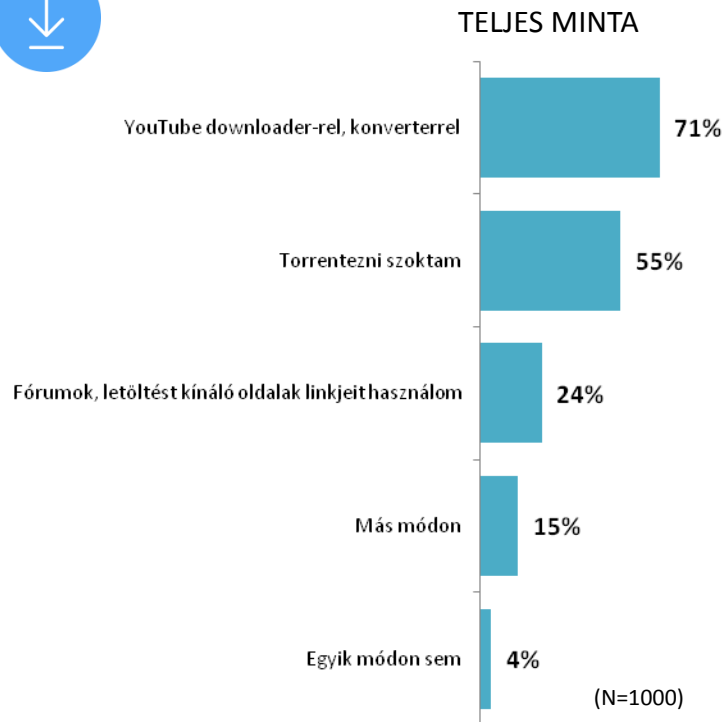
(K9) Hogyan szoktál letölteni dolgokat az internetről?



Bázis: teljes minta

A torrentezés és a fórumok által kínált letöltési linkek használata az átlagosnál magasabb (58%) a városban élők esetében.

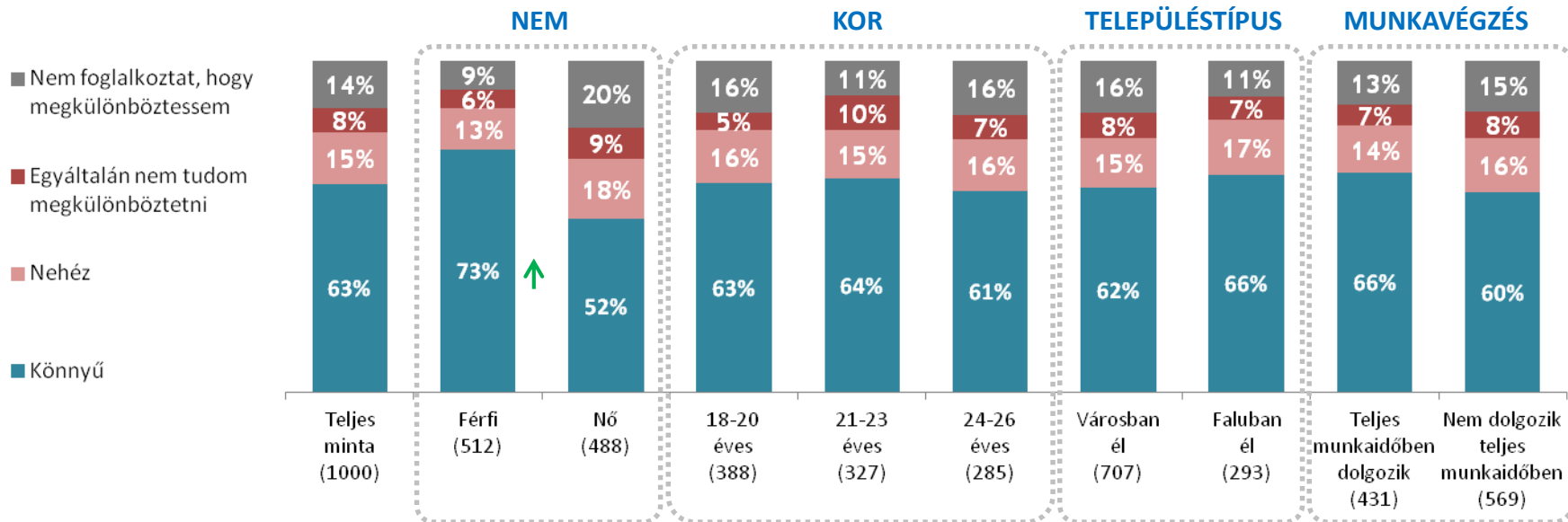
(K9) Hogyan szoktál letölteni dolgokat az internetről?



Bázis: teljes minta

Az illegális tartalmaknak a legálisól való megkülönböztetése a fiatal felnőttek alig egynegyedének okoz gondot. A férfiak sokkal magabiztosabbak a nőknél ezen a téren (közel $\frac{3}{4}$ -ük szerint könnyű a legális és illegális tartalmak megkülönböztetése). A válaszadók 14%-a ugyanakkor egyáltalán nem törődik ezzel a kérdéssel.

(K7) Mennyire egyszerű számodra megkülönböztetni az interneten található legális/illegális tartalmakat?

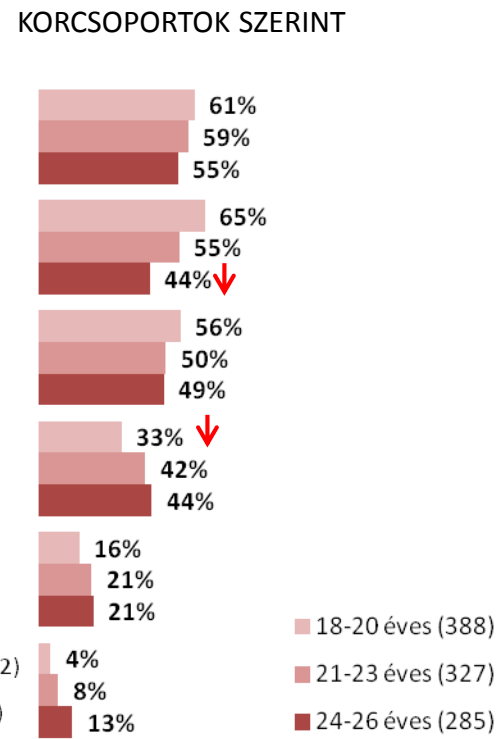
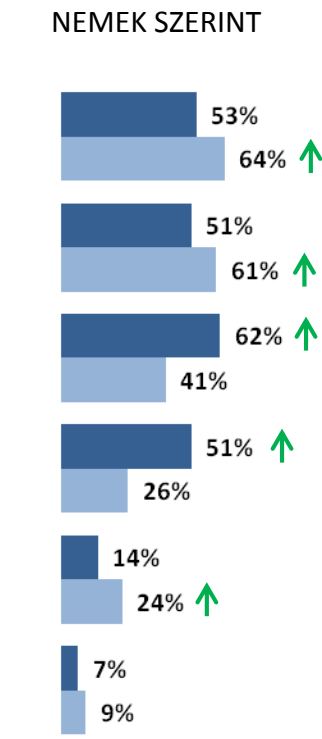
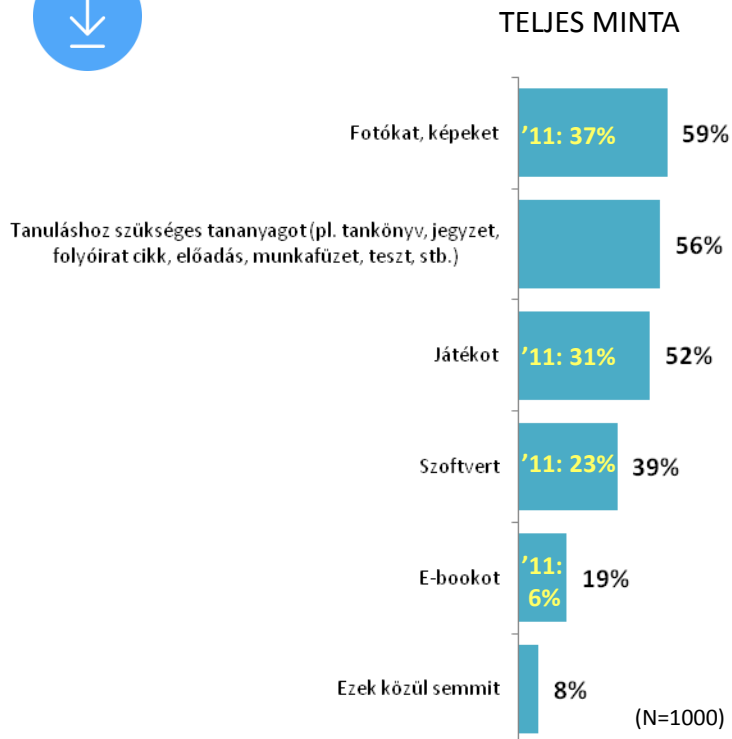


Bázis: teljes minta

LETÖLTÖTT TARTALMAK / FIZETÉS

Nemek szerint szignifikáns különbségek azonosíthatók a letöltött webes tartalmak terén: a férfiak az átlagosnál jóval magasabb arányban töltenek le szoftvert (51%) és játékot (62%), a nők pedig élen járnak a képek, tananyagok és e-book-ok (64%, 61%, 24%) letöltése terén. A 18-20 éves korosztály a tananyagokat és játékokat tölt le az átlagnál nagyobb arányban.

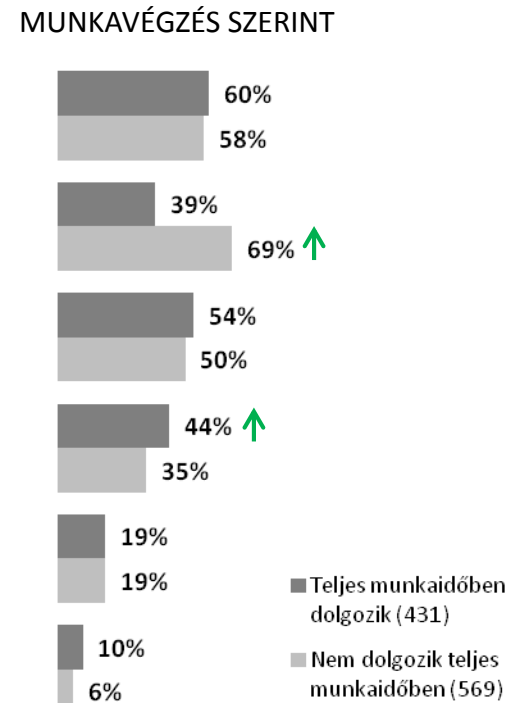
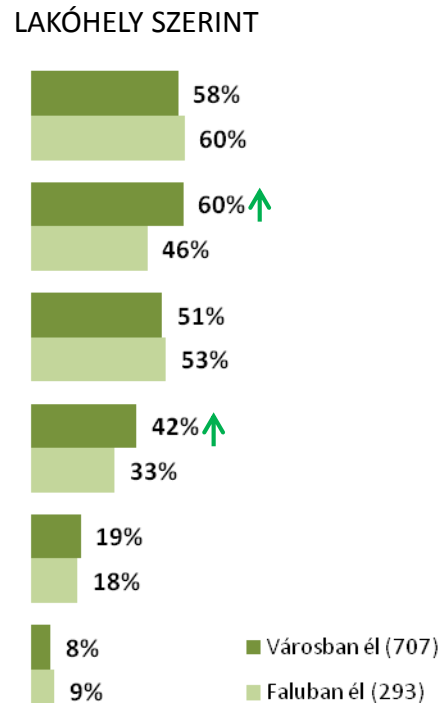
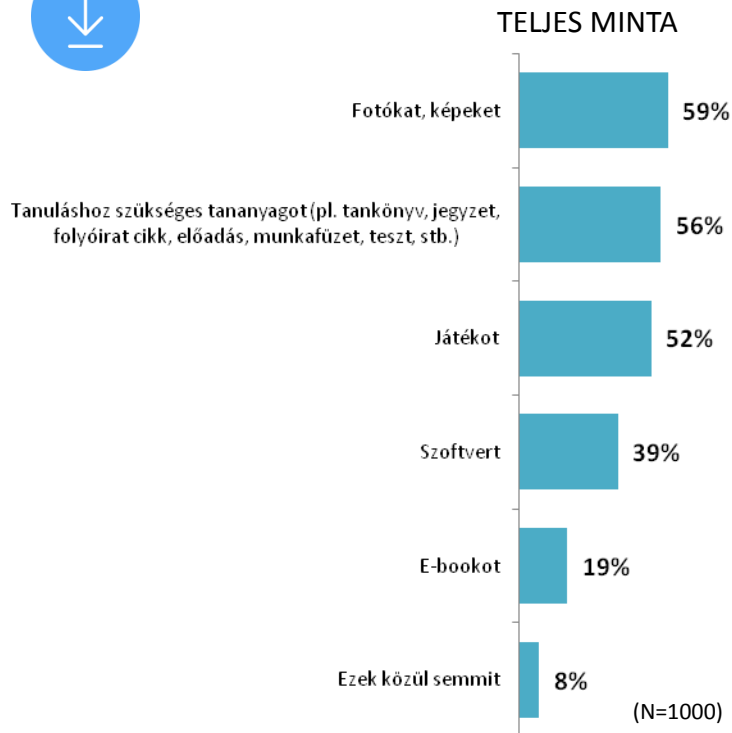
(K5) Mit szoktál letölteni az alábbiak közül?



Bázis: teljes minta

A teljes munkaidőben dolgozók számára a tananyagok kevésbé látszanak fontosnak (39%), ugyanakkor a szoftverek iránt jobban érdeklődnek (44%). A városi lakosok az átlagosnál nagyobb arányban töltenek le tananyagokat (60%) és szoftvereket (42%) és szoftvereket (42%).

(K5) Mit szoktál letölteni az alábbiak közül?



Bázis: teljes minta

A letöltött tartalmak közül legnagyobb arányban játékokért (14%) és szoftverért (13%) fizettek már a válaszadók, a nők a férfiaknál jóval kisebb arányban hajlandók fizetni a letöltött tartalmakért.

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



	Teljes minta (1000)	Férfi (512)	Nő (488)	18-20 éves (388)	21-23 éves (327)	24-26 éves (285)	Városban él (707)	Faluban él (293)	Teljes munkaidőben dolgozik (431)	Nem dolgozik teljes munkaidőben (569)
Játék	14%	23% ↑	4%	13%	14%	15%	15%	10%	17% ↑	11%
Szoftver	13%	21% ↑	3%	11%	13%	14%	14%	10%	17% ↑	9%
Tanuláshoz szükséges tananyag	10%	13% ↑	7%	14% ↑	9%	5%	11%	8%	9%	11%
Zene	8%	12% ↑	4%	8%	9%	7%	9%	7%	7%	9%
Film	8%	12% ↑	3%	8%	8%	8%	9%	7%	9%	7%
E-book	4%	4%	3%	2%	5%	4%	4%	4%	5%	2%
Fotó, kép	3%	5% ↑	2%	2%	4%	5%	3%	3%	5%	2%

FOTÓK, KÉPEK LETÖLTÉSE ÉS FIZETÉS - DEMOGRÁFIAI BONTÁS

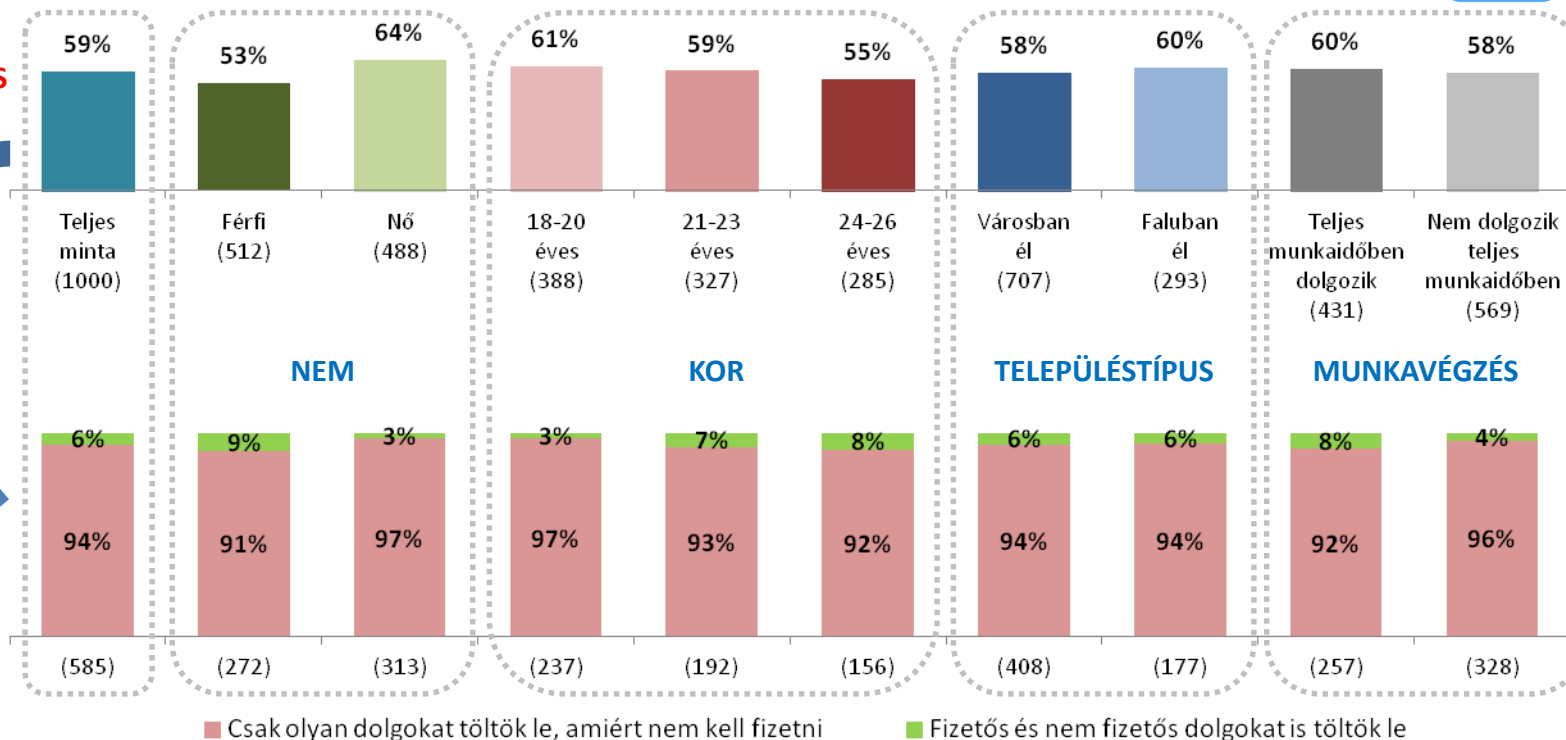
A fiatal felnőttek 59%-a tölt le fotókat és képeket az internetről; 94%-uk csak ingyenesen megszerezhető fotókat tölt le. A 24-26 évesek és a teljes munkaidőben dolgozók inkább hajlandók fizetni is a tartalmakért.

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



LETÖLTÉS

FIZETÉS

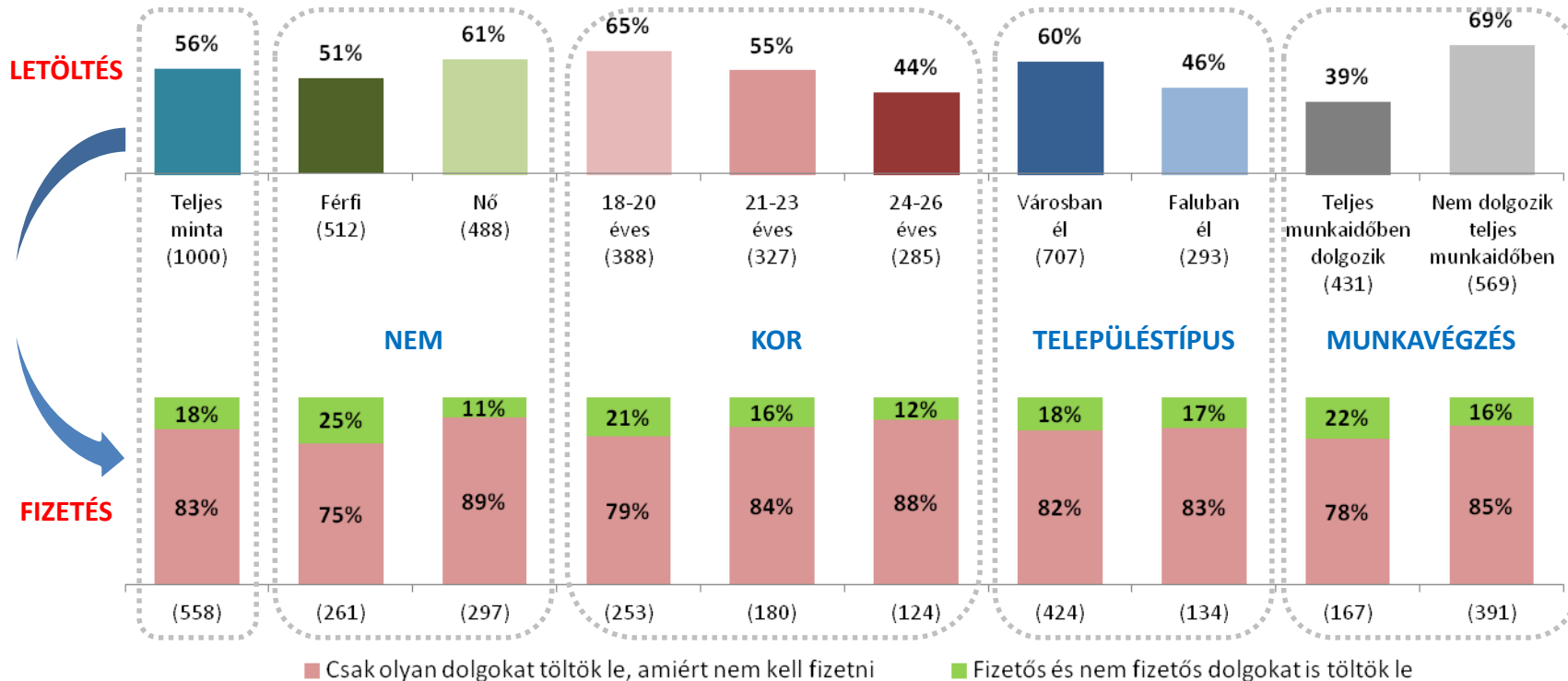


Bázis: akik letöltik az adott tartalmat

A válaszadó fiatalok 56%-a tölt le tananyagokat az internetről; 83%-uk csak olyan tananyagokat tölt le, amelyekért nem kell fizetni. A férfiak fizetési hajlandósága az átlagosnál nagyobb, az idősebb korosztályé pedig kisebb.



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



LETÖLTÉS

FIZETÉS

NEM

KOR

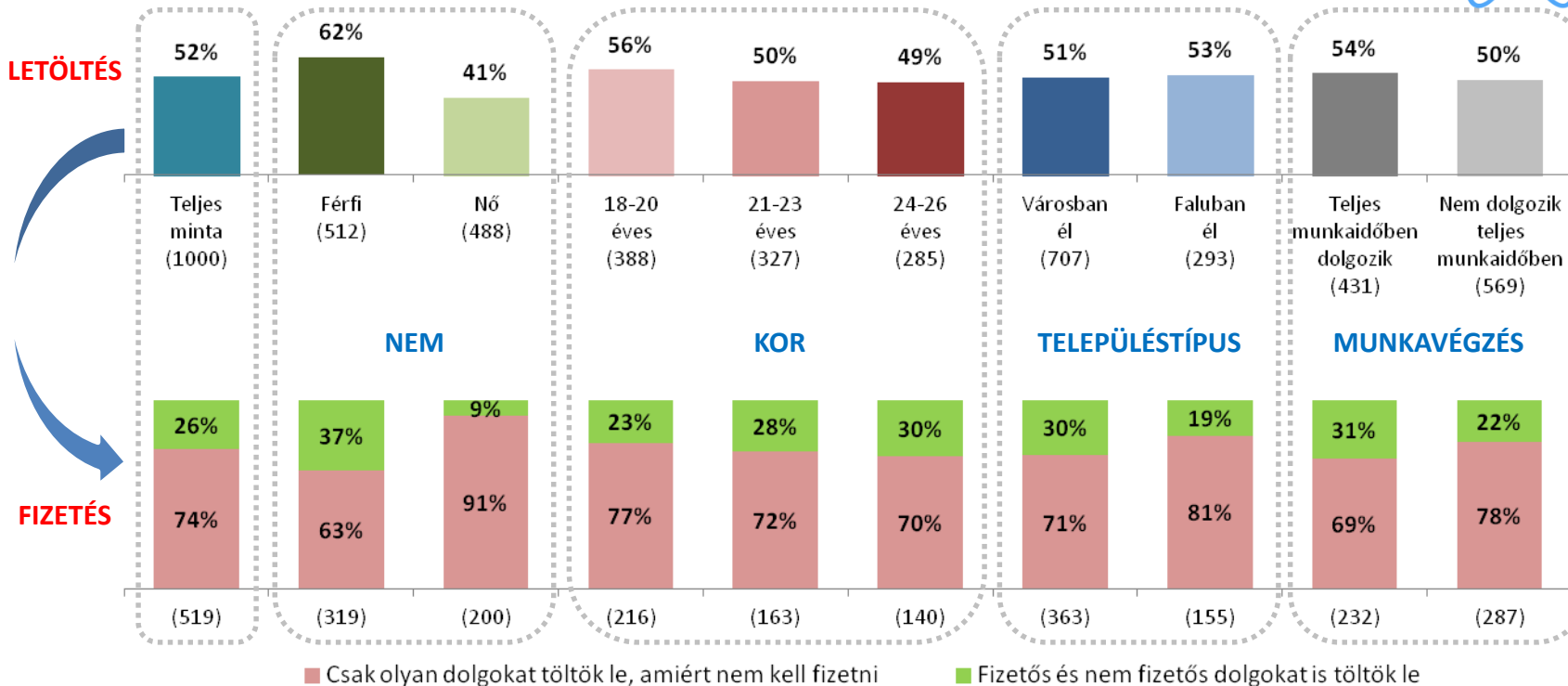
TELEPÜLÉSTÍPUS

MUNKAÉGZÉS

Bázis: akik letöltik az adott tartalmat

A fiatalok több mint fele tölt le játékot az internetről. $\frac{3}{4}$ -ük csak ingyenesen megszerezhető tartalmakat tölt le. A nők több mint 90%-a csak az ingyenes tartalmakat keresi, míg a férfiak körében ezek aránya csak 63%. A falun élők körében az átlagosnál magasabb (81%) azok aránya, akik csak nem fizetős játékokat keresnek.

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



LETÖLTÉS

FIZETÉS

NEM

KOR

TELEPÜLÉSTÍPUS

MUNKAVÉGZÉS

■ Csak olyan dolgokat töltök le, amiért nem kell fizetni

■ Fizetős és nem fizetős dolgokat is töltök le

Bázis: akik letöltik az adott tartalmat

SZOFTVER LETÖLTÉSE ÉS FIZETÉS - DEMOGRÁFIAI BONTÁS

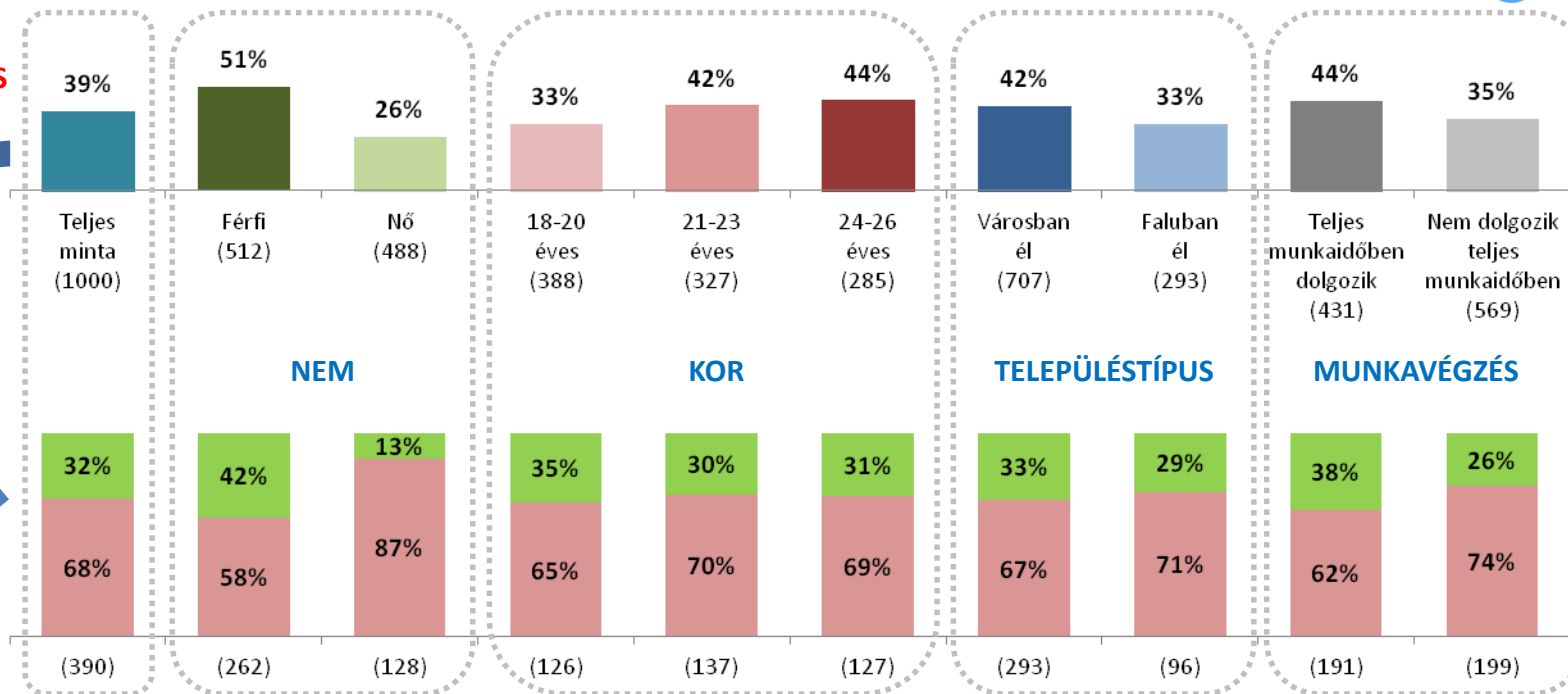
A fiatalok közel 40%-a tölt le az internetről szoftvereket; 2/3-uk csak olyan szoftvereket tölt le, amelyekért nem kell fizetni. A fizetési hajlandóság a nők körében jóval alacsonyabb, mint a férfiaknál.

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



LETÖLTÉS

FIZETÉS



■ Csak olyan dolgokat töltök le, amiért nem kell fizetni

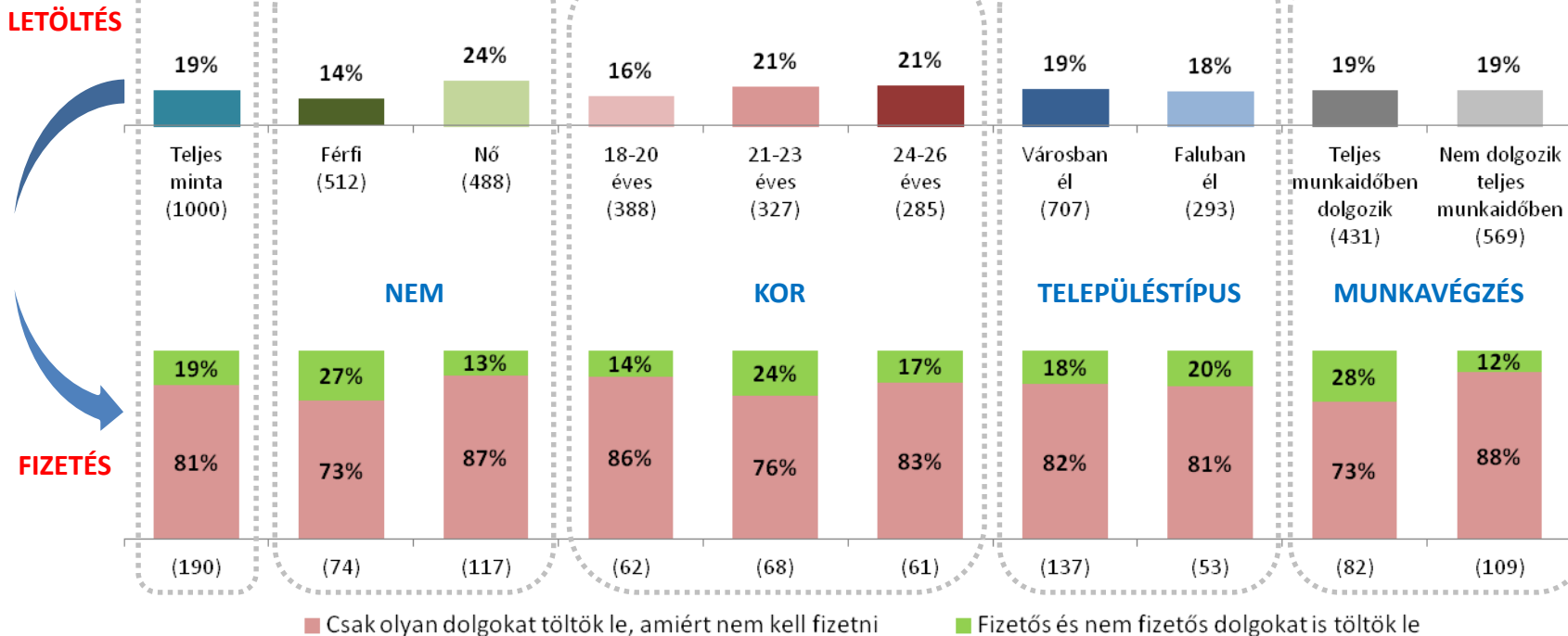
■ Fizetős és nem fizetős dolgokat is töltök le

Bázis: akik letöltik az adott tartalmat

E-BOOK LETÖLTÉSE ÉS FIZETÉS - DEMOGRÁFIAI BONTÁS

A fiatal felnőttek 19%-a tölt le az internetről ebook-ot, akik közül a döntő többség (81%) csak ingyenes ebook-ok iránt érdeklődik. A nők a férfiaknál jóval magasabb arányban keresik az ingyenes könyveket.

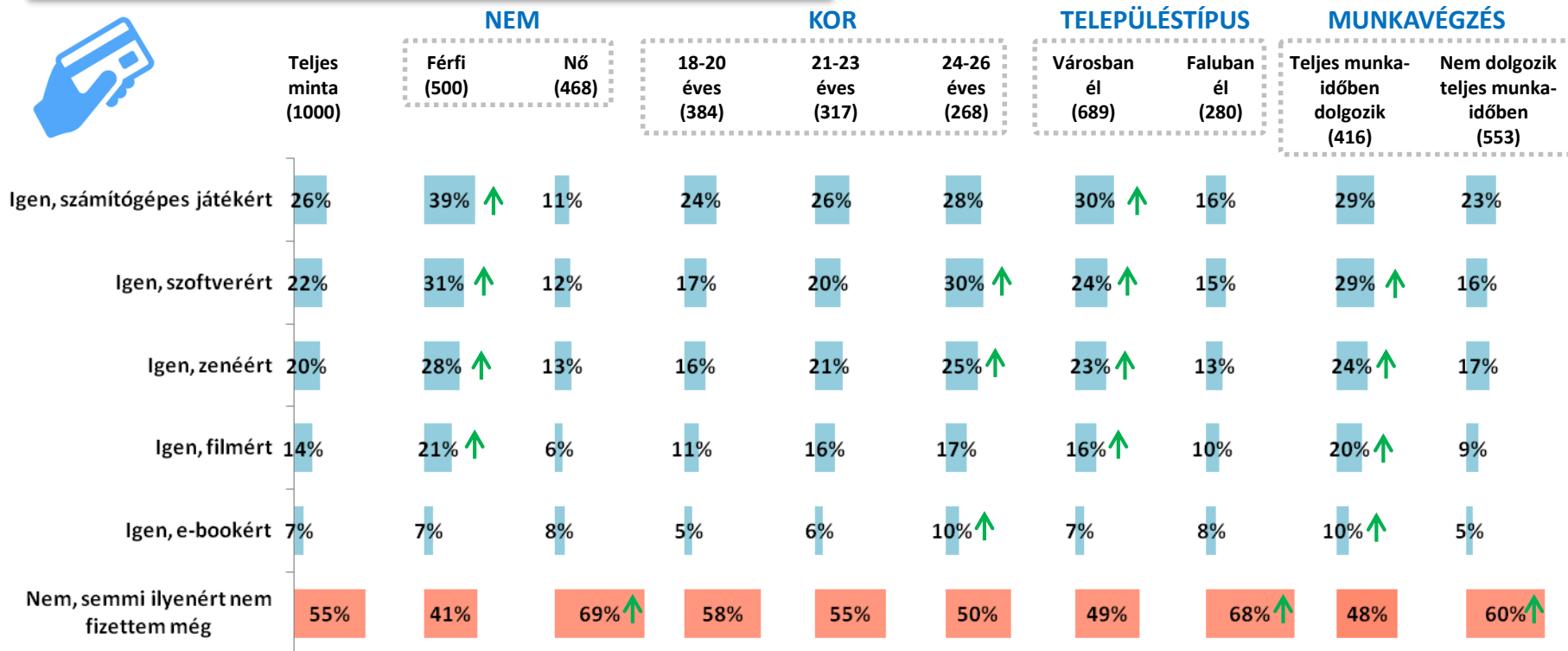
(K6) Amikor az alábbi dolgokból töltesz le, akkor mennyire jellemző, hogy fizetni kell érte?



Bázis: akik letöltik az adott tartalmat

Legális forrásból származó online tartalmakért a fiatal válaszadók 55%-a még soha életében nem fizetett. A férfiak, a városban élők és a teljes munkaidőben dolgozók az átlagosnál nagyobb arányban fizettek már legális online tartalomért.

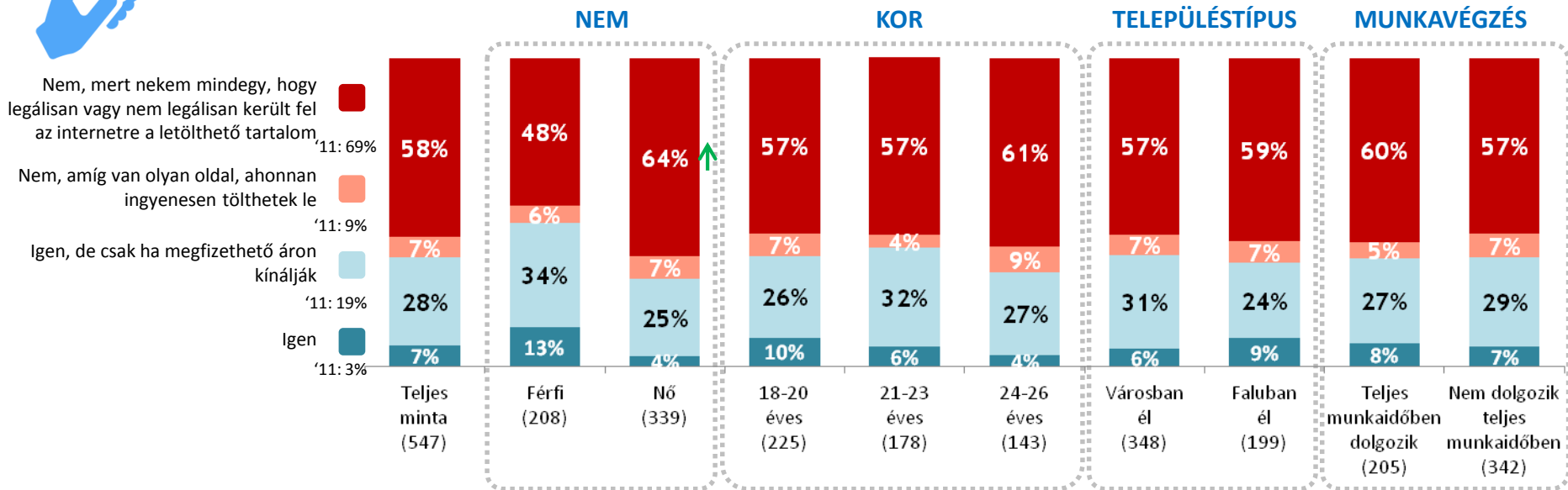
(K10) Fizettél már valaha azért, hogy legális forrásból interneten zenét, filmet, szoftvert, könyvet vagy számítógépes játékot tölthess, menthess le, nézhess, hallgathass?



Bázis: teljes minta

Azok között a fiatalok között, akik még nem fizettek soha legális forrásból származó, internetes tartalmakért, jelentős kisebbségben vannak a fizetésre nyitottak (a nők kevésbé nyitottak).

(K11) 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?

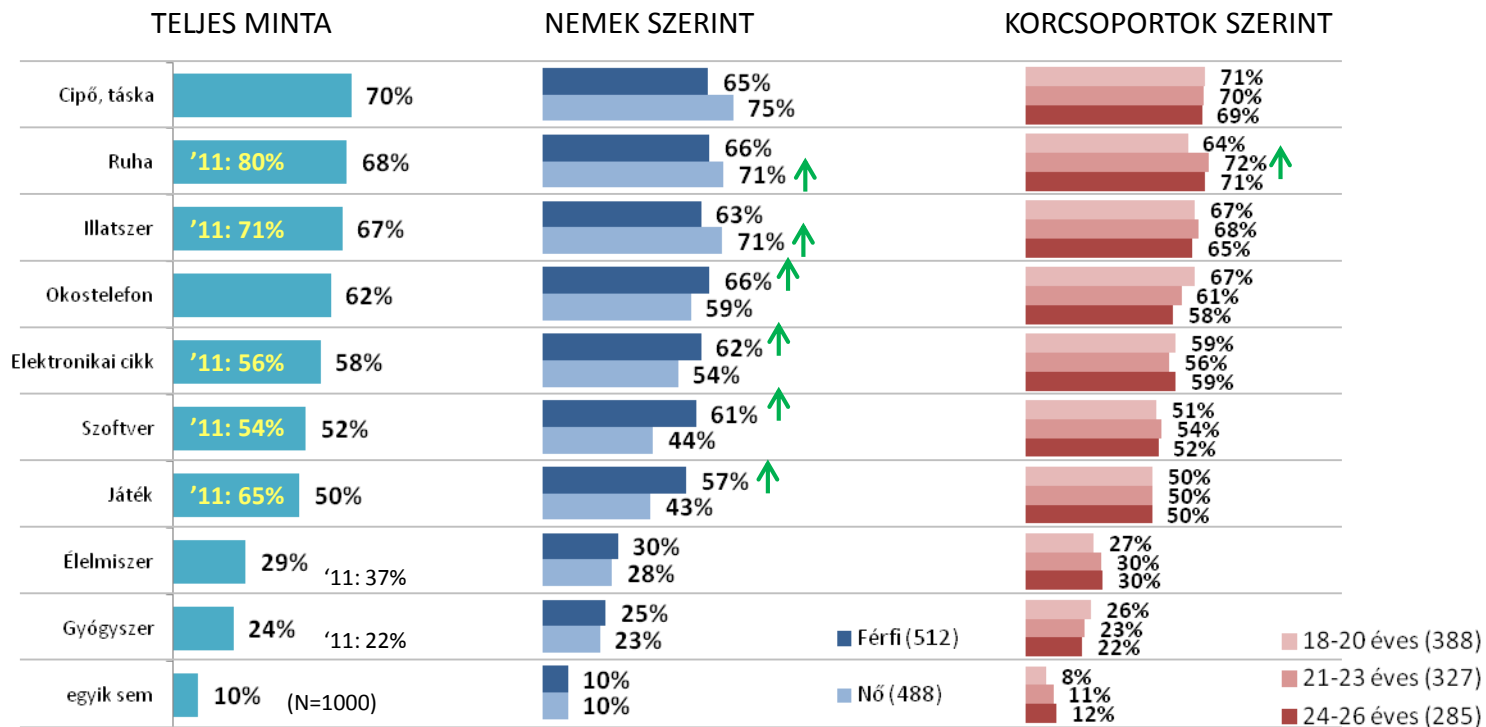


Bázis: akik még sohasem fizettek

HAMISÍTOTT TERMÉKEK

A fiatal felnőttek sok fajta hamisított termékkel találkoztak már; ezek közül a ruha, táska, cipő, illatszer állnak vezető helyen. (Ruhával, illatszerrel nagyobb arányban találkoztak a nők, míg műszaki termékekkel, szoftverrel, játékkal inkább a férfiak).

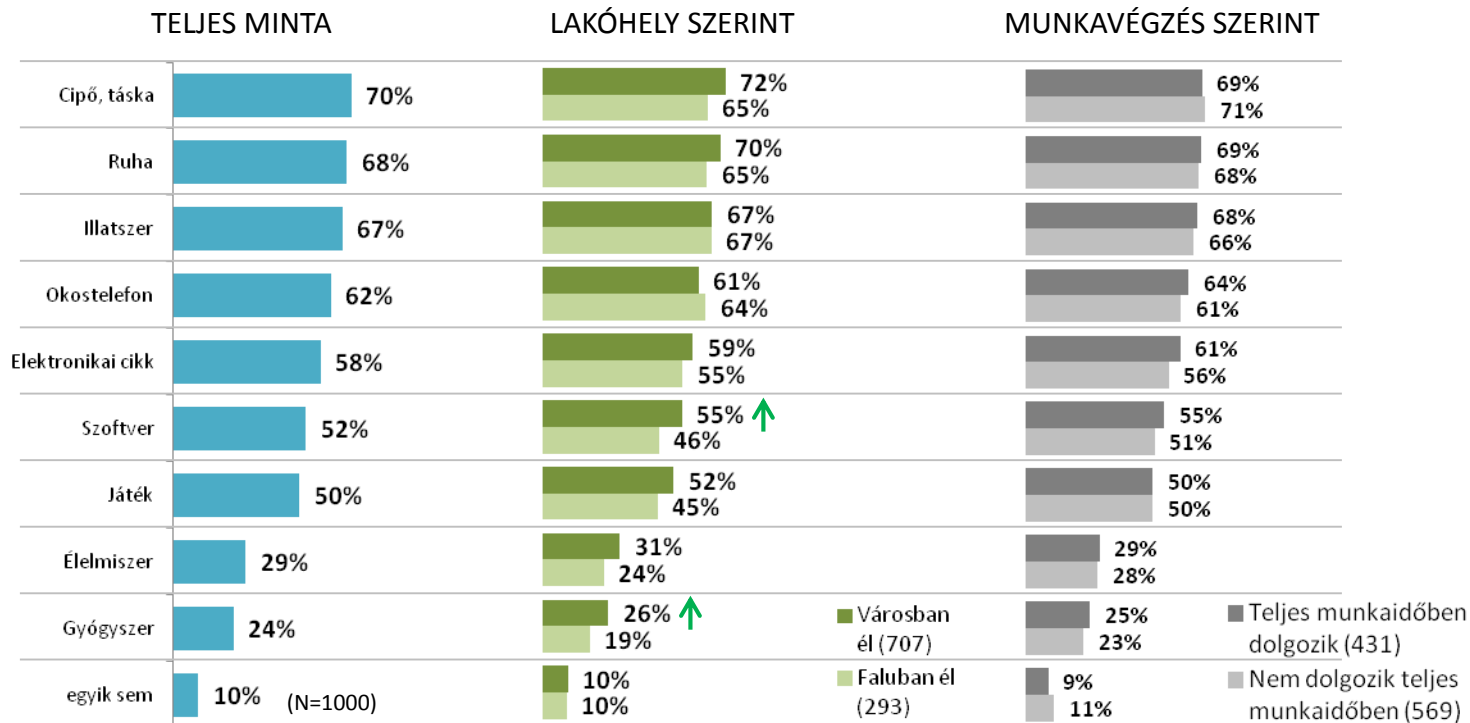
(K12) Milyen hamis termékekkel találkoztál már?



Bázis: teljes minta

A városban élők közül egyre többen jelölték meg, hogy a cipő, táska, ruha, illatszert mellett hamis szoftverrel (55%) és gyógyszerrel (26%) találkoztak.

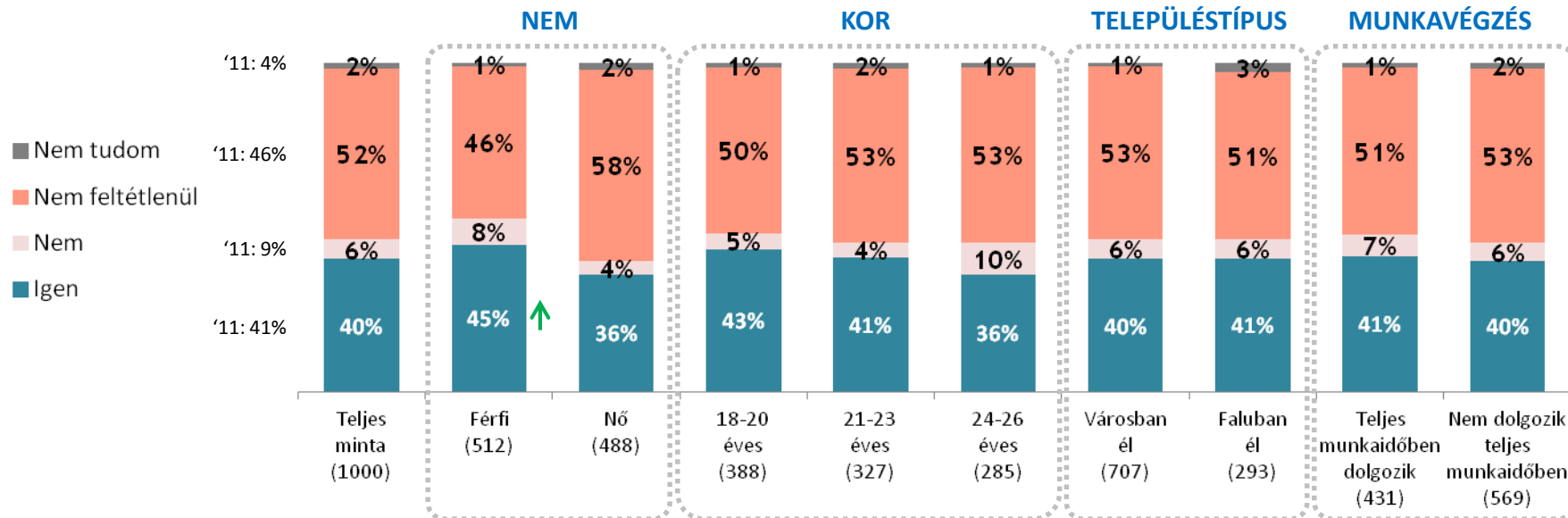
(K12) Milyen hamis termékekkel találkoztál már?



Bázis: teljes minta

Csak 10-ből 4 válaszadó véli úgy, hogy az ismert márkajelzéshez magasabb érték társul; a nők kevésbé „elfogultak” a jól ismert márkanevekkel.

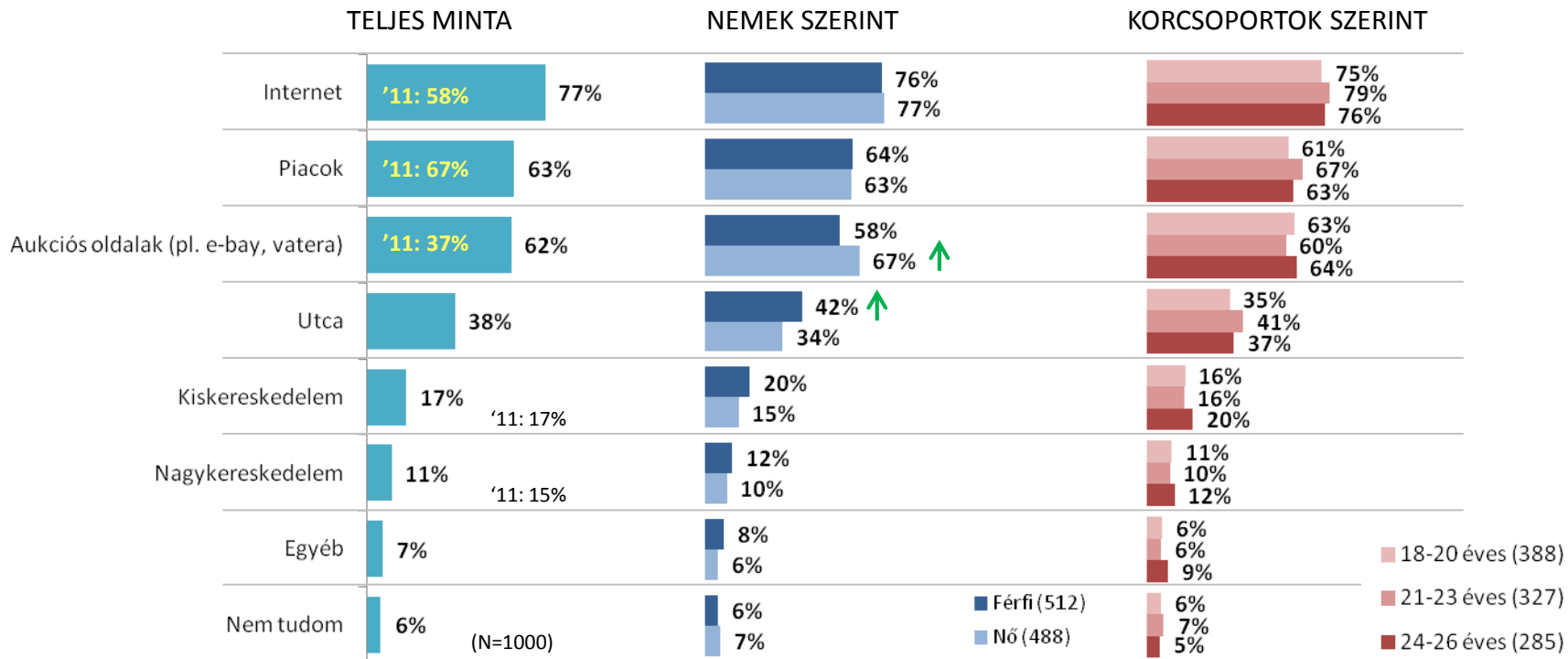
(K13) Szerinted értékesebb egy termék, ha jól ismert a megnevezése, márkajelzése?



Bázis: teljes minta

A hamis áruk terjesztésének elsődleges csatornájaként az internetet (és az aukciós oldalakat) azonosítják a megkérdezett fiatalok; a piacok is „fertőzöttek” a válaszadók 2/3-a szerint.

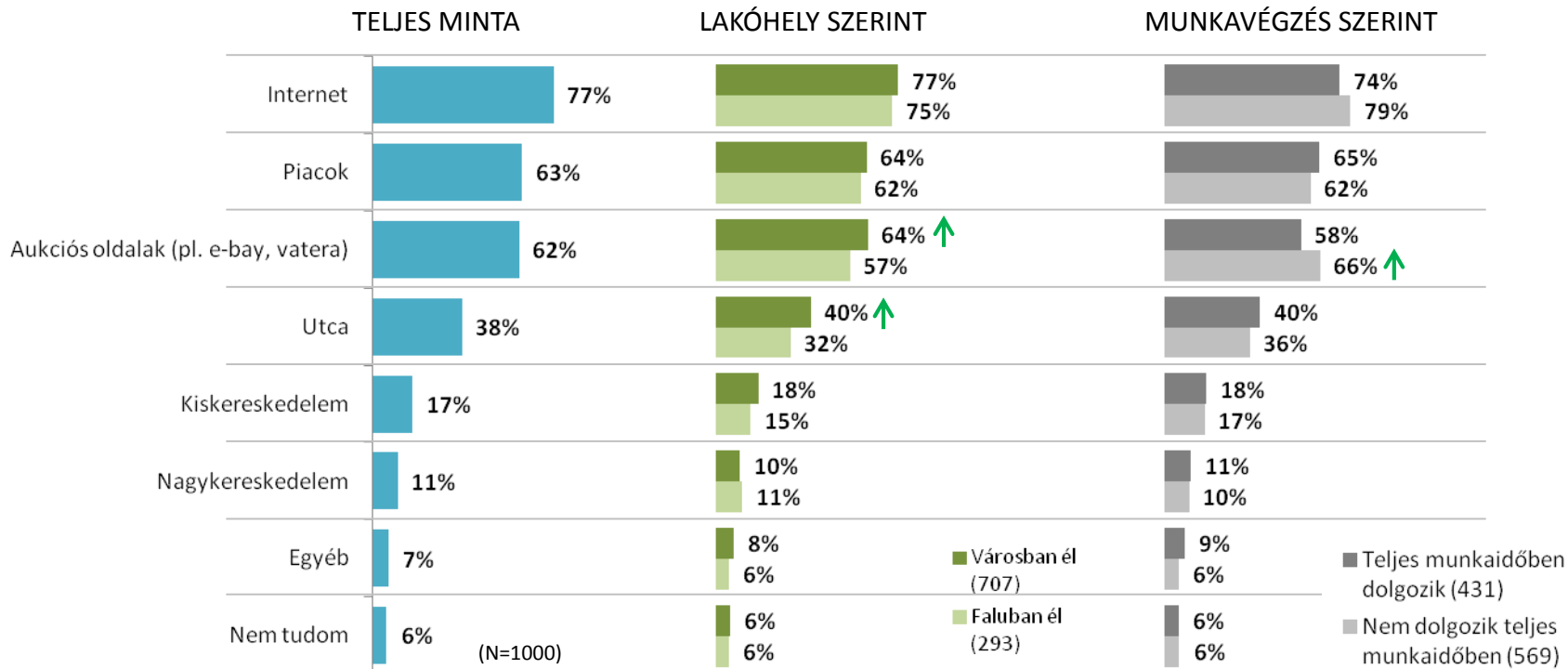
(K14) Szerinted a hamisítványok forgalmazásának melyek a leggyakoribb/legnépszerűbb csatornái?



Bázis: teljes minta

Az aukciós oldalakat és az „utcát” a városiak jobban összekötik a hamisított termékek forgalmazásával.

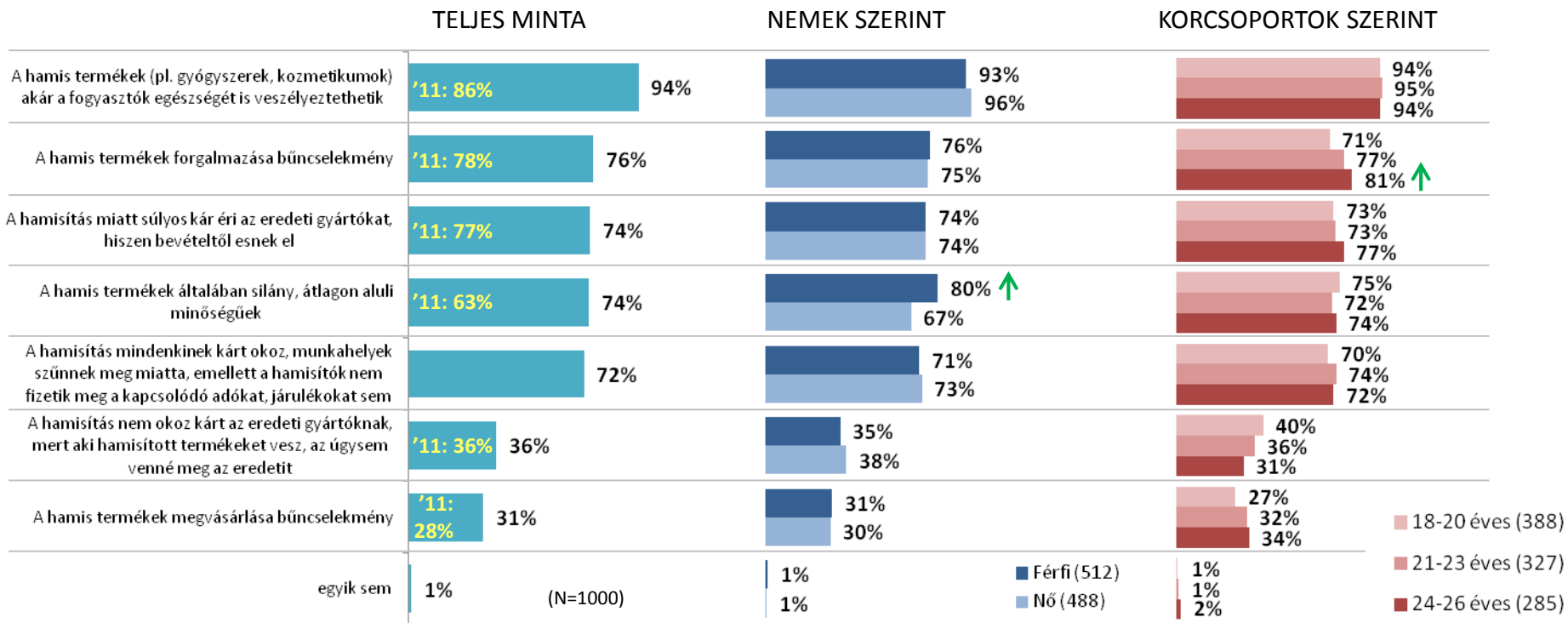
(K14) Szerinted a hamisítványok forgalmazásának melyek a leghasználatosabb/legnépszerűbb csatornái?



Bázis: teljes minta

A fiatal felnőttek számára világos, hogy a hamisított termékek fogyasztása, a testen való alkalmazása egészségkárosító lehet. A nagy többség látja, hogy a minőség csorbát szenved, gazdasági károkozás történik, a forgalmazást bűncselekménynek tartják.

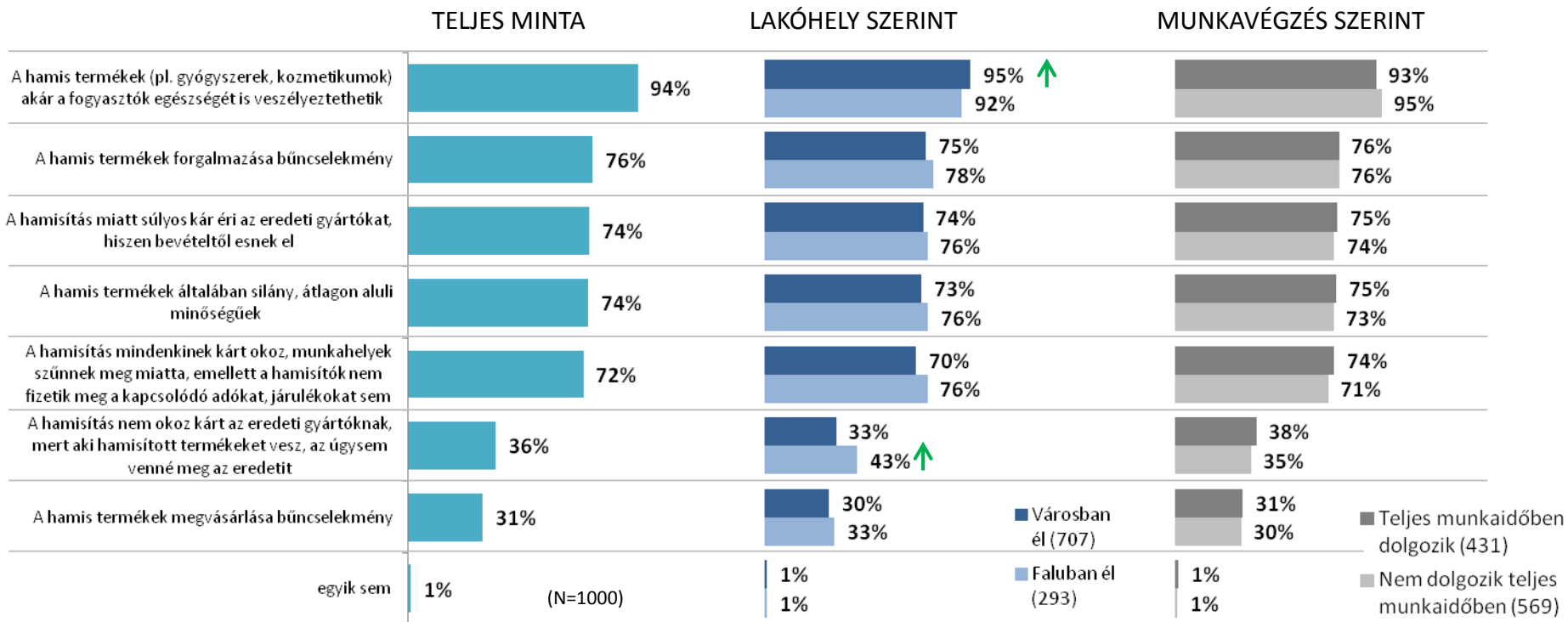
(K15) Mely állításokkal értesz egyet?



Bázis: teljes minta

A vidéken élők kevésbé hisznek abban, hogy a hamis termékek az eredeti márkák birtokosait megkárosítják.

(K15) Mely állításokkal értesz egyet?



Bázis: teljes minta