

BUDAPESTI GAZDASÁGI EGYETEM
KÜLKERESKEDELMI KAR
NEMZETKÖZI BESZERZÉS ÉS ÉRTÉKESÍTÉS SZAK
levelező tagozat

**A HAMISÍTÁS MEGHATÁROZÓ GAZDASÁGI ÉS TÁRSADALMI
HATÁSAI**

Belső konzulens:
Dr. Csekő Katalin Ph.D
dékán, egyetemi docens

Készítette:
Hubert-Zsiga Alexandra
évfolyam: 2020/2021

Budapest, 2021

TARTALOMJEGYZÉK

TÁBLÁZATOK JEGYZÉKE	2
ÁBRÁK JEGYZÉKE.....	3
BEVEZETÉS	4
I. A SZAKIRODALOM ÁTTEKINTÉSE	6
1.1 A definíció problematikája	6
1.2 A hamisítás, a hamisítvány tipológiai	14
1.3 Szellemi tulajdonjogok fajtái	22
1.3.1 A VÉDJEGY	24
1.3.2 SZERZŐI JOG	24
1.3.3 SZABADALOM	25
1.3.4 FORMATERV	25
II. A HAMISÍTÁS KÖZVETLEN ÉS KÖZVETETT HATÁSAI	26
2.1 Globális méretű probléma	26
2.2 A hamisítás közvetett hatásai.....	30
III. HAMISÍTÁS-MEGELŐZÉS	36
3.1 Állami intézkedések	36
3.2 Vállalati intézkedések – Blockchain technológia	45
ÖSSZEFOGLALÁS	47
IRODALOMJEGYZÉK	49

TÁBLÁZATOK JEGYZÉKE

Táblázat 1. Kutatások gyakorisága és a hamisítás trendjeinek változása 1993-2006 között	8-13
Táblázat 2. A hamisított áruk másodlagos és elsődleges piaca közötti eltérések főbb jellemzői	15
Táblázat 3. Hamisított termékek listája; GBLAAC, 2003	16
Táblázat 4. Hamisított termékek listája; WCO, 2007	17
Táblázat 5. A CBP (U.S. Customs and Border Protection) éves statisztikája a lefoglalt hamisítványokról, 2018	17
Táblázat 6. A szellemi tulajdonjogok főbb jellemzői	23
Táblázat 7. A hamisítás és a kalóztevékenység globális gazdasági és társadalmi hatásainak becslése	26-27
Táblázat 8. A belföldön előállított hamisítványok termelőszektorának szétválasztása belső fogyasztásra és exportra	29
Táblázat 9. Közös és független jogkezelő szervezetek listája Magyarországon (SZTNH)	40

ÁBRÁK JEGYZÉKE

Ábra 1. A svájci szellemi tulajdonjogokat sértő hamis áruk legfontosabb származási országai 2017-2019 között	28
Ábra 2. A hamisított alkoholos italokat világszerte fogyasztják	32
Ábra 3. A legtöbb hamisított alkoholt fogyasztó országok	33
Ábra 4. A 37 OECD tagország GTRIC-e mutatója 2009-ben	35
Ábra 5. Hamisított termék fogyasztásának kockázati csoportjai	37
Ábra 6. Részlet az ECC-Net fogyasztókat megszólító kampányából	44
Ábra 7. A centralizált és decentralizált hálózat különbsége	45

BEVEZETÉS

Kár lenne vitatni, hogy napjainkra a hamisított termékek jelenléte a gazdaságban általános tapasztalattá vált szinte minden korosztály számára. 2008-ban, miután az első, a hamisítást globális szinten vizsgáló elemzés elkészült az OECD/EUIPO által, a világ kormányai is szembesültek a probléma nagyságával. A számokat látva James Moody, az FBI akkori, szervezett bűnözéssel foglalkozó osztályának vezetője az International AntiCounterfeiting Coalition éves rendezvényén kijelentette, hogy a hamisítás a 21. század legfőbb bűncselekményévé fog válni (Wilcox & Kim & Sen, 2009).

Ennél is riasztóbb volt a Frontier Economics szakemberei által közzétett becslés 2017-ben, amely 2022-re a hamisítás gazdasági és társadalmi költségeinek összértékét 1.55 trillió és 1.87 trillió dollár között állapította meg, globális szinten (BASCAP, 2017). Dolgozatomban éppen ezért a hamisítás legfőbb gazdasági és társadalmi hatásait vizsgálom meg, illetve azt, hogyan védekeznek a hamisítás ellen a kormányok és a különböző vállalatok.

A dolgozatomhoz előzetesen két hipotézist állítok fel:

Hipotézis 1: Azt állítom, hogy a hamisítás elleni küzdelemben azért okozhat nehézséget az állampolgárok mozgósítása, mert a hamisítás szónak különböző jelentésrétegei ismertek, a fogyasztók számára ez megnehezítheti az eligazodást. A fogalmi bizonytalanság pedig azt is befolyásolja, hogyan viszonyulnak a hamisításhoz, mint jelenséghez.

Hipotézis 2: Azt állítom, hogy a hamisítás közvetett hatásai (pl. a munkaerőpiacra gyakoroltak) ugyanolyan súlyos anyagi veszteséget okozhatnak az államnak, mint a közvetlen hatások (pl. kiesett adóbevételek).

A dolgozatomat továbbá három részre tagoltam. Az első részben a hamisítás, a hamisítvány definíciója körüli bizonytalanságot és a tipologizálás lehetőségeit mutatom be. Fontosnak tartom, hogy több gazdasági szektor szemszögéből vizsgáljuk a problémát (pl. luxusipar), megismerve az egyedi eseteket, és az azokat csoportosító tipológiákat. Látnunk kell továbbá, hogy a technológiai fejlődéssel a hamisítók módszerei is fejlődnek, a trendek változásai pedig jól nyomon követhetőek abban, hogy aktuálisan *mit* hamisítanak.¹

¹ Ld. például: Portfólió (2021), Koronavírus: hamis oltóanyagokra figyelmeztet az EU, <https://www.portfolio.hu/gazdasag/20210215/koronavirus-hamis-oltoanyagokra-figyelmeztet-az-eu-469968> .

A második részben foglalkozom részletesen a hamisítás közvetlen és közvetett hatásaival. Ebben a fejezetben igyekeztem hangsúlyozni a probléma globális természetét, és több ország példáján keresztül bemutatni azt. A közvetett hatások közül pedig a munkaerőpiacra, a társadalomra és az egészségügyre gyakorolt hatásokat emeltem ki. A harmadik, utolsó részben a főbb megelőző intézkedéseket mutatom be. Ide soroltam a hatályos magyar törvényeket, szankciókat, a hamisítás ellen létrehozott szervezeteket és azok feladatkörét, illetve a hatályos EU-rendeleteket is. A vállalati megelőző intézkedések közül egy új, izgalmas lehetőségeket rejtő megoldást, a blockchain (blokklánc) technológiát emelem ki, amely hatékony eszköze lehet a hamisítás elleni fellépésnek.

I. A SZAKIRODALOM ÁTTEKINTÉSE

1.1 A definíció problematikája

Ha a hamisított termék definícióját keressük, a szakirodalom és a hivatalos szervezetek, jogalkotó intézmények nagyjából azonos meghatározásaival találkozhatunk. A probléma gyökere – maga a hamisítás ténye – lényegében változatlan: a hamisítás tulajdonképpen lopás, tehát bűncselekmény (Bian & Moutinho, 2011). Az angol nyelvű szakirodalom a *counterfeit* kifejezést használja, amely utal magára a cselekményre ('hamisít'), illetve a dologra is ('hamisítvány'). A jelentésnek ez a továbbfejlődése okozza, hogy mind tágabb, makro szinten, mind mikro szinten használatos a szóalak; ugyanúgy megvan benne a teljes koncepcióra vonatkozó főnévi ('hamisítás'), és a konkrét cselekvésre vonatkozó igei ('hamisít') jelentésréteg is (Spink, 2009).

A magyar büntetőjog idevágó, számunkra is érdekes része a 347. §, amely az egyedi azonosító jellel való visszaélésről értekezik. Az első bekezdés alapján minden olyan személy (természetes vagy jogi) visszaélést követ el, aki az egyedi azonosító jelet eltávolítja vagy meghamisítja, illetve olyan dolog kerül a birtokába, olyan dologgal rendelkezik, amelynek egyedi azonosító jele hamisított vagy eltávolították [Btk. 33:347. § (1)]. Az első bekezdés kiegészítése is izgalmas:

Az (1) bekezdés a) pontja minden olyan magatartást büntetni rendel, amely az egyedi azonosító jel eredetiségén, elhelyezésén, meglétén változtat. Eltávolítás alatt többek között az egyedi azonosító jelek (rendszer, motorszám stb.) leszerelését, kireszelését, kimarását, kivágását, szám átütését értjük. A b) pont a hamis, hamisított, eltávolított azonosító jelű dolog megszerzését, felhasználását, az ilyen dologról való rendelkezést rendeli büntetni. A törvény a hatályos szabályokat kiegészíti azzal, hogy a hamis, hamisított vagy eltávolított egyedi azonosító jelű dolog tényleges felhasználásától elkülönítve a joghatás kiváltására alkalmas felhasználást a „rendelkezik róla” kitételrel önálló elkövetési magatartásként szabályozza, amellyel egyértelműsíti, hogy a joghatás kiváltására nem alkalmas felhasználás is büntetendő (Büntetőjog, 2021).

A magyar büntetőjog is megerősíti, hogy ez a fajta visszaélés csak szándékosan követhető el, az üzletszerűen vagy bűnszervezetben elkövetett formáját pedig minősített esetként határozza meg.

Érdekes pontja még a paragrafusnak az egyedi azonosító jel meghatározása. „E § alkalmazásában egyedi azonosító jel: az olyan dolognak, amelynek a birtoklását vagy rendeltetésszerű használatát jogszabály hatósági engedélyhez köti, a gyártónak vagy a hatóságnak a dolgon, illetve annak alkotórészén alkalmazott, egyedi azonosításra szolgáló jelölése. A bűncselekmény jogi tárgya a hatósági regisztráció alapját képező egyedi azonosítást szolgáló jelölés valódisága iránti közbizalom.” [Btk. 33:347. § (3)] A jogvédett státusz megsértésének ténye, mint a hamisított termék egyik fő jellemzője a szakirodalmak definícióiban is visszatérő elem.

Spink a hamisítás kockázatairól írott disszertációjában például így foglalja össze: egy termék vagy csomagolás hamisításának a célja az, hogy másokat megtévesztve az eredetiség benyomását keltse; ezeket hívjuk más néven másolatnak (*knock off*) vagy hamisítványnak (*fake*) is (Spink, 2009). A saját meghatározásán kívül azonban összehasonlítja az FDA (U.S. Food and Drug Administration) és a WHO definícióit a hamisított gyógyszerekre, kiemelve a megtévesztés fontosságát a származást illetően². Az FDA definíciója tehát:

Az amerikai törvényhozás úgy határozza meg a hamisított gyógyszerkészítmény fogalmát, hogy az a megfelelő engedélyek hiányában az eredeti termék nevét jogtalanul használja. A hamisítás mind a márkanévre, mind a generikus, általános termékekre is vonatkozhat, ahol az eredeti forrást elfedik, a terméket szándékosan átcímkezik, hogy az egy valódi benyomását keltse. Az így hamisított gyógyszerek akár hatóanyag nélkül, nem elegendő mennyiségű hatóanyaggal, nem megfelelő hatóanyaggal vagy hamis csomagolásba rejtve kerülnek a fogyasztókhoz (Spink, 2009)³.

Spink felhívja a figyelmet a „without proper authorization” kifejezésre, amely a megfelelő hatósági engedély hiányát jelöli. A WHO a következőképpen határozza meg a hamisított gyógyszer fogalmát:

A hamisított gyógyszer szándékosan és megtévesztő módon rosszul van felcímkézve a valódi személyazonosság és/vagy a forrás elrejtésének céljából. A hamisítás mind a márkanévre, mind a generikus, általános termékekre is vonatkozhat, a hamisított gyógyszerek akár hatóanyag nélkül, nem elegendő mennyiségű hatóanyaggal, nem megfelelő hatóanyaggal vagy hamis csomagolásba rejtve kerülnek a fogyasztókhoz (Spink, 2009)⁴.

² FDA (U.S. Food and Drug Administration): az Egyesült Államok Élelmezési és Gyógyszerügyi Hivatala (FDA vagy USFDA), szövetségi ügynökség. Bővebben: <https://www.fda.gov/about-fda> .

³ Spink forrása: FDA, Food and Drug Administration. (2007). Counterfeit Drugs Questions and Answers. Retrieved February 5, 2008, <http://www.fda.gov/oc/initiatives/counterfeit/qa.html> .

⁴ Spink forrása: WHO, World Health Organization. (2007). General information on counterfeit medicines, <https://www.who.int/medicines/services/counterfeit/Surveyonterminology.pdf> .

A WHO definíciójában a hangsúly a forrásra (source) tevődik át, konkrétan arra, hogy a szándékosan, hamisan felcímkézett gyógyszer a termék eredetét, valódi származását próbálja elrejtteni vagy eltitkolni. Egy másik, a szakirodalom által sokat idézett meghatározás a védjegy meghamisítását állítja a középpontba: „A hamisított termék egy olyan védjeggyel van ellátva, amely megegyezik egy már létező másikkal, megkülönböztethetetlen attól, ezáltal megsérti az eredeti védjegy tulajdonosának jogait” (Bian & Moutinho, 2011)⁵. Ebben az esetben a hamisítás a jogsértő vagy jogellenes magatartás körül problematizálódik. Hamisított termékként egyértelműen azokat határozza meg, amelyek jogsértő módon viselnek magukon egy olyan védjegyet, amely nem a sajátjuk.

Ezt a gondolatmenetet viszi tovább Majid is, amikor a következőket írja: „A hamisítás a védjeggyel ellátott, szabadalmaztatott vagy szerzői jog által védett termékek engedély nélküli és ennél fogva illegális lemásolására utal.” (Majid, 2012). Hamisítás alatt már nem csak a védjegy, hanem a szabadalom és a szerzői jog engedély nélküli, illegális használatát is érti. Azt, hogy mi mindent lehet hamisítani, igazán az utóbbi évtizedekben kezdte el vizsgálni a szakirodalom. Hogy szemléltessem a kutatások gyakoriságát már a kezdeti időszakról, feldolgoztam Martin Eisend és Pakiz Schuchert-Güler (2006) összefoglaló táblázatát a hamisítással kapcsolatos kutatásokról, 2006-ig. A teljesség igénye nélkül, csupán a fontosabb elemeket listáztam időrendi sorrendben, érzékeltetve, hogy milyen sok szempontból lehet vizsgálni a hamisítást, mint jelenséget (Táblázat 1).

Táblázat 1. Kutatások gyakorisága és a hamisítás trendjeinek változása 1993-2006 között

Eisend & Schuchert-Güler (2006), “Previous Research Dealing With Counterfeit Purchases” alapján

Év	Szerző(k)	Tanulmány jellemzői (módszertan, résztvevők)	Hamisított termék(ek)	Meghatározó tényezők
1993	Bloch et al.	felmérés, 200 felnőtt, amerikai fogyasztó részvételével, plázákban és bolhapiacokon	póló	demográfia, önkép, termék fontossága, áruház hírneve, termék mennyire tartós, divatos, márkakép, ár

⁵ Korábbi források: Eisend, M. and Schuchert-Güler, P. (2006), “Explaining counterfeit purchase: a review and preview”, *Academy of Marketing Science Review*, Vol. 2006 No. 12, pp. 1-26.

Chaudhry, P.E. and Walsh, M.G. (1996), “An assessment of the impact of counterfeiting in international markets: the piracy paradox persists”, *Columbia Journal of World Business*, Vol. 31 No. 3, pp. 34-49. és

Kapferer, J-N. (1995), “Brand confusion: empirical study of a legal concept”, *Psychology and Marketing*, Vol. 12 No. 6, pp. 551-69.

1995	Wee et al.	felmérés, 949 tanuló és dolgozó felnőtt részvételével Délkelet-Ázsiában	könyv, szoftver, bőr pénztárca, óra	pszichográfiai változók (hozzaállás pl. kalózkodáshoz, adott márkához, stb.), termékattribútum-változók (pl. cél, minőség, tartósság, stb.), demográfiai változók (életkor, legmagasabb iskolai végzettség, jövedelem)
1996	Chakraborty et al.	kísérlet, 130 amerikai tanuló részvételével	autóalkatrészek	származási ország, etnocentrizmus
1996	Cordell, Wongtada & Kieschnick	kísérlet, 221 egyetemi hallgató részvételével egy keleti, külvárosi területről	kötött ing, 35 mm-es kamera	törvényességhez való hozzáállás, termék várható teljesítménye, alacsony befektetési kockázatot jelentő termékek brandépítése, a magas befektetési kockázatot jelentő termékek kiskereskedelmi presztízse, árengedmények
1997	Chakraborty et al.	kísérlet, 87 egyetemi hallgató részvételével	autóalkatrész	tájékoztató jelzések: eredeti termék származási országa, hibás hamisított termékek aránya
1998	Tom et al. (Tanulmány 1)	felmérés, 128 amerikai fogyasztó részvételével (vásárolnak/nem vásárolnak hamisított terméket)	különféle (nem meghatározott)	tapasztalat hamisított termék vásárlásával kapcsolatban
1998	Tom et al. (Tanulmány 2)	felmérés, 435 amerikai fogyasztó részvételével	CD, szoftver, póló, pénztárca	termék fontossága, demográfiai adatok
1998	Tom et al. (Tanulmány 3)	felmérés, 126 amerikai fogyasztó részvételével (korábban már vásároltak/nem vásároltak hamisított terméket)	CD, szoftver, póló, pénztárca	elégedettség a hamisított termékekkel kapcsolatban, demográfiai adatok
1999	Albers-Miller	felmérés, 92 amerikai tanuló részvételével	színes TV	terméktípus (eredeti, hamisított, lopott), közösség befolyása (egyedül vs. baráti társasággal, akik vásárolnak/nem vásárolnak

				hamisított terméket), vélt bűnügyi kockázat, árszintek
1999	Schlegelmilch & Stöttinger	felmérés, 230 amerikai tanuló részvételével	nem meghatározott	hozzaállás a kalózkodáshoz, ár és minőség felfogása, anti- piracy kampányok
2000	Moore & Dhillon	felmérés, 243 hongkongi tanuló részvételével (vásárolnak/nem vásárolnak kalóz szoftvereket)	szoftver	vásárlási szándék
2001	Ang et al.	3251 szingapúri fogyasztó részvételével (korábban már vásároltak/nem vásároltak hamisított terméket)	zenei CD	társadalmi hatások (informatív és normatív fogékonyság), egyéni jellemvonások (értéktudat, integritás, személyes kielégülés) és demográfiai adatok (életkor, legmagasabb iskolai végzettség, jövedelem)
2001	Gentry et al.	kvalitatív vizsgálat, interjú 102 külföldi hallgató bevonásával, főként kínai szubkultúrából érkezőkkel Szingapúrból, Malajziából, Indonéziából	nem meghatározott	előre nem meghatározott
2001	Leisen & Nill	felmérés, 144 amerikai tanuló részvételével	fájdalomcsillapító, napszemüveg, óra	érezkelt vásárlási környezet és a termék tulajdonságai, vélt pénzügyi, teljesítménybeli, társadalmi és jogi kockázat, társadalmi következmények tudatossága

2002	Prendergast et al.	felmérés, 200 hongkongi fogyasztó részvételével (korábban már vásároltak hamisított terméket)	Videó CD (VCD), póló	ár, minőség, kínálat nagysága, népszerűség, vásárlást követő szolgáltatások, barátok és családtagok véleménye, etikai és jogi problémák; VCD: széles választék, VCD-t lejátszó gépek, eredeti VCD hiánya Póló: anyag, fizikai megjelenés, dizájn, tartósság, márka, népszerűség
2002	Tan	felmérés, 377 kínai fogyasztó részvételével	szoftver	demográfiai adatok (életkor, nem, legmagasabb iskolai végzettség, jövedelem), ár, vásárlási tapasztalatok kalóz/jogvédett szoftveerekkel, észlelt kockázat, erkölcsi ítélet
2003	Chuchinprakarn	felmérés, 662 thaiföldi tanuló részvételével	különféle	nem, család vagyoni helyzete, csoporthoz tartozás/tartozni vágyás befolyása, önkép, nyugati termékkör iránti érdeklődés, materializmus
2003	Harvey & Walls	kísérlet, 60 hongkongi és 60 Las Vegas-i tanuló bevonásával	fiktív vásárlási szituáció	eredeti termék valós értéke, értéktobblete, hamisított termék vásárlásához kapcsolódó elvárt, feltételezett büntetés nagysága, kultúra szerepe
2003	Hoe et al.	kvalitatív vizsgálat, interjú 20, harminc év alatti brit fogyasztó bevonásával (vásárolnak/nem vásárolnak hamisított terméket)	hamisított divatcikkek	előre nem meghatározott
2003	Kwong et al.	felmérés, 306 hongkongi fogyasztó részvételével (nagyraésük már vásárolt kalóz CD-t)	CD	hozzáállás a kalóztevékenységhez, demográfiai adatok (nem, életkor, jövedelem, legmagasabb iskolai végzettség), korábbi vásárlási tapasztalatok

2004	Moores & Dhaliwal	felmérés, 462 szingapúri tanuló részvételével (vásárolnak/nem vásárolnak kalóz szoftvert)	szoftver	kalóz szoftverek elérhetősége, legális, eredeti szoftverek ára, büntetési tétel kalóz szoftver vásárlásáért
2005	Chiou, Huang & Lee	felmérés, 207 fiatal tajvani fogyasztó részvételével, akik rajonganak egy énekesért/zenekarért	zenei CD	énekes/zenekar bálványozása, attributív elégedettség, kockázat, következmény nagyságának észlelése, társadalmi konszenzus
2005	Jenner & Atrun	felmérés, 202 törökországi német fogyasztó részvételével	ruházati cikkek, bőr kiegészítők, CD, szoftver, óra, parfüm	észlelt minőségbeli különbségek eredeti és hamisított termékek között
2005	Penz & Stöttinger	felmérés, 1040 ausztriai fogyasztó részvételével (korábban már vásárolt/nem vásárolt hamisított terméket)	nincs meghatározva	hamisításhoz való hozzáállás, egyén személyes tulajdonságai által befolyásolt szubjektív norma (kockázatvállalási hajlam, divat érintettség, etikai hozzáállás), önkontroll, önazonosság, ártudatosság, hozzáférés a hamisítványokhoz; mindezt az árszínvonal közvetítése által
2005	Wang	felmérés, 456 tajvani tanuló részvételével (korábban már vásárolt/ nem vásárolt hamisított terméket)	DVD/VCD	költség-haszon, teljesítmény, büntetés, büntető eljárás kockázata, etikai szempontok, közösségi normák
2005	Wang et al.	felmérés, 314 kínai tanuló részvételével (korábban már vásárolt/nem vásárolt hamisított terméket)	szoftver	hozzáállás a kalóztevékenységhez, társadalmi befolyások szerepe (informatív és normatív fogékonyság), egyéni jellemzők (értéktudatosság, becsületesség, egyéni kielégülés), kollektívizmus, újdonságkeresés, demográfiai adatok (életkor, legmagasabb iskolai végzettség, jövedelem)

2005	Yoo & Lee	1. tanulmány: felmérés, 500 koreai tanuló részvételével (vásárol/nem vásárol hamisított terméket) 2. tanulmány: kísérlet, 420 koreai tanuló részvételével (vásárol/nem vásárol hamisított terméket)	1. tanulmány: márkák öt termékkategóriából; kézitáská, dizájncipő, ruházati termék, napszemüveg, ékszer 2. tanulmány: két kézitáskákat gyártó márka	hamisítványokkal kapcsolatos tapasztalatok, eredeti termékekkel kapcsolatos tapasztalatok, 2. tanulmányhoz kapcsolódóan: márkanévhez és az árhoz kapcsolódó információk, mind eredeti, mind hamisított termékek esetében
2006	Cheung & Prendergast	felmérés, 1152 felnőtt hongkongi, sanghaji és vuhani fogyasztó részvételével (korábban már egy- két/több alkalommal is vásárolt hamisított terméket)	VCD, ruházati termékek és kiegészítők	demográfiai adatok: jövedelem, nem, foglalkozás, legmagasabb iskolai végzettség, életkor, családi állapot
2006	Lau	online felmérés 84 kínai kitöltő részvételével, 209 kínai hírcsoportos poszt elemzése nyomán, amelyek kalóz szoftverekkel való kereskedelemre utaltak	szoftver	nyitott végű, többértelmű kérdések feltétele annak érdekében, hogy felkeltse az érdeklődést a kalóz szoftverek iránt
2006	Moore & Chang	felmérés, 243 hongkongi tanuló részvételével (vásárol/nem vásárol hamisított terméket)	szoftver	erkölcsi szándék, életkor, nem

Forrás: Eisend & Scuchert-Güler (2006), Explaining Counterfeit Purchases: A Review and Preview, Academy of Marketing Science Review, Vol. 2006, No. 12, <http://www.amsreview.org/articles/eisend12-2006.pdf>.

Azt is érdekes látni, hogy a technika fejlődésével egyre inkább hangsúlyossá vált a szoftverek hamisításának kutatása. A fogalommagyarázatok különbözőségei pedig abból adódnak, hogy az egyes kutatások más-más aspektusból vizsgálták a hamisítást. Ha például a luxus márkák hamisítása felől közelítenek, ez a definíció is megállja a helyét: „A hamisított áruk illegális, olcsó és gyakran alacsonyabb minőségű másolatai olyan termékeknek, amelyek jellemzően

magas márkaértékkel bírnak.” (Wilcox, Kim, & Sen, 2009)⁶. A hamisítás, mint illegális tevékenység ebben az esetben is hangsúlyozva van, de a fókuszpont átkerül a hamisítványok ár- és minőségbeli különbségeire.

A hamisítás definíciójának problematizálásával magának a fogalomnak az összetettségét szerettem volna érzékeltetni. A jelentések nagyrészt átfedik egymást, de érdekes látni, hogy míg a hivatalos szervezetek a hamisítás törvénnyel szembemenő természetét állítják a középpontba, addig egy brand, egy márka szempontjából kézenfekvőbb, ha a hamisítványok gyengébb minőségével, megbízhatatlanságával teszik ugyanezt. Az aktuálisan vizsgált jelenség, vagy a hamisítás aktuálisan vizsgált aspektusa pedig könnyedén eredményezhet újragondolt fogalommagyarázatokat, a koncepciótól függően, természetesen. A továbbiakban áttérek arra, miként lehet csoportosítani a hamisítványokat, és a különböző kutatások milyen tipológia mentén vizsgálták eddig ezt a jelenséget.

1.2 A hamisítás, a hamisítvány tipológiái

A leggyakoribb tipológia a megtévesztés formáihoz kapcsolódik, amelyet a szakirodalom *deceptive and non-deceptive counterfeiting*-ként határoz meg, vagyis *félrevezető* és *nem félrevezető* hamisításként, hamisítványként (Grossman & Shapiro, 1988). Ez a felosztás magába foglalja a hamisítói szándékot és a vevői tudatosságot is. Green és Smith a következőképpen magyarázta a két meghatározást:

A nem megtévesztő hamisítványoknak a következő tulajdonságaik vannak:

1. Csekély mértékben vagy egyáltalán nem jelentenek egészségügyi vagy biztonsági kockázatot a lakosság számára;
2. Kevés bizonyítható hatásuk van arra a márkára, amelyet hamisítanak;
3. A fogyasztók tudják, hogy hamisítványok - valójában a fogyasztókat büntársként tekinthetjük a tevékenységre;
4. Bizonyítható hasznot (például foglalkoztatást) hoznak a nemzet számára. (Green & Smith, 2002)

illetve

⁶ Korábbi források: Lai, Kay Ka-Yuk and Judith Lynne Zaichkowsky (1999), "Brand Imitation: Do the Chinese Have Different Views?" *Asia Pacific Journal of Management*, 16 (2), 179-92.

A megtévesztő hamisítványok a következő jellemzők egy részével vagy mindegyikével rendelkeznek:

1. A fogyasztók nem tudják, hogy hamisított terméket vásárolnak.
2. Lehetséges egészségügyi és biztonsági kockázat.
3. A kormányok jelentős veszteséget szenvednek el a működésüktől.
4. A márka az eladások és/vagy a saját tőke kimutatható veszteségét tapasztalja.

(Green & Smith, 2002)

A legnagyobb különbség a megtévesztés szándékában keresendő. Bár mindkét esetben illegális tevékenységről van szó, könnyű belátni, hogy a magát eredetiként feltüntető, gyanútlan fogyasztói attitűdre építő, félrevezető hamisítványok adott esetben sokkal veszedelmesebbek lehetnek. Elég csak az eredetinek látszó vitaminokra, étrendkiegészítőkre, gyógyszerekre, gyerekjátékokra gondolni. Ezek a hamisítványok nem csupán gazdasági károkat okozhatnak, hanem komoly egészségkárosító hatásuk is lehet.

Majid is felhívja a figyelmet egy fontos részletre: „Az olyan termékek, mint például a hamisított órák, a megváltozott formatervezés, az alacsonyabb árak vagy az értékesítési pontok révén gyakran utalnak legitimitásuk hiányára. Ezzel ellentétben állnak például a hamisított gyógyszerek, ahol a gyártó szándéka egyértelműen a megtévesztés, annak elhitése a fogyasztókkal, hogy az eredeti terméket vásárolják meg” (Majid, 2012). Az átlagos fogyasztó számára azok a legveszélyesebb hamisítványok, amelyek valóban semmilyen tekintetben, még árban sem különböznek az eredetijüktől. Különbséget tenni pedig sokszor szinte lehetetlennek tűnik. A GAO (U.S. Government Accountability Office) készített egy összefoglaló táblázatot (Táblázat 2), amely bemutatja az eltéréseket a másodlagos (gyengébb minőségű) és az elsődleges (jó minőségű) piac hamisítványai között.

Táblázat 2. A hamisított áruk másodlagos és elsődleges piaca közötti eltérések főbb jellemzői

	Másodlagos piac (Secondary Market)	Elsődleges piac (Primary Market)
Árucikk fizikai megjelenése	Hamisítványnak látszik	Eredetinek látszik
Ár	Olcsóbb, mint egy eredeti termék	Közel van egy eredeti termék valódi árához
Értékesítés helye	Utcai árusoknál, bolhapiacokon (személyesen értékesítik)	Főként online felületeken (illegális weboldalakon vagy népszerű fogyasztói oldalakon harmadik fél bevonásával)

Forrás: GAO (2018), Intellectual Property: Agencies Can Improve Efforts to Address Risks Posed by Changing Counterfeits Market, Table 1, <https://www.gao.gov/products/gao-18-216> .

Wilcox et al. (2009) vizsgálta, hogy az eredetinek látszó hamisítványoknál maga a reklám, a promo is megváltozik. Megállapította, hogy az eredeti termék reklámszövegében („You will know it’s a Tissot!) a luxus az önkifejezés egyik formájává válik, és értéket közvetít (Value-Expressive Ad). A hamisított verzió esetében viszont a környezet pozitív visszacsatolása az érték („They will know it’s a Tissot!), a luxus által társadalmi előrelépést, befogadást, elismerést várhat a karóra birtokosa (Social-Adjustive Ad) (Wilcox, Kim, & Sen, 2009). A fogyasztónak körültekintőnek kell lennie, mérlegelnie kell, hogy mit és milyen forrásból vásárol. A hamisítvánnyal való találkozás kockázata minden esetben fennáll, főleg ha megnézzük a Global Business Leaders Alliance Against Counterfeiting Global Business Leaders (GBLAAC) összesített listáját a leggyakoribb hamisított termékekről (Táblázat 3):

Táblázat 3. Hamisított termékek listája; GBLAAC, 2003 (Spink, 2009)⁷

Sebtapasz	Agrokémiai termékek	Bébiétel
Elem	Konzerv hús és hal	Dohánytermékek
Ruházat és cipő	Kávé	Kozmetikumok, krémek
Hitelkártya	Búvármaszok	Száraz élelmiszer
Golfütő	Háztartási gépek	Háztartási mosószer és tisztítószer
Tintasugaras- és festékkazetták	Motorolaj	Autó- és egyéb alkatrészek
Parfüm	Gyógyszerek	Pornófilm, felnőtt film
Borotvapenge	Szemeteszsák	Sampon
Üdítőital	Szoftver, audió és videó	Sportruházat
Pillanatragasztó	Tea	Fogkefe és fogkrém
Játékok	Borok és szeszes italok	Cipzár

Ezt kiegészíti még a WCO (World Customs Organization) listája további elemekkel, 2007-ből (Táblázat 4):

⁷ Spink forrása: Global Business Leaders Alliance Against Counterfeiting. (2003). Product Counterfeiting Overview. Global Counterfeiting, Background Document, Global Business Leaders Alliance Against Counterfeiting (GBLAAC).

Táblázat 4. Hamisított termékek listája; WCO, 2007 (Spink, 2009)⁸

Leves	Ásványvíz
Mellimplantátum	Kontaktlencse
Gyógyszerkészítmények életveszélyes állapotok, pl. mellrák és magas vérnyomás kezelésére	Szívritmus-szabályozó (pacemaker)
Fegyverek	Féktárcsa, fékbetét gépjárművekhez
és még egy WCO tréning is CD-n	

A friss statisztikák adatai is jól mutatják, hogy bár a legnépszerűbb, legkelendőbb hamisítványok még mindig a ruházati és elektronikai cikkek, a hamisított gyógyszerek, vitaminok, étrendkiegészítők, kozmetikumok (krémek, de parfümök is ide sorolhatók) is egyre nagyobb számban bukkannak fel (Táblázat 5).

Táblázat 5. A CBP (U.S. Customs and Border Protection) éves statisztikája a lefoglalt hamisítványokról, 2018

Termék	Lefoglalt mennyiség	Százalékos arány az egészhez képest
1. Ruházati termékek/Kiegészítők	6,098	18%
2. Lábbeli	4,728	14%
3. Óra/Ékszer	4,291	13%
4. Kézitáska/Pénztárca	3,593	11%
5. Elektronikai cikk	3,388	10%
6. Egyéb fogyasztási cikk	2,816	8%
7. Gyógyszerkészítmények/ Kozmetikumok	2,293	7%
8. Optikai adathordozó	561	2%
9. Játékok	487	1%
10. Számítógép/Kiegészítők	450	1%

Forrás: DHS (2020), Combating Trafficking in Counterfeit and Pirated Goods: Report to the President of the United States,

<https://www.dhs.gov/publication/combating-trafficking-counterfeit-and-pirated-goods> .

A DHS jelentése alapján a táblázatban szereplő 7% is aggodalomra ad okot, mivel a hamis, eredetileg vényköteles gyógyszerekből hiányozhatnak hatóanyagok, helytelen arányú adagokat

⁸ Spink forrása: World Customs Organization. (2007). Counterfeiting and Piracy - Crime of the 21st century? WCO NEWS, World Customs Organization (WCO)(54).

ill. veszélyes adalékanyagokat tartalmazhatnak. A hamis szépségápolási cikkekben, kozmetikumokban pedig a káros baktériumoktól kezdve az emberi ürülékig már szinte mindent kimutattak. (DHS, 2020) „Brand success breeds counterfeits.” – írja Green és Smith (Green & Smith, 2002). Azonban nem csak egy adott márka vagy termék sikeressége vonzza a hamisítót, a fogyasztói igények változásával is tisztában vannak. A szakirodalom éppen ezért igyekszik újabb és újabb tipológiák felállításával vizsgálni a hamisítást.

A *deceptive* és *non-deceptive/nondeceptive* kategóriák használata az egyik leggyakoribb (Green & Smith, 2002; Grossman & Shapiro, 1988; Bian & Moutinho 2011; Spink, 2009), de nem az egyetlen. Egy másik érdekes tipológia a *hiteles cikkek/termékek* („credence goods”) megkülönböztetésén alapul. (Hilton, Choi, & Chen, 2004)⁹. Olyan termékekről van szó, amelyek minőségét a vásárlás és a használat előtt vagy után nehéz felmérni. Ehhez szakavatott szemre van szükség, illetve a márka megkülönböztető jegyeinek olyan ismeretére, amely ismeretekkel egy átlagos fogyasztó nem rendelkezik. Ezen termékek értéke a hitelességükben rejlik, amelyet a gyártó/forgalmazó/kiskereskedő személye garantál a fogyasztónak. Az ilyen vásárlások bizalmon alapulnak (Hilton, Choi, & Chen, 2004). Hilton, Choi és Chen kutatásukban a luxusipar hamisított termékeit sorolják ebbe a kategóriába.

A haute couture esetében a vásárló számára az érték nagy része abban a hitben rejlik, hogy valami újszerű és exkluzív terméket vásárol. A legjobb tervezők korlátozzák a másolás és hamisítás hatását azáltal, hogy évről évre megváltoztatják a terveket, és korlátozzák a gyártást és a terjesztést (Hilton, Choi, & Chen, 2004).

A hiteles termék ellentéte is lehetne az ún. „search goods” kategóriája, amelyet elég nehéz magyarra fordítani, nevezhetjük *keresési cikkeknek/termékeknek*. Ezek legfőbb tulajdonsága, hogy van egy bizonyos valódi („intrinsic”), szemmel látható értékük, amelyet a vásárlás előtt a fogyasztó objektíven mérlegelhet. Hiltonék példája a saláta: az elszíneződéseket, foltokat, hibákat, ha úgy tetszik, nehéz elrejtetni a fogyasztók elől, így azok könnyedén el tudják dönteni, hogy a saláta minősége elfogadható-e a számukra. A két véglet között helyezkedik el az „experience goods” kategóriája, a *tapasztalati cikkek/termékek*, ahol a minőséget a vásárlást követő használattal állapítja meg a fogyasztó. A példa ebben az esetben egy ágy vagy egy játék, amiről az otthoni kipróbálás után már megfelelő fokú bizonyossággal állapítható meg, hogy valóban az elvárt minőségű termék került a kosárba (Hilton, Choi, & Chen, 2004).

⁹ Forrásaik: Ekelund, R. B., G. Franklin, F. G. Mixon and W. Ressler: 1995, “Advertising and Information: An Empirical Study of Search, Experience and Credence Goods”, *Journal of Economic Studies* 22(2), 33-44.
Emons, W.: 1997, “Credence Goods and Fraudulent Experts”, *The Rand Journal of Economics* 28(1), 107-120.

Ha a hamisított termékek és a hamisítás kategóriáit vizsgáljuk, fontos szem előtt tartani a szellemi tulajdonjogok védelmét is. Már magának a szellemi tulajdonnak a vizsgálata etikai vitákat idézhet elő, mivel sokféle szellemi tulajdonjog létezik, és többféle értékelési szempontot kell figyelembe venni az igények érvényesítésekor. Ezért fontos elkülöníteni egymástól a hamisítás egyes típusait, és foglalkozni a morális szempontokkal is. Hilton, Choi és Chen (2004) négy csoportot különböztet meg:

1. „vanity fakes” vagy alacsony minőségű, alacsony eszmei értékkel bíró hamisítványok,
2. „overrun” vagy túlfutásból, túltermelésből származó hamisítványok, általában maradék anyagokból,
3. „condoned” vagyis elnézett, megtúrt másolatok, más dizájnerektől vagy divatházaktól kölcsönzött ötletek (luxusból leszivárog a fast fashion áruházakba),
4. divatházak saját másolatai (Hilton, Choi, & Chen, 2004).

Az alacsony minőségű, olcsó hamisítványok jelentik talán a legkisebb problémát a tanulmány szerint a divatiparban. A fogyasztó *tudja* (látja, tapintja), hogy mit kap a pénzéért, habár a piacot elárasztó, rossz minőségű termékek hosszú távon a márka megítélésére is rossz hatással lehetnek.

Ha egy fejlődő ország alulfizetett munkavállalója kérkedni szeretne egy olyan tervezői termékkel, amelyre vágyik, de nem engedheti meg magának, mégis mi lehet a probléma, azt figyelembe véve persze, hogy ilyen esetekben bűnrészesség áll fenn a vevő és az eladó között? A fogyasztó tudja, hogy hamisított terméket vásárol, így az sem világos, hogy kinek árt ez a megtévesztés (Hilton, Choi, & Chen, 2004).

Ha tehát a fogyasztó tisztában van vele, hogy alacsony minőségű hamisítványt vesz, de azzal is tisztában van, hogy az alacsonyabb minőségért alacsonyabb árat is fizet (és számol a tartósággal is), akkor nagyon nehéz a hamisítást csak negatív színekben feltüntetni. Egy másik tanulmány ezt nevezi „smart shopper” attitűdnek; a fogyasztó úgy érzi, jó üzletet csinált a hamisítvány választásával, nincsenek nagy elvárásai, ettől függetlenül kielégítően hat(hat) az adott termék birtoklása (Bian & Moutinho, 2011).

Más elbírálás alá esnek a túltermelésből származó hamisítványok, amelyeket ún. *negyedik műszakok*ban állítanak elő, eredeti anyagokból, viszont a megfelelő engedélyek és felhatalmazás nélkül (Spink, 2009). Sok esetben ezek a plusz műszakok többlet profitot eredményeznek a munkavállalóknak, ami kecsegtető lehet a divatiparban, sokszor

„sweatshopokban”¹⁰ robotolni kénytelen tömegek számára. A legtöbbször fast fashion áruházaknak termelő gyárakban gyakran embertelen körülmények uralkodnak, a munkások pedig éhbérért dolgoznak.

Számos tanulmányban bizonyítást nyert, hogy az ezeket a termékeket előállító munkások bére éppen csak elegendő a túléléshez. A U.S. Commerce Department egyik jelentéséből kiderül, hogy a ruhaipari dolgozók alapbére Hondurasban 0.43 \$/óra vagy 3.47\$/per nap. Ha ebből levonjuk az útiköltséget, a reggeli és ebéd díját, mindössze 0.80\$ marad egy napra, amelynek fedeznie kellene a család egyéb kiadásait (Hilton, Choi, & Chen, 2004).

Amikor a megtúrt, elnézett másolatokról van szó a divatipar kapcsán, mindig felmerül az egyéni ötletek és a kreatív másolatok dilemmája. A fast fashion divatházak nem hamisítják a luxusmárkákat, hanem „inspirálóan” hat rájuk pl. a szabásminta, az anyagválasztás vagy a színek. A beszerzőik elmennek a nagy divatházak bemutatóira, hogy ötleteket „gyűjtsenek”. Ezután megbíznak másokat, hogy készítsék el az ott látott design egyszerűsített változatát, amelyet gyorsan és nagy mennyiségben elő lehet aztán állítani (Hilton, Choi, & Chen, 2004).

A divatházak saját másolatait az utolsó, de talán a legérdekesebb kategóriának számítanak. Ebben az esetben természetesen nem az adott luxusmárka károsítja meg önmagát, hanem egy, a kész modellekhez hozzáférő tervező. Gyakori eset, hogy a régebbi (néhány esetben az újabb) kollektciók darabjait egy tervező másodkézből értékesíti, újra felcímkézi vagy a gyártás során megsérült, szépséghibás modelleket bocsátja áruba. Mindezt a saját neve alatt teszi, a potenciális fogyasztó pedig tisztában van vele (jobb esetben), hogy nem éppen legális úton jutott a termékhez (Hilton, Choi, & Chen, 2004).

Hiltonék tipológiájához hasonlót állít fel J. W. Spink, de ő nem a divatipar szemszögéből, hanem általánosságban foglalkozik a hamisítás jelenségével. Az eddig vizsgált meghatározások mellé beilleszti az *elterelés* (diversion), a *tettetés* (simulation) és a *szabotázs* (tamper) kategóriát is (Spink, 2009). Az *elterelés* az áru fekete piacon való értékesítésére vonatkozik, továbbá Spink ide sorolja azt is, ha az adott termék a szállítás során szabályozatlan és felügyelet nélküli létesítményekben is megfordul. Egy másik jellemzője lehet az áru neutralizációja, amikor átcsomagolással, átszállítással próbálnak leplezni egy gyanús származási országot, és egy semlegessel helyettesíteni (Spink, 2009). A *tettetés* már a termék külső jegyeire vonatkozik. A koppintások (knock-offs) nem megteveszteni, hanem összezavarni akarják a fogyasztót egy eredeti, már ismert termékhez kísértetiesen hasonló

¹⁰ „(...) a sweatshop is defined as a workplace where workers are subject to extreme exploitation, including the absence of a living wage or benefits, poor working conditions, such as health and safety hazards, and arbitrary discipline.” (Hilton, Choi, & Chen, 2004)

dizájnnal, csomagolással vagy márkanévvel. Az utolsó kategória a *szabotázs*, amely kisléptékűnek számít ugyan, de jelen van. Szabotázs alatt az eredeti termékkel történő „ügyeskedést” értik. Ez lehet akár visszaélés jogtalanul vett mintákkal, lehet dézsmálás, de ide tartozik az üres palack, tubus újratöltése, vagy a lejárti dátum módosítása is (Spink, 2009).

Végül, hamisított, illetve kalózáru között a 608/2013/EU rendelet is különbséget tesz. Ez a rendelet szabályozza a szellemi tulajdonjogok vámhatósági érvényesíthetőségét, és a későbbiekben még lesz róla szó. A fogalom magyarázatokat az 1. fejezet 2. cikkében találjuk. Ez alapján „hamisított áruk”:

- a) olyan áruk, amelyek abban a tagállamban, ahol találhatóak, valamely védjegyhez fűződő jogot sértő cselekmény által érintettek, és amelyek engedély nélkül olyan megjelöléssel vannak ellátva, amely megegyezik az ugyanolyan típusú áruk tekintetében érvényesen lajstromozott védjeggyel, vagy amely lényeges jellemzőit tekintve nem különböztethető meg az ilyen védjegytől;
- b) olyan áruk, amelyek abban a tagállamban, ahol találhatóak, valamely földrajzi árujelzőhöz fűződő jogot sértő cselekmény által érintettek, és amelyek e földrajzi árujelző tekintetében oltalom alatt álló nevet vagy kifejezést viselnek, vagy leírásukban ilyen név vagy kifejezés szerepel;
- c) bármely csomagolás, címke, öntapadós címke, tájékoztató füzet, használati utasítás, garancialevél vagy egyéb hasonló tárgy – abban az esetben is, ha külön mellékelik az áruhoz –, amely védjegyhez vagy földrajzi árujelzőhöz fűződő jogot sértő cselekmény által érintett, és amelyen olyan jelzés, név vagy kifejezés szerepel, amely vagy megegyezik valamely érvényesen lajstromozott védjeggyel vagy oltalom alatt álló földrajzi árujelzővel, vagy lényeges jellemzőit tekintve nem különböztethető meg az ilyen védjegytől vagy földrajzi árujelzőtől; és amelyet ugyanolyan típusú árukra lehet használni, mint amelyekre vonatkozóan az említett védjegyet vagy földrajzi árujelzőt lajstromozták [608/2013/EU, I:2:5 a), b), c)].

„Kalózáruknak” pedig a következők minősülnek:

(..) olyan áruk, amelyek abban a tagállamban, ahol találhatóak, szerzői jogot, kapcsolódó jogot vagy formatervezésiminta-oltalomból eredő jogot sértő cselekmény által érintettek, és amelyek a szerzői jog, a kapcsolódó jog vagy a formatervezésiminta-oltalom jogosultjának vagy a gyártó országban a jogosult által felhatalmazott személynek az engedélye nélkül előállított másolatok, vagy ilyen másolatokat tartalmaznak (608/2013/EU, 1:2:6).

Ahogy azonban a hamisításnak is több kategóriáját ismerjük, úgy a szellemi tulajdonjogoknak is több fajtája van, amivel adott esetben a hamisítók visszaélnek. A következő alfejezetben ezeket vizsgálom meg.

1.3 Szellemi tulajdonjogok fajtái

A különböző szellemi tulajdonjogokkal, és a hozzájuk kapcsolódó jogvédő intézkedésekkel azért érdemes tisztában lenni, mert bármelyik hamisítható, illetve bármelyikkel kapcsolatban követhetnek el visszaélést. Ma már persze rengeteg jogvédő intézkedés, hivatalos szervezet és online fórum segíti a szellemi tulajdonjoggal rendelkezőket, de fontos kiemelni, hogy minden állam maga dönti el, mennyire fontos számára a hamisítás elleni védekezés, azaz mennyit költ rá éves szinten. Majid (2012) így összegzi a témát:

A szellemi tulajdonjogok érvényesítése világszerte a legjobb esetben is széttagoltnak mondható, bár a globális harmonizálásra tett kísérletek a Kereskedelmi Világszervezeten (WTO) keresztül elérték a szellemi tulajdonjogok kereskedelemmel kapcsolatos vonatkozásairól szóló megállapodás (TRIPS - Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights) létrejöttét, amely szabványokat állít fel a meghatározás és az érvényességi időtartam szempontjából. Továbbra is számos olyan ország van, amely nem része a megállapodásnak, és más törvények, rendeletek alapján jár el. Ezért lehet az, hogy egy Nagy-Britanniában védjeggyel ellátott termék valószínűleg a büntetéstől való félelem nélkül reprodukálható Oroszországon belül, mert Oroszország nem tartja be ugyanazokat a szellemi tulajdonjogokat védő törvényeket, mint Nagy-Britannia. Ezenkívül a TRIPS-egyezmény betartásának elfogadása nem biztosítja, hogy egy ország aktívan érvényesíti a szellemi tulajdonjogokat és gátat szab a hamisításnak (Majid, 2012).

A szellemi tulajdonjogok (IPR) immateriális javakként (intangible assets) is előfordulnak a szakirodalomban, hangsúlyozva azok gazdasági értékét. Egy 2016-os, az OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development) és az EUIPO (European Union Intellectual Property Office) összefogásával megvalósult tanulmány (OECD/EUIPO, 2016) készített egy összefoglaló táblázatot a szellemi tulajdonjogokról, és a hozzájuk kapcsolódó fontosabb információkról (Táblázat 6):

Táblázat 6. A szellemi tulajdonjogok főbb jellemzői

(Védjegyek, szerzői jogok, szabadalmak és formatervezési minták jogai, amennyiben azok kézzelfogható termékekre vonatkoznak)

	Védjegy	Szerzői jog	Szabadalom	Formatervezési jog
Lefedettség	Áruk vagy szolgáltatások	Kreatív munkák	Találmányok	Áru esztétikai kialakítása
Regisztrációköteles?	Igen (a legtöbb esetben)	Nem	Igen	Igen (a legtöbb esetben)
Minimális időtartam	7 év	Általában 50 év az alkotó(k) halála után	20 év	10 év

Forrás: OECD/EUIPO (2016), Trade in Counterfeit and Pirated Goods: Mapping the Economic Impact, OECD Publishing, Paris, <http://dx.doi.org/10.1787/9789264252653-en>.

A 608/2013/EU rendelet alkalmazásában a szellemi tulajdonjogok csoportja ennél bővebben kerül meghatározásra. Felsorolás szintjén ezek a következők:

- a) a védjegy;
- b) a formatervezési minta;
- c) a nemzeti vagy az uniós jog által meghatározott szerzői jog vagy kapcsolódó jog;
- d) a földrajzi árujelző;
- e) a nemzeti vagy az uniós jog által meghatározott szabadalom;
- f) a gyógyszerek kiegészítő oltalmi tanúsítványáról szóló, 2009. május 6-i 469/2009/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet (1) szerint meghatározott, gyógyszerekre vonatkozó kiegészítő oltalmi tanúsítvány;
- g) a növényvédő szerek kiegészítő oltalmi tanúsítványának bevezetéséről szóló, 1996. július 23-i 1610/96/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet (2) szerint meghatározott, növényvédő szerekre vonatkozó kiegészítő oltalmi tanúsítvány;
- h) a közösségi növényfajta-oltalmi jogokról szóló, 1994. július 27-i 2100/94/EK tanácsi rendelet (3) szerint meghatározott közösségi növényfajta-oltalmi jog;
- i) a nemzeti jog által meghatározott növényfajta-oltalmi jog;
- j) a félvezető termékek topográfiája a nemzeti vagy az uniós jog által meghatározottak szerint;

k) a használati minta, amennyiben a nemzeti vagy az uniós jog szellemi tulajdonjogként védi;

l) a kereskedelmi név, amennyiben a nemzeti vagy az uniós jog kizárólagos szellemi tulajdonjogként védi [608/2013/EU, 1:2:1 a)-l)].

A szellemi tulajdonjogok részletesebb bemutatásához a már fentebb említett, OECD/EUIPO (2016) listát veszem alapul.

1.3.1 A VÉDJEGY

A védjegy egy megkülönböztető jel, bizonyos árukat vagy szolgáltatásokat foglal magába, amelyeket egy adott személy vagy vállalkozás gyárt vagy állít elő. A védjegyek tartalmazhatnak szavakat, személyneveket, betűket, számokat, ábrákat és szinkombinációkat, valamint ezek kombinációit (OECD/EUIPO, 2016).

Általánosságban a védjegyoltalom földrajzilag korlátozott. Ha egy adott országban be is jegyezték, az nem garantálja, hogy a következőben is érvényes lesz. Annak érdekében, hogy könnyítsenek a védjegyoltalomra szoruló kérelmezők adminisztratív terhein, a World Intellectual Property Organisation (WIPO) létrehozta a Madrid Rendszert, ami egyszeri, központi regisztrációt biztosít azon pályázók számára, akiknek több országban is szüksége van védjegyoltalomra (OECD/EUIPO, 2016).

1.3.2 SZERZŐI JOG

A szerzői jog (és a kapcsolódó jog) különleges kategóriát képvisel a szellemi tulajdonjogok között. A szerzői jog kizárólagos jogok összessége, a szerzői kreatív alkotásokra vonatkozik, amelyek használatát (pl. kiadás, fordítás, másolás) korlátozza. Szerzői jogok hatálya alá tartozó művek fajtái: irodalmi művek, például regények, versek; számítógépes programok; zenei művek; képzőművészeti alkotások, például festmények, rajzok, fényképek és szobrok; drámai művek, például színdarabok; filmek, és összeállítások, beleértve az adatbázisokat is (OECD/EUIPO, 2016).

A védjegyekkel ellentétben a kreatív alkotásokat nem szükséges regisztrálni ahhoz, hogy védettséget élvezzenek: a szerzői jog a mű keletkezésének pillanatától érvényes. Egyes országokban viszont a hivatalos regisztráció további védelmet és segítséget nyújthat jogsértés esetén. A szerzői jogvédelem szintén meghatározott időkerethez kötött. A nemzetközi átlag az

egyedi szerzői alkotások oltalmi idejére a szerző halálát követő 50 év (OECD/EUIPO, 2016). Különböző alkotások tekintetében (pl. film, fotó) ez az intervallum változhat.

1.3.3 SZABADALOM

A szabadalom lehetővé teszi, hogy a szabadalmi jog tulajdonosa kizárja az illetéktelen feleket a védett termék elkészítéséből, használatából vagy bármilyen értékesítéséből. A szabadalmi jog általában bármely találmány esetében hozzáférhető, akár termékhez, akár folyamathoz kapcsolható, a technológia minden területén, feltéve, hogy új, innovatív előrelépést jelentő és ipari használatra alkalmas (OECD/EUIPO, 2016).

Akárcsak a védjegy, a szabadalom is földrajzilag behatárolt. A több országon átívelő joggyakorlásban a Patent Cooperation Treaty (PCT) eljárás segíti a kérelmezőket. A 20 éves védettségű periódus a kérelem kitöltésével egyidejűleg aktiválódik (OECD/EUIPO, 2016).

1.3.4 FORMATERV

Az ipari formaterv alatt a termék külső megjelenését értik. A kialakításnak vannak háromdimenziós jellemzői, például a termék alakja vagy felülete, vagy kétdimenziós jellemzői, mint például minták, vonalak vagy színek. Az ipari formaterveket az ipar és a kézművesség területein is alkalmazzák, beleértve műszaki és orvosi műszereket, órákat és ékszereket (OECD/EUIPO, 2016).

Az ipari formaterv jogi védelme nem terjed ki más, a termékhez kapcsolódó funkció jogvédeltségére. Általános szabály, hogy a jogvédett formatervnek „újnak” kell lennie. Ez a gyakorlatban azt jelenti, hogy a kialakítás nem lehet azonos, vagy nagy mértékben megegyező egy másik, korábban létrejött formatervvel. Az EU-n belül az EUIPO biztosítja a lajstromozott formatervezési minták védelmét az EU valamennyi tagországában (Registered Community Design). A TRIPS-megállapodás megköveteli, hogy a jogvédelem időtartama legalább 10 év legyen (OECD/EUIPO, 2016).

Látható, hogy habár a szellemi tulajdonjogok védelmét több hivatalos szervezet, rendelet és összefogás is támogatja, a hamisítók így is képesek megkerülni a bürokráciát, és visszaélni a fent említett jogokkal. Az EUIPO 2016-os jelentése szerint a hamisított termékek nemzetközi kereskedelme a világkereskedelem 2,5%-át tette ki, azaz nagyjából 461 billió dollárt (OECD/EUIPO, 2016).

II. A HAMISÍTÁS KÖZVETLEN ÉS KÖZVETETT HATÁSAI

2.1 Globális méretű probléma

Azzal, hogy a hamisítás súlyos gazdasági problémákat okoz, a mindenkori kormányok és a hivatalos szervezetek is többé-kevésbé tisztában voltak. Az első alapos, globális kitekintésű jelentést az OECD (Organisation for Economic Cooperation and Development)¹¹ készítette 2008/2009-ben, az eredmények pedig sokkolóak voltak: megállapították, hogy akár 250 milliárd dollárnyi hamisítvány cserélhet gazdát a nemzetközi kereskedelemben (Hardy, 2017). Ráadásul ez az összeg nem tartalmazza a belföldön előállított és piacra kerülő hamisított és kalóz termékek értékét, valamint az interneten keresztül terjesztett jelentős mennyiségű kalóz digitális terméket (Hardy, 2017). A Frontier Economics¹², hogy a hamisítás és a kalóztevékenység gazdasági és társadalmi hatásait globális szinten mérni tudja, egy 2013-as OECD jelentést vett alapul, illetve felhasználta az azt kiegészítő becslések eredményét is, amit ebben a táblázatban foglalt össze (Táblázat 7):

Táblázat 7. A hamisítás és a kalóztevékenység globális gazdasági és társadalmi hatásainak becslése

Becslés alapja	2013	2022 (várhatóan)
A hamisított áruk teljes nemzetközi kereskedelme	\$461 billió	\$991 billió
A hamisított áruk teljes hazai gyártása és fogyasztása	\$249 billió-\$456 billió	\$524 billió-\$959 billió
Digitális kalózkodás filmek, zene és szoftverek esetében	\$213 billió	\$384 billió-\$856 billió
A hamisított és kalóz áruk összértéke	\$923 billió-\$1.13 trillió	\$1.9 trillió-\$2.33 trillió

¹¹A Gazdasági Együttműködési és Fejlesztési Szervezet (Organisation for Economic Cooperation and Development, OECD) párizsi székhelyű nemzetközi gazdasági szervezet. Magyarország 1996 óta a tagja. OECD, <https://www.oecd.org/about/>.

¹²A Frontier Economics (Frontier) egy mikroökonómiai tanácsadóval foglalkozó vállalat, amely állami és magánszektorbeli ügyfeleknek nyújt gazdasági tanácsadást a versenypolitika, a közpolitika, a szabályozás, az üzleti stratégia és a viselkedésgazdaságtan területén. A Frontier Economics hálózat különálló vállalatai megtalálhatóak Európában (Berlin, Brüsszel, Köln, Dublin, London, Madrid és Párizs), valamint Ausztráliában (Melbourne, Sydney és Brisbane) és Szingapúrban.

Frontier Economics, Who We Are, <https://www.frontier-economics.com/uk/en/about/who-we-are/>.

Szélesebb gazdasági és társadalmi költségek		
A törvényes gazdasági tevékenység kiszorítása	\$470 billió-\$597 billió	\$980 billió-\$1.244 trillió
A közvetlen külföldi befektetések becsült csökkenése	\$111 billió	\$231 billió
Becsült pénzügyi veszteségek	\$96 billió-\$130 billió	\$199 billió-\$270 billió
Bűncselekmények becsült értéke	\$60 billió	\$125 billió
Gazdasági és társadalmi költségek összértéke	\$737 billió-\$898 billió	\$1.55 trillió-\$1.87 trillió
Foglalkoztatottak számának becsült csökkenése	2 millió és 2.6 millió fő között	4.2 millió és 5.4 millió fő között
Elmaradt gazdasági növekedés értéke az OECD becslése alapján 2017-ben	\$30 billió-\$54 billió	

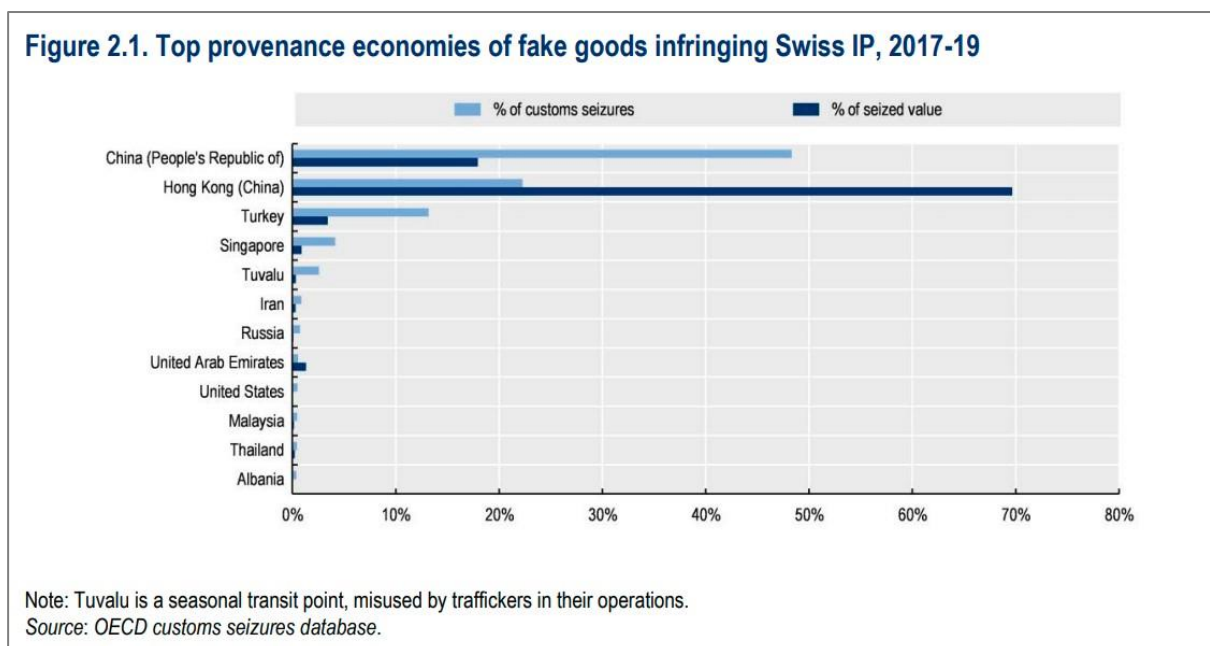
Forrás: A Frontier becslése a 2013-as OECD jelentés alapján (hamisítás a nemzetközi kereskedelemben), illetve az UN Comtrade Database és GDP adatok alapján, az államháztartások veszteségeinek becsléséhez. A kalóztevékenység becslése a 2015-ös, rendelkezésre álló ipari adatok alapján. BASCAP (2017), Estimating the global economic and social impacts of counterfeiting and piracy, elérhető: <https://www.worldtrademarkreview.com/anti-counterfeiting/estimating-global-economic-and-social-impacts-counterfeiting-and-piracy> .

Nagyságát tekintve a BASCAP¹³ (Business Action to Stop Counterfeiting and Piracy) jelentése szerint a hamisítás és a kalóztevékenység például Törökországban évente 10,6 billió dolláros kárt okoz, ami a török GDP 1%-a (Frontier, 2011). Általánosságban megállapítható, hogy az Európába érkező hamisítványok nagyrésze Kínából származik. Ez összhangban van az amerikai vámhatóságok lefoglalási adataival is, amelyek azt mutatják, hogy az Egyesült Államokban lefoglalt import hamisítványok 52% -a Kínából származott (Frontier, 2016). A terméklista ebben az esetben is változatos, a játékoktól kezdve gyógyszerekig szinte mindennel találkoztak a hatóságok. Nemrégiben készült egy OECD jelentés, amely azt vizsgálta, hogy mennyire

¹³ A BASCAP egy határokon átívelő kezdeményezés, amely világszerte valamennyi üzleti szektort összekapcsolja, hogy közös erővel lépjenek fel a hamisítás és a kalózkodás ellen. A Nemzetközi Kereskedelmi Kamara (ICC) által alapított szervezet célja a hamisítás visszaszorítását elősegítő vállalati és szervezeti erőfeszítések támogatása, valamint a kormányokkal és kormányközi szervezetekkel együttműködve az információáramlás elősegítése. ICC Commercial Crime Services, https://www.icc-ccs.org/icc_2527/icc_2527/index.php/site_content/item/14-bascap .

érintett Svájc a hamisítási bűncselekmények tekintetében. A jelentés szerint a svájci szellemi tulajdonjogokat megsértő hamisított termékek világkereskedelmének összértéke 2018-ban megközelítőleg 7 milliárd svájci frank (kb. 7,02 milliárd USD) volt (OECD, 2021). A hamisítványok fő származási országa a vizsgálat alapján szintén Kína (Ábra 1). Az OECD szerint a legfontosabb tranzitközpont a hamisítványok útjának tekintetében Hongkong, így nem meglepő, ha ott nagyobb értékű szállítmányokat is lefoglalnak (OECD, 2021).

Ábra 1. A svájci szellemi tulajdonjogokat sértő hamis áruk legfontosabb származási országai 2017-2019 között



Az OECD külön vizsgálja az elkobzott áru származását, és az áru értékét is.
 Forrás: OECD (2021), Counterfeiting, Piracy and the Swiss Economy, Illicit Trade, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/1f010fc9-en>.

Az Ázsiában előállított hamisítványok exportjával kapcsolatban a Japán Szabadalmi Hivatal (JPO – Japan Patent Office)¹⁴ is készített egy jelentést, amire a Frontier is hivatkozik¹⁵. Ez a jelentés megállapította, hogy a hamisítás, illetve a kalóztevékenység sokkal gyakoribb azon termékek esetében, amelyeket nem belföldi, hanem nemzetközi kereskedelemre szánnak. A belföldre és exportra gyártott hamisítványok mennyisége és a származási hely között szintén párhuzamot lehet vonni. Egyes ázsiai országokban inkább a belföldi fogyasztók találkoznak

¹⁴ Japán Szabadalmi Hivatal, <https://www.jpo.go.jp/e/introduction/soshiki/yakuwari.html>.

¹⁵ Frontier forrása: Japan Patent Office, March 2005, FY2004 Survey Report on Losses Caused By Counterfeiting.

hamisítványokkal, de ez fordítva is lehetséges; van, ahol a hamisítványokat kifejezetten külföldre gyártják. A Frontier a JPO jelentéséből egy elemzést is készített (Táblázat 8):

Táblázat 8. A belföldön előállított hamisítványok termelőszektorának szétválasztása belső fogyasztásra és exportra

Régió	a hamisított áruk %-os aránya, amelyek:	
	belföldre készülnek	külföldre készülnek
Ázsia	34%	66%
A világ többi része	55%	45%

Forrás: Frontier Economics (2016), The Economic Impacts of Counterfeiting and Piracy: Report prepared for BASCAP and INTA, <https://www.iccwbo.be/wp-content/uploads/2017/02/ICC-BASCAP-INTA-2016-report.pdf>.

A Frontier elemzőinek 2011-es tanulmánya kiemeli, hogy a törökországi helyzet vizsgálatához nem csak a szempontrendszer, hanem a módszertan alapját is az OECD 2008-as, úttörőnek számító tanulmánya adta¹⁶. Ez volt az első kísérlet arra, hogy szisztematikusan becsüljék meg a hamisítás és a kalózkodás előfordulását a nemzetközi kereskedelemben (Frontier, 2011). Hogy a hamisítás török gazdaságra gyakorolt hatását megvizsgálják, szintén az OECD átfogó módszertanát vették alapul, hogy mind az illegális tevékenység mértékét, mind annak hatását mérni tudják. Az OECD az utóbbihoz négy kategóriát különített el:

- 1. kategória:** A nemzetközi kereskedelemben áthaladó hamisított és kalóz áruk;
- 2. kategória:** a belföldön előállított és elfogyasztott hamisítványok és kalóz termékek értéke;
- 3. kategória:** az interneten keresztül terjesztett kalóz digitális termékek mennyisége;
- 4. kategória:** a gazdaság egészére kiterjedő hatások (Frontier, 2011).

A Frontier 2016-ra már azt az irányt is meghatározta, amelyet a jövőbeni, hamisítással foglalkozó kutatásoknak követnie kell. Ezt az irányt három fő pontban lehet összefoglalni:

1. nagyon fontos, hogy vizsgálni kell a hamisítás azon eseteit, amikor az áruk nem lépik át az országhatárt. Viszonylag keveset foglalkoznak a belföldi piacra gyártott hamisítványokkal, pedig sok esetben nagyobb kárt okoznak, mint a behozatalból származók;
2. nagyobb hangsúlyt kell fektetni a digitális kalózkodás vizsgálatára. A Frontier javaslata a széleskörű adatgyűjtés, adatbázisok létrehozása és adatelemzés;
3. össze kell vetni a különböző országok vámhatóságainak adatait a lefoglalt termékekről (Frontier, 2016).

¹⁶ OECD (2008), The Economic Impact of Counterfeiting and Piracy, <https://www.oecd.org/sti/ind/theeconomicimpactofcounterfeitingandpiracy.htm>.

Fontos kiemelni, hogy a hamisított és kalóz áruk előállítása és fogyasztása nemcsak a vállalatoknak árt. Közvetlen társadalmi költségei is vannak; azzal, hogy eltereli a fogyasztókat a törvényes, szabályozott gazdasági egységektől, a hamisítás és a kalóztevékenység csökkenti a kormányzati adóbevételeket, növeli a jóléti kiadásokat, munkahelyeket tesz tönkre, a fogyasztókat pedig veszélyes és szabályozatlan termékek használatának teszi ki (Frontier, 2016).

Összefoglalóan megállapítható, hogy nincs olyan ország, amelyet valamilyen szinten ne érintene a hamisítás vagy a kalózkodás. Ha a hamisítványok előállításában nincs is szerepe, tranzitpontként még használhatják a hamisítók. Az pedig lényegében mindegy, hogy az illegális termékeket belföldi vagy külföldi fogyasztóknak szánják, a hamisítás közvetlen és közvetett hatásai ugyanúgy jelentkeznek.

2.2 A hamisítás közvetett hatásai

A közvetett hatások közül kiemelendők a munkaerőpiacra, társadalomra, egészségügyre gyakorolt hatások. A hamisítás nyereséges „üzletág”, ezért bűnszervezetek is felbukkannak a gyártók/eladók között. Az egyik leginkább szerteágazó, leghosszabban elhúzódó esetet Green és Smith (2002) jegyezte le.

Az idézett tanulmány név szerint nem említi azt az európai vállalatot, amelynek fő profilja a prémium minőségű alkoholos italok (leginkább skót whiskey) importja volt. Az 1980-as években a vállalat úgy döntött, hogy tevékenységét kiterjeszti a thaiföldi piacra is, ennek érdekében megalapították a thaiföldi leányvállalatot. Az európai cég megjelenése után nem sokkal felbukkantak a hamisítók is. A nyolcvanas évek végére a Thaiföldön kapható, importált whiskey 40%-a hamisítvány volt. A hamisítványok ugyanazon az áron, vagy megközelítőleg ugyanazon az áron kerültek forgalomba, mint az eredeti, prémium minőségű termékek. A hamisítók a termelőüzemekben dolgozó munkások egy részét is lefizettek, hogy azonnal jelezzenek, ha az európai vállalat bármilyen módon változtat a csomagoláson. Ráadásul az értékesítők között is akadtak szép számmal, akik kémkedtek a hamisítóknak (Green & Smith, 2002).

Az ügy akkor vett igazán tragikus fordulatot, amikor a kínai maffia is meglátta a magas profit lehetőségét a hamisított whiskey-ben. Az európai vállalat természetesen minden tőle telhetőt megtett, például nyugalmazott Scotland Yard nyomozókat is felkért, hogy segítsenek

fellépni az egyre nagyobb méreteket öltő hamisítás ellen. A küzdelem hosszú éveken keresztül húzódott, a kilencvenes évek végére, a kétezres évek elejére sikerült a minimálisra csökkenteni a hamisítványok jelenlétét a thaiföldi termelőszektorban. Ennek egyik szokatlan módja volt, hogy a hamisítványokat is áruló viszonteladókat, kiskereskedőket a cég licenszes forgalmazóvá tette, vagyis bevásárolta őket. Az európai anyavállalat Thaiföldön annak érdekében is erőteljes lobbitevékenységet folytatott, hogy a szellemi tulajdonjogok megsértésére vonatkozó törvényeken szigorítsanak, de ezt végül nem sikerült elérniük.

Nagy szerepe volt még a hamisítás visszaszorításában a thaiföldi leányvállalat vezérigazgatójának, Matthew Davidsonnak (az ő nevét említi egyedül a tanulmány). Davidson saját életének kockáztatásával is aktív szerepet vállalt a hamisítás elleni fellépésben. Szorosan együttműködött a nyomozóhatóságokkal és folyamatos belső ellenőrzésekkel biztosította, hogy csak olyan alkalmazottak dolgozzanak a cégnél, akiket nem lehet összefüggésbe hozni a hamisítókkal. Davidson végül saját védelme érdekében szigorúan őrzött rendőrségi irodából dolgozott, és testőrök vigyáztak rá. A razziázó hatóságok és a maffia tagjai között pedig fegyveres összecsapások is előfordultak. Egy lövöldözés alkalmával kilencen veszítették az életüket. A halálos áldozatok közé sorolandó továbbá az a három személy is, aki a hamisított whiskey okozta mérgezésben lelte halálát (Green & Smith, 2002).

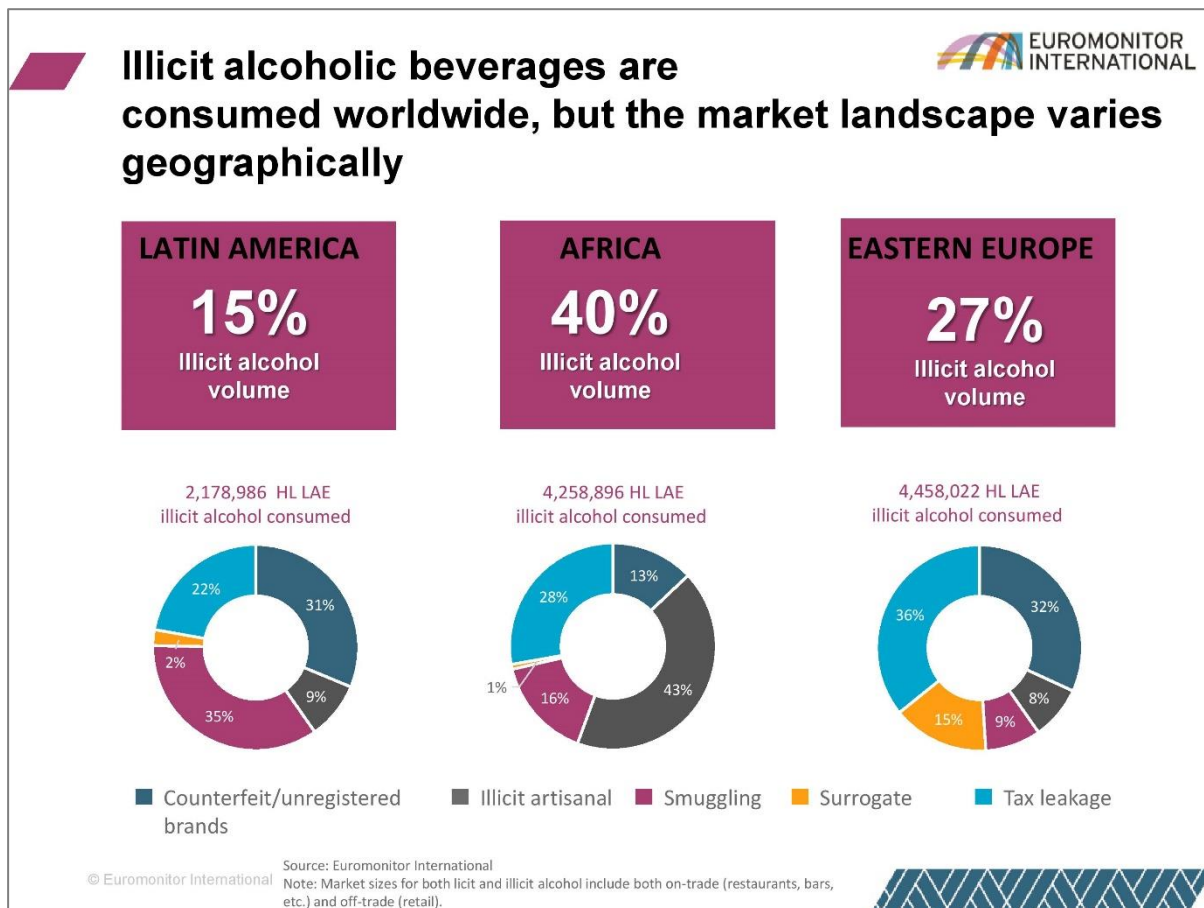
A tanulmány szerzői az esettel kapcsolatosan fel is teszik a következő kérdéseket: Vajon hány vállalat lenne képes ilyen összehangolt akciót végrehajtani? Vajon hány vállalat merne nyíltan fellépni a szervezett bűnözés ellen? Hány vállalat engedélyezné a vezérigazgatóinak, hogy folytassa ezt a tevékenységet, tudván, hogy életét veszély fenyegeti? Egyáltalán hány vezérigazgató vállalná ezt a kockázatot? (Green & Smith, 2002). A fenti esettel azt igyekeztem szemléltetni, hogy a hamisítás milyen hatalmas gazdasági és társadalmi károkat okozhat, illetve micsoda erőfeszítések árán valósulhat meg a sikeres fellépés a hamisítók tevékenysége ellen.

Azok a vállalatok, akik elszenvedik a termékeik hamisításából eredő károkat, maguk is próbálják felhívni a figyelmet a hamisítás súlyosságára, például különböző felmérések és statisztikák készíttetésével. Az Anheuser-Busch InBev¹⁷ egy multinacionális vállalat, a sörpiacon rendelkezik közel harminc százalékos részesedéssel. 2019-ben a cég részt vett az ENSZ Kereskedelmi és Fejlesztési Konferenciáján (United Nations Conference on Trade and Development), ahol az alkohol hamisításának egyre növekvő problémájáról előadást is tartott az egyik alkalmazottjuk. A konferencia „Dialogue on Illicit Trade and the Sustainable

¹⁷ AB InBev bővebben: <https://www.ab-inbev.com/who-we-are/heritage/>.

Development Goals” címmel került megrendezésre.¹⁸ Az AB InBev ott levetített anyaga teljes terjedelmében elérhető az interneten, én csupán a statisztikákat emelem be:

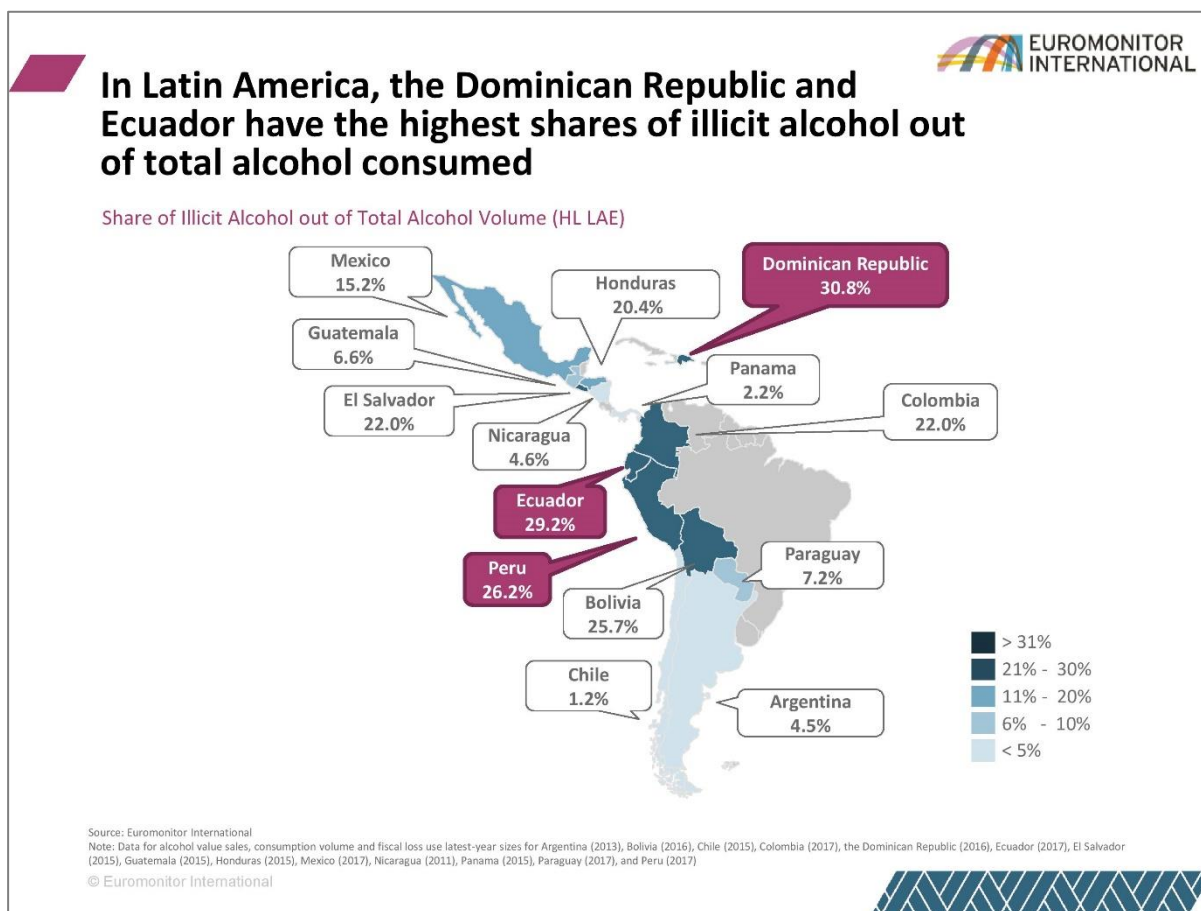
Ábra 2. A hamisított alkoholos italokat világszerte fogyasztják



Forrás: UNCTAD/ABInBEV (2019), Dialogue on Illicit Trade and the Sustainable Development Goals: Illicit Alcohol
https://unctad.org/system/files/non-official-document/DITC2019_Dialogue_ppt_MonicaRamirez.pdf

¹⁸ Hivatalos elérhetőség: <https://unctad.org/meeting/dialogue-illicit-trade-and-sustainable-development-goals> .

Ábra 3. A legtöbb hamisított alkoholt fogyasztó országok



Forrás: UNCTAD/ABInBEV (2019), Dialogue on Illicit Trade and the Sustainable Development Goals: Illicit Alcohol

https://unctad.org/system/files/non-official-document/DITC2019_Dialogue_ppt_MonicaRamirez.pdf

Sajnos Kelet-Európa is „előkelő” helyen szerepel a listán (Ábra 2). Egy korábbi tanulmány adataiból kiderül, hogy csupán Oroszországban az alkoholmérgezés miatt bekövetkezett halálesetek nagy részét (2012-ben 17,302 fő) hamisított termékek okozzák, amelyek az országban az alkoholos italok 30–40% -át teszik ki (Frontier, 2016).¹⁹ Tavalý decemberben pedig az OLAF jelentetett meg egy cikket arról, hogy sikerült nagy mennyiségű hamisított alkoholt lefoglalniuk, amelyet Hollandiából csempészték Spanyolországba (OLAF, 2020). Az akció előkészülete több mint egy évig tartott, végül 10 konténerben közel 150.000 ezer üveg

¹⁹ A Frontier forrása: Kotelnikova Z. (2014) „Consumption of counterfeit Alcohol in Contemporary Russia: The Role of Cultural and Structural Factors“, Basic Research Program, Working Papers, National Research University, Higher School of Economics, <https://www.hse.ru/data/2014/08/06/1314159630/47SOC2014.pdf> és Bazenkova A. (2015) “Russian Government Cracks Down on Counterfeit Alcohol”, The Moscow Times from 7 October 2015, <https://themoscowtimes.com/articles/russian-government-cracks-down-on-counterfeit-alcohol-50131>.

hamisított alkoholt fedeztek fel, melynek forgalmi értéke 2 millió euró körül mozog (OLAF, 2020). Lengyelország is végzett egy kutatást 2012-ben, ahol az illegális alkohol piaci jelenlétét és fogyasztásának mértékét vizsgálták; a kutatást a Lengyel Szeszipar Szervezete vezette (Polish Spirits Industry - PPS²⁰). Három fontos megállapításra jutottak:

1. 2009 és 2011 között az illegális szesz kb. 12 millió liter tiszta alkoholt (mLPA) jelentett évente, és az illegális szeszes italok többsége (7 mLPA) fertőtlenített ipari alkoholból származott;
2. a hamisított alkoholkereskedelem alacsonyabb, mint 10 évvel ezelőtt volt, de megfigyelhető emelkedő tendencia az elmúlt években; és
3. 2008-2011 között a túlzott alkoholfogyasztás miatt kórházi ápolásra szorulóknak száma és a metanol- vagy glikol-mérgezéshez köthető halálesetek száma növekedett (Skehan, Sanchez, & Hastings, 2016).

A hamisított alkohol veszélyein kívül ott van még az első fejezetben tárgyalt gyógyszerhamisítás jelensége is. A probléma súlyosságát nem lehet elégszer hangsúlyozni, hiszen a WHO becslései szerint egyes fejlődő országokban a hamisítványok a gyógyszerértékesítések piaci értékének 10-30% -át teszik ki. A hamisított gyógyszerek fogyasztásához köthető halálesetek számát nehéz meghatározni; de az Interpol évi több mint egymillió főre becsüli nagyságrendben. Különösen nagy kárt okoznak a hamisított malária-gyógyszerek (Frontier, 2016).

A Frontier egyik tanulmánya kimutatta, hogy 2013-ban a hamisított, nem megfelelő vagy rossz minőségű maláriaellenes szerek több mint 120,000, öt év alatti gyermek halálához vezettek Afrika szaharai részén (Frontier, 2016). A hamis gyógyszerek többsége Kínából és Indiából származik, és sok kereskedő Afrikát választja úticélnak a viszonylag nyitott határok és a kevésbé szabályozott gyógyszerforgalmazási törvények miatt. A hamisított gyógyszerek fogyasztásának közvetlen egészségügyi hatásai mellett jelentős közvetett hatásokkal is számolni kell. Ide tartoznak: a háztartások megélhetésének elvesztése (amennyiben a fő keresők az érintettek), a munka termelékenységének csökkenése, az egészségügyi rendszerekbe vetett bizalom elvesztése és az egészségügyi dolgozók megnövekedett munkaterhe (Frontier, 2016). Jól látható, hogy a hamisításnak súlyos gazdasági, társadalmi és egészségügyi következményei vannak. Nem csak az elmaradt adókkal kell számolnia a kormányoknak, hanem az elvesztett

²⁰ PPS: egy önkéntes, önszabályozó és önfinanszírozó iparági szervezet. Lengyelországban a szeszipar legnagyobb képviselője, a szeszes italok piacának 90% -át, és mind a nemzetközi vállalatokat, mind a kis- és középvállalkozásokat képviseli. Forrás: <https://www.zppps.pl/en/about-zp-pps.7>.

munkahelyekkel, a megnövekedett bűnözési rátával, és annak a kockázatával, hogy a fogyasztók súlyos egészségkárosodást is szenvedhetnek.

A fejezet lezárásaként szeretném bemutatni az OECD sokat emlegetett, 2008-as tanulmányának egyik vívmányát: a GTRIC-e kereskedelmi mutatót. Ez az index mutatja meg, hogy egy adott ország kereskedelmében átlagosan milyen gyakorisággal, milyen intenzitással van jelen a hamisítás (OECD, 2009). A 2009-es listán az összes OECD-tagország, így Magyarország is megtalálható (Ábra 4):

Ábra 4. A 37 OECD tagország GTRIC-e mutatója 2009-ben

Table A1: General trade-related index of counterfeiting and piracy of economies (GTRIC-e)

<i>Economy</i>	<i>GTRICe</i>	<i>Economy</i>	<i>GTRICe</i>	<i>Economy</i>	<i>GTRICe</i>
Afghanistan	2.351017	Germany	0.039872	Pakistan	1.657459
Albania	1.221637	Ghana	0.445089	Panama	1.02897
Algeria	0.23113	Greece	0.190079	Papua New Guinea	0.000372
Angola	0.048601	Guatemala	0.253155	Paraguay	1.54626
Argentina	0.103271	Haiti	0.396415	People's Rep. of Korea	1.939676
Armenia	0.772296	Honduras	0.347135	Peru	0.677267
Australia	0.094092	Hungary	0.117529	Philippines	1.116753
Austria	0.024619	India	0.641394	Poland	0.109972
Azerbaijan	0.001417	Indonesia	0.50952	Portugal	0.152092
Bahamas	0.360889	Iran	0.897601	Qatar	0.001902
Bahrain	0.498182	Iraq	0.486533	Rep. of Korea	0.635958
Bangladesh	0.494885	Israel	0.116429	Rep. of Moldova	1.120815
Belarus	0.071216	Italy	0.384653	Romania	0.36342
Belgium	0.064524	Jamaica	0.663663	Russian Federation	0.258173
Bolivia	0.69111	Japan	0.046304	Saudi Arabia	0.139165
Bosnia Herzegovina	0.007447	Jordan	0.65896	Senegal	0.464653
Botswana	0.846791	Kazakhstan	0.39835	Serbia and Montenegro	0.206386
Brazil	0.127407	Kenya	0.94533	Singapore	0.467796
Brunei	0.540795	Kuwait	0.228373	Slovakia	0.003566
Bulgaria	0.37755	Kyrgyzstan	1.770402	Slovenia	0.20471
Cambodia	0.781277	Laos	2.849408	South Africa	0.181244
Cameroon	0.27964	Latvia	0.136714	Spain	0.212384
Canada	0.057086	Lebanon	1.733032	Sri Lanka	1.035163
Chile	0.010157	Libya	0.000801	Suriname	0.082067
China	1.437774	Lithuania	0.784599	Switzerland	0.22732
China, Hong Kong SAR	2.856343	Luxembourg	0.549484	Syria	0.955119
China, Macao SAR	0.960184	Madagascar	0.300687	Tajikistan	0.609951
Chinese Taipei	0.995363	Malaysia	1.296085	TFYR of Macedonia	0.920952
Colombia	0.244002	Maldives	0.598105	Thailand	2.176103
Costa Rica	0.039002	Mali	0.052417	Togo	1.915335
Cote d'Ivoire	0.150357	Malta	0.8876	Tokelau	1.761901
Croatia	0.299896	Mauritius	0.594848	Trinidad and Tobago	0.067655
Cyprus	1.540444	Mexico	0.077074	Tunisia	0.026303
Czech Rep.	0.249195	Mongolia	0.840518	Turkey	1.081725
Dem. Rep. of the Congo	0.155363	Morocco	0.749408	Turkmenistan	0.801172
Denmark	0.094505	Mozambique	0.01625	Ukraine	1.025599
Djibouti	0.728013	Myanmar	0.752559	United Arab Emirates	2.058198
Dominican Rep.	0.286636	Nepal	0.001413	United Kingdom	0.127595
Ecuador	0.382447	Neth. Antilles	0.990316	United States	0.137188
Egypt	0.528218	Netherlands	0.063505	Uruguay	0.004343
Estonia	0.316013	New Zealand	0.042885	Uzbekistan	1.520067
Fiji	0.001902	Nicaragua	0.223638	Venezuela	0.069918
Finland	0.053468	Nigeria	0.21385	Viet Nam	1.366506
France	0.086579	Norway	0.00762	Yemen	1.045195
Georgia	1.024696	Oman	0.532247		

Source: OECD (2008)

Forrás: OECD (2009), Magnitude of Counterfeiting and Piracy of Tangible Products: An Update, <https://www.oecd.org/industry/ind/44088872.pdf> .

III. HAMISÍTÁS-MEGELŐZÉS

Az előző két fejezetben bemutattam egy általános képet arról, hogy a hamisítás milyen nagyméretű gazdasági, társadalmi problémákat okoz, és éppen ezért sokat kutatott jelenség. A dolgozatom harmadik, utolsó részében azokat a megelőző intézkedéseket is szeretném bemutatni, amelyeket a mindenkori kormányok, a vállalatok, különböző hivatalos szervezetek hoznak annak érdekében, hogy a hamisításnak gátat szabjanak; legalábbis megpróbálják.

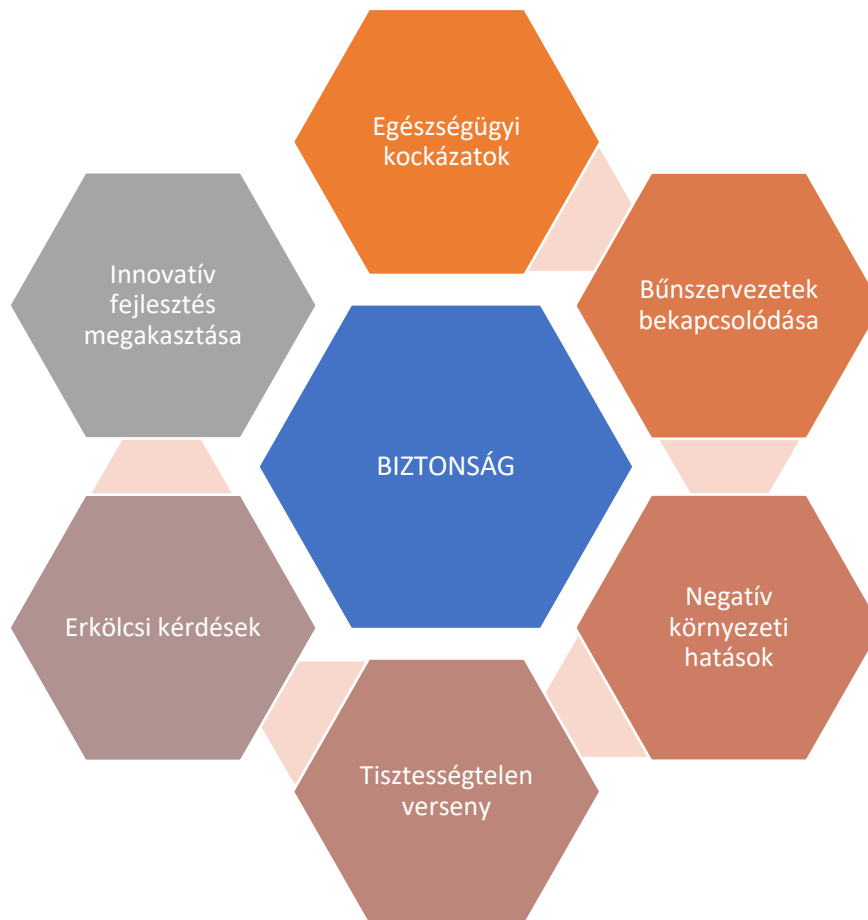
3.1 Állami intézkedések

A hamisítás elleni fellépés két terület szoros együttműködésével lehet igazán eredményes: az állami és a különféle vállalati megelőző intézkedések összehangolásával. A mindenkori kormányok felelősek a törvényhozásért, a büntetési tételek megállapításáért, a szankciók felállításáért. Egy adott vállalat pedig saját hatáskörben, a biztonságvédelmi feladatait megfelelően ellátva járulhat hozzá ahhoz, hogy csökkentse a hamisítás mértékét. A kockázati tényezők csoportja – ahogyan az előző fejezetekben láthattuk – igen sokféle lehet. Kiemelendő ezek közül is a biztonság. Ebben az esetben pedig nem csak a kiesett állami bevételekről vagy egy adott szellemi tulajdonjoggal való visszaélésről van szó, hanem a fogyasztók biztonságáról is.

A kockázati csoportok összetettségéről a European Consumer Centre (ECC, Európai Fogyasztói Központok Hálózata) 2017-es tanulmányának adatai alapján készítettem egy összefoglaló ábrát (Ábra 5), melynek középpontjában szintén a biztonság áll (ECC-Net, 2017).²¹ Az ehhez kapcsolódó egyéb tényezőkkel (egészségügyi kockázat, bünszervezetek érintettsége, stb.), azaz a hamisítás közvetett és közvetlen hatásaival foglalkoztam az előző fejezetben, most pedig áttérek a megelőző állami intézkedésekre, illetve a kapcsolódó EU-s rendeletek, szervezetek bemutatására.

²¹ ECC-Net, Európai Fogyasztói Központok Hálózata: „Az Európai Unió valamennyi tagállamában – így Magyarországon is –, valamint az Egyesült Királyságban, Izlandon és Norvégiában működnek a nemzeti Európai Fogyasztói Központok (European Consumer Centre, rövidítve: ECC), amelyek együtt alkotják az Európai Fogyasztói Központok Hálózatát (ECC-NET). A Magyarországon 2006 óta létező Európai Fogyasztói Központ az Innovációs és Technológiai Minisztérium szervezetében végzi tevékenységét.” Európai Fogyasztói Központ Magyarország, <https://www.magyarrefk.hu/hu/kik-vagyunk.html> .

Ábra 5. Hamisított termék fogyasztásának kockázati csoportjai



Forrás: ECC-Net (2017), „The impact of counterfeiting on online consumer rights in Europe: The risks of buying counterfeits on the Internet, and tips from the ECC-Net for consumers in Europe who want to avoid unpleasant surprises due to these products”,

<https://www.eccireland.ie/wp-content/uploads/2017/03/counterfeiting-report-final.pdf> .

Mivel a szellemi tulajdonjoggal való visszaélés bűncselekmény, ezért a Btk. is tárgyalja (szellemi tulajdonjog elleni bűncselekményről szóló 2012. évi C. törvény 37. fejezete):

(1) Aki

a) más szellemi alkotását sajátjaként tünteti fel, és ezzel a jogosultnak vagyoni hátrányt okoz,

b) gazdálkodó szervezetnél betöltött munkakörével, tisztségével, tagságával visszaélve más szellemi alkotásának hasznosítását vagy az alkotáshoz fűződő jogok érvényesítését attól teszi függővé, hogy annak díjából, illetve az abból származó haszonból vagy nyereségből részesítsék, illetve jogosultként tüntessék fel, büntett miatt három évig terjedő szabadságvesztéssel büntetendő.

(2) E § alkalmazásában szellemi alkotás:

- a) a szerzői jogi védelem alá tartozó irodalmi, tudományos vagy művészeti alkotás,
- b) a szabadalmazható találmány,
- c) az oltalmazható növényfajta,
- d) az oltalmazható használati minta,
- e) az oltalmazható formatervezési minta,
- f) a mikroelektronikai félvezető termék oltalmazható topográfiája (Btk. 37:384. §).

A Btk. külön értekezik a jogkezelési adat megghamisításáról is: „Aki haszonszerzés végett a) hamis jogkezelési adatot készít, b) a szerzői jogról szóló törvényben meghatározott jogkezelési adatot eltávolítja vagy megváltoztatja, vétség miatt két évig terjedő szabadságvesztéssel büntetendő.” (Btk. 37:387. §) A büntetési tétel a szerzői jog megsértése esetén az okozott vagyoni hátrány mértékével arányosan növekszik:

Ha a szerzői vagy szerzői joghoz kapcsolódó jogok megsértését

- a) jelentős vagyoni hátrányt okozva követik el, a büntetés büntett miatt egy évtől öt évig,
- b) különösen nagy vagyoni hátrányt okozva követik el, a büntetés két évtől nyolc évig,
- c) különösen jelentős vagyoni hátrányt okozva követik el, a büntetés öt évtől tíz évig terjedő szabadságvesztés [Btk. 37:385 § (4) bek.].

Meg kell még említeni az üzleti titok védelméről szóló 2018. évi LIV. törvényt is. Az üzleti titok mellett (mint védett gazdasági információ) a törvény hatálya a *know-how*-ra, a védett ismeretre is kiterjed [1.§ (2)]. Az üzleti titokhoz fűződő joggal a jogosult rendelkezik; éppen úgy, mint a szellemi tulajdonjog esetében (3-4. §). Jogsértésnek egyrészt a titok tárgyát képező dokumentumok jogosulatlan hasznosítása vagy felfedése minősül, beleértve a jogosulatlan hozzáférést is. Másrészt jogosulatlan hasznosítást jelent üzleti titok alapján jogsértő árut előállítani, forgalomba hozni, illetve jogsértő árut ilyen célból behozni, kivinni, raktározni [6. § (1)-(6)]. A szankciót tekintve a törvény alapján az üzleti titokhoz fűződő jog megsértése esetén a jogosult a polgári jogi felelősség szabályai szerint kártérítést is követelhet [9.§ (1)].

A megelőző intézkedések egy másik alapja, hogy az állam az adott problémakört (esetünkben a hamisítást) megfelelően kezelni tudó hivatalokat, szervezeteket hoz létre. Magyarországon az egyik ilyen a Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatala (a továbbiakban SZTNH), a szellemi tulajdon védelméért felelős kormányzati főhivatal, amely a találmányi szabadalmakról szóló 1895. évi XXXVII. törvénycikk 23. §-a alapján jött létre 1896-ban. Tevékenysége kiterjed az iparjogvédelem és a szerzői jog területére, valamint a

kutatásfejlesztési tevékenységek minősítésére, továbbá a korai fázisú (startup) vállalkozások és a korai fázisú vállalkozásokat támogató vállalkozások nyilvántartásba vétele iránti eljárásra. Az SZTNH-t kormányzati főhivatalként a Kormány irányítja, felette a felügyeletet az innovációs és technológiai miniszter látja el (SZTNH, 2021).

Az SZTNH nevéhez fűződik többek között a 2008-2010-ig tartó időszak hamisítás elleni nemzeti stratégia tervezetének kidolgozása is. A stratégia nemzetközi mintákat követve, széleskörű statisztikai adatok felhasználásával, a hatályos jogszabályok áttekintésével, és a szellemi tulajdon védelmével, a jogérvényesítéshez kapcsolódó tudatosságnövelő és szemléletformáló igénnyel jött létre. A tervezet egyik nagy érdeme, hogy megfelelő kiindulópontként is szolgálhat egy hamisítással kapcsolatos kutatás számára. Különösen jól használható a statisztikai adatok rendszerezéséhez készített összefoglaló, amely azokat a hivatalokat, intézményeket listázza, amelyek jogsértő tevékenységekkel kapcsolatos információkat gyűjtenek. Ezek között van például az Országos Igazságszolgáltatási Tanács Hivatala, a Belügyminisztérium, a Legfőbb Ügyészség, és természetesen a Központi Statisztikai Hivatal is (SZTNH, 2008). A tervezet ráadásul megállapításokat tesz a hamisítás akkori, magyarországi helyzetével kapcsolatban is:

Magyarországon a szellemi tulajdonjogok sérelmére elkövetett bűncselekmények legfőbb megjelenési helye az internetes forgalom mellett a piaci, vásári kereskedelem. A piacokon, vásárokon forgalomba kerülő, illegálisan előállított és forgalmazott termékek kereskedelme egyaránt károsítja az államot, a jogosultakat, a termékgyártást, a legális kereskedelmet és a vásárlót. A vásárokon és piacokon árusítható termékek körét meghatározó szabályozás jelenleg nem tiltja a szerzői jog által védett termékek ilyen jellegű árusítását. A piacok és vásárok ugyancsak fontos terjesztési helyszínei a döntően külföldön előállított, hamis árujelzővel ellátott ruházati termékeknek is (SZTNH, 2008).

Az SZTNH kiemelt tevékenységi körébe tartozik még a szellemi tulajdonra vonatkozó jogszabályok megalkotásának vagy módosításának előkészítése is, továbbá a hivatal látja el a közös jogkezelő szervezetek felügyeletével és nyilvántartásával kapcsolatos feladatokat. „Ennek keretében az SZTNH gondoskodik a közös jogkezelő szervezetek online nyilvántartásának vezetéséről, a nyilvántartási adatok frissítéséről, valamint a szervezetek közzéteendő dokumentumainak feltöltéséről.” (SZTNH, 2019) A magyarországi jogkezelő szervezeteket az alábbi táblázatban összesítettem (Táblázat 9):

Táblázat 9. Közös és független jogkezelő szervezetek listája Magyarországon (SZTNH)

Közös jogkezelő szervezetek	
Artisjus	Magyar Szerzői Jogvédő Iroda Egyesület
Digitalfilm	Filmalkotók Magyarországi Digitális Jogkezelő Egyesület
EJI	Előadóművészi Jogvédő Iroda Egyesület
Filmjus	Filmszerzők és Előállítók Szerzői Jogvédő Egyesülete
HUNGART	Vizuális Művészek Közös Jogkezelő Társasága Egyesület
MAHASZ	Magyar Hangfelvétel-kiadók Szövetsége Közös Jogkezelő Egyesület
MISZJE	Magyar Irodalmi Szerzői Jogvédő és Jogkezelő Egyesület
RSZ	Magyar Reprográfiai Szövetség
MASZRE	Magyar Szak- és Szépirodalmi Szerzők és Kiadók Reprográfiai Egyesülete
Repropress	Magyar Lapkiadók Reprográfiai Szövetsége
Független jogkezelő szervezetek	
Cloudcasting	Digitális médiaszolgáltató
MPLC	Audiovizuális tartalomkölcsonzó

Forrás: Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatala (2019), Tények és adatok, https://www.sztnh.gov.hu/sites/default/files/sztnh_tenyek_es_adatok_2019_final.pdf

Fontos még megemlíteni a hazai szervezetek közül a Hamisítás Elleni Nemzeti Testületet, amelyet 2008-ban hoztak létre a szellemi tulajdonjogok védelmének hatékonyabbá tétele érdekében. „A Testület tagjai a szellemi tulajdonnal összefüggő feladat- és hatáskörrel rendelkező állami szervek, valamint a szellemi tulajdon védelmével érintett társadalmi és gazdasági érdekképviseleti szervezetek képviselői. A Testület a hamisítás elleni küzdelmet érintő kérdésekben javaslattevő, véleményező, illetve tanácsadói feladatokat lát el.” (HENT, 2021). Külön munkacsoportok foglalkoznak pl. a gyógyszerhamisítással vagy a jogérvényesítéssel. A hamisított, bizonyítottan szellemi tulajdonjoggal visszaélő árukat a

Nemzeti Adó- és Vámhivatal (NAV) kezeli, méghozzá a Bűnügyi Főigazgatóság Áru- és Bűnjelkezelő Főosztálya.²²

Hála azonban az Európai Parlament és a Tanács 608/2013/EU rendeletének - amely a szellemi tulajdonjogok vámhatósági érvényesítését tárgyalja - a vámhatóság a számára gyanús árukat azonnal lefoglalhatja, indokolt esetben pedig meg is semmisítheti (608/2013/EU). A European Commission 2019-es jelentése szerint a vámhatáron lefoglalt, hamisított áruk 82,9%-át meg is semmisítették azután, hogy ebbe az áruk tulajdonosai és a szellemi tulajdonjog jogosultjai is beleegyeztek. Az esetek fennmaradó 3,9%-ában bírósági eljárást indítottak a jogsértés megállapításának érdekében, 2,8%-ban pedig büntetőeljárás bizonyítékaként kezelték a lefoglalt árukat (EC, 2019). Ezzel együtt a 608/2013 hatályon kívül helyezi az 1383/2003/EK tanácsi rendeletet, illetve annak jogi kereteit továbbfejlesztve a vámhatóság munkáját igyekszik hatékonyabbá tenni. A rendelet szövegének bevezető része éppen ezt részletezi:

A vámhatóságok számára biztosítani kell azt a hatáskört, hogy az uniós vámügyi jogszabályok alapján vámfelügyelet vagy vámellenőrzés alá tartozó áruk tekintetében érvényesíteni tudják a szellemi tulajdonjogokat, és ezeket az árukat megfelelő ellenőrzésnek vethessék alá a szellemi tulajdonra vonatkozó jogszabályokat sértő cselekmények megakadályozása érdekében. A szellemi tulajdonjogoknak a határon történő érvényesítése – amennyiben az áruk vámfelügyelet vagy vámellenőrzés alatt állnak vagy az alá kellett volna venni őket – gyors és hatékony jogi védelmet biztosít mind a jogosultak, mind a felhasználók és a termelők számára. Az áruk kiadásának a vámhatóság általi felfüggesztése, illetve a határon történő visszatartása esetére egyetlen jogi eljárást, míg a piacra került, megbontott és a kiskereskedőkhöz szállított árukkal szembeni, ugyanilyen szintű jogérvényesítéshez több külön eljárást kell előírni [608/2013/EU (4)].

A rendelet hatálya nem terjed ki a végfelhasználási rendszer keretében szabad forgalomba bocsátott árukra (azok vámfelügyelet alatt maradnak), illetve az utasok személyes poggyászaiban található árukra sem, ha semmilyen jel nem utal kereskedelmi forgalomra. A 608/2013-as rendelet kibővíti az érvényesíthető szellemi tulajdonjogok listáját is: „a kereskedelmi nevek, amennyiben azok a nemzeti jog alapján kizárólagos tulajdonként védettek, a félvezető termékek topográfiáira, a használati mintákra, valamint azon eszközökre is, amelyek kialakításának, előállításának vagy átalakításának elsődleges célja műszaki megoldások megkerülésének lehetővé tétele vagy megkönnyítése” [608/2013/EU (5)].

²² NAV bűnügyi szakterületei:

https://nav.gov.hu/nav/bunugy/elerhetosegek/bunugyi_szakterulet_elerhetoseg.html .

A rendelet vámhatósági intézkedésekről szóló, III. fejezete különösen izgalmas a megelőző állami rendelkezések szempontjából. A vámhatóságok, amennyiben szellemi tulajdonjogot feltehetően sértő árukat azonosítanak, az áruk kiadását felfüggeszthetik, vagy vissza is tarthatják azokat [608/2013/EU, III:1:17, (1)]. Erről egy munkanapon belül értesíteniük kell az áru tulajdonosát, illetve a szellemi tulajdonjog feltételezett megsértése miatt további, lényeges információk közlésére szólíthatják fel a tulajdonjog jogosultjait (608/2013/EU, III:1:18). A vámhatóságok reprezentatív mintát is vehetnek az adott áruból. A legsúlyosabb esetben a feltehetően szellemi tulajdonjogot sértő áruk vámellenőrzés mellett megsemmisíthetők annak a megállapítása nélkül is, hogy megvalósult-e valamely szellemi tulajdonjog megsértése. Ehhez az alábbi feltételek mindegyikének teljesülnie kell:

a) a *határozat jogosultja* az áruk kiadásának felfüggesztéséről vagy azok visszatartásáról szóló értesítéstől számított tíz munkanapon belül – romlandó áruk esetében három munkanapon belül – *írásban megerősítette* a vámhatóságoknak azt, hogy álláspontja szerint *megvalósult az érintett szellemi tulajdonjog megsértése*;

b) a *határozat jogosultja* az áruk kiadásának felfüggesztéséről vagy azok visszatartásáról szóló értesítéstől számított tíz munkanapon belül – romlandó áruk esetében három munkanapon belül – *írásban megerősítette* a vámhatóságoknak azt, hogy *hozzájárul az áruk megsemmisítéséhez*;

c) a *nyilatkozattevő* vagy az *áruk birtokosa* az áruk kiadásának felfüggesztéséről vagy azok visszatartásáról szóló értesítéstől számított tíz munkanapon belül – romlandó áruk esetében három munkanapon belül – *írásban megerősítette* a vámhatóságoknak azt, hogy *hozzájárul az áruk megsemmisítéséhez*. Amennyiben a nyilatkozattevő vagy az áruk birtokosa e határidőkön belül nem járul hozzá az áruk megsemmisítéséhez, és azzal szemben *nem emel kifogást a vámhatóságnál*, a vámhatóság úgy tekintheti, hogy a nyilatkozattevő, illetve az áruk birtokosa *hozzájárult az áruk megsemmisítéséhez* [608/2013/EU, III:2:23 (1)]²³.

A megsemmisítendő áruk kezelésével a 2. szakasz 25. és 26. cikke foglalkozik. Ide sorolhatóak többek között, hogy az ilyen áruk nem bocsáthatók szabad forgalomba, nem vihetők ki az Unió vámterületéről, nem léptethetők be vámszabad területre és nem tárolhatók be vámszabad raktárba. A vámhatóság számára ugyanakkor adott a lehetőség (a szellemi tulajdonjog birtokosával egyeztetve), hogy figyelemfelkeltési, oktatási és képzési célból felhasználja az árukat (608/2013/EU, III:2:25-26). A 22. cikk továbbá előírja a vámhatóságok közötti információ- és adatcserét is. Ez a gyakorlatban azt jelenti, a Bizottság és a tagállami

²³ Kiemelés (dólt) tőlem.

vámhatóságok megoszthatnak bizonyos rendelkezésükre álló információkat harmadik országok megfelelő hatóságaival [608/2013/EU, III:1:22 (1)]. Ennek célja, hogy segítse a gyors és hatékony fellépést olyan árukkal szemben, amelyeknél felmerül a gyanú, hogy szellemi tulajdonjogot sértenek. A megosztható információk közé tartoznak az áru jellegére, mennyiségére, a feltehetően megsértett szellemi tulajdonjogra, az áru származási országára, illetve a szállítóeszközök (pl hajó) mozgására vonatkozó adatok is [III:1:22 (2)].

2011-ben már történt egy kísérlet arra, hogy létrejöjjön egy hamisítás elleni nemzetközi megállapodás, amely az információ- és adatcserén alapszik. Ez volt az ACTA (Anti-Counterfeiting Trade Agreement), amelyet azzal a céllal hoztak létre, hogy fokozott nemzetközi együttműködéssel és hatékonyabb nemzetközi jogérvényesítéssel visszaszorítsák a hamisítást.²⁴ A megállapodás az Európai Unió és tagállamai, valamint az Amerikai Egyesült Államok, Ausztrália, Japán, Kanada, a Koreai Köztársaság, a Marokkói Királyság, a Mexikói Egyesült Államok, a Svájci Államszövetség, a Szingapúri Köztársaság és Új-Zéland között jött létre (ACTA, 2011). A megállapodás hatálya igen széles körű volt. Egyaránt vonatkozott a hamisítás visszaszorítására, valamint a szerzői jogok interneten történő megsértésére is. Az eredeti tervek szerint a hatályba lépést követően a WTO bármelyik tagja csatlakozhatott volna (Európai Parlament, 2012).

Az ACTA-t azonban már a kezdetektől fogva sok vita övezte. A kritikusai amiatt aggódtak, hogy a megállapodás a nagyvállalatok érdekeit szolgálja majd és nem védi kellően az állampolgári jogokat. Ezt különösen az online szférára vonatkozóan tartották veszélyesnek. Emellett azt is kifogásolták, hogy a tárgyalások nem voltak elég átláthatók, mivel a civil szférát és a fejlődő országokat nem vonták be. Végül ACTA-ellenes petíció is indult, amit 2,4 millióan írtak alá. 2012. július 4-én aztán az Európai Parlament elutasította a hamisítás elleni kereskedelmi megállapodást, amely így nem léphetett hatályba az EU-ban. A megállapodást 478-39 arányban szavazták le a képviselők, 165-en tartózkodtak (Európai Parlament, 2012). Azóta is kérdéses, hogy létrejön-e valaha hasonló, nemzetközi szintű hamisítás elleni összefogás.

A hatályos törvények betartatása, megfelelő hivatalok felállítása, működtetése, és a hamisított áruk vámhatáron történő lefoglalása mellett szintén hatékony állami (vagy uniós) megelőző intézkedés lehet a fogyasztók edukálása. Az oktatás részeként megemlíthető például az SZTNH szellemitulajdon-védelmi képzése, amelynek idén, 2021-ben két típusát, az alapfokú szerzői jogi tanfolyamot, illetve az alapfokú iparjogvédelmi tanfolyamot is elindítják, a

²⁴ Ld. még USTR (2011), Anti-Counterfeiting Trade Agreement (ACTA), <https://ustr.gov/acta> .

vírushelyzet miatt online formában.²⁵ A fogyasztók figyelmét a hamisítványok veszélyeire brossúrákkal, tájékoztató kiadványokkal is igyekeznek felhívni. Ezek közül egyet szeretnék megemlíteni: az ECC-Net „Is it safe to buy counterfeit goods?” című anyagát 2020-ból (Ábra 6).

Ábra 6. Részlet az ECC-Net fogyasztókat megszólító kampányából



Forrás: ECC-Net (2020), Is it safe to buy counterfeit goods?
http://ec.europa.eu/newsroom/document.cfm?doc_id=43608

Elmondható, hogy lényegre törően, tömören foglalja össze a hamisítás tevékenységének, a hamisítványok vásárlásának problémáit, gazdasági és társadalmi következményeit. Ezen kívül hasznos tanácsokkal is szolgál a fogyasztóknak azzal kapcsolatban, hogyan győződhetnek meg a kiválasztott termék eredetiségéről, pl. az ár ellenőrzésével több platformon, illetve vásárlói fórumok látogatásával, stb.

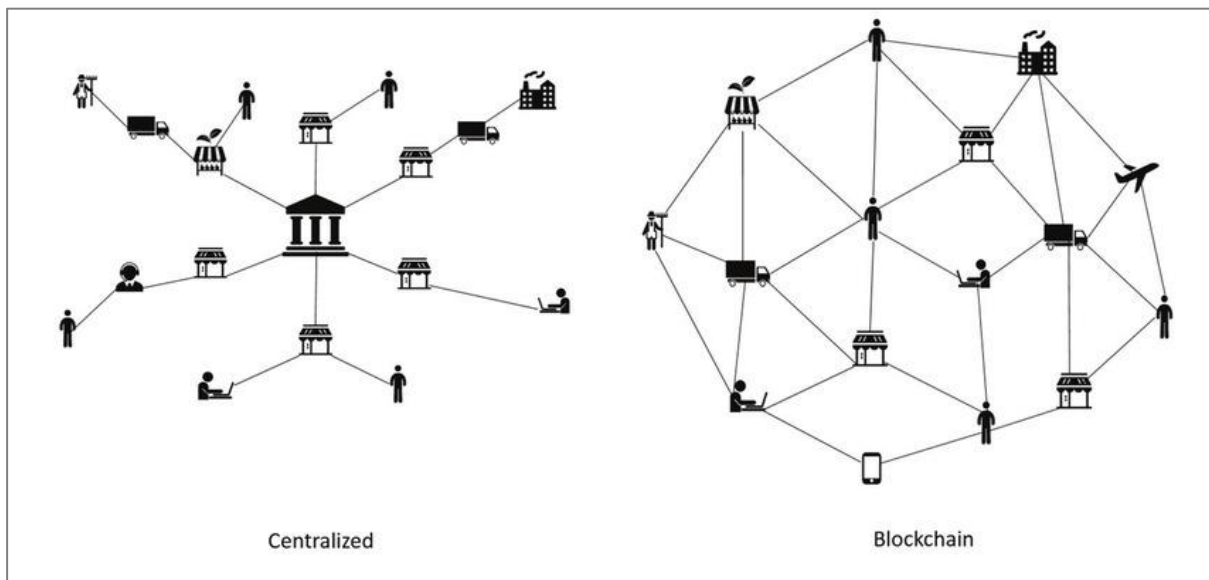
Összefoglalóan megállapítható, hogy a hamisítás ellen irányuló, az azt megelőzni kívánó állami intézkedések igen sokrétűek lehetnek. A legfontosabb, hogy az állam a hamisítással szemben fellépő szerveit megfelelő módon támogassa, képezze, a jogszabályok kialakításánál, a büntetőtételek megállapításánál pedig figyelembe vegye a hamisítás gazdaságra, társadalomra gyakorolt közvetlen és közvetett hatásait.

²⁵ SZTNH (2021), Szellemitulajdon-védelmi képzések és tudatosságnövelés,
<https://www.sztnh.gov.hu/hu/sztnh/szellemitulajdon-vedelmi-kepzesek-es-tudatossagnoveles> .

3.2 Vállalati intézkedések – Blockchain technológia

A blockchain (magyarul blokklánc) igen úttörő technológiának számít. Szokták még elosztott főkönyvi technológiaként is emlegetni (DLT = distributed ledger technology). Röviden úgy lehetne összefoglalni, hogy egy olyan főkönyvi számlatömről beszélhetünk, melynek működése teljesen decentralizált, nem lehet utólag belenyúlni a benne lévő adatokba vagy megváltoztatni őket, és gyakorlatilag bármilyen formátumú adatot tartalmazhatnak (Kadocsa, 2018). Minden tranzakciót, illetve blokkot a hálózat minden résztvevőjének továbbítanak, és azt mindegyiküknek ellenőriznie kell.

Ábra 7. A centralizált és decentralizált hálózat különbsége



Forrás: Shah, Denish & Shay, Emily (2019), How and Why Artificial Intelligence, Mixed Reality and Blockchain Technologies Will Change Marketing We Know Today, Figure 31, https://www.researchgate.net/figure/A-Centralized-Conventional-Versus-a-Decentralized-Possible-with-Blockchain-Technology_fig1_335749445.

Ezt a hitelesítést egy peer-to-peer hálózat (klientől kliensig) teszi lehetővé, amelyben a végpontok közvetlenül egymással kommunikálnak ahelyett, hogy először egy központi szerverre továbbítanák az információt (Clark & Burstall, 2018). Így amellet, hogy minden résztvevő rendelkezik az összes adathalmazzal, az is fontos tulajdonsága, hogy a blokklánc szabályrendszerét (melyet a lánc létrehozásakor fektettek le, és ennek ismeretében lehet csatlakozni a lánchoz) egyoldalúan senki nem változtathatja meg (Kadocsa, 2018). Ahogyan

Clark és Burstall (2018) is kifejti, mivel egyetlen ember, intézmény vagy vállalat sem tárolja vagy vezérli az információt, a blokklánc szinte (majdnem) feltörhetetlen.

A blokklánchoz különböző típusú adatok adhatók hozzá, a tranzakciós információktól kezdve, a fotókon, videókon át egészen a tervdokumentumokig (Clark & Burstall, 2018). Ami pedig egyszer bekerül a hálózatba, az onnantól kezdve megmásíthatatlan. A blokkokat jelölő kódoknak köszönhetően nincs reális esély arra, hogy utólag bármelyik blokk tartalmába bele lehessen nyúlni, megváltoztatni vagy törölni azt. Egyszerűen túl nagy kapacitást és ebből kifolyólag költséget is jelente, ha valaki ezzel próbálkozna; valamint amennyiben ez sikerülne, onnantól kezdve felbomlana az egész láncolat, mivel a kódok teljesen egymásra épülnek. Abban az esetben pedig, ha egy blokk törlésre kerülne, minimális erőfeszítéssel pótolni lehetne egy bármely másik résztvevő által használt hardverről (Kadocsa, 2018).

A blokklánc, és a hasonló DLT technológiák nyilvánvaló lehetőségeket kínálnak arra, hogy bizonyos szellemi tulajdonjogok könnyen azonosíthatóvá, érvényesíthetővé váljanak, a védett információk pedig ne kerülhessenek illetéktelen személyek birtokába. Clark és Burstall (2018) a gyógyszeripar és a hamisítás kapcsán foglalkozik a blokklánc nyújtotta előnyökkel; rögzíthet részleteket a termék előrehaladásáról a különböző szakaszokon keresztül, a nyersanyagok beszerzésétől kezdve a gyártási és ellátási láncig. Ebben a kontextusban kulcsfontosságú a hamis gyógyszerek kiszűrése, és az aktív összetevők hitelességének ellenőrzése a gyártás minden szakaszában: a nyersanyag beszerzésétől kezdve a hatóanyagok, majd végül a kész gyógykészítmény előállításáig (Clark & Burstall, 2018).

ÖSSZEFOGLALÁS

Nagyon nehéz számomra összegzést adni ebben a témában, hiszen a hamisítás jelensége igen szerteágazó, sokat kutatott téma. Fontosságát azonban nem lehet eléggé hangsúlyozni, elég csupán a hamisított gyógyszerek, mérgező alkoholos italok veszélyeire gondolni. A kiesett adóbevételek mellett az elvesztett munkahelyek száma is riasztó.

A dolgozat elején megfogalmazott, első hipotézisemet úgy gondolom, hogy igazolta az első fejezet a hamisítás definíciójának körüli problémákkal. Általánosan tapasztalható, hogy a legtöbb tanulmány, illetve cikk igyekszik a maga szakterületén belül magyarázni a hamisítást; természetesen átfedések itt is vannak, pl. a hamisítás jogsértő volta több helyen is előkerül. John W. Spink 2009-es, a hamisítás kockázatairól írott disszertációjának egy része éppen ezzel, a definíciók összetettségével foglalkozott. Spink – ahogyan az első fejezetben már tárgyaltam – a WHO és az FDA hamisított gyógyszert meghatározó fogalmát hasonlította össze, és megállapította, hogy csekély eltéréssel, de megegyeznek ugyan. Magyarországon a Btk. az egyedi azonosító jellel való visszaélés [Btk. 33:347. § (1)] illetve szellemi tulajdonjog elleni bűncselekmény (Btk. 37:384. §) fogalomkörében tárgyalja a hamisítást. Irányadónak nyilvánvalóan adott állam ide vonatkozó, hatályos törvényei tekintendők, ugyanakkor a törvények országonként eltérőek lehetnek. Az eltérő fogalommagyarázatok vizsgálatával arra akartam rámutatni, hogy egy átlagos fogyasztót elbizonytalaníthat az, hogy valójában mit is értünk hamisítás alatt. A fogyasztók edukációjában, tudatosságra ösztönzésében pedig első lépésként fontos tisztázni az alapokat.

A második hipotézisem – miszerint a hamisítás közvetett hatásai legalább olyan jelentős anyagi veszteséggel járnak, mint a közvetlenek – szintén igazolást nyert az általam vizsgált statisztikák és jelentések által. A Frontier 2013-as becslése alapján a jövő évre, azaz 2022-re már kb. 5 millió olyan munkavállalóval számolhatnak a kormányok, akik a hamisítás miatt veszítették el az állásukat (BASCAP, 2017). A közvetett hatások anyagi jelentősége talán kissé nehezebben számszerűsíthető, de a megnövekedett egészségügyi költségeket, a kieső jövedelmek nagyságát lehet mérni. A legfontosabb pedig nyilvánvalóan az állampolgárok egészségének, életének a védelme.

Szükség lenne még továbbá szorosabb nemzetközi összefogásra, több átfogó kutatásra ahhoz, hogy a probléma valódi nagyságát lássuk. Szinte nincs olyan ország, amelyet a hamisítás ne érintene, ezért érdemes lenne a csempészútvonallakkal, a tranzitpontokkal is részletesebben foglalkozni. Sokszor persze nehezítő körülmény az, hogy egy-egy nagyobb lefoglalt

szállítmány után akár évekig is nyomoznak a hatóságok, folyamatban lévő bűnügyekről pedig értelemszerűen nem tesznek közzé kutatható statisztikákat, kimutatásokat.

A fogyasztók döntéseit, választásait időről-időre mérni szintén megfontolandó. A kormányoknak, a hamisítás ellenes tevékenységet folytató szervezeteknek mindent meg kell tennie azért, hogy a fogyasztókban tudatosítsák, hogy hamisított terméket, kalóztartalmat választani következményekkel jár. Tudatosítani kell, hogy a hamisítás minden formája bűncselekmény. Ehhez pedig gondosan összerakott oktatóanyagokra (brossúra, videó), illetve megfelelő szakemberek közbenjárására van szükség. A felmérések, kutatások, statisztikák eredményeit közérthető nyelven, visszakereshető módon, több platformon is publikálni kellene.

A hamisítás, a hamisított termékek kereskedelme számos további kutatási lehetőséget rejt még magában. A hamisítás gazdasági és társadalmi hatásai témakörben érdemes lenne még foglalkozni a torrent oldalakkal is, illetve az egyre népszerűbbé váló, előfizetéses streaming szolgáltatások hatásával a filmes kalózkodásra. Ezen kívül a hatóságok közötti információcsere vizsgálata is jó kiindulópont lehet, feltéve, ha rendelkezésre áll elegendő mennyiségű publikálható anyag. Arany középpútnak azonban lennie kell, mert a hamisítás az összes gazdasági szektort érintő probléma, ezért a kormányoknak, hivatalos szervezeteknek és a különböző vállalatoknak közösen kell fellépni ellene.

IRODALOMJEGYZÉK

- ACTA (2011): Hamisítás elleni kereskedelmi megállapodás az Európai Unió és tagállamai, valamint az Amerikai Egyesült Államok, Ausztrália, Japán, Kanada, a Koreai Köztársaság, a Marokkói Királyság, a Mexikói Egyesült Államok, a Svájci Államszövetség, a Szingapúri Köztársaság és Új-Zéland között.
Forrás: <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-12196-2011-INIT/hu/pdf>
Letöltve: 2021.05.01.
- BASCAP (2017): Estimating the global economic and social impacts of counterfeiting and piracy.
Forrás: <https://www.worldtrademarkreview.com/anti-counterfeiting/estimating-global-economic-and-social-impacts-counterfeiting-and-piracy> Letöltve: 2021.05.01.
- Bian, X., & Moutinho, L. (2011): Counterfeits and branded products: effects of counterfeit ownership. *Journal of Product & Brand Management (20/5)*, p. 379–393. Forrás: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/10610421111157900/full/html> Letöltve: 2021.05.01.
- Btk. 33: 347. §. Egyedi azonosító jellel visszaélés. Forrás: <https://buntetojog.info/kulonos-resz/btk-347-%c2%a7-egyedi-azonosito-jellel-visszaeles/> Letöltve: 2021.05.01.
- Btk. 37: 385 §. Szerzői vagy szerzői joghoz kapcsolódó jogok megsértése. Forrás: <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a1200100.tv> Letöltve: 2021.05.01.
- Clark, B. & Burstall, R. (2018): Blockchain, IP and the pharma industry—how distributed ledger technologies can help secure the pharma supply chain. *Journal of Intellectual Property Law & Practice, Volume 13, Issue 7*, p. 531–533.
Forrás: <https://doi.org/10.1093/jiplp/jpy069> Letöltve: 2021.05.01.
- DHS (2020): Combating Trafficking in Counterfeit and Pirated Goods: Report to the President of the United States. Forrás: <https://www.dhs.gov/publication/combating-trafficking-counterfeit-and-pirated-goods> Letöltve: 2021.05.01.
- EC (2019): Report on the EU customs enforcement of intellectual property rights: Results at the EU border, 2018. Luxembourg: Publications Office of the European Union. Forrás: https://ec.europa.eu/taxation_customs/sites/taxation/files/2019-ipr-report.pdf
Letöltve: 2021.05.01.
- ECC-Net. (2017): The impact of counterfeiting on online consumer rights in Europe. European Consumer Centre.
Forrás: <https://www.eccireland.ie/wp-content/uploads/2017/03/counterfeiting-report-final.pdf> Letöltve: 2021.05.01.
- Eisend, M. & Scuchert-Güler, P. (2006): Explaining Counterfeit Purchases: A Review and Preview. *Academy of Marketing Science Review, Vol. 2006, No. 12*.
Forrás: https://cdn.ymaws.com/www.ams-web.org/resource/resmgr/original_amsr/eisend12-2006.pdf Letöltve: 2021.05.01.

- EU (2013): Az Európai Parlament és a Tanács 608/2013/EU rendelete a szellemi tulajdonjogok vámhatósági érvényesítéséről és az 1383/2003/EK tanácsi rendelet hatályon kívül helyezéséről
Forrás: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/HTML/?uri=CELEX:32013R0608&from=hu> Letöltve: 2021.05.01.
- Frontier (2011): The economic and social impacts of counterfeiting and piracy in Turkey: A report prepared for BASCAP.
Forrás: <https://iccwbo.org/content/uploads/sites/3/2016/11/Economic-and-Social-Impacts-of-Counterfeiting-and-Piracy-in-Turkey.pdf> Letöltve: 2021.05.01.
- GAO (2018): Intellectual Property: Agencies Can Improve Efforts to Address Risks Posed by Changing Counterfeits Market, Forrás: <https://www.gao.gov/products/gao-18-216> Letöltve: 2021.05.01.
- Green, R. T., & Smith, T. (2002): Countering Brand Counterfeiters. *Journal of International Marketing Vol. 10, No. 4*, p. 89-106. Forrás: <https://www.jstor.org/stable/25048911> Letöltve: 2021.05.01.
- Grossman, G. M., & Shapiro, C. (1988): Foreign counterfeiting of status goods. *Journal of Economics Vol. 103 No. 1*, p. 79-100.
Forrás: https://www.researchgate.net/publication/24091139_Foreign_Counterfeiting_of_Status_Goods Letöltve: 2021.05.01.
- Hardy, J. (2017): Estimating the global economic and social impacts of counterfeiting and piracy.
Forrás: <https://www.worldtrademarkreview.com/anti-counterfeiting/estimating-global-economic-and-social-impacts-counterfeiting-and-piracy> Letöltve: 2021.05.01.
- HENT (2021): Tevékenységi kör. Hamisítás Elleni Nemzeti Testület. Forrás: <http://www.hamisitasellen.hu/testuletrol/rolunk/> Letöltve: 2021.05.01.
- Hilton, B., Choi, C. J., & Chen, S. (2004): The Ethics of Counterfeiting in the Fashion Industry: Quality, Credence and Profit. *Journal of Business Ethics Vol. 55, No. 4*, p. 345-354.
Forrás: <https://www.jstor.org/stable/25123399> Letöltve: 2021.05.01.
- Kadocsa, F. (2018): A blockchain technológia hatása a biztosítási piacra. *Biztosítás és Kockázat V. évfolyam 2. szám*, p. 82-93.
Forrás: <https://mabisz.hu/wp-content/uploads/2018/08/biztositas-es-kockazat-5-evf-2-szam-7-cikk.pdf> Letöltve: 2021.05.01.
- Majid, K. A. (2012): Counterfeit Goods: Occurrences, Choices, and The Influence of Origin. Ann Arbor, Michigan. ProQuest LLC, George Washington University. Forrás: <https://pqdtopen.proquest.com/doc/917947704.html?FMT=AI&pubnum=3490886> Letöltve: 2021.05.01.
- OECD (2021): Counterfeiting, Piracy and the Swiss Economy, Illicit Trade. Paris: OECD Publishing. Forrás: <https://doi.org/10.1787/1f010fc9-en> Letöltve: 2021.05.01.

- OECD/EUIPO (2016): Trade in Counterfeit and Pirated Goods: Mapping the Economic Impact. Paris: OECD Publishing. Forrás: https://www.oecd-ilibrary.org/governance/trade-in-counterfeit-and-pirated-goods_9789264252653-en Letöltve: 2021.05.01.
- OLAF (2020): No fake rum in Spain for Christmas: nearly 150,000 bottles seized with OLAF's help. Forrás: https://ec.europa.eu/anti-fraud/media-corner/news/12-02-2020/no-fake-rum-spain-christmas-nearly-150000-bottles-seized-olafs-help_en Letöltve: 2021.05.01.
- Skehan, P., Sanchez, I., & Hastings, L. (2016): The size, impacts and drivers of illicit trade in alcohol. In OECD, Illicit Trade: Converging Criminal Networks. Paris, OECD Publishing, p. 217-240. Forrás: <https://doi.org/10.1787/9789264251847-10-en>
- Spink, J. W. (2009): Analysis of Counterfeit Risks and Development of a Counterfeit Product Risk Model. Michigan State University, ProQuest Dissertations Publishing. Forrás: <https://www.proquest.com/docview/304947970?pqorigsite=gscholar&fromopenview=true> Letöltve: 2021.05.01.
- SZTNH (2021): A Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivataláról. Forrás: <https://www.sztnh.gov.hu/hu/sztnh/a-szellemi-tulajdon-nemzeti-hivatalarol> Letöltve: 2021.05.01.
- Wilcox, K., Kim, H. M., & Sen, S. (2009): Why Do Consumers Buy Counterfeit Luxury Brands? *Journal of Marketing Research*, Vol. 46, No. 2, p. 247-259. Forrás: <https://www.jstor.org/stable/20618887> Letöltve: 2021.05.01.

NYILATKOZAT

Alulírott ...Hubert-Zsiga Alexandra..... büntetőjogi felelősségem tudatában nyilatkozom, hogy a szakdolgozatomban foglalt tények és adatok a valóságnak megfelelnek, és az abban leírtak a saját, önálló munkám eredményei.

A szakdolgozatban felhasznált adatokat a szerzői jogvédelem figyelembevételével alkalmaztam.

Ezen szakdolgozat semmilyen része nem került felhasználásra korábban oktatási intézmény más képzésén diplomaszerezés során.

Tudomásul veszem, hogy a szakdolgozatomat az intézmény plágiumellenőrzésnek veti alá.

Budapest, 2021.... év ...05..... hónap ...16..... nap

.....Hubert-Zsiga Alexandra.....

hallgató aláírása