

SZAKDOLGOZAT

Berki Henrietta
2022

BUDAPESTI GAZDASÁGI EGYETEM
KÜLKERESKEDELMI KAR
Nemzetközi Gazdálkodás Szak
Nappali tagozat
Nemzetközi üzletfejlesztés specializáció
A HAMISÍTOTT TERMÉKEK KERESKEDELMÉBŐL
ADÓDÓ KÁROK

Belső konzulens: Hrabovszki Ágnes
Zsuzsa

Készítette: Berki Henrietta

Tartalomjegyzék

TÁBLÁZATJEGYZÉK	4
ÁBRAJEGYZÉK	5
1. BEVEZETÉS	6
1.1. Kutatási nehézségek	7
2. A HAMISÍTOTT TERMÉKEK MEGHATÁROZÁSA	8
2.1. A hamisított termékek jogi meghatározásának kialakulása	8
3. A HAMISÍTOTT TERMÉKEK KERESKEDELMÉBŐL ADÓDÓ KÁROK	13
3.1. A fogyasztóknak a hamisított termékekből eredő kárai	18
3.1.1. Hamis termékek megismerése	18
3.1.2. A vásárlás pszichológiája	22
3.1.3. A fogyasztók által vásárolt hamis termékek	22
3.1.4. A fogyasztók demográfiai adatai és a hamisított termékek közötti összefüggések	27
3.1.5. Károsodás megoszlása a fogyasztók szerint	29
3.2. A vállalatoknak a hamisított termékekből származó kárai	31
3.2.1. A vállalatoknak okozott gazdasági károk	33
3.2.2. A termékek iparjogi védelme Magyarországon	38
3.2.3. A rendszerből adódó hibák	45
3.3. Környezeti károk	46
3.3.1. A lefoglalt hamis áruk sorsa	49
3.4. Egyéb károk	50
4. A HAMISÍTÁS ÉS A GLOBALIZÁCIÓ KÖZÖTTI ÖSSZEFÜGGÉSEK	53
5. MEGOLDÁSI JAVASLATOK	56
6. ÖSSZEGZÉS	58
IRODALOMJEGYZÉK	60
MELLÉKLETEK	65

TÁBLÁZATJEGYZÉK

1. TÁBLÁZAT 2022-ES LEGNAGYOBB ÉRTÉKKEL BÍRÓ MÁRKÁK	41
2. TÁBLÁZAT AZ OLTALMAK VÉDELMI TÁRGYUK ÉS VÉDELMŰK IDEJE SZERINT.....	42

ÁBRAJEGYZÉK

1. ÁBRA A HAMIS TERMÉKEK ÁLTAL LEGJOBBAN SÚJTOTT ORSZÁGOK (%-BAN).....	14
2. ÁBRA HONNAN SZÁRMAZIK A HAMISÍTVÁNYOK NAGYRÉSZE? (%-BAN).....	15
3. ÁBRA A KUTATÁSOM SORÁN ÖSSZEHASONLÍTOTT KÉT KÉP.....	19
4. ÁBRA A KITÖLTŐK SZERINT HAMISNAK VÉLT TÁSKA MEGOSZLÁSI ARÁNYA (%-BAN)	20
5. ÁBRA FRANCK KÁVÉ REKLÁMLAP (1937).....	21
6. ÁBRA A HAMISÍTOTT TERMÉKEK VÁSÁRLÓINAK ALAKULÁSA 2010-2021 KÖZÖTT (%-BAN).23	
7. ÁBRA A LUXUSMÁRKÁS ÁRUCIKKEK MEGOSZLÁSA ORSZÁGONKÉNT EURÓPÁBAN (%-BAN)	24
8. ÁBRA LUXUSKIADÁSOK MEGOSZLÁSA SZEGMENSENKÉNT (%-BAN).....	25
9. ÁBRA A LEGGYAKRABBAN VÁSÁROLT LUXUSMÁRKÁK (%-BAN).....	26
10. ÁBRA A HAMISÍTOTT TERMÉKEK FOGYASZTÁSÁVAL A FOGYASZTÓK SZERINT LEGJOBBAN KÁROSÍTOTT SEKTOROK MEGOSZLÁSA (%-BAN)	29
11. ÁBRA A MAGYARORSZÁGI VÁLLALATOK TERMÉKEINEK HAMISÍTÁSRÓL VALÓ TUDOMÁSÁNAK MEGOSZLÁSA (%-BAN).....	33
12. ÁBRA A KITÖLTŐK SZERINT A GYÁRTÓKNAK OKOZOTT GAZDASÁGI KÁR MEGOSZLÁSA (%-BAN).....	36
13. ÁBRA A VÁLLALATOK SZERINT A TERMÉKEIKRE NÉZVE AZ ELKÖVETKEZENDŐ ÉVEK HAMISÍTÁSI KOCKÁZATÁNAK MEGOSZLÁSA	37
14. ÁBRA A MAGYARORSZÁGI VÁLLALATOK IPARJOGVÉDELEMMEL RENDELKEZÉSÉNEK MEGOSZLÁSA.....	43
15. ÁBRA A MAGYARORSZÁGI IPARJOGVÉDELEMMEL RENDELKEZŐ VÁLLALATOK OLTALMAIK KÖZÖTTI MEGOSZLÁS (%-BAN).....	44
16. ÁBRA AZ IPARJOGVÉDELEM FONTOSSÁGÁNAK MEGOSZLÁSA (%-BAN)	45
17. ÁBRA KÖZSZOLGÁLTATÁS KERETÉBEN ÖSSZEGYŰJTÖTT TELEPÜLÉSI HULLADÉK.....	49
18. ÁBRA AZ EURÓPAIAK GLOBALIZÁCIÓRÓL ALKOTOTT VÉLEMÉNYE.....	54

1. BEVEZETÉS

Ha arra gondolunk, hogy hamisítvány egyből negatív jelzővel illehető áruk jutnak eszünkbe. Már az első gondolat is valamilyen veszélyt sejtet anélkül, hogy megnéznénk részletesebben mennyire szerteágazó károkat eredményez ez a jelenség. De mégsem vesszük figyelembe egy termék megvásárlása után, hogy milyen következményekkel jár ez az egészségünkre, biztonságunkra, a gazdaságra vagy a környezetre. Ha egy fogyasztó eldöntötte, hogy szüksége van egy bizonyos termékre képes az alább felsorolt négy szempontot a háttérbe helyezni. Egyes fogyasztók vásárlásaik előtt mérlegelik ugyan a vásárlásuk következményét, viszont őket is képes egy fontos tényező befolyásolni az pedig az ár. Tényleg csak az ár áll a háttérben, vagy a fogyasztók kezdenek egyre nagyobb felelősséget vállalni termékszavazataik után? Vajon a gyártók és a különböző erre szakosodott szervezetek megtudják oldani a problémát? De tényleg a szervezetektől és hiteles gyártóktól kell elvárni, hogy megvédjék a fogyasztókat? Szakdolgozatom témájának a hamisított termékek kereskedelméből adódó károkat választottam. Amelyben keresem még továbbá olyan kérdésekre is a válaszokat mint: Mekkora és milyen károkat okoznak ezek a termékek? Nagyobb kárral járnak, mint egy átlagos termék? Van-e összefüggés a hamisítási és a globalizáció között?

Először a hamisítványokkal a középiskolámban a Nemzeti Adó és Vámhivatal (továbbiakban: NAV) által tartott előadáson találkoztam. Különböző módszerekkel vezettek be minket a hamisítványok világába, amellyel már akkor is felkeltették az érdeklődésemet. Így részben a NAV oktató előadásának hatására is választottam a szakdolgozatom témakörének a hamisított termékek kereskedelméből adódó károk feltárását. De a végső inspirációt a megjelenő hamisított termékek hirdetései adták. Teljes sokként ért, amikor közösségi média oldalakon próbálták jó színben feltüntetni ezeket a termékeket influenszer tevékenységgel foglalkozó személyek. Ugyan ezekben a reklámokban található negatívum és pozitívum is, viszont mint jól tudjuk a negatív hirdetés sokszor a legjobb. Ezzel pedig megnehezítik a hamisított termékek visszaszorítását. De ez miért is ekkora probléma? Erre a kérdésre részletes választ kerestem a szakdolgozatommal, és minél jobban elmerültem a témában annál jobban megdöbbenett, hogy milyen mértékig terjed ki ez a probléma. Hiszen a szakdolgozatom kutatási célja az, hogy milyen és mekkora károkkal jár a hamisított termékek kereskedelme elsődlegesen Magyarországon, kitekintéssel a világszerte elszenvedett károkkal.

Meghatározom az eredeti termékek és a hamisítványok közötti különbségeket jogi és általánosságban használt formájuk között. Részletesen elemzem a fogyasztóknak okozott

károkat és megvizsgálom a kapcsolatukat ezekkel a termékekkel. A fogyasztóknak okozott károk fejezetben mélyebben megvizsgálom a kettő legjobban érintett hamisítási területet ezek pedig a luxusmárkás ruházati, kozmetikai és illatszer termékek. A szakdolgozatomat folytatom a vállalatoknak okozott vélt, valós és tényleges károk meghatározásával. Megvizsgálom a hamisítványok ökológiai lábnyomát és összevonásba hozom más termékek környezetre gyakorolt hatásaival. Ehhez pedig szintén leszűkítem a szakdolgozatomat fontosabb hamisítási területekre. Meghatározok még a felsorolt kategóriákon kívüli károkat. Megvizsgálom a globalizáció és a hamisítványok kapcsolatát. Ezt követően hamisítás csökkentésére irányuló megoldási javaslatokat teszek. Végezetül pedig levonom a következtetéseimet.

A kutatásom során a magyar 18 év fölötti fogyasztók körében kérdőívet készítettem. Legfőképpen arra voltam kíváncsi mennyire tudatosan választanak hamisítványokat, és utána mennyire vállalják fel, hogy hamisítványt választottak. Ezenkívül pedig tudatébresztést szerettem volna elérni a kitöltőimnél, ezért tettem fel olyan kérdéseket, amely alapján inkább negatív képet kapnak a hamisítványokról. Remélem ezzel sikerült hozzájárulnom a hamisítási mozgalom megfékezéséhez. Véleményem szerint a fogyasztókban rejlik az elsődleges kulcs ahhoz, hogy ezt a folyamatot megállítsuk vagy legalábbis jelentősen leredukáljuk.

1.1. Kutatási nehézségek

A kutatásom során a legnagyobb nehézséget az adta, hogy számtalan adat található a témában, de mégsem lehet megállapítani a károk valós mértékét, hiszen rengeteg adat nem áll rendelkezésünkre, abból adódóan, hogy nem minden hamisítási tevékenységet ismerünk. Így nehéz következtetéseket levonni. Valamint a kérdőívemre érkezett válaszokat is feltételesen kellett kezelnem, mert a beérkezett válaszok alapján a kitöltők sokszor önmaguknak ellentmondó válaszokat adtak. Ez abból adódhat, hogy jobb színben próbálták magukat feltüntetni. Egyes témakörökben pedig nehéz volt korszerű adatokat találnom, ez a jelenség pedig nagyon ingatag és sok külső hatás könnyen befolyásolja, hogy milyen irányba változik a hamisítás üteme.

2. A HAMISÍTOTT TERMÉKEK MEGHATÁROZÁSA

A kutatási tevékenységem teljessége érdekében szükséges megvizsgálni, hogy hol húzódik a különbség az eredeti és a hamisított termékek között. Általánosságban a fogyasztók fejében az a fogalom él, hogy minden olyan termék hamis, amit nem az eredeti gyártótól szereztek be ezáltal csak utánezat. A Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatala (továbbiakban: SZTNH) szerint akkor beszélünk hamisításról, ha valamilyen formában megsérti a szellemi tulajdon-jogot, függetlenül, hogy szerzői jogi védelemről vagy iparjogi oltalomról van szó, továbbá függetlenül attól, hogy polgári jogi vagy büntetőjogi jogsértésről beszélünk.¹ Ezen meghatározás alapján akkor számít hamisítványnak egy termék, ha az valamilyen formában jogi védelem alatt áll. Viszont általános meghatározásban nem csak a szellemi tulajdonjog által védett termékekre használható a hamisítvány kifejezés, hiszen olyan cégek termékeit is hamisítják, amelyek nem szereztek semmilyen jogi védelmet termékeikre. Ezenkívül pedig nemcsak a teljes termék lehet hamisított, előfordulhat, hogy csak a csomagolás vagy címkézés, a megnevezés, hatóanyag, összetétel, vagy a termék gyártója viseli a hamisítás jegyeit. De a felsorolt tényezőkön kívül lehet egy termék hamisítvány úgy is, ha a forgalomba hozatala jogsértő. Például a zene- filmműveknél gyakran előfordul, hogy a forgalomba hozatal jogsértő. Ha csak egy ország területéig van terjesztési engedély egy termékre, de másik országban is terjesztették, ezzel már megsértették a forgalomba hozatal, így már hamis terméknek minősül az a termék, amelyre nem lett a terjesztési engedély megadva.

2.1. A hamisított termékek jogi meghatározásának kialakulása

A versenytárs utánezása tényállást Magyarországon már a XX. század eleje óta bünteti a jogalkotó. Az 1921. évi XXI. törvénytől a 2012. évi C. törvényig különböző módon került meghatározásra maga a hamisítás, valamint ebből eredő jogsértés következtében kiszabott büntetés is. A célja ezen törvényeknek mindig ugyanaz maradt, a jogszerűen működő versenytársak büntetőjogi védelme és az utánezók visszaszorítása. Az első leszabályozás alapján 1921. évi XXI. törvény 7.§ (2) bekezdésének értelmében:

¹ Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatala (2013): A hamisításról. Letölthető: <https://www.hamisitasellen.hu/jogalkalmazoknak/a-hamisitasrol%20/>. (Letöltve: 2022.10.03.)

„Aki **belföldi termelő**, iparos, vagy kereskedő nevével, címével vagy üzletének elnevezésével jogosulatlanul megjelölt áruját – ezt tudva – forgalomba hoz, vagy árusít, vagy aki az ily célból a felsorolt jelzéseket tudva előállítja.”²

Megfigyelhető, hogy a jogalkotó még csak a belföldi vállalatokat ért jogsértést szabályozta, ezzel ellentétben az 1923. évi V. törvény 18. § a most érvényben lévő törvényhez hasonlóan határozta meg az utánzást, viszont még szubszidiárus jelleggel. A szubszidiárus jellegből adódóan más törvényrészek felülírhatták a szabályozást. Ebből arra lehet következtetni, hogy még nem napirendi pontként szerepelt ez a probléma és nem a legsúlyosabb jogsértések közé tartozott. Így, ha több sértő körülmény is fennáll, akkor a hamisítás lesz az enyhébb jogsértés.³

„18. § Amennyiben a cselekmény súlyosabb büntető rendelkezés alá nem esik, vétséget követ el és a 16. § értelmében büntetendő, aki az ott megjelölt célból árut (szolgáltatást) olyan **jellegzetes külsőben vagy olyan elnevezéssel hoz forgalomba**, vagy aki áru szállításánál vagy üzletfelek szerzésénél olyan segédeszközt vagy megjelölést használ, amelyről tudomása szerint a forgalomban már egy másik versenyvállalatot szoktak felismerni.”⁴

Itt a jogalkotó már kibővítette a károsultak körét, mind azzal, hogy a területi hatályt kivette a meghatározásból, mind pedig azzal, hogy nem csak a jogosult nevére, címére, vagy üzletének elnevezésére vonatkozik a törvény. Ez volt az első olyan törvény, amely már szélesebb körben határozta meg a hamisítást a termék külső jegyinek beiktatásával. Ez fontos előrelépés, hiszen bevontak és elismertek több hamisítási lehetőséget.

Ezt követően 1945-ben változott a megközelítés módszere, már nem a versenytárs szemszögéből állapították meg a tényállást, hanem minőségvédelmi szempontokból a tervgazdaságnak megfelelően. A versenytársak lecsökkent száma miatt nem a széles választékot helyezték előtérbe, hanem a minőségi jegyeket. A 121/1950. (IV. 25.) MT rendelet 19. §-a más áru más vállalat megjelölésével való ellátását tiltotta, de nagyobb hangsúly a nem megfelelő minőségű áru márkacikként való forgalomba hozatalán volt. Ez volt az egyetlen olyan időszak, amikor inkább a termék minőségi jegyei voltak hangsúlyban a károsult vállalatokkal szemben. Miért is inkább az árun volt a hangsúly? A tervgazdálkodásnak

² Dr. Keszler Ágnes: A versenytárs utánzása tényállás az új Btk.-ban. Jogi fórum publikáció. Letölthető: https://www.jogiforum.hu/files/publikaciok/keszler_agnes_a_versenytars_utanzasa_tenyallas_a_btk-ban%5Bjogi_forum%5D.pdf. (Letöltve: 2022.10.07.)

³ Karsai Krisztina: Áru hamis megjelölése – Egy bűncselekmény analízise. Letölthető: http://acta.bibl.u-szeged.hu/7600/1/juridpol_forum_301-337.pdf. (Letöltve: 2022.09.15.)

⁴ 1923. évi V. törvény cikk a tisztességtelen versenyről 18. §. Megtekinthető: <https://net.jogtar.hu/ezer-ev-torveny?docid=92300005.TV&searchUrl=/ezer-ev-torvenyei%3Fpagenum%3D39>. (Letöltve: 2022.10.08.)

köszönhetően a fókusz azon volt, hogy az áru elkészültén legyen a hangsúly, amiből az állam bevételt realizálhat, viszont a hamisítók termékeiből nem származott az államnak bevétele.⁵

A következő az 1978. IV. törvény volt, melyben még a jelentős mennyiségű hamis termékjelzés volt az elkövetés tárgya, ezzel ellentétben az 1994. évi XI. törvény módosította a tényállást, miszerint itt már az áru lett a jogsértés tárgya.

296. § Aki jelentős mennyiségű árut - a versenytárs hozzájárulása nélkül - olyan jellegzetes külsővel, csomagolással, megjelöléssel vagy elnevezéssel hoz forgalomba, amelyről a versenytársat, illetőleg annak jellegzetes tulajdonságokkal rendelkező áruját ismerhetik fel, büntettet követ el, és három évig terjedő szabadságvesztéssel büntetendő.”⁶

Az 1978. évi IV. törvénnyel újból a versenytársak védelmére összpontosítva rendelkeztek a hamisításról. Ezzel a gyártóknak nagyobb esélyük volt megvédeni a terméküket. Az 1994. évi XI. törvény pedig a mennyiség, mint szigorító tényező pedig egyre fontosabb ügynek titulálta a hamisítási jelenséget. A törvénymódosítás keretén belül a mennyiség megjelölését formálták, ugyanis a jelentős minősítést felváltotta a nagyobb mennyiségű áru kifejezés⁷, ezzel próbálták szigorítani a törvényt, hiszen a nagyobb mennyiségű áru kifejezés beiktatásával már kisebb mértékű hamisítvány kereskedelme is eleget tett a jogsértéshez. A mennyiségi tényezőt, amely egy büntetési feltételként szolgált az 1998. évi LXXXVII. törvénnyel vezették ki a meghatározásból, ezáltal még jobban szigorították a hamis termékek forgalomba hozatalát. Ezáltal kisebb mennyiségű áru hamisítása is büntetendőnek lett minősítve. Ezzel orvosolták azt a jogvitát, hogy mikortól számít nagyobb mennyiségű hamisításnak. Kivonva a mennyiség meghatározását a legkisebb mértékű hamisítás is jogsértő, ezzel elriasztva a hamisítási tevékenységtől az esetleges gyártókat. A 2012. évi törvény 2022-ben hatályban lévő törvény meghatározása alapján:

„419. § (1) Aki a versenytárs hozzájárulása nélkül árut olyan jellegzetes külsővel, csomagolással, megjelöléssel vagy elnevezéssel állít elő, amelyről a versenytárs vagy annak jellegzetes tulajdonsággal rendelkező áruja ismerhető fel, vagy ilyen árut forgalomba hozatal céljából megszerez, tart, vagy forgalomba hoz, ha más bűncselekmény nem valósul meg, vétség miatt egy évig terjedő szabadságvesztéssel büntetendő.

⁵ Karsai Krisztina: Áru hamis megjelölése – Egy bűncselekmény analízise. Letölthető: http://acta.bibl.u-szeged.hu/7600/1/juridpol_forum_301-337.pdf. (Letöltve: 2022.09.15.)

⁶ 1996. évi LII. törvény a Büntető törvénykönyvről szóló 1978. évi IV. törvény módosításáról 296. §. Letölthető: <https://mkogy.jogtar.hu/jogszabaly?docid=99600052.TV>. (Letöltve:2022.10.05.)

(2) A büntetés büntett miatt három évig terjedő szabadságvesztés, ha a bűncselekményt jelentős mennyiségű vagy értékű utánzott áruval követik el.”

A 2012. évi C. törvényt, visszanyúlva az 1961. évi V. és az 1978. évi IV. törvényhez, szintúgy szubszidiárus viselkedésnorma szabályozza. A fogyasztóvédelmi bűncselekmények között helyezte el a jogalkotó, de elsősorban nem a fogyasztók érdekeit képviseli a törvény, hanem a versenytársakét. Betagozódik még a szellemi tulajdont védő egyéb tényállások közé is, amely a vagyon elleni bűncselekmények között szerepel. A 2012. évi C. törvény bővítette ki legjobban a hamisítás tárgyát képező jellemzőket, bevonva például a külső jegyeket, csomagolást, elnevezést. A bűncselekmény miatt kiszabható börtönbüntetést is meghatározza, méghozzá mennyiségi tényező függvényében kiszabható mértékben. Ezzel a nagymértékű hamisítást súlyosabb büntetéssel illeti. A szubszidiárus jelleg pedig abból adódik, hogy a hamisítás sokszor a legkisebb bűncselekmény, amit a gyártó elkövet, könnyű bevétel szerzés érdekében végzi, amelyet súlyosabb bűncselekményekbe forgatja bele.⁸ Így, ha fentáll súlyosabb bűncselekmény az alapján fogják a büntetés mértékét kiszabni. Magyarországon a 2004-ben az Európai Unióhoz (továbbiakban: EU) történő csatlakozásából adódóan számos jogharmonizációs folyamat ment végbe. Az EU-s tagországok közötti jogharmonizációnak köszönhetően próbálják egységes törvények beiktatásával visszaszorítani a hamisított termékekkel való kereskedelmet, de ez nem egyszerű feladat. A 2012. évi LXXXVIII. a termékek piacfelügyeletéről szóló törvény alapján:

„23. nem megfelelő termék: az általános hatályú, közvetlenül alkalmazandó európai uniós jogi aktusok vagy a jogszabályok be nem tartásával gyártott vagy forgalmazott termék,”⁹

„24. okmányhiányos termék: minden olyan termék, amely nem rendelkezik európai uniós harmonizációs jogi aktusokban előírt nyomtatott vagy elektronikus dokumentációval,”¹⁰

A magyarországi és ez európai uniós jog között összhang figyelhető meg, azzal a különbséggel, hogy a magyarországi jogalkotásban részletesebben határozza meg a tényállást. A 2012. évi LXXXVIII. törvény alapján az okmányhiányos és nem megfelelő termék meghatározása ugyan nem csak a hamis termékekre érthető, viszont ebbe a két kategóriába

⁸ Karsai Krisztina: Áru hamis megjelölése – Egy bűncselekmény analízise. Letölthető: http://acta.bibl.u-szeged.hu/7600/1/juridpol_forum_301-337.pdf. (Letöltve: 2022.09.15.)

⁹ 2012.LXXXVIII. törvény a termékek piacfelügyeletéről 2. § (23) bekezdés. Megtekinthető: <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a1200088.tv>. (Letöltve:2022.10.08.)

¹⁰ 2012.LXXXVIII. törvény a termékek piacfelügyeletéről 2. § (24) bekezdés Megtekinthető: <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a1200088.tv>. (Letöltve:2022.10.08.)

tartoznak a hamisítványok is, hiszen a hamisítványok jogszabály ellenes gyártással készülnek és nem rendelkeznek megfelelő dokumentumokkal, vagy ha rendelkeznek is akkor nem valós dokumentumokkal.

Mivel nagyon sokféle jogeset állhat fent a hamisítás milyenségétől függően, nem feltétlenül fednek le minden jogesetet a törvények. A hamisítványok gyártói egyre találékonyabban próbálják a szankcionálást elkerülni. Ezért előfordulhatnak még olyan jogviták, amelyek a joghézag miatt nem kaphatnak megfelelő szankcionálást.

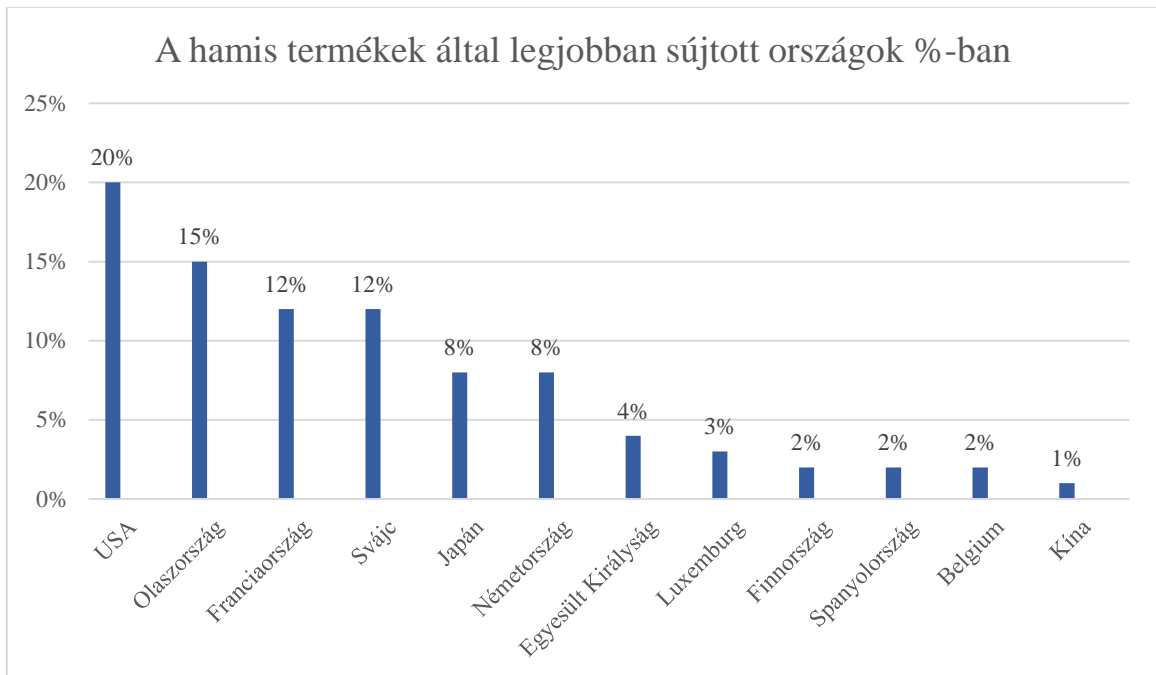
A fentiek értelmében jogi szempontból hamis minden olyan áru, amellyel kapcsolatban valamilyen formában jogsértés következik be, oly módon, hogy azzal más versenytárs szellemi tulajdonját károsítják. Mindezt súlyosbítja, ha a gyártási mennyiség minél nagyobb számban történt meg. Viszont hamisítvány minden, olyan termék, amely egy másik termék gyártójának jellemzőit hordozza, függetlenül attól, hogy az eredeti termék szellemi tulajdonjog védelem alatt áll-e.

3. A HAMISÍTOTT TERMÉKEK KERESKEDELMÉBŐL ADÓDÓ KÁROK

A hamisított áruk kereskedelméből adódnak károk a gazdaság összes szereplőjének. Ezen kívül adódnak külső, azaz környezeti károk is. A gazdasági élet szereplőinek annyira sokrétű károkat okoznak a hamisítványok, amelyekre nem is gondolnánk. A fogyasztókra nézve többfajta kár keletkezik, ha replikákat fogyasztanak. Egyrészt anyagi veszteség érheti őket, ugyan olcsóbban jutnak hozzá a termékekhez, viszont a rossz minőség miatt nem elég magas az ár-érték aránya. A fogyasztók a jogaikból is veszítenek, ha hamis termékeket vásárolnak, hiszen nem érvényesíthetik szavatossági igényeiket. Mindezek mellett magasabb a biztonsági és egészségügyi kockázat. A nemzetgazdaságra nézve az állam bevételtől esik el, ha pedig nagymértékben elterjednek a hamisítványok munkahelymegszűnésekhez vezetnek. A GDP növekedését is visszaszorítja, mivel az innovációra negatívan hat. A szervezett bűnözést is erősíti, amellyel növeli a feketegazdaságot. A feketegazdaság pedig növeli a korrupciót, a feltörekvő országokban pedig embertelen körülmények között dolgoztatják az alkalmazottakat. Az eredeti gyártók vásárlóktól esnek el, lassabban térülnek meg a kutatási fejlesztési tevékenységeik, és rontja a hírnevüket. A gazdasági szereplőknek okozott károkon kívül pedig környezeti károkkal jár a termeléstől a fogyasztásig, és az utána következő hulladék mennyiségét is megemeli. 2009-es adatok alapján világviszonylatban a termék – és védjegyhamisítás által okozott kár körülbelül 176 milliárd USD volt, ez az érték a világkereskedelem 2%-át tette ki. Ha ezt munkahelyekben akarjuk kifejezni, akkor ez éves szinten az EU-ban körülbelül 300.000 munkahelynek felel meg.¹¹ 2013-2017 közötti időszakban évente több mint 83 milliárd euró veszteség érte a jogszerűen működő gyártókat. Az EU-tagállamok 15 milliárd eurót veszítettek és közel 700 ezer munkahely szűnt meg. Ez a világkereskedelem 3,3%-át teszi ki.¹² Ezekből az adatokból is látszik, hogy növekvő tendenciát mutat ez a jelenség, és hogy mennyire fontos problémát jelent.

¹¹ Prof.dr. Christoph Ann LL.M. (2009): Termék hamisítás és iparjogvédelem. Gazdasági Jogi és Szellemitulajdon-jogi Tanszék, Müncheni Műszaki Egyetem. 4. (114.) évfolyam 6. szám. Letölthető: <https://www.sztnh.gov.hu/kiadv/ipsz/200912-pdf/07-chris.pdf>. (Letöltve:2022.04.22.)

¹² Gyulasi Georgina sajtófőnök (2020): Hamisítás Elleni Világnap: 15 milliárd eurótól esnek el évente az Unió tagállamok a hamisítás következtében, június 10. Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatala. Letölthető: <https://www.sztnh.gov.hu/hu/hirek/sztnh-hirek/hirek-esemenyek/hamisitas-elleni-vilagnap-15-milliard-eurotol-esnek-el-evente-az>. (Letöltve: 2022.05.20.)

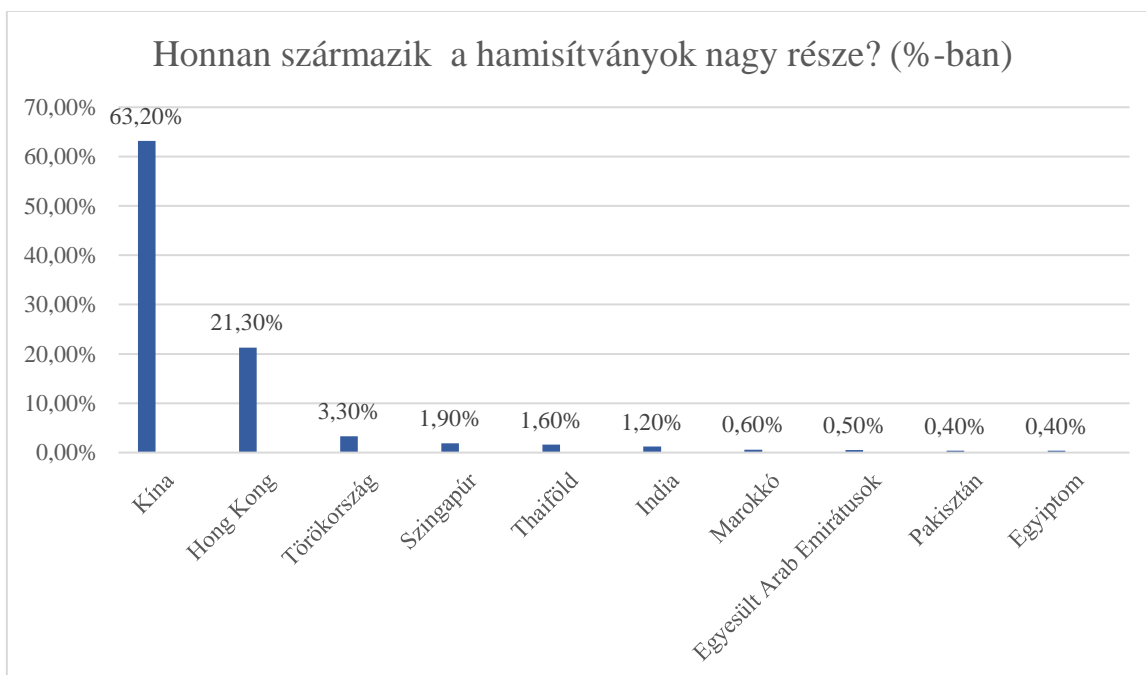


1. ábra A hamis termékek által legjobban sújtott országok (%-ban)

Forrás: Saját szerkesztés, OECD 2016-os adatok alapján

Az Organisation for Economic CO-operation and Development (továbbiakban: OECD), azaz a Gazdasági Együttműködési és Fejlesztési Szervezet 2016-ban végzett kutatása alapján a legjobban az USA-ban okoz problémát a hamis termékekkel való kereskedelem. Viszont a diagram is jól ábrázolja milyen mértékű gondot okoz ez az Európai országokban, hiszen a 12 legjobban érintett ország közül 9 ország európai és ebből pedig 7 ország az EU tagja.¹³ Ezekből az adatokból jól látszik, hogy Magyarországot körbeveszik hamisítás által nagymértékben sújtott országok.

¹³ Organisation for Economic Co-operation and Development (2013): Global trade in fake goods worth nearly half a trillion dollars a year- OECD & EUIPO. Letölthető: <https://www.oecd.org/industry/global-trade-in-fake-goods-worth-nearly-half-a-trillion-dollars-a-year.htm> . (Letöltve:2022.05.06.)



2. ábra Honnan származik a hamisítványok nagyrésze? (%-ban)

Forrás: Saját szerkesztés, OECD 2016-os adatok alapján

Kínában foglalták le a legkevesebb hamis terméket az OECD kutatása szerint, viszont Kínából érkezik a legtöbb replika más országokba. Egy régi kínai mondás szerint: “Ha tágasra nyitod az ablakot, a friss levegővel együtt beröpülnek a legyek is.” Ez a Kínában végbemenő reformnak köszönhető, amelynek vannak kellemetlen velejárói, például rossz minőségű, hibás, esetleg életveszélyes és hamisított termékek. A termelés fölfutásával együtt ugrásszerűen nő a hibás termékek - eredeti kínai kifejezéssel: a “piszkos retkek” száma. Egyes becslések szerint arányuk az össztermelés egyharmada. A hamisításnak Kínában régi hagyományai vannak, hiszen ezekkel a reformokkal és másolási hagyományokkal sikerült Kína bevételeit növelni.¹⁴ Ebből adódóan Kínában a hamis termékek fontos szerepet játszanak. Ugyan a szabályozására voltak intézkedések, viszont nem teljeskörű szabályozás és nem eléggé nagymértékű szankciók járnak érte, hiszen ezen termékek kereskedelméből adódik Kína GDP-nek egyharmada.

Nemcsak Kínából érkeznek jelentős mértékben hamis termékek, hanem Hong Kongból és Törökországból is. Törökországból származik a legtöbb hamis parfüm és ital. Sem Hong Kong, sem Törökország esetében nincsen megfelelő mértékben szabályozva a hamis termékekkel

¹⁴ Makra László, Gál András (1996): A varázslatos Kína. Letölthető: <https://terebess.hu/keletkultinfo/var.pdf>. (Letöltve: 2022.11.03.)

való kereskedelem. Törökország esetében az EU-hoz való csatlakozás a jogharmonizáció miatt segítene orvosolni a problémát, viszont az EU-hoz való csatlakozásuk ugyan napirendi pont, de egyre jobban elhúzódik. Származnak még Indiából is hamisítványok, kifejezetten számítástechnikai termékek. Kambodzsából érkezik a legtöbb dohányáru. Észak-Macedóniából pedig az alkoholos italok.¹⁵

Milyen módon kerülnek ezek a termékek a fogyasztókhoz? 2014-2016 között a legtöbb hamis árut postai csomagokban szállították, nagyobb mennyiségű termékeket pedig konténerszállító hajóval juttattak az EU-ba Németországon, Hollandián és az Egyesült Királyságon keresztül.¹⁶ Ugyan a Hamisítás Elleni Nemzeti Testület (továbbiakban: HENT) és a Társadalmi Kutatási Intézet Zrt. (továbbiakban: TTI) kutatása alapján Magyarországon a vásárlók 2010-2021 között márkás ruhákat és illatszereket a piacokon vagy az utcán szereztek be. 2016 óta viszont nőtt az internetről történő beszerzés, ennek ellenére Magyarországon nő a leglassabban az Európai Unióban az e-kereskedelem növekedése. A Covid-19 járvány hatására ugyan egy nagyobb ugrás volt megfigyelhető az online rendelések számában, de ez elsődlegesen a gyógyszeripart érintette a hamisítványok szemszögéből. A kutatásom alapján egyes hamis termékeket inkább online szereznek be a fogyasztók, ilyenek a ruházati, a kozmetikai termékek, de már a gyógyszereket is inkább online platformokról rendelik meg. Ezt igazolja a HENT kutatása is miszerint a nem patikából beszerzett gyógyszereket 2019-2020 között elsődlegesen interneten vásárolták meg.¹⁷ Ez adódhat abból is, hogy nem kell kontaktusba lépniük a patikussal, vagy eladóval és elkérni a gyógyszerkészítményt, ezzel pedig nem kell mással megosztaniuk problémáikat. A legtöbbször ugyanis hamis potencianövelő szereket, fájdalomcsillapítókat, étrend kiegészítőket, epilepszia és mentális zavar elleni termékeket vásárolnak online.¹⁸

De nem csak gyógyszerekre jellemző az interneten történő beszerzés. A hamis számítógépes programok ingyenes internetes letöltéssel jutnak el a fogyasztóhoz. Ez pedig nem meglepő, a fejlődő technikának köszönhetően rengeteg „kalóz” termékkel lehet az interneten

¹⁵ Hamisítás Elleni Nemzeti Testület (2019.09.19.): 8.246 milliárd forintnyi hamis áru akadt fenn tavaly az EU határain. Letölthető: <http://www.hamisitasellen.hu/2019/09/246-milliard-forintnyi-hamis-aruk-akadt-fenn-tavaly-az-eu-hatarain/>. (Letöltve: 2022.05.10.)

¹⁶ Origo (2021.03.29.): Tengeren érkezik a legtöbb hamis áru. Letölthető: <https://www.origo.hu/jog/20210329-origo-jog-szellemi-tulajdon-nemzeti-hivatala-termekhamisitas-tengeri-szallitas.html>. (Letöltve: 2022.06.02.)

¹⁷ Hamisítás Elleni Nemzeti Testület (2021.november 11.): Hamisított márkás ruhát, parfümöt és illegális szoftvert vásárolnak leginkább a magyarok. Letölthető: <http://www.hamisitasellen.hu/2021/11/hamisított-markas-ruhát-parfümöt-es-illegális-szoftvert-vasarolnak-leginkább-a-magyarok/>. (Letöltve: 2022.05.15.)

¹⁸ Pénzcentrum (2017. szeptember 30.): Ellepték az országot a hamis gyógyszerek? Ezeket a pirulákat meg ne vedd! Letölthető: <https://www.penzcentrum.hu/egeszseg/20170930/elleptek-az-orszagot-a-hamis-gyogyszerek-ezeket-a-pirulakat-meg-ne-vedd-1059859>. (Letöltve: 2022.09.08.)

találkozni. Az internetet használók 63%-a nem tartja felismerhetőnek az interneten lévő tartalmak legalitását, és 65%-a nem lenne hajlandó fizetni azért, hogy online felületeken szűrt legális tartalmakhoz férjenek hozzá.¹⁹ Ezzel ellentétben az általam megkérdezettek 85,1%-a hajlandó lenne pénzt kiadni azért, hogy biztos forrásból vásárolhassanak termékeket. Ebből is látszik, hogy a vásárlók hozzáállása változik és a fogyasztásaik következményeit egyre nagyobb figyelemmel követik. Valamint arra is rámutat, hogy egyes fogyasztók nagyobb valószínűséggel választanák az online vásárlás lehetőségét, amennyiben biztosak lehetnének abban, hogy legális termékhez jutnak hozzá.

A nem megbízható ételek legnagyobb részét viszont még a hagyományos vásárlási módon, mint például a piacokon és utcai árusoknál szerzik be a vásárlók. A hagyományos beszerzési forma talán abból adódhat, hogy az élelmiszereknél érzékelik a fogyasztók a legnagyobb egészségügyi kockázatot. Ezért ezeket a termékeket szívesebben vásárolják meg személyesen. Ezáltal nagy valószínűséggel hamisított élelmiszert nem szándékosan választanak.²⁰

Magyarország világviszonylatban nézve az OECD kutatása alapján nem szerepel a hamis termékekkel legjobban sújtott országok listáján, viszont itthon is nagymértékű problémát jelentenek. Az Európai Unió Szellemi Tulajdoni Hivatala (továbbiakban: EUIPO) 2019-es kutatása alapján Magyarországon a hamisításból és „kalózkodásból” adódó károk 223,6 milliárd forintot tettek ki. Ez 11 ágazat forgalmának 10,5%-a. A legjobban érintett ágazatok: informatikai iparágak, mint például a játékgyártás, elektronikai eszközök gyártása; kreatív iparágak, mint a zeneipar, filmipar, könyvkiadás. A védjeggyel, valamint földrajzi árujelző ellátott termékek kifejezetten érintett területek. Ezen belül érintett területek: a dohányipar, ruhaipar, kozmetikaipar, gyógyszeripar, az alkatrészgyártással foglalkozó iparágak, de érintett az élelmiszeripar is. Ha a károkat egy főre vetítjük le az 22.763 forintot jelent.²¹ Az évek alatt csökkent a hamis termékek utáni kereslet, ez annak is köszönhető, hogy a tudatos vásárlás kezd egyre szélesebb körökben elterjedni, ezért ugyan még kis mértékben, de már látható változás pozitív irányba.

¹⁹Hamisítás Elleni Nemzeti Testület (2021. november 11.): Hamisított márkás ruhát, parfümöt és illegális szoftvert vásárolnak leginkább a magyarok. Letölthető: <http://www.hamisitasellen.hu/2021/11/hamisított-markas-ruhat-parfumot-es-illegalis-szoftvert-vasarolnak-leginkabb-a-magyarok/> . (Letöltve: 2022.05.15.)

²⁰ Hamisítás Elleni Nemzeti Testület (2021. november 11.): Hamisított márkás ruhát, parfümöt és illegális szoftvert vásárolnak leginkább a magyarok. Letölthető: <http://www.hamisitasellen.hu/2021/11/hamisított-markas-ruhat-parfumot-es-illegalis-szoftvert-vasarolnak-leginkabb-a-magyarok/> . (Letöltve: 2022.05.15.)

²¹ Az én pénzem (2019. június 6.): Hamis terméket vesz? Százegyrével szüntek meg a munkahelyek. Letölthető: <https://www.azепензем.hu/cikkek/hamis-termeket-vesz-szazezrevel-szuntek-meg-a-munkahelyek/5907/> . (Letöltve: 2022.07.02.)

3.1. A fogyasztóknak a hamisított termékekből eredő kárai

Ha azt akarjuk megvizsgálni, hogy egy fogyasztó tisztában van-e a vásárlásaival járó következményekkel, akkor nem feltétlen jut eszébe minden ezzel járó pozitív és negatív tulajdonság. Érdekes, hogy a szükségleteink kielégítése érdekében az általunk megfelelőnek vélt javakat fogyasztjuk, de nem mérjük fel, vagy csak árnyaljuk a negatív vonzatát döntéseinknek és inkább a pozitív tényezőket helyezük előtérbe. Ha ismernék minden negatívumát egy hamisítványnak, akkor is úgy vélnék szükségünk van rá, vagy azt hinnék előnyhöz jutottunk?

3.1.1. Hamis termékek megismerése

Ahhoz, hogy ezt a kérdést megvizsgáljuk a vásárlók hamisított termékek fogyasztási szokásait kell megnézni. Azon belül pedig elsődlegesen azt, hogy szándékosan vásárolnak utánzatokat, vagy csak nem ismerték fel, hogy hamisítványt vásároltak. A HENT 2021-es kutatása alapján a válaszadók 81%-a nem vásárolna szándékosan hamisítványt, míg 15%-a talán vásárolna és 4%-a pedig szándékosan választaná a hamisítványokat.²² Ez alapján megállapítható, hogy a fogyasztók alacsony százaléka vásárolna hamisítványt szándékosan. Ha azt vizsgáljuk, hogy a fogyasztók felismerik-e, ha hamisítvánnyal találkoznak, akkor teljesen más képet kapunk. A kérdőívemben megkérdeztem a vásárlókat, hogy kép alapján meg tudják-e határozni az eredeti és a hamis terméket. Egyes esetekben szembetűnő a különbség, viszont kíváncsi voltam, hogy nagyon hasonló képek alapján felismerik-e, hogy utánzattal van dolguk. Csak a képek álltak rendelkezésükre információnak, így az olyan fontos adatok, mint például a vásárlási hely, az ár, és a termékleírás nem.

²² Hamisítás Elleni Nemzeti Testület (2022): Kutatási jelentés, a hamis termékek kereslete Magyarországon. Letölthető: https://www.hamisitasellen.hu/wp-content/uploads/2022/11/HENT_TARKI_SZTNH_2022.pdf. (Letöltve: 2022.11.27)

5. Ön szerint az A vagy B képen szereplő áru a hamis? *



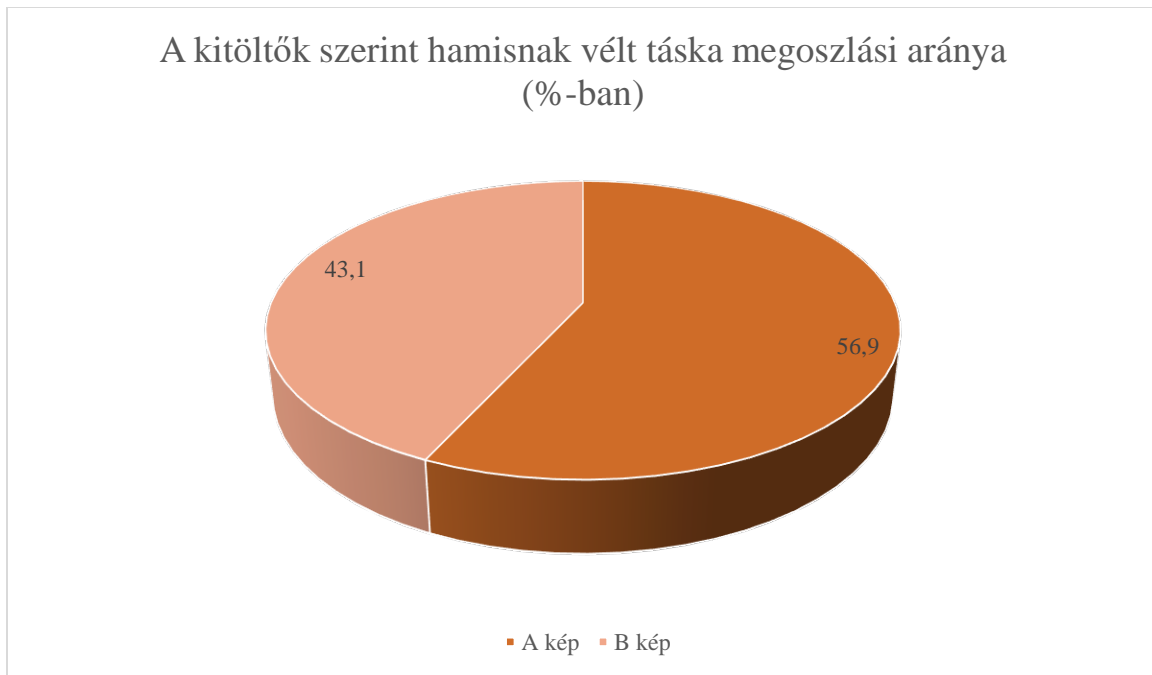
1. A kép

2. B kép

3. ábra A kutatásom során összehasonlított két kép

Forrás: Saját kutatás alapján

A képen két Luis Vuitton Speedy 25 táská látható. Miért az A táská a hamis? Lehetne egy szempont az, hogy az A képen látható táskán a márkajelzés fordítva van, de ebben az esetben ez nem azt mutatja, hogy hamis lenne a táská, hiszen a Speedy táskákat egy anyagból varrják, körbe, ezért az egyik oldalán fordítva, míg a másikon oldalán megfelelő irányban állnak a márkajelzések. A másik buktatója pedig az, hogy az eredeti táská és a hamis táská színe eltér egymástól. A harmadik ok pedig, ami a kérdőív kitöltőknek nem állt a rendelkezésére az nem más, mint a beszerzési oldal. Míg a B kép a vállalat eredeti oldaláról származik, az A kép gyanús eredetű oldalról. Láthatjuk, hogy az általam adott magyarázatok alapján nehéz megállapítani, ha csak a képek állnak rendelkezésünkre, hogy melyik termék az utánszat.



4. ábra A kitöltők szerint hamisnak vélt táska megoszlási aránya (%-ban)

Forrás: Saját kutatás alapján

A kitöltők 56,9%-a tudta megállapítani még a kevés információ ellenére is helyesen, hogy melyik táska a replika. A megkérdezettek több, mint fele helyesen állapította meg tehát, hogy melyik termék a hamis. Ha ennyire kevés adat alapján is jól mérték fel a kitöltők, hogy melyik táska a hamisítvány, akkor, ha több adat állt volna a rendelkezésükre ez az arány még magasabb lenne. Ebből arra lehet következtetni, hogy a fogyasztók nagy része meg tudja állapítani, hogy hamis a termék, így azok, akik hamisítványt vásárolnak nagy valószínűséggel tudatosan teszik és csak igen kevés százalékuk az, aki nem tudja felmérni, hogy hamisítvánnyal van-e dolguk. Az általam összehasonlított táskáknál megnéztük részletesen miből volt felismerhető a hamisítvány, de mi a helyzet más termékek esetében?

Hogyan lehet megkülönböztetni a hamis terméket az eredetitől? 2022-re már a hamisított termékeket nem könnyű megkülönböztetni az eredetitől, mert a hamis termékek gyártói is egyre jobban fejlődnek, viszont vannak jelek, amik egyértelműen arra utalnak, hogy a termék nem eredeti.



Franck kávé reklámlap (1937)
forrás: Magyar Kereskedelmi és Vendéglátóipari Múzeum

5. ábra Franck kávé reklámlap (1937)

Forrás: Magyar Kereskedelmi és Vendéglátóipari Múzeum

Már 1937-ben is jelentek meg felhívások a hamisítványok ellen. Ugyan az általam hozott Franck kávé reklámján még csak kettő szempontra hívták fel a vásárlók figyelmét: az aláírásra és a védjegyükre. 2022-re viszont sokkal több szempontra kell figyelni, ezek a szempontok az alábbiak:

- Talán az egyik legfontosabb tényező az ár, ha jelentősen olcsóbb egy termék, mint amennyiért az eredeti gyártó árulja akkor nagyvalószínűséggel hamis.
- Árusítási hely, ezt internetes vásárláskor némileg nehezebb kiszűrni, de ha valaki teljes mértékben megakar győződni az áru eredetéről, akkor tanácsos az adott márka eredeti oldaláról megrendelni a terméket. Személyes vásárlás esetében pedig, ha megbízható áruházból vesszük a terméket biztosak lehetünk benne, hogy nem hamisítvány. A piacokon, utcai bódék esetében nehéz helyzetünk van, ebben az esetben a többi tényező tud segíteni az azonosításban.
- Szemmel látható külső tényezők a terméken például: helytelen márkanév, eltérő színezés, rossz minőségű anyag, igénytelen kivitelezés.
- A csomagolás is egy intő jel lehet, nem szerepel a csomagoláson a logó, a védjegy. A csomagolás silány minőségű, esetleg hibás.
- Hiányos termék, nem szerepel valamely tartozék az áruleírásnál, amelyet a gyártó hivatalos adatai alapján szolgáltatnának a vevőnek.
- Hiányos, vagy tömörített adatmegjelenítés. Olyan adatok hiányoznak, amelyek elengedhetetlenek egy hasonló termék azonosításához, akkor hamisítvány.

Egyes cégek külön praktikákat vezettek be termékeik védelme érdekében. A Hewlett-Packard Development Company például a termékeit holografikus címkékkel látja el. A Hermés táskáiról az illat az árulkodó, mert olyan festési eljárással készülnek, ha hideg helységről meleg helységbe érkezik vele az ember, akkor egyfajta füves illatot áraszt, ezt úgy is nevezik tipikus Birkin-illat.²³

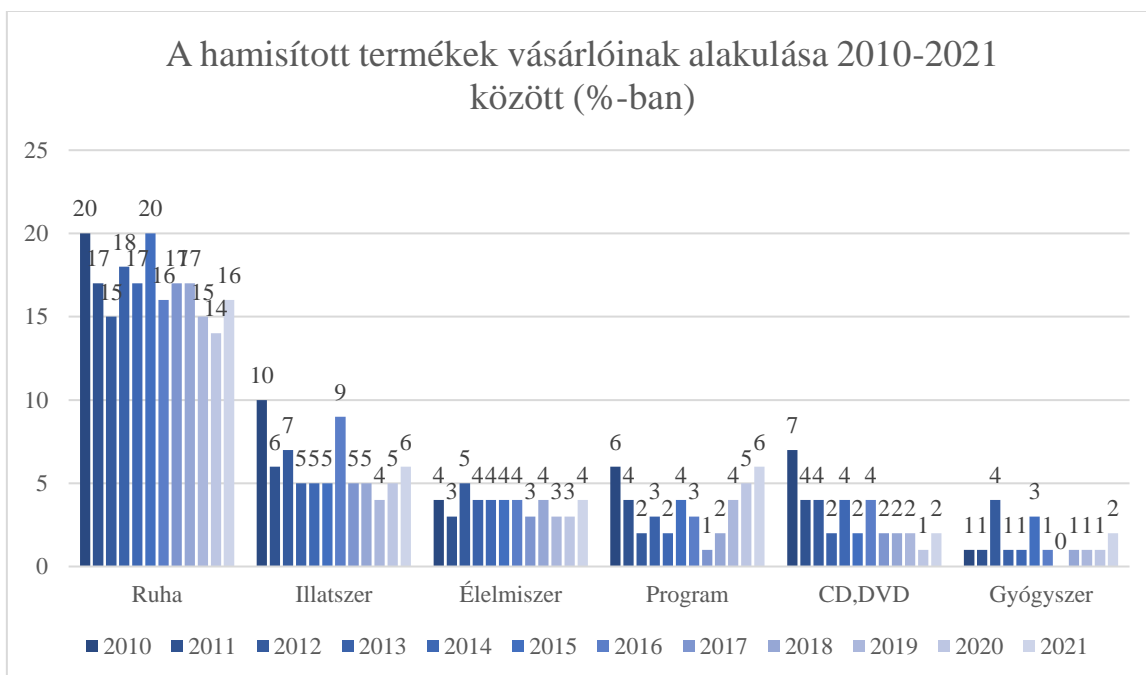
3.1.2. A vásárlás pszichológiája

A vásárlók hamisított termékek fogyasztásával többrétű károknak teszik ki magukat, viszont úgy gondolják ezzel anyagi előnyhöz jutnak. A kutatásom során 188 válaszadóból 56,9% vallotta azt, hogy vásárolt már hamisított terméket. A megkérdezettek 86,7%-a szerint, azért választanak másolatokat, mert nem hajlandóak megfizetni az eredeti termék árát. Ezzel ellentétben, ha az ár és a minőség közül kellene választaniuk, csak 30,9%-a válaszadónak tartotta fontosabbnak a termék árát. Ha a válaszlehetőségek skáláját bővítjük és az ár, valamint a minőség mellett a márka és a könnyen beszerezhetőség is jelen van, a megkérdezettek 64,4%-a ekkor is a minőséget részesítették előnyben, pedig a legtöbben azt válaszolták, hogy a termékek drága ára miatt választják a replikákat. Megfigyelhető az is, hogy sokan luxus ruházati utánzat termékeket vesznek, tehát a látszat márka és az ár mégis fontosabb számukra, mint amennyire ezt elismerik. Ezek az ellentétek abból adódhatnak, hogy ha a vevőket a vásárlási szokásaikról kérdezzük jobb színben próbálják feltüntetni magukat, viszont a tényleges vásárlásaik nem feltétlenül ezt tükrözik. Annak vizsgálatához, hogy a fogyasztók vásárlási attitűdje és a hamis termékek kereskedelme között milyen párhuzamok vonhatóak, sok szempontot kell figyelembe venni. Az, hogy a vásárlók mennyire érzékenyek az árra a kutatás alapján beigazolódott. De vajon hol és mit vásárolnak, valamint milyen demográfiai és alap adatok játszanak szerepet? A márka a fontos vagy más motiváló tényezők befolyásolják a fogyasztókat?

3.1.3. A fogyasztók által vásárolt hamis termékek

A HENT 2021-es kutatása alapján márkás ruhákat, parfümöket és illegális szoftvereket vásárolnak a legnagyobb mértékben. De ezenkívül jelentős mértékben vásárolnak még élelmiszereket, valamint nem patikából származó gyógyszereket is.

²³ Dobos Emese (2019.03.28.): „A hamis termékek vásárlása ugyanolyan szenvedély, mint a dohányzás”; marie claire. Letölthető: <https://marieclaire.hu/divat/2019/03/28/a-hamis-termekek-vasarlasa-ugyanolyan-szenvedely-mint-a-dohanyzas/>. (Letöltve: 2022.05.13.)



6. ábra A hamisított termékek vásárlóinak alakulása 2010-2021 között (%-ban)

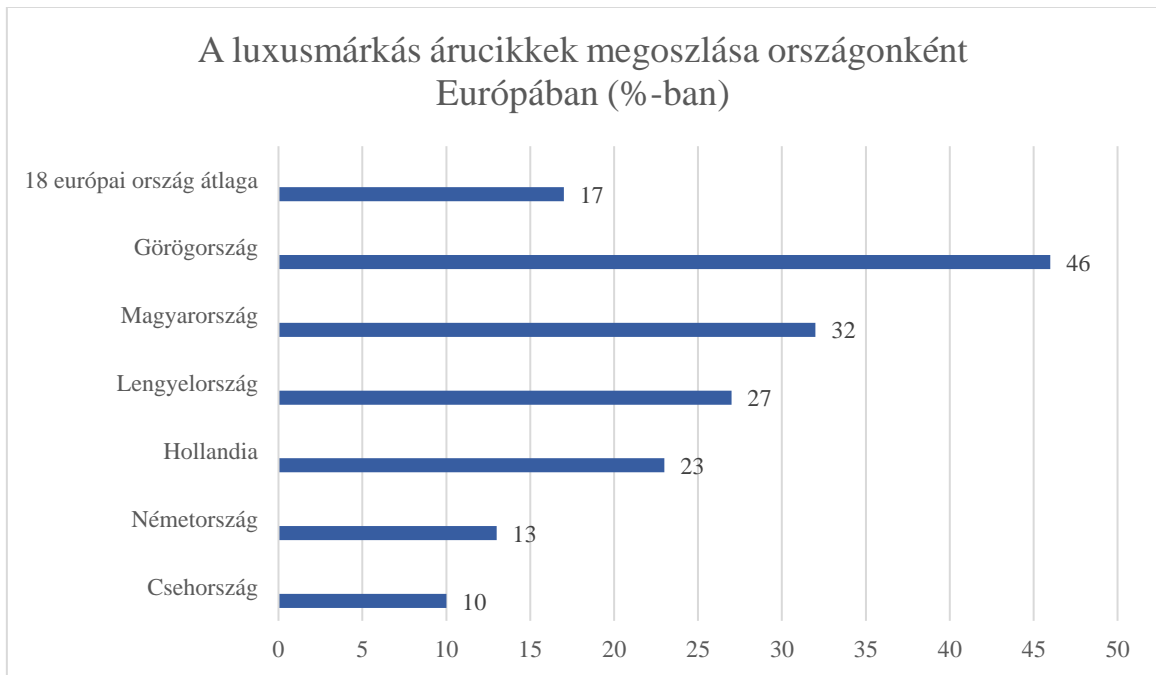
Forrás: Saját szerkesztés, a HENT 2021-es kutatása alapján

A HENT kutatása alapján 2010-2021 között a legkelendőbb hamis áruk a márkás ruházati termékek voltak. De választanak még nagy mértékben hamis illatszereket, programokat. 2021-re már kisebb mértékben fogyasztanak hamis CD-t, DVD-t. Élelmiszert és gyógyszereket pedig alacsony százalékban választanak a vásárlók.²⁴

Megfigyelhetjük, hogy olyan hamis termékeket választanak leggyakrabban, amelyeket nem engedhetnek meg maguknak, vagy már nem hajlandók az árát megfizetni. Nem engedhetik meg maguknak, mert számukra luxus terméknek minősülnek, vagy megengedhetnék, de már nem hajlandók kiadni érte ennyit. Illetve olyan létszükségleti cikket vásárolnak még, amelyek elengedhetetlenek számukra, de csak az alacsonyabb árú hamisítványt képesek megvásárolni. A hamisított termékek piacát nagyobb részben alkotják a márkás ruházati és illatszert termékek, ezért a folyamat megértéséhez ezeket a termékeket kell jobban megvizsgálni.

Magyarország vajon hol helyezkedik a luxustermékek iránti kereslet rangsorában, ha összevetjük más országokkal?

²⁴ Hamisítás Elleni Nemzeti Testület (2021. november 11.): Hamisított márkás ruhát, parfümöt és illegális szoftvert vásárolnak leginkább a magyarok. Letölthető: <http://www.hamisitasellen.hu/2021/11/hamisított-markas-ruhat-parfumot-es-illegalis-szoftvert-vasarolnak-leginkabb-a-magyarok/>. (Letöltve: 2022.05.15.)



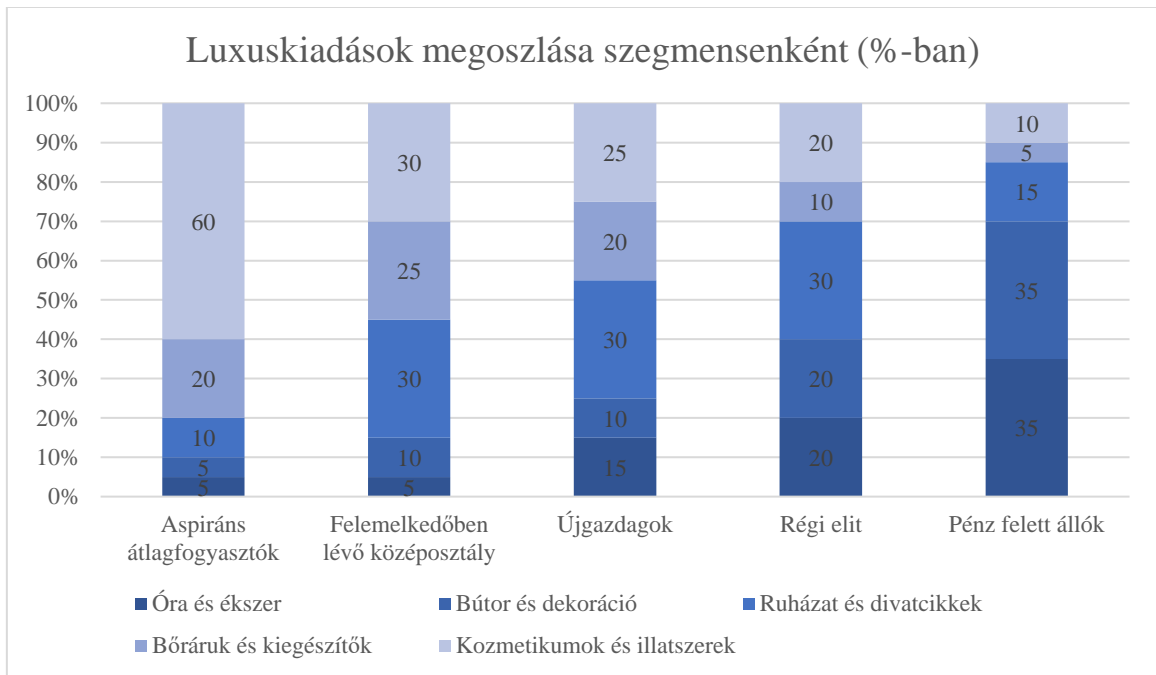
7. ábra A luxusmárkás árucikkek megoszlása országonként Európában (%-ban)

Forrás: Saját szerkesztés, a Nielsen piackutató vállalat adatai alapján

A Nielsen piackutató vállalat 2011-es adatai alapján Magyarország a második helyen állt a luxusmárkás árucikkek vásárlása szempontjából 32%-kal. Tehát megállapítható, hogy 2011-ben nagymértékű igény volt a magyar fogyasztók körében a luxus termékek iránt. Ezzel ellentétben, ha az átlag keresetet vizsgáljuk Magyarországon 2011-ben a Központi Statisztikai Hivatal (továbbiakban: KSH) adatai szerint bruttó 213.094 Forint volt²⁵. Az Eurostat 2011-es adatai alapján Magyarországon a bérek az európai átlagkeresethez képest alacsonyabbak.²⁶ Az adatokból, így azt a következtetést lehet levonni, hogy a luxus termékek fogyasztása Magyarországon a bérekhez képest meglepően magas.

²⁵ Központi Statisztikai Hivatal: 2.1.1. Gazdaságilag aktívok, bruttó átlagkereset, reálkereset. Letölthető: https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_hosszu/h_qli001.html . (Letöltve: 2022.10.20.)

²⁶ Eurostat (2012): Minimálbér-statisztika. Letölthető: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Minimum_wage_statistics/hu&oldid=86673 . (Letöltve: 2022.11.08.)

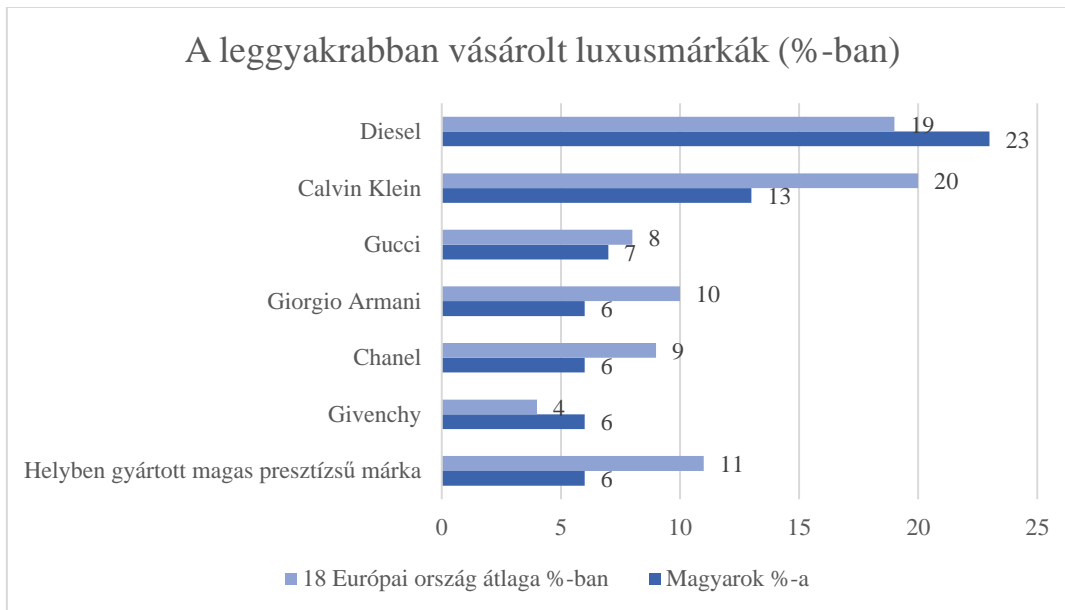


8. ábra Luxuskiadások megoszlása szegmensenként (%-ban)

Forrás: Saját szerkesztés, a Nielsen piackutató vállalat adatai alapján

A Nielsen kutatása alapján az aspiráns átlagfogyasztók legfőképpen luxusmárkás kozmetikumokat és illatszereket vásárolnak míg a pénz felett állók órákat, ékszereket, illetve bútorokat és dekorációkat vásárolnak. A felemelkedő középosztálytól a régi elitig a ruházati és divatcikkek állnak az első helyen. Ezen kutatás alapján már kisebb magyarázatot kapunk, hogy miért pont a ruházati és kozmetikai termékekből választanak nagyobb számban hamisítványt. A hamisítványok vásárlásával olyan szükségleteiket próbálják kielégíteni a fogyasztók, amelyek számukra luxusnak minősülnek, vagy az eredeti árat nem hajlandóak megfizetni. Az összefüggés a két adatsor között pedig abban található, hogy a Nielsen kutatása alapján azok, akik megengedhetik és meg is engedik maguknak a luxus termékeket is nagyarányban választják a kozmetikumokat és illatszereket, valamint a ruházati és divatcikkeket. Így azon fogyasztók, akik valamelyik kozmetikai, ruházati márka hamisítványát választják, ezzel próbálnak a társadalomba beilleszkedni.

Melyik márkákat részesítik előnyben a legjobban mind Magyarországon mind Európai viszonylatban?



9. ábra A leggyakrabban vásárolt luxusmárkák (%-ban)

Forrás: Saját szerkesztés, a Nielsen piackutató vállalat adatai alapján

Megfigyelhető, hogy az európaiak által kedvelt luxusmárkák a magyarok körében is igen népszerűek. A helyben gyártott magas presztízsű márkák viszont az EU-ban közkedveltebbek, mint Magyarországon. A hamisítványok aránya is csökkenhetne, ha a helyben gyártott luxus termékeket részesítenék előnyben a fogyasztók, hiszen könnyebb lenne a hamisítványokat belföldön kiszűrni a hatóságoknak. A 9. ábrán középen helyezkednek el a rangsorban az olyan márkák, mint a Gucci, Giorgio Armani, Chanel. Nem meglepő, hogy közkedvelt márkák, viszont hamisítvány változatukat is sokszor választják a fogyasztók.

Megállapítható, hogy a magyarok az alacsony átlagkereset ellenére szívesen költenek luxus márkás termékekre. Így érthető, hogy az a társadalmi réteg, aki nem teheti meg vagy nem hajlandó megvásárolni az eredeti luxusmárkás termékeket, replikák vásárlásával próbálja pótolni azokat és a társadalomba beilleszkedni. Azok, akik nem tehetik meg a luxusmárkás termékek vásárlását, a hamis termékek vásárlásával tartják fent a látszatot, hogy márkás termékekkel rendelkeznek. Azok viszont, akik megengedhetnék maguknak az eredeti terméket, de mégis a hamisítványokat választják, számukra nem fontos az a tudat, hogy eredeti a termékük, ezáltal a márka és a minőség sem elsődleges számukra az árral szemben. Ha azon vásárlók is választják a hamisítványokat, akik megengedhetnék maguknak az eredeti terméket, akkor nem várható el feltétlenül azoktól a fogyasztóktól, akik nem engedhetik meg maguknak az eredeti terméket, hogy mondjanak le teljesen az utánzatokról. Vagy mégis? A luxus termékek utánzatáról még könnyen lemondhatnak, azonban a létszükségleti termékek kérdése

már nehezebb. Viszont mivel nagyrészt nem létszükségleti termékekből választanak hamisítványt, így megállapítható, hogy jelentős mértékben visszaszorítható lehet a hamisítási folyamat, megfelelő képzésekkel és a vásárlási szokások megváltoztatásával. Pozitívum viszont, hogy 2009-ben a HENT kutatása alapján még csak 32% utasította el a hamis ruházati termékeket, de 2016 óta ez a tendencia 60-70% között mozog. Ugyanilyen pozitív változás figyelhető meg a hamis illatszerek, kozmetikumok körében, amelyeket már 2015 óta körülbelül 80%-a az embereknek utasítja el.²⁷

3.1.4. A fogyasztók demográfiai adatai és a hamisított termékek közötti összefüggések

Melyik társadalmi réteget, rétegeket érinti legjobban a hamis termékek iránti kereslet? A HENT vizsgálata során az életkor és a lakóhely között szignifikáns összefüggés látható, amely alapján a 18-39 életév közöttiek és a fővárosban élők nagyobb mértékben vásároltak hamis termékeket.²⁸ A 20-29 év közöttiek átlag bruttó havi keresete Magyarországon alacsonyabb, mint a 30 év fölöttieké. Ezért következtethetünk arra, hogy a 20-29 év közötti fogyasztók még nem feltétlenül engedhetik meg maguknak az eredeti terméket az árak miatt, viszont a hamisítványokat igen. A 30-39 év közöttiek ugyan már magasabb átlag keresettel rendelkeznek, ezért náluk valószínűbb, hogy azért választanak hamisítványt, mert nem hajlandóak megfizetni az eredeti termékek árát.²⁹ A fővárosban élők pedig nagyobb valószínűséggel találkoznak a bevásárlóközpontokban az eredeti termékekkel. Ebből adódóan nagyobb valószínűséggel fogja az érdeklődésüket felkelteni azon embereknek is, akik nem vennék meg az eredeti terméket, így a hamisítványokkal elégítik ki szükségleteiket. Nemcsak a lakóhely és az életkor között figyelhető meg a szignifikáns összefüggés, hanem az életkor és a közösségi média platformok használata között is. A 18-24 év közötti fogyasztókat érdeklik a legjobban a vállalatok közösségi média platformjai, azon belül is kifejezetten, valamely nagyobb márka vagy márkák oldalai.³⁰ Egy átlagos fogyasztó körülbelül 2,5 órát tölt naponta a képernyő előtt, amelyből igen nagyrészt különböző közösségi média felületek használatára

²⁷ Hamisítás Elleni Nemzeti Testület (2022): Kutatási jelentés, a hamis termékek kereslete Magyarországon. Letölthető: https://www.hamisitasellen.hu/wp-content/uploads/2022/11/HENT_TARKI_SZTNH_2022.pdf. (Letöltve: 2022.11.27)

²⁸ Hamisítás Elleni Nemzeti Testület (2021. november 11.): Hamisított márkás ruhát, parfümöt és illegális szoftvert vásárolnak leginkább a magyarok. Letölthető: <http://www.hamisitasellen.hu/2021/11/hamisított-markas-ruhát-parfumot-es-illegalis-szoftvert-vasarolnak-leginkabb-a-magyarok/>. (Letöltve: 2022.05.15.)

²⁹ Központi Statisztikai Hivatal: 20.2.1.56 A teljes munkaidőben alkalmazásban állók bruttó átlagkeresete a munkavállalók főbb demográfiai jellemzője szerint. Letölthető: https://www.ksh.hu/stadat_files/mun/hu/mun0151.html. (Letöltve: 2022.10.25.)

³⁰ ResearchCenter Consulting Driven.by.Data. (2020.03.28.): Magyar Közösségi média körkép. Letölthető: <https://www.researchcenter.hu/cikkek/magyar-kozossegi-media-korkep/>. (Letöltve: 2022.10.20.)

fordítja.³¹ Ez idő alatt nagy mennyiségű reklámmal találkoznak az érdeklődési körük alapján, ami pedig könnyen vezethet impulzusvásárláshoz. A hamis termékek megvásárlása sokszor impulzusvásárlások sorozata a különböző média felületeken található reklámok alapján.

De nem csak a 18-39 éveseket érinti ez a probléma. A kutatásom során én is hasonlókat tapasztaltam, mint a HENT, miszerint a 18-39 év közöttiek nagymértékű hamisítvány vásárlási tendenciát mutatnak, azzal a különbséggel, hogy az 51-55 és az 55 év feletti életkorú emberek is növekvő tendenciát mutatnak a replikák vásárlásával kapcsolatban. Az 51 év fölöttieknél a növekedés azzal magyarázható, hogy a HENT adatai szerint hamis ruházati, illatszeri termékeket elsődlegesen boltokban, piacokon szereznek be a fogyasztók.³² Az 51 évnél idősebbek pedig a KSH adatai szerint nagyobb mértékben vásárolnak offline csatornákon keresztül, mint online. A 16-44 éves korosztály esetében pedig magasabb az online vásárlás aránya.³³

A HENT és a TTI kutatása alapján az iskolai végzettség nem befolyásolta, hogy ki választ hamis terméket. Az az adat is meglepő, miszerint a magasabb jövedelemmel rendelkezők közül többen vásároltak tudatosan hamis termékeket. A fenti ténymegállapítások szerint azok is választják a hamis termékeket, akik fiatalabbak és ezáltal még kevesebb jövedelemre tesznek szert és azok is, akik középkorúak és nagyobb jövedelemmel rendelkeznek. Ebből is látszik mennyire árérzékenyek a fogyasztók, mert hiába engedhetnék meg maguknak a középkorúak az eredeti terméket mégsem feltétlen választják azt.³⁴

A demográfiai és beszerzési adatok alapján az a következtetés vonható le, hogy a 18-39 év közötti fővárosi lakosok a legnagyobb hamisított terméket fogyasztó réteg, akiket növekvő tendenciával követnek az 50 év fölöttiek. Szoros összefüggés figyelhető meg az online kereskedelem növekedése és a demográfiai adatok között. Nagyobb mértékben használják a

³¹ MMONLINE (2022. január 18.): Letölthető: <https://mmonline.hu/cikk/ezek-a-trendek-hasitanak-a-kozossegi-mediaban/>. (Letöltve: 2022.11.04.)

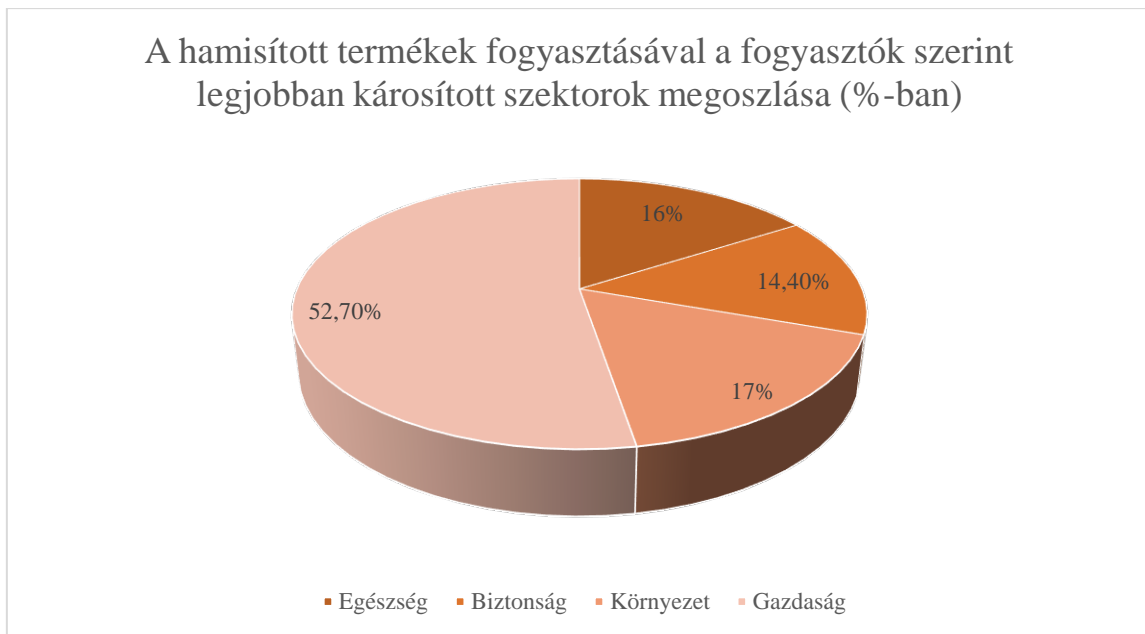
³² Hamisítás Elleni Nemzeti Testület (2022): Kutatási jelentés, a hamis termékek kereslete Magyarországon. Letölthető: https://www.hamisitasellen.hu/wp-content/uploads/2022/11/HENT_TARKI_SZTNH_2022.pdf. (Letöltve: 2022.11.27)

³³ Központi Statisztikai Hivatal: Digitális társadalom. Letölthető: <https://ksh.hu/s/helyzetkep-2021/#/kiadvany/digitalis-tarsadalom/a-3-honapon-beluli-interneten-vasarlok-aranya-korcsoportonkent>. (Letöltve: 2022.12.01.)

³⁴ Hamisítás Elleni Nemzeti Testület (2021. november 11.): Hamisított márkás ruhát, parfümöt és illegális szoftvert vásárolnak leginkább a magyarok. Letölthető: <http://www.hamisitasellen.hu/2021/11/hamisított-markas-ruhat-parfumot-es-illegalis-szoftvert-vasarolnak-leginkabb-a-magyarok/>. (Letöltve: 2022.05.15.)

közösségi média platformokat a 18-39 év közötti emberek. Az pedig, hogy az iskolai végzettség nem befolyásolja a hamisítványok vásárlását számomra nem volt meglepő, hiszen sokkalta jobban az ár befolyásolja a vásárlásukat.

3.1.5. Károsodás megoszlása a fogyasztók szerint



10. ábra A hamisított termékek fogyasztásával a fogyasztók szerint legjobban károsított szektorok megoszlása (%-ban)

Forrás: Saját kutatás alapján

A fogyasztók saját belátásuk szerint a gazdaságot károsítják a hamis termékek fogyasztásával a legjobban, második helyen áll véleményük szerint a környezetnek okozott károk, és csak a harmadik helyen áll az egészségügyi károk 16%-kal, a legutolsó helyen pedig a biztonsági károk. A kitöltők meglátása helyes, hiszen tényleg a gazdaságnak okoznak elsődlegesen károkat a hamisítványok. De nem szabad elmenni az a tény mellett, hogy egyes hamis termékek mekkora egészségügyi és biztonsági kockázatokat rejtnek magukban. Nem az összes hamis termék rejt magában tényleges egészségügyi, biztonsági kockázatot, viszont vannak olyan hamis termékek is, amelyeknek magasabb a kockázata a fogyasztóra nézve.

A biztonsági kockázat az elsődlegesen a gyermekeknél jelentkezik, valamint a hamis alkatrészekből készített eszközök használóinál figyelhető meg. Az egyik legelrettetőbb példa az ezen termékekből adódó biztonsági kockázatra, hogy 1973-96 között 174 repülőgép szerencsétlenséget okoztak hamis alkatrészek, amely 36 ezer halálos áldozatot követelt.³⁵ A

³⁵ IWADMIN (2010.10.01.): Életveszélyes hamisítványokkal árasztják el a világpiacot – az „óció” mindig drága. Letölthető: https://infovilag.hu/életveszelyes_hamisitványok_arasztjak/. (Letöltve: 2022.06.07.)

hamis termékeket fogyasztók körében közkedvelt kozmetikumok, ruházati termékek nem hordoznak magukban az említett példával azonos biztonsági kockázatot. Ezért megállapítható, hogy elsődlegesen nem azok az egyéni fogyasztók veszélyeztetettek, akik kis értékű hamisítványokat fogyasztanak. Viszont az egyes hamisítványokban, kifejezetten alkatrészekben magasabb kockázattal lehet számolni.

Az egészségre nézve legfőképpen az olyan hamisítványok jelentenek kockázatot, amelyek káros anyagok felhasználásával készültek. Az egészségre káros hamisítványokat nehéz kiszűrni, ezért aki hamisítványt fogyaszt felelősséget vállal az esetleges egészségügyi kockázat miatt. Ugyan nem a hamis gyógyszereket, élelmiszereket fogyasztják nagyobb arányban, viszont ezek a termékek hordozhatják a legmagasabb egészségügyi kockázatot. Jelentős mértékben vásároltak az emberek a Covid-19 járvány kitörése óta nem eredeti gyógyszereket, kézfertőtlenítőt, különböző vitaminokat és maszkot.³⁶ Ezzel ellentétben az általam megkérdezettek 87,2%-a Covid-19 járvány hatására nem vásárolt több utánzat terméket. Ugyan a legnagyobb egészségügyi kockázat a hamis gyógyszerekben, élelmiszerekben van, a kozmetikumok és ruházati termékek is tartalmazhatnak egészségre káros anyagokat.

Mivel nem az összes hamisítvány hordoz magában nagymértékű és/vagy tényleges biztonsági, egészségügyi károkat, ezért érthető, hogy a fogyasztókban az egészségükre és biztonságukra gyakorolt hatása nem elsődlegesen merül fel bennük. De a hamis terméket gyártók is egyre jobban leplezik termékeik esetleges károsító hatásait. Egyre ügyesebben utánozzák a gyártók az eredeti termékeket, ezért nem merül fel a fogyasztókban, hogy károsabb anyagokat használnak fel az előállítás során. A kutatásom során a válaszadók 18%-a volt teljes mértékben megelégedve a megérkezett áruval, de 30,3%-a volt inkább megelégedve a kézhez kapott termékkel. A válaszadók elsődlegesen a minőségét kifogásolták a vásárolt hamisítványuknak. De az alacsonyabb ár, a könnyen beszerezhetőség és az esetlegesen silányabb minőség ellenére is vonzóak ezek a termékek. Ha pedig egyszer vagy párszor használatos terméket szeretnének és a márka sem fontos számukra, akkor még jobban árnyalják ezek a tényezők a termék minőségét. Még annak ellenére is, hogy általában a vásárlóknak a termék minőségével és az ebből adódó időtlensége volt a problémájuk. Ez jól mutatja, hogy a vásárlók nem vonnak párhuzamot a termékek minősége és az egészségügyi kockázat között, pedig a minőségi problémák voltak számukra a legszembetűnőbbek. A minőségi problémák,

³⁶ Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatala (2020. október 14.): STOP akció: több millió hamis maszkot és Covid-tesztet foglaltak le. Letölthető: <https://www.hamisitasellen.hu/2020/10/stop-akcio-tobb-millio-hamis-maszkot-es-covid-tesztet-foglaltak-le/>. (Letöltve: 2022.10.05)

pedig a rosszabb minőségű alapanyagok felhasználásához és ezáltal káros anyagokhoz vezethetnek.

Ahhoz, hogy a fogyasztók véleményét meg lehessen változtatni figyelemfelhívó tanulmányokra van szükség. Az általam kérdezettek több, mint 70%-a nem hallott hamisított termékekről szóló edukációkról. A fiatalokat a HENT próbálja elérni a Sziget Fesztivál keretén belül, ahol különböző feladványokon keresztül mutatják be tevékenységüket és adnak oktatást a résztvevőknek. Ahhoz, hogy a fiatalokat szélesebb körben elérjék a közösségi média platformokon keresztül van rá lehetőség. Ezzel a lehetőséggel próbál élni a HENT a Facebook oldalán keresztül. Nagyszerű lehetőség a NAV-nak és a HENT-nek, amikor a gyerekeknek tartanak iskolai oktatás keretén belül előadásokat. A HENT képviselteti magát különböző kiállításokon is. A gyógyszerhamisítás ellen küzdve 2022-es Élet Erő Expo-n is szerepeltek. A HENT oldalán elérhetőek a legfrissebb kampányok.

Az ilyen termékek fogyasztását úgy próbálják Magyarországon 2021 júliusától visszaszorítani, hogy az EU-n kívülről rendelt 22 eurónál kisebb értékű termékek áfa mentességét megszüntették.³⁷ Elsődlegesen az EU-n kívülről származó 22 eurónál kisebb értékű termékek áfamentességének megszüntetése, ugyan nem a hamisítás visszaszorítása érdekében valósult meg, de a hamisítványok visszaszorítását is eredményezheti. Megkérdeztem a fogyasztókat, hogy saját belátásuk szerint, miért vezették be ezt a szabályozást. A válaszadók nagyrésze nem tudta megmondani, miért szigorították az EU-n kívülről rendelt kisértékű termékek behozatalát, ebből arra lehet következtetni, hogy vagy nem hallottak a változtatásról, vagy nem érintettek az ilyen típusú termékrendelésekben. Voltak, akik szerint ezzel próbálják a harmadik országból rendelt silányabb minőségű termékek számát csökkenteni. Valamint ezzel próbálják növelni a belföldi kereskedelmet, így védeni a hazai gyártókat és egyben optimalizálni a bevételeket. Voltak olyan válaszadók is, akik viszont olyan szabályozásnak tartják, amellyel a magyar fogyasztókat akarják hátráltatni.

3.2. A vállalatoknak a hamisított termékekből származó kárai

A fogyasztóknak többértékű károkat okozhatnak a hamis termékek fogyasztása, a vállalatoknak ez inkább hárompólósú problémát jelenthet. Elsődlegesen gazdasági károkról beszélhetünk, valamint vállalati presztízavesztéséről, ami a vállalati márka értékcsökkenésében mutatkozik meg. A harmadik pedig az új termék létrehozásához

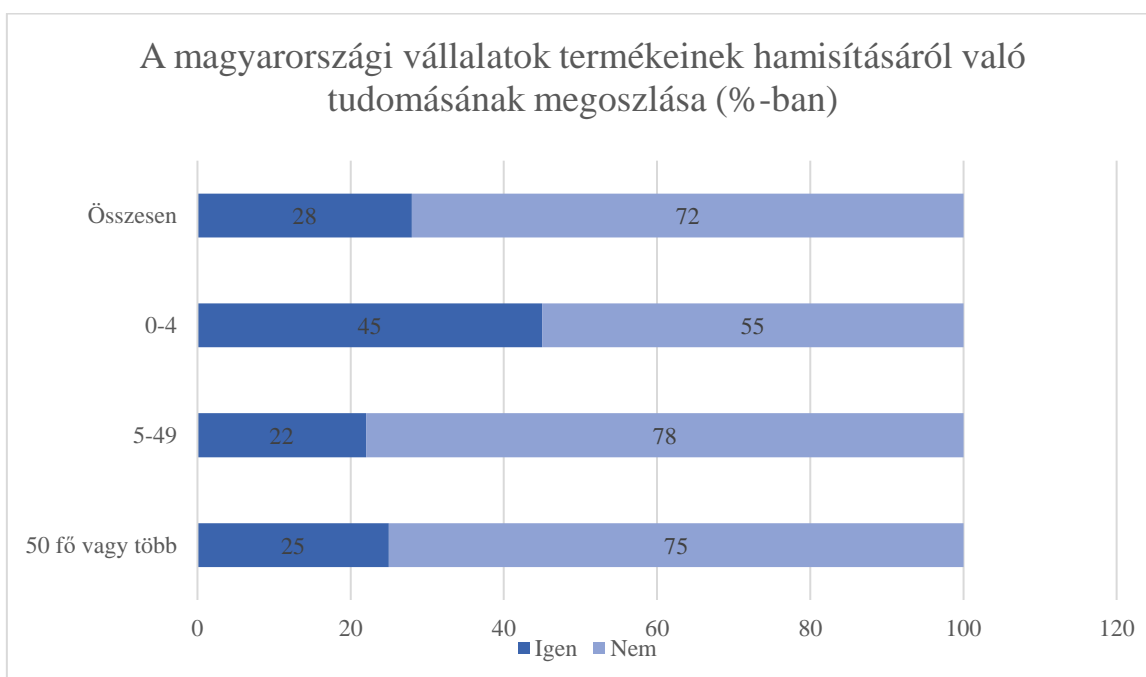
³⁷ Adó Online (2021.07.01.): Minden, EU-n kívülről érkező küldeményt vámkezelni a posta. Wolters Kluwer. Letölthető: <https://ado.hu/ado/minden-eu-n-kivulrol-erkezo-kuldemeny-t-vamkezelni-a-posta/>. (Letöltve: 2022.09.12.)

kapcsolódó kutatási és fejlesztési tevékenység lassabb megtérülése. Mind a három tényezőt nagyon nehéz mérni, hogy ténylegesen mekkora kárt okoz ez az eredeti gyártóknak. Ugyan a gazdasági kár számszerűen mérhető, viszont nem minden hamis termék kereskedelemről tudnak a nemzeti és az országos szervek. Ezért inkább becslések vannak az okozott kár mértékéről. A márka értékcsökkenésének mérése megfoghatatlanabb fogalom, valamint a fogyasztók hamisítvány vásárlási szokásainál megállapítottuk, hogy nagy valószínűséggel a hamisítványokat fel tudják ismerni a fogyasztók, ha pedig eleve szándékosan választották a hamisítványt, akkor nem fogják összekapcsolni az adott márka hírnevével. Az elesett kutatási és fejlesztési tevékenység pedig feltételezhető, de nem lehet biztosan kimutatni, valamint nem minden terület termékeit érinti. A közkeletesebb hamis márkás ruházati, drogériai termékek kisebb kutatási és fejlesztési tevékenységgel járnak, mint például a gyógyszeripari, elektronikai termékek.

A fogyasztóknak a hamisított termékekből eredő kárainál inkább a luxusmárkás ruházati, illatszer és kozmetikai termékeken volt a hangsúly, mert ezeket választják nagyobb számban. Ahhoz, hogy a vállalatok hamisításból eredő kárait részletesebben meglehessen tekinteni, viszont nem a luxustermékek gyártóit kell elsődlegesen megvizsgálni. A luxustermékek gyártói nagyrészt rendelkeznek jogi oltalmakkal, ettől függetlenül őket is érik károk, főként a védjegyük elkobzásából adódóan. A termékeik magasabb ára miatt, viszont a fogyasztók nem lettek volna képesek, vagy hajlandóak az ő termékeiket választani, így elmaradt haszonról esetükben nagyon alacsony mértékben van szó.

Nemzetközi szinten különösen a kis és középvállalkozásokat érinti ez a probléma. Az EUIPO által kiadott szellemi tulajdonnal kapcsolatos kis- és középvállalkozások (továbbiakban: kkv) eredménytábla szerint az európai vállalkozások egynegyede érintett. Magyarországon pedig a vállalkozások 33,3%-a. Az eredménytábla alapján a vállalkozások olyan károkat szenvedtek el, mint a forgalmuk csökkenése 33%-kal, a hírnevük megsértése 27%-ban, és a kompetitív előnyük elvesztése 15%-ban. Az EU-ban a kkv-k kevesebb, mint 9%-a rendelkezik lajstromozott szellemi tulajdonjoggal. Azért, hogy az ezen vállalkozások száma megnövekedjen, és a problémát orvosolják az Európai Bizottsága és a tagállami szellemi hivatalok együttműködésével elindították az Üzleti Ötletek programot.³⁸

³⁸Magyar Biztosítók Szövetsége (2021.06.08.): A fogyasztók minden eddigénél több veszélynek vannak kitéve a termékhamisításnak. Letölthető: <https://mabisz.hu/szemle/?p=41549>. (Letöltve:2022.07.15)



11. ábra A magyarországi vállalatok termékeinek hamisításáról való tudomásának megoszlása (%-ban)

Forrás: Saját szerkesztés, Ipsos Public Affairs adatok alapján

A HENT által megkérdezett magyar vállalatok nagy részének nincsen tudomása arról, hogy hamisítják-e termékeiket. A HENT a kutatás során 31 mélyinterjút készített és 420 vállalat vezetőjével pedig telefonos lekérdezést folytatott. Az innovatív termékekkel foglalkozó vállalatok 39%-a tudja, hogy a termékük hamisítás áldozata. Tudomást szereznek az internetről, de az üzleti partnerek és vásárlók visszajelzései is hozzájárulnak a leleplezéshez.

3.2.1. A vállalatoknak okozott gazdasági károk

A vállalatoknál a hamis termékek kereskedelméből adódó gazdasági károk nemcsak a forgalmuk visszaeséséből adódó bevétel elesését jelenti, hanem kihatással van a foglalkoztatottak arányára is. A szellemi tulajdon-intenzív iparágakban 434 ezer munkahely esik ki közvetlenül a hamisítás következtében az Európai Unióban. Ez éves szinten 60 milliárd eurót jelent, ami az érintett területek értékesítésének 7,5 százalékát teszik ki. Ez Magyarországon az ágazatok közvetlen értékesítésének 12,2 százaléka, ez évi 936 millió eurót

(forintban meghatározva 290 milliárd forintot) jelent, munkahelyekben kifejezve 9.900 munkahely megszűnését eredményezi.³⁹

A kutatásom során megkérdeztem a fogyasztókat, hogy a saját belátásuk szerint mennyire károsítják gazdaságilag a hamis terméket vásárlók a vállalatokat. A legnagyobb mértékben a válaszadók 39,9%-a szerint körülbelül a bevételeik felével károsítják a vállalatokat. 29,8% szerint a bevételeik háromnegyede veszteségét realizálják a vállalatok, de voltak válaszadók, akik szerint még nagyobb mértékű ártalommal kell szembenéznie a gyártóknak.

De mennyi is a tényleges gazdasági kár? A 2013-as adatok alapján az értékesítések 12,2%-a vész kárba. Elsődlegesen a kis- és középvállalatok érintettek Magyarországon a hamisítás következményeképpen. A Központi Statisztikai Hivatal 2013-as adata alapján a kisvállalkozások száma Magyarországon 29.197, amely vállalkozások értékesített nettó árbevétele 10.790.992 millió forint. Ha ennek a 12,2%-át vesszük akkor átlagosan 1.316.501 millió forint kárt tettek ki a hamisítványok 2013-ban. 2013-ban a középvállalatok értékesített nettó bevétele alapján az okozott kár 1.568.901 millió forint volt. Így, ha feltételezzük, hogy az összes kkv-t érinti a hamisítás, akkor együttesen közel 3 millió forint veszteséget realizálhattak 2013-ban. Az oka annak, hogy miért a kis- és középvállalatokat érinti elsődlegesen a hamisítás az az iparjogi védelemben rejlik. A kkv-k körében lévő vállalatok egy része nem tudja milyen jogai lehetnének, ha élnének a jogi védelem valamelyik formájával. Ezt okozhatja, hogy a vállalatok döntéshozatalában nem a jogi tanácsadók véleménye a mérvadó. Ezenkívül nehéz érvényesíteni a jogot, amelyet fenttartani viszont költséges. Ezt viszont részletesebben kifejtem a későbbiekben a rendszerből adódó hibák fejezetben. Azok a vállalkozások, amelyek nem kkv körbe tartoznak 2013-ban 44.767.593 millió forint értékesített nettó árbevételre tettek szert, melynek a 12,2%-át nézve 5.461.646 millió forint károsodás keletkezett, ha feltételezzük, hogy az összes vállalatot érinti ez a probléma. Azonban a HENT kutatása alapján átlagosan a vállalatok termékeinek 40%-a rendelkezik valamilyen formában jogi védelemmel. Így 2013-ban, azon kkv körbe nem tartozó és a kkv körbe tartozó vállalatok, amelyek nem élnek a termékeikre nézve jogi védelemmel összesen becslésem szerint körülbelül 5 millió forint gazdasági kárt realizálhattak. Ha azokat a vállalatokat is vizsgáljuk, akik rendelkeznek a termékeikre nézve jogi védelemmel, akkor összesen 8 millió forint kárról

³⁹ Pénzcentrum (2018 június 9.): Letölthető: <https://www.penzcentrum.hu/vasarlas/20180609/hamisitasi-aradatban-uszik-az-orzag-ezek-a-termekek-erintettek-1067174>. (Letöltve: 2022.11.03.)

beszélünk. Hiszen attól függetlenül, hogy rendelkeznek a jogi védelem valamelyik formájával, még nem biztos, hogy érvényesíteni is tudják azt. A megnézett adatok 2013-ra vonatkoztak, de ugrásszerűen nőtt az utánzatok forgalma. Mit is jelent ez? 2020-ra a KSH adatai szerint a kisvállalatok száma 16,5%-kal nőtt, értékesített árbevételük pedig 58%-kal nőtt. A középvállalatok száma kisebb mértékű növekedést mutatott, viszont árbevételük 34,7%-kal nőtt. Azoknak a vállalkozásoknak a száma, amelyek nem tartoznak a kkv körbe 52%-kal nőtt és éves értékesített árbevételük 64%-kal nőtt. Így összesen átlagosan 52,2%-kal növekedett meg a vállalatok árbevétele 2020-ban, amelyből arra lehet következtetni, hogy növekedett a hamis termékek kereskedelméből adódó gazdasági kár is körülbelül 50%-kal. A 2019-2021 közötti időszakban a Covid-19 járvány hatására felmérhetetlen mértékben növekedett meg a hamisítványok száma.⁴⁰

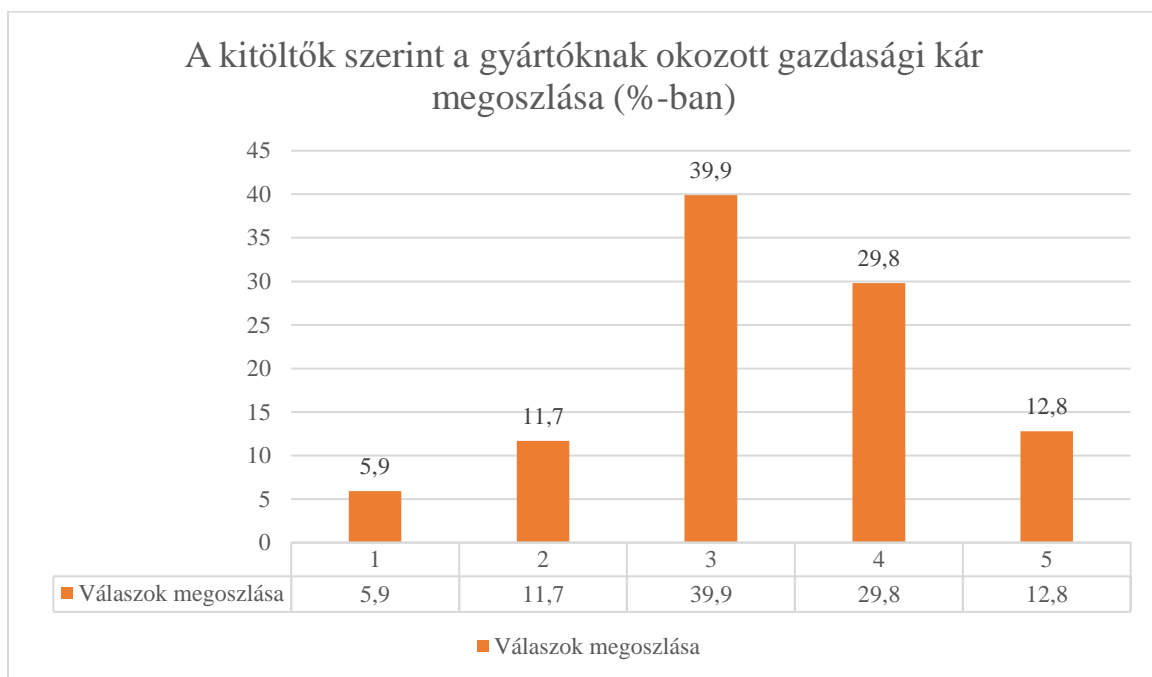
Ha összevetjük az általam becsült értékeket a HENT kutatásával, akkor az alábbiak figyelhetők meg: a HENT a kutatása alapján a vállalatokat az éves árbevételük szerint csoportosítja három kategóriába. Az első kategóriába tartoznak az 1-50 millió Forintos árbevétellel rendelkező vállalatok, akiknek 41%-a szerint 10-49% közötti kár realizálható a hamisítványokból adódóan. Az 51-200 millió Forintos árbevétellel rendelkezők is elsődlegesen a 10-49% közötti értéktartományt vallották. Ezen adatok alapján is látszik, hogy a kis- és középvállalatoknak nagymértékű gazdasági kár jelentkezik saját belátásuk szerint is. Érdekes, hogy azoknak a vállalatoknak, akiknek több mint 200 millió Forint az éves árbevételük a legnagyobb mértékben nem tudják vagy nem akartak válaszolni. Meglepő, hogy ezt a választ 54% adta, hiszen ezen vállalatoknak valószínűleg több lehetőségük lenne rá, hogy megvizsgálják ezt a problémát. Feltételezve ezen vállalatok már inkább luxus termékeket forgalmazznak és számukra nem relevánsak azok a fogyasztók, akiket a hamisítással veszítenek el.

Az általam becsült gazdasági kár és a HENT által megállapított gazdasági kár hasonló adatokat mutat. Ezáltal arra következtetnek, hogy a vállalatok hamisításból adódó gazdasági kára évente körülbelül átlagosan az éves árbevétel 25,9%-a. Megállapítható, hogy vannak becslések arra, mennyi lehet egy vállalatra nézve a gazdasági kár, viszont mivel nem minden hamis termék értékesítéséről van tudomásunk megállapítható, hogy nagymértékű kárról van szó, viszont, hogy melyik vállalatot mekkora mértékben érinti 100%-ban mégsem tudható. A kapott becslést értéket módosíthatja az is, hogy egyes vállalatok éltek-e az iparjogvédelmi jogokkal,

⁴⁰ Központi Statisztikai Hivatal: 9.1.1.17. A vállalkozások teljesítménymutatói kis- és középvállalkozási kategória szerint. Letölthető: https://www.ksh.hu/stadat_files/gsz/hu/gsz0018.html . (Letöltve: 2022.11.02)

amely csökkentené a vállalatok gazdasági kárának értékét. Befolyásolja a kapott értéket az is, hogy a bíróság elsődlegesen a hamis termékek piaci árát vizsgálja és nem a versenytársat ért kárt. A bíróság tehát nem tárja fel a ténylegesen okozott elmaradt gazdasági hasznot és az egyéb károsító tényezőkből származó hátrányok gazdasági veszteségét a versenytárs számára.

Az is lehet egy szempont, hogy a vállalatok nem esnek el tényleges gazdasági bevételtől. Azok a fogyasztók, akik replikák vásárlásával próbálják az eredeti terméket pótolni, valószínűleg nem potenciális fogyasztók. Mivel a fogyasztóknak általában az ár tényező a legfontosabb, ezért megállapítható, hogy sokkal többet nem lettek volna hajlandóak kiadni, amikor a hamis terméket választották. Így az eredeti terméket elsődlegesen az ára miatt nem lettek volna hajlandóak megfizetni, illetve nem lettek volna képesek, vagy csak nagyon kis rétegük választotta volna az eredeti terméket, ha nem létezne annak hamisítványa. Ez a szemléletmód szerint arra lehet következtetni, hogy sokkal kisebb mértékű gazdasági kárt képeznek a hamis terméket vásárlók a vállalatokra nézve.⁴¹



12. ábra A kitöltők szerint a gyártóknak okozott gazdasági kár megoszlása (%-ban)

Forrás: Saját kutatás alapján, 1: kevesebb, mint a bevételeik fele, 5: nagyobb, mint a bevételeik háromnegyede

Az általam megkérdezettek 5,9%-a szerint a gyártókat a hamis termékek vásárlásával kevesebb mint a bevételeik fele arányában károsítják. Ezen válaszadók és a második csoportba tartozó válaszadók mérték fel a legjobban a károk mértékét. A válaszadók nagyrésze, sokkal

⁴¹ Hamisítás Elleni Nemzeti Testület (2013. szeptember): A hamisítás vállalati tapasztalatai Magyarországon. Letölthető: https://www.hamisitasellen.hu/wp-content/uploads/2013/09/HENT_vallalati_kutatasi_jelentes.pdf. (Letöltve: 2022.10.05)

magasabbnak gondolta a replikák kereskedelméből adódó károkat. Így saját belátásuk szerint nagymértékben károsítják ezzel a fogyasztói magatartással a gyártókat mégis vonzóak számukra ezek a termékek. A HENT kutatása alapján az ágazatok saját meglátása szerint egy 10-es skálán 5,2 mértékben okoz problémát. A legtöbb válaszadó úgy tartja, hogy egyáltalán nem okoz az ágazatukban problémát. Ezen válaszadók azt a réteget erősítik, akik valószínűleg nem foglalkoznak a termékük iparjogi védelmével, illetve úgy vélik nem potenciális vásárlók azok, akik a hamisítványokat választják.⁴²



13. ábra A vállalatok szerint a termékeikre nézve az elkövetkezendő évek hamisítási kockázatának megoszlása

Forrás: Saját szerkesztés, a HENT adatai alapján

A vállalatok saját belátása szerint a hamisítási tendencia nem fog változni és igen kis részük szerint fog csökkeni. Ebből arra lehet következtetni, hogy a gyártók nem szándékoznak lépéseket tenni a csökkenés eléréséhez. Illetve úgy gondolhatják, hogy nem tudják felvenni a harcot a hamisítással.⁴³

⁴² Hamisítás Elleni Nemzeti Testület (2013. szeptember): A hamisítás vállalati tapasztalatai Magyarországon. Letölthető: https://www.hamisitasellen.hu/wp-content/uploads/2013/09/HENT_vallalati_kutatasi_jelentes.pdf. (Letöltve: 2022.10.05)

⁴³ Hamisítás Elleni Nemzeti Testület (2013. szeptember): A hamisítás vállalati tapasztalatai Magyarországon. Letölthető: https://www.hamisitasellen.hu/wp-content/uploads/2013/09/HENT_vallalati_kutatasi_jelentes.pdf. (Letöltve: 2022.10.05)

3.2.2. A termékek iparjogi védelme Magyarországon

Nagyon sok tényezőtől állhat, hogy egy jogtisztá vállalat termékét és/vagy szolgáltatását hogyan károsíthatják meg ennyire az utánzó vállalatok. Hol hibáznak a vállalatok, és miért nem élnek a termékvédelmi lehetőségekkel? Ezekben a kérdésekben a vállalati vezetők döntenek, akik általában a cégtulajdonosok és cégvezetők. A HENT kutatása alapján a jogi képviselők kismértékben szólhatnak bele a vállalat irányításába, még a marketing vezetők is nagyobb mértékben járulhatnak hozzá a döntéshozatali kérdésekhez. Ez rámutat arra, hogy a jogi képviselők olyan mértékig szólnak bele a cégvezetésbe, amellyel jogtisztán működhet egy vállalat, de egyéb jogi védelmi lehetőségek igénybevétele már a cégvezetőkön múlik. Az, hogy miért nem élnek ezzel a lehetőséggel, több szemszögű kérdés. A HENT kutatása alapján, akiknek terméke nem rendelkezik iparjogvédelmi oltalommal, azok közül 35%-a szerint nem elsődleges szempont, hogy megszerezze ezt a védelmet, habár a válaszadók 24%-a nem rendelkezik, olyan termékkel, amely iparjogi védelemben részesíthető lenne, ez pedig innovációs problémákra utal. Ez adódhat a nem megfelelő iparjogvédelmi ismeretekből is. A fogyasztóknál is megfigyelhető érzékenységek a vállalatoknál is megjelenik, hiszen a válaszadók szerint ez túl magas költségekkel járna, amit nem tudnának a termék árába beépíteni. Egyes vállalatok számára nagy adminisztrációs költségekkel jár, valamint nehéz a jogérvényesítés, ami ahhoz a következtetéshez vezet, hogy nem minden vállalatnál van erre megfelelő ember. Ha van, akkor is kismértékben avatkoznak be a döntéshozatalba. A jogérvényesítés pedig azért sem egyszerű, mert az állami szerveknek nem tisztje a vállalatok káraival ilyen szempontból foglalkozni, valamint a tényállás alátámasztása jogerős bizonyítékkal nem könnyű.⁴⁴

3.2.2.1. Hogyan védekezhetnek a vállalatok

Azok a vállalatok, akik élnek az iparjogvédelmi lehetőséggel, ugyanúgy károsodhatnak, hiszen attól, hogy valamilyen formában védelem alatt állnak, még nem biztosítja, hogy nem fognak kárt szenvedni. A HENT kutatása alapján a vállalatok 49%-a védjeggyel rendelkezik, míg 31% szabadalommal. Vannak, akik formatervezési mintaoltalommal, földrajzi árujelzővel, használatiminta-oltalommal, tanúsító védjeggyel rendelkeznek. A különböző szabadalmi jogformák összehasonlításához először szükséges a fogalmakat tisztázni. A szellemi tulajdon védelmére már a középkorban is törekedtek, csak még sokkal kezdetlegesebb formában. Viszont már a középkorban is megfogalmazódott az alkotási jog védelmének az egyik

⁴⁴ Hamisítás Elleni Nemzeti Testület (2013. szeptember): A hamisítás vállalati tapasztalatai Magyarországon. Letölthető: https://www.hamisitasellen.hu/wp-content/uploads/2013/09/HENT_vallalati_kutatasi_jelentes.pdf. (Letöltve: 2022.10.05)

legfontosabb eleme, miszerint eltilthat másokat termékének vagy szolgáltatásának értékesítésétől. A monopóliumok intézményén keresztül az uralkodó kizárólagos privilégiumot adhatott. A legnagyobb igény a törvényi leszállításra viszont az ipari forradalommal jött létre. A nagymértékű fejlődésnek köszönhetően a gépiesítés hatására megkezdődött a többszörözési tevékenység.⁴⁵

A szellemi tulajdon két fő területre osztható szerzői- és iparjogvédelemre. A szerzői jog a 1999. évi LXXVI. szerzői jogról szóló törvény szerint: „4. § (2) *Szerzői jogi védelem alatt áll - az eredeti mű szerzőjét megillető jogok sérelme nélkül - más szerző művének átdolgozása, feldolgozása vagy fordítása is, ha annak egyéni, eredeti jellege van.*”⁴⁶ A szerzői jogi védelem tárgykörébe sorolható például a teljesség igénye nélkül a zeneművi, színművi, szépirodalmi alkotások, az idő elteltével és a technológia fejlődés következtében idesorolható még a fotóművészeti, filmművészeti alkotások és a szoftverek. Az iparjog meghatározása tágabb fogalom, de mégis azonos tényezőkkel ellátott áruk élvezhetik ezt a védelmet. Megoldási mechanizmusok, termékek oltalmát foglalja magában, amelyek műszaki jellemzőkkel bírnak. De ide tartoznak a védjeggyel ellátott termékek, szolgáltatások is. Az iparjogvédelem alá tartozó legerjedtebb és egyben legfontosabb típusai: a szabadalom, a használatiminta-oltalom, a formatervezésiminta-oltalom, a védjegyoltalom, és a földrajzi árujelzők oltalma. Maga az oltalom kifejezés lényege és célja az, ami már a középkorban is kialakult, miszerint védeni az alkotó által létrehozott szolgáltatást, vagy terméket attól, hogy más használhassa majd pedig kereskedhessen vele.

A szabadalmi oltalom: Olyan szellemi tudományos tevékenység során létrejött új technológia eljárások, amelyek jelentős anyagi befektetéssel jöttek létre. Ezért, hogy vonzó legyen az ilyen jellegű tudományos tevékenység a jog a szabadalommal próbálja biztosítani a megtérülést. Az 1995. évi XXXIII. találmányok szabadalmi oltalmáról szóló törvény szerint: „1. § (1) * *Szabadalmazható minden új, feltalálói tevékenységen alapuló, iparilag alkalmazható találmány a technika bármely területén.*”⁴⁷

⁴⁵ Hamisítás Elleni Nemzeti Testület (2013. szeptember): A hamisítás vállalati tapasztalatai Magyarországon. Letölthető: https://www.hamisitasellen.hu/wp-content/uploads/2013/09/HENT_vallalati_kutatasi_jelentes.pdf. (Letöltve: 2022.10.05)

⁴⁶ 1999. évi LXXXVI. törvény a szerzői jogról 4. § (2) bekezdés. Letölthető: <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=99900076.tv>. (Letöltve: 2022.11.02.)

⁴⁷ 1995. évi XXXIII. törvény a találmányok szabadalmi oltalmáról 1. § (1) bekezdés. Letölthető: <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=99500033.tv>. (Letöltve: 2022.10.23.)

A használatiminta-oltalom: Az 1991. évi XXXVIII. törvény értelmében: 1. § * (1) Használatiminta-oltalomban (a továbbiakban: mintaoltalom) részesülhet valamely tárgy kialakítása, szerkezete vagy részeinek elrendezése (a továbbiakban: minta), ha új, feltalálói lépésen alapul és iparilag alkalmazható.⁴⁸ Tehát ez az oltalom, abban az esetben érvényesíthető, ha új szerkezeti kialakítás védelmére szeretné a forgalmazó alkalmazni, amely a gyártó részéről feltalálói lépést követel meg és iparilag alkalmazható. Egy termék nem minden részére érvényesíthető csak például a kialakításra, szerkezetre, de nem vonatkozik például esztétikai kialakításra vagy kémiai, biológia találmányokra.

A formatervezésiminta-oltalom: A 2001.évi XLVIII. törvény értelmében formatervezésiminta-oltalom minden új és egyéni jellegű minta. De mi tartozik a minta meghatározás alá?

„(2) Mintának minősül valamely termék egészének vagy részének megjelenése, amelyet magának a terméknek, illetve a díszítésének a külső jellegzetességei - különösen a rajzolat, a körvonalak, a színek, az alak, a felület, illetve a felhasznált anyagok jellegzetességei - eredményeznek.”⁴⁹

Ezek alapján a formatervezésiminta-oltalom a termék design jegyeit alkotják. Ugyan a termék design jegyre vonatkozik az oltalom, viszont nem összekeverendő a védjeggyel.

A védjegyoltalom: Egy védjegy azonosítja, és egyben megkülönbözteti egymástól az árukat és/vagy szolgáltatásokat, ezért nagyon fontos a védelme. Ha a gyártó egy védjegyet bitorol oly módon, hogy azt hamis termékekre ráteszik visszájára is fordulhat a védjegy tulajdonosa számára, hiszen ezzel a rossz minőséget reklámozza és torzítja a kialakult képet a védjegyről a fogyasztók körében. Védjegyben részesülhet a 1997. évi XI. a védjegyek és a földrajzi árujelzők oltalmáról szóló törvény 1.§ (1) és (2) bekezdések értelmében például ábra, szín, minta, de akár egy hang is.⁵⁰ Ebből is látszik, hogy ez az oltalom nem magát a terméket védi, hanem sokkal inkább az azonosítására alkalmas jelzõt.

⁴⁸ 1995. évi XXXIII. törvény a találmányok szabadalmi oltalmáról 1. § (1) bekezdés. Letölthető: <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=99100038.tv> . (Letöltve: 2022.10.23.)

⁴⁹ 2001. évi XLVIII. törvény a formatervezési minták oltalmáról 1. § (2) bekezdés. Letölthető: <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a0100048.tv> . (Letöltve: 2022.10.25.)

⁵⁰ 1997. évi XI. törvény a védjegyek és a földrajzi árujelzők oltalmáról 1. § (2) bekezdés. Letölthető: <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=99700011.tv> . (Letöltve: 2022.10.25.)

Miért is fontos a védjegy értékének védelme? Ha megnézzük, hogy 2022-ben melyek voltak a legnagyobb márkaértékkel bíró vállalatok és hogy egyes márkák mennyit érnek, megkapjuk a magyarázatot.

Helyezés	Márka	Márkaérték 2022-ben (millió USD)
1.	Apple	355.080
2.	Amazon	350.273
3.	Google	263.425
4.	Microsoft	184.245
5.	Walmart	111.918
6.	Samsung Group	107.284
7.	Facebook	101.201

1. táblázat 2022-es legnagyobb értékkel bíró márkák

Forrás: Saját szerkesztés, Privátbankár adatai alapján

Jól látható, hogy maga a márka mekkora értékkel tud bírni. A márkájuk védelme érdekében, pedig komoly pénzeket fizetnek ki a védjegyoltalommal élő vállalatok.

A földrajzi árujelzők oltalma: A nevéből adódóan a területi egység és az áru közötti kapcsolatra fókuszál. Megkülönbözteti az árut, mint a védjegy viszont földrajzi szempontból. Mivel egyes szempontból hasonlít a védjegyre ezért szintúgy az 1997. évi XI. törvényben került meghatározásra. A törvény értelmében: „(2) * A földrajzi jelzés valamely táj, helység, kivételes esetben ország neve, amelyet az e helyről származó - a meghatározott földrajzi területen termelt, feldolgozott vagy előállított - olyan termék megjelölésére használnak, amelynek különleges minősége, hírneve vagy egyéb jellemzője lényegileg ennek a földrajzi származásnak

tulajdonítható.⁵¹ A földrajzi árujelző lényege, hogy nem csak oltalmat bejelentő használhatja, hanem mindenki, aki az oltalom alatt álló földrajzi területen, valamilyen nemű gazdasági tevékenységet végez legyen szó gyártásról, termelésről vagy akár feldolgozásról.

A fentiek alapján, ha egy órát veszünk példának, amely egy új technológia eljárással készült, akkor a vállalat erre az új technológiai eljárásra szabadalmi oltalmat szerezhethet. Magára az új egyéni és eredeti alkotásra szerzői jog kérvényezhető. Az óra külső jegyei (például: minta, szín) formatervezési-minta oltalommal védhetőek le. Az órán is megjelenő márka védjegyo ltalom alá tartozhat. Ha pedig az óra származási helye is fontos, például Svájcban készül, akkor a területi egység védelmében földrajzi árujelzők oltalma vehető igénybe. Ha egy termék már részesült egyfajta oltalomban az nem hátráltatja, hogy szerezhessen még további oltalmakat. Hiszen különböző védelmet biztosítanak a termék vagy a vállalat részére.

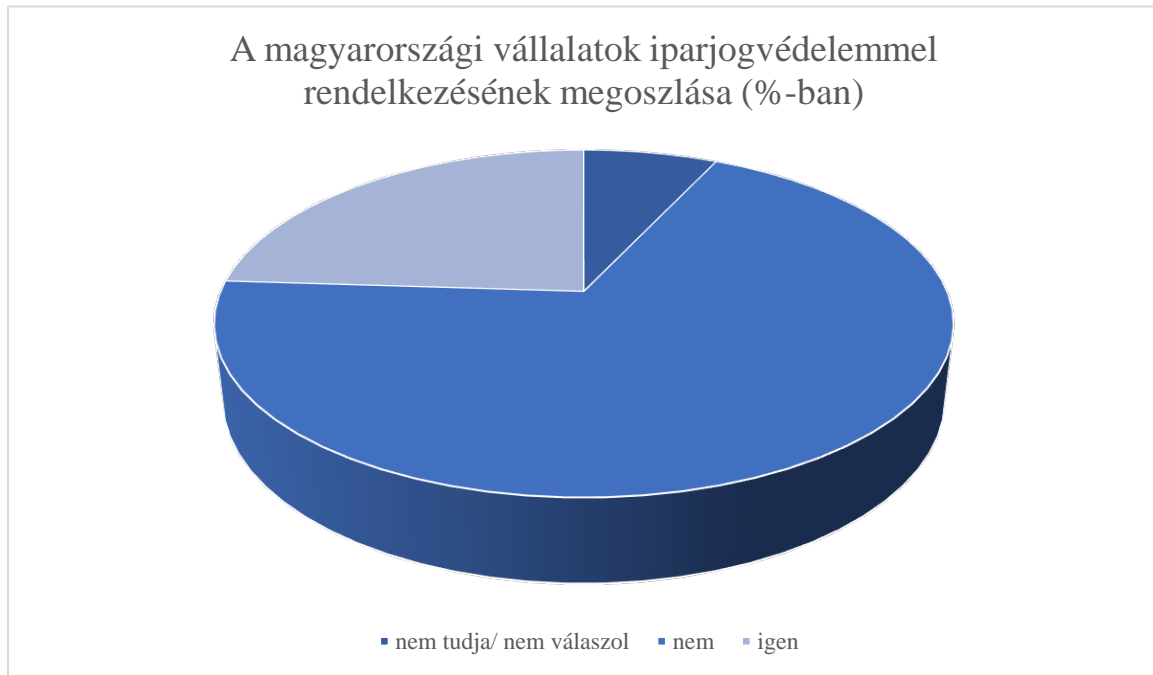
	Szabadalmi oltalom	Használatiminta-oltalom	Formatervezésiminta-oltalom	Védjegyo ltalom	Földrajzi árujelzők oltalma
Védelem tárgya	Új, iparilag alkalmazható feltalálói tevékenység során létrejött találmány	Új, feltalálói lépés során keletkezett kialakítás, elrendezés, szerkezet	A termék design jelei	Árujelzők	Földrajzi jelzés
Védelmi idő	20 év	10 év	5 év	10 év	Korlátlan ideig tart

2. táblázat Az oltalmak védelmi tárgyuk és védelmük ideje szerint

Forrás: Saját szerkesztés, SZTNH adatai alapján

⁵¹ 1997. évi XI. törvény a védjegyek és a földrajzi árujelzők oltalmáról 103. § (2) bekezdés. Letölthető: <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=99700011.tv>. (Letöltve: 2022.10.25.)

A táblázat jól összefoglalja a különböző oltalmi lehetőségeket és azok szavatossági idejét. De a magyar vállalatok vajon hány százaléka rendelkezik az oltalmak valamilyen formájával?



14. ábra A magyarországi vállalatok iparjogvédelemmel rendelkezésének megoszlása

Forrás: Saját szerkesztés, a HENT adatai alapján

A HENT kutatása alapján nagyobb mértékben a vállalatok nem rendelkeznek semmilyen oltalommal. Mindössze 24%-a rendelkezik a kutatásban résztvevőknek az oltalmak valamelyik formájával. De vajon, hogyan oszlanak meg a különböző oltalmak ezeknél a vállalkozásoknál?

52

⁵² Hamisítás Elleni Nemzeti Testület (2013. szeptember): A hamisítás vállalati tapasztalatai Magyarországon. Letölthető: https://www.hamisitasellen.hu/wp-content/uploads/2013/09/HENT_vallalati_kutatasi_jelentes.pdf. (Letöltve: 2022.10.05)

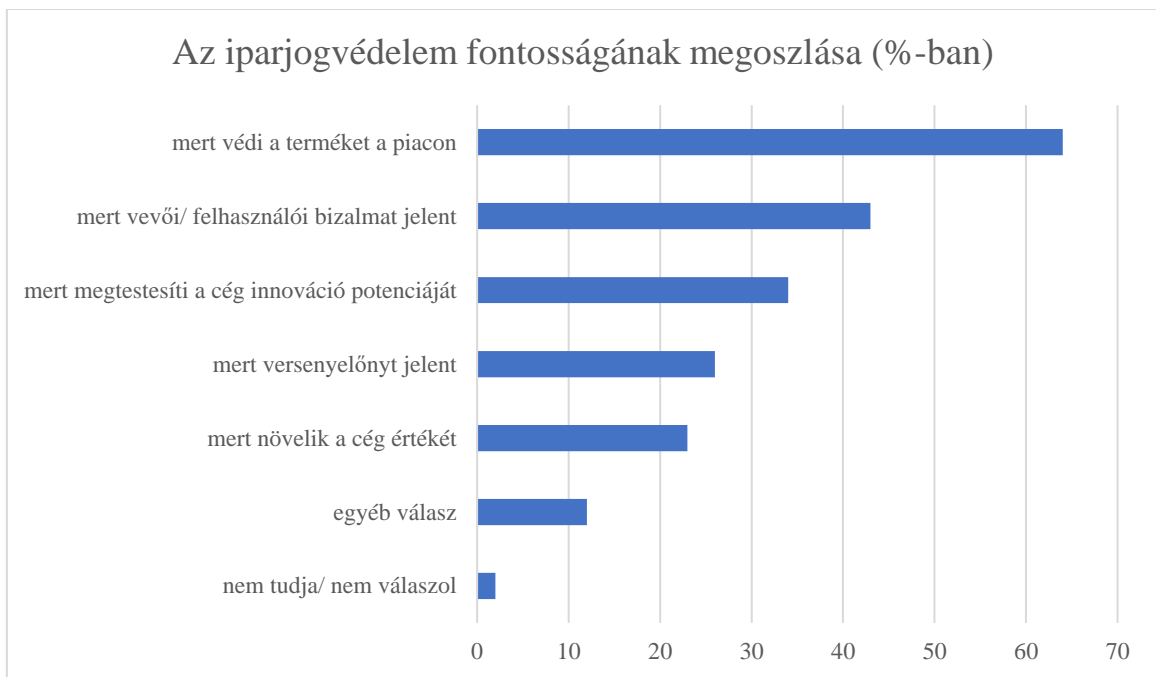


15. ábra A magyarországi iparjogvédelemmel rendelkező vállalatok oltalmaik közötti megoszlás (%-ban)

Forrás: Saját szerkesztés, a HENT adatai alapján

A megkérdezett magyar vállalatok, akik rendelkeznek valamelyik oltalmi lehetőséggel a védjegyoltalmat részesítették előnyben. A második helyen pedig a szabadalmi oltalom áll. Ebből arra lehet következtetni, hogy a márkájuk védelme a legfontosabb számukra, hiszen erről azonosítják őket a vásárlók. Nem meglepő számomra, hogy a márka védelme ennyire fontos a vállalatok számára. Érdekes, hogy a Kutatási és Fejlesztési tevékenységük következtében létrejött terméket és/vagy szolgáltatást kevésbé védik a magyar vállalatok. Pedig nagymértékű ráfordítás rejlik egy új technológiai megoldás, eljárás mögött.

A védjegy lehetőségével inkább a nagyobb cégek élnek, hiszen nekik már lényeges, hogy a vállalatukat és termékeiket azonosító jegyek a saját tulajdonukban legyenek jogi szempontból is. A szabadalommal rendelkező vállalatokra jellemző, hogy inkább belföldön értékesítenek, hiszen könnyebb megvédeni és kevesebb költséggel is jár. A külföldi tulajdonban lévő vállalatok inkább a földrajzi árujelzőt részesítik előnyben. Milyen előnyöket nyer az a vállalat, aki valamilyen iparjogi védelemmel rendelkezik?



16. ábra Az iparjogvédelem fontosságának megoszlása (%-ban)

Forrás: Saját szerkesztés, a HENT adatai alapján

A HENT kutatása alapján a vállalatok különböző előnyeit sorolták fel az iparjogvédelemnek. Első helyen a termékvédelem áll, de megjelennek olyan tényezők is, mint a cégérték növelése, versenyelőny, felhasználói bizalom, innováció kimutatása. De adókedvezményekkel és pályázati lehetőségekkel is előnyhöz juthatnak az iparjogi védelem alatt álló vállalatok. Ha ennyi féle lehetőségük van a gyártóknak a termékeiket védeni és ebből nagymértékű előnyeik származnak, akkor miért nem használják ki?

3.2.3. A rendszerből adódó hibák

Az egyik igen fontos szempont, hogy nem minden termék és/vagy szolgáltatás levédethető. A különböző oltalmak fogalmának tisztázása közben, nagymértékű eltéréseket lehet észrevenni, viszont egy közös az összesben. Csak meghatározott termékekre érvényesíthető, miszerint egyedinek kell lennie. Valamint egyes oltalmak csak abban az esetben kérvényezhetőek, ha kutatási és fejlesztési tevékenységgel jött létre. A másik ok, amiért megfontolják a kérvényezését az oltalmak megszerzésének az pedig az ezzel járó költségek. Ugyan ahhoz, hogy pontosan meg lehessen határozni, hogy mennyi költséggel jár egy konkrét terméket kellene szemügyre venni. De általánosságban ezek a költségek nemzeti szinten akár félmillióra is rúghatnak. Ha pedig Európai Uniós vagy nemzetközi szabadalomról beszélünk akár több milliós költségek merülhetnek fel. A nemzeti szintű oltalmak költségeit a 19/2005.

(IV.12.) GKM a Magyar Szabadalmi Hivatal előtti iparjogvédelmi eljárások igazgatási szolgáltatási díjairól szóló rendelet tartalmazza.⁵³ Az Európai Unió szintű oltalmak részletes díjait az EUIPO honlapján lehet megtalálni, a nemzetközi szintű oltalmak díjairól a Nemzetközi Iroda honlapján lehet adatot találni. A harmadik ok, ami hátráltató tényező az oltalmak igénybevétele szempontjából az, hogy egyes oltalmak megszerzése nagyon sok ideig tart. Hiszen a kérvényezéstől a vizsgálaton át az oltalom megszerzéséig egy év vagy még több is eltelhet.

Van még egy nagyon fontos indok, amiért nem mindenki szeretne oltalmat szerezni termékeire, az pedig az, hogy a bűncselekmény tényének fennállását követően nehéz bizonyítani a bűncselekményt. Ha pedig sikerül, akkor is hosszú eljárás elé néznek a felek, és a bíróság számára nem az az elsődleges, hogy felfedje a tényleges kárt. 2011-ben 5.929 bűncselekményt regisztráltak, amelyből 724 tartozott hamis áru megjelölése bűneset alá. A 2012. évi C. törvény bevezetésével 2.338-ra csökkent a szellemi tulajdonjogot sértő bűncselekmények száma, amelyből 278 esetet regisztráltak versenytárs utánzási esetnek.⁵⁴Ez a csökkenés összefüggésben lehet azzal, hogy az eredeti termék előállítója leleplezi a hamisítás tényét viszont kevés esetben terelik jogi útra az ügyet. Ennek oka lehet az is, hogy többletköltségekkel jár a folyamat, valamint nagyon hosszú ideig elhúzódhat és nem remélhetnek belőle nagymértékű kártérítést. A csökkenést okozhatta még az új törvénymódosítás, és ezzel párhuzamosan a szigorúbb vizsgálata a hamis termékeknek a Nemzeti Adó és Vámhivatal részéről.

3.3.Környezeti károk

Szoros összefüggésben áll a környezetszennyezés és a hamisított termékek előállítása. Ugyan nem a hamisítványok jelentik a legnagyobb környezeti terhet a bolygóra nézve, viszont mint minden termék előállítása és fogyasztása okoz környezeti károkat, így a hamisítványok is. A gyártástól egészen a fogyasztóig, sőt még utána is környezeti kár képződik. Már a gyártás közben is nagymértékű környezeti károk keletkezhetnek, hiszen ellenőrizetlen körülmények között hozzák létre ezeket a termékeket. De a hamisított termékek esetében az alacsony minőség és az ebből következő gyors elhasználódás miatt a fogyasztókhöz kerülés után

⁵³ 19/2005. (IV. 12.) GKM rendelet a Magyar Szabadalmi Hivatal előtti iparjogvédelmi eljárások igazgatási szolgáltatási díjairól. Letölthető: <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a0500019.gkm> . (Letöltve: 2022.10.25.)

⁵⁴ Tóth Péter (2013. november 21.): Szellemi tulajdonjog elleni bűncselekmények az új Btk-ban (tapasztalatok jogosulti és nyomozóhatósági oldalról). Nemzeti Adó- és Vámhivatal Dél-alföldi Regionális Bűnügyi Igazgatóság Bűnüldözési Osztály. Letölthető: <https://docplayer.hu/558911-Szellemi-tulajdonjog-elleni-buncselekmények-az-uj-btk-ban-tapasztalatok-jogosulti-es-nyomozohatosagi-oldalrol-toth-peter-penzugyor-szazados.html> . (Letöltve: 2022.10.19.)

megnövekedett mennyiségű hulladék képződik. Ezen kívül pedig az alacsonyabb árak köszönhetően túlfogyasztáshoz vezethet, így nagyobb mennyiségű hulladék keletkezik. Az alacsonyabb ár és az esetleges rossz minőség, ugyan nemcsak a hamisítványokra igaz, hanem egyéb termékekre is igaz lehet, amelyek ellenőrizett körülmények között készülnek. Nézzünk meg pár alap adatot: A túlfogyasztás jól látszik abból is, hogy a ruhákat 36%-kal kevesebb ideig használjuk. Kínában a kilencvenes években átlagosan 200-szor használtak egy ruhát, ez 2020-ra körülbelül 50-re csökkent le.⁵⁵ Egy átlagos póló előállításakor 2.700 liter vizet használnak fel a gyártók. A farmer esetében pedig 6.800 liter vízzel beszélünk ahhoz, hogy egy darab termék elkészüljön. Sok esetben használnak a hamis termékeknél műbőrt, amelynek gyártása közben 340 liter víz használódik el.⁵⁶ Ezek az adatok jól szemléltetik, hogy a ruhaipar mennyire károsítja alapból a környezetet. De mekkora részét képezik a környezeti károknak a hamisítványok? 2018-ban 27millió hamis terméket foglaltak le az Európai Unióban, amelyek 8%-át ruházati termékek tették ki, 15%-ban cigarettákat, 14%-ban játékokat foglaltak le. De tartalmazott parfümöket, mobiltelefonokat és tartozékait, de órákat is.⁵⁷ Ha a három anyag, azaz a műbőr, farmer és pamut vízfelhasználását átlagozzuk, akkor átlagosan egy ruházati termék esetében körülbelül 3.280 literről beszélünk. Így megállapítható, hogy csak 2018-ban a lefoglalt 2 millió ruházati termék előállításához körülbelül 7 milliárd liter vizet használtak fel. Az Európai Parlament Kutatószolgálatára szerint 2015-ben globálisan 79 milliárd köbméter vizet használtak el textíliák és ruházati termékek előállításához.⁵⁸ Jól látható, hogy összességében a hamisítás töredéke vízfelhasználást mutat az eredeti termékek előállítása során felhasznált víz mennyiségéhez, viszont a hamisítással olyan ruházati termékek jönnek létre, amelyekre nem lenne szüksége a fogyasztóknak. A hamisított ruházati termékeket tudnák pótolni olyan eredeti termékkel, amelyek ellenőrzött körülmények között készülnek és alacsonyabb áron elérhetőek, csak az adott luxusmárka jelzése hiányozna a termékről.

A dohányzás nemcsak az egészségre káros, hanem a környezetszennyezést is növeli. A dohánytermékek életciklusa alatt az Európai Unióban 100-150 millió euró környezeti kár képződik. Évente a világon 3,5-4 millió hektárnyi új területet képeznek dohánytermesztés

⁵⁵ GREENFO zöld iránytű a neten (2020. június 20.): Így gyilkolod a bolygót a kényszeres ruhavásárlással. Letölthető: [Így gyilkolod a bolygót kényszeres ruhavásárlással - Greenfo](#) . (Letöltve: 2022.09.15.)

⁵⁶ Glami (2022): Útmutató a ruhák anyagához. Letölthető: <https://www.glami.hu/utmutato-anyagokhoz/#material-bor> . (Letöltve: 2022.10.25)

⁵⁷ Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatala (2019): 246 milliárd forintnyi hamis árú akadt fenn tavaly az EU határain. Letölthető: <https://www.hamisitasellen.hu/2019/09/246-milliard-forintnyi-hamis-ar-akadt-fenn-tavaly-az-eu-hatarain/> . (Letöltve: 2022.11.03.)

⁵⁸ Európai Parlament (2020): A textilgyártás és a textilhulladék környezetre gyakorolt hatása. Letölthető: <https://www.europarl.europa.eu/news/hu/headlines/society/20201208STO93327/a-textilgyartas-es-a-textilhulladek-kornyezetre-gyakorolt-hatas-a-infografika> . (Letöltve: 2022.12.02.)

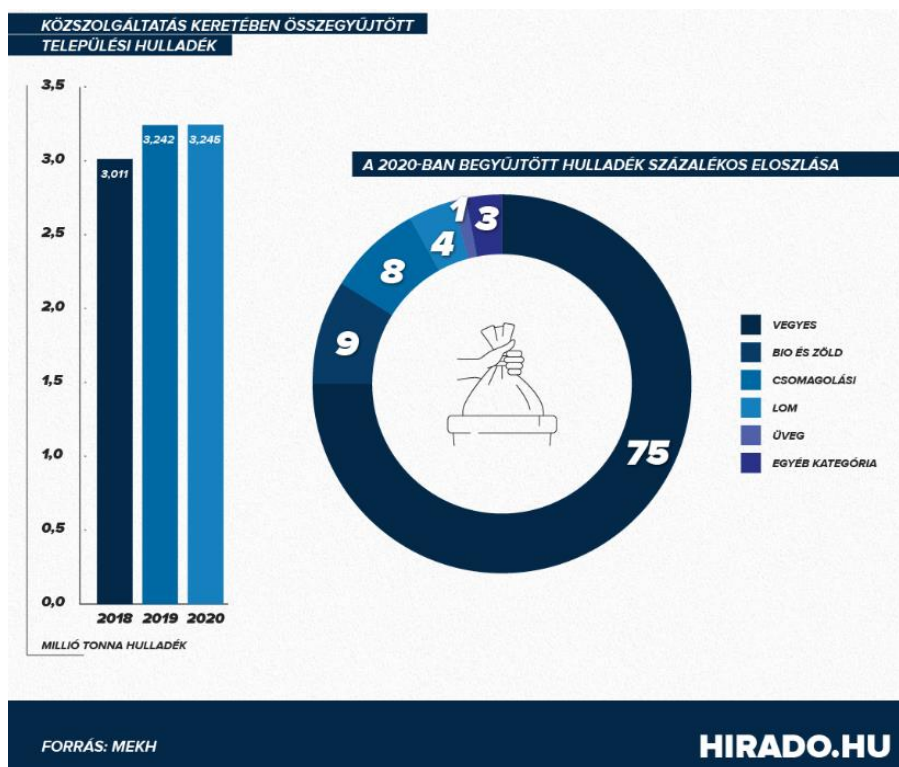
céljából, amelyből 0,2-0,5 millió hektárnyi terület illegális. A nem legálisan működő dohányiparok így évente 17-45 millió tonna szén-dioxiddal, 2-6 tonna metánnal, 1-4 millió tonna dinitrogén-oxiddal növelik a légszennyezést. Ezenkívül jelentős mértékben kihatással vannak a dohánytermékek a víz-, talajszennyezésre, valamint a hulladékmennyiség növekedésére. Egy cigaretta 1 liter ivóvizet tesz toxikussá, ezzel pedig ihatatlanná.⁵⁹

Minden területet ugyan nem tekintettem át, viszont szemléltetésnek hoztam a fenti adatokat, hogy kapjunk egy körülbelüli rálátást arra, hogy mekkora környezeti károkat képeznek a hamis termékek. Ha egy átlagos termék előállítása és fogyasztása ekkora károkat képez a környezetre, akkor a kevésbé szükséges termékek, mint a hamisítványok megnövelik legalább ugyanakkora mértékben a környezeti károkat, mint egy átlagos termék. Ezek az adatok vélhetően még többet mutatnának, ha az összes előállított hamis termékről tudomása lenne a hamis termékek lefoglalásával foglalkozó szervezeteknek.

Az Európai Unióban 2020-ban az egy főre jutó települési hulladék 505kg volt, ami a Covid-19 járványnak köszönhetően 4kg-al több mint az előző években. 2020-ban az EU-s tagállamok közül Dánia termelte a legtöbb háztartási hulladékot személyenként 845 kilogrammal, Luxemburg követte 790 kilogrammal. 2020-ban Magyarországon a háztartási hulladék 364 kg/főt tett ki, ezzel az EU-s tagállamok közül Magyarországon termelődött a legkevesebb szemét.⁶⁰

⁵⁹ Klímapolitikai Intézet (2022. május 31.): Dohánymentes Világnap: dohányzás és környezetvédelem. Letölthető: <https://klimapolitikaiintezet.hu/cikk/kornyeztvedelem-dohanyzas-kornyezt-hatasai> . (Letöltve: 2022.11.05)

⁶⁰ Dontwasteit (2022.02.15): Tovább emelkedett a települési hulladék mennyisége az Európai Unióban. Letölthető: <https://dontwasteit.hu/2022/02/15/tovabb-emelkedett-a-telepulesi-hulladek-mennyisege-az-europai-unioban/> . (Letöltve: 2022.11.13)



17. ábra Közszolgáltatás keretében összegyűjtött települési hulladék

Forrás: MEKH

2020-ban Magyarországon 75%-kal a vegyes hulladék tette ki a legnagyobb részét a települési hulladékok közül. Nagyobb részét teszi még ki a bio és zöld, csomagolási, és üveg hulladékok, amelyek egyrésze újrahasznosítható lehetne. A csomagolási és üveg hulladékok mértékét a hamis termékek is növelik, hiszen a drogériai termékek az egyik fő ágazata a hamisítványoknak, amelyeket sokszor üvegekben árusítják. Az elektronikai termékekből származó hulladékok 2019-ben a világban 62,5 milliárd dollárt tettek ki. Magyarország 138.224 tonna elektronikai hulladékot termel egy év alatt, ez egy háztartásra levetítve 32,6 kg. Ez az Európai Unióban középátlagnak számít.⁶¹ Az elektronikai termékek elhasználódásával keletkezett szemét mennyiségét megnövelik a hamisítványok, hiszen az utánzatok élettartama rövidebb, és folyamatos karbantartást igényelnek, viszont az alacsony árak miatt a fogyasztóknak anyagilag jobban megéri új terméket vásárolni a javíttatás helyett.

3.3.1. A lefoglalt hamis áruk sorsa

A Nemzeti Adó és Vámhivatal által lefoglalt hamis termékekből is nagymértékű hulladék keletkezik. Vagy mégsem akkora? A lefoglalt termékek egy részét rászorulóknak adják oda

⁶¹ greendex: Elektronikai hulladék/ e-hulladék. Letölthető: <https://greendex.hu/elektronikai-hulladek-e-hulladek/>. (Letöltve: 2022.11.20)

segély szervezeteken keresztül. Főként ruhaneműket tudnak átadni például az alábbi karitatív szervezetek részére Magyar Vöröskereszt, Magyar Máltai Szeretetszolgálat. A márkajellel ellátott termékek átadását, csak a márkatulajdonos engedélyezheti, ha ennek nem tesz eleget, ebben az esetben a márkajel eltávolítása után, ha lehetséges, akkor tovább adható. 2014-es adatok alapján 9 millió Forint értékben mentettek meg termékeket a szeméttől, viszont 2014-ben még ez a kezdeményezés ellenére is 120 tonna került égetésre.⁶² Ha a Karitatív Tanács nem fogadja el az elkobzott javakat a NAV-nak lehetősége van értékesíteni elektronikus árverési felületen keresztül. A harmadik lehetőség pedig a megsemmisítés azoknál a termékeknél élnek ezzel a lehetőséggel, amelyek veszélyeztetik és/vagy sértik a közrendet, környezetet, közérkölcset, biztonságot, vagy az egészséget.

3.4. Egyéb károk

A fogyasztóknak, a gyártóknak és a környezetnek okozott károkat megvizsgálva, még mindig nem értünk a lista végére. Még mindig okoznak a hamisítványok a 3 említett érintett területen kívül más területen is kárt. Az érintett terület pedig a hamisítványok gyártóinál merül fel. Csak területileg a hamisítványok gyártóinál keletkezik a kár, viszont a károkat a munkavállalóik szenvedik el. Azzal, hogy a hamisítványokat alacsony áron értékesítik, de a gyártóknak még megérje elkészíteni a őket, elsődlegesen a munkavállalóiktól vesznek el. A hamisítványokat gyártók rengeteg szabályt szegnek meg, kezdve az alapból büntetendő tevékenység végzésétől, egészen az embertelen munkakörülményekig. A munkavállalóik rossz munkahelyi körülmények között dolgoznak, amely a biztonságukra ártalmas lehet. Az anyagok, amelyeket felhasználnak a gyártás során sokszor ártalmasak lehetnek a szervezetre. Bőrirritációt okozhatnak, de akár légúti betegségeket is a különböző kemikáliák. Ezzel óriási mértékű egészségügyi kockázatot vállalnak. A nagymértékű eladások következtében, pedig egy átlagos letöltött munkaidő helyett túlzóan megnövekedett óraszámban dolgoznak a munkavállalók. Sokszor fordul kényszer és gyermekmunkába és mindezt pedig igen alacsony órabérért. Arra pedig lehetőségük sincsen a munkavállalóknak, hogy bejelentett munkahelyük legyen, ezért elesnek rengeteg állami lehetőségtől. Továbbá nem kapnak ugyanolyan védelmet, mint azok, akik a szabályozott, etikus munkahelyeken dolgoznak. Bár nem csak a hamis terméket gyártók járnak el etikátlanul. Legálisan működő nagymárknál mint, például: a Nike, Adidas is előfordult, hogy éltek etikátlan eszközökkel és nem mindig teremtettek megfelelő

⁶² Privátbankár: Most kiderül: ez történik a lefoglalt hamisítványokkal. Letölthető: <https://privatbankar.hu/cikkek/vasarlo/most-kiderul-ez-tortenik-a-lefoglalt-hamisitvanyokkal-282856.html> . (Letöltve: 2022.10.11)

munkakörülményeket.⁶³ A különbség a kettő között, hogy más szempontokból kevésbé veszélyeztetik a fogyasztókat, a versenytársakat és a gazdaságot. Valamint visszatartóerő még, hogy védjék a márkájuk hírnevét, amit láthattunk, hogy mennyire fontos a vállalatoknak.

A hamisítványok gyártói nemcsak munkavállalóikat károsítják, hanem egyes tanulmányok szerint növelik a szervezett bűnüldözést is. A hamisítványokból befolyt bevételeket sokszor ajánlják fel különböző bűncselekményeket támogató tevékenységekre. A hamis termékek kereskedelme és a pénzmosás, kábítószer, valamint a korrupció között is összefüggéseket lehet feltárni. Igen sok területen szabálysértést eredményez ez a tevékenység, viszont mivel magas bevételre tudnak szert tenni és a bűncselekmény miatt kiszabott büntetés nem olyan nagy mértékű, arra ösztönzi a gyártókat, hogy folytassák a tevékenységüket. Egyes esetekben az olyan illegális kereskedelmeknél is többet keresnek a hamisítványokkal, mint a kábítószer vagy az emberkereskedelem.⁶⁴

Veszteség keletkezik még az elesett vámokból és adókból is. Ráadásul többletköltséget jelent a hamisított áruk elfogása érdekében a megemelkedett bűnüldözési és rendészeti tevékenység. Az állami szerveknek feltérképezni a hamisítványok útját és azt, hogy ki vagy kik végzik nagymértékű többletköltséget és erőfeszítést jelent. Az online kereskedelem növekedésével a hamisítványok értékesítése is nő a szervezett bűnüldözéssel együtt.

Azokban az országokban, ahol pedig nagymértékű az utánzatok fogyasztása a GDP növekedését is lassítja. Lassítja az innovációs folyamatokat, valamint a K+F tevékenység kevésbé térül meg a vállalatoknak.

Megállapíthatjuk, hogy minden területen károk keletkeznek a hamisítványok kereskedelméből közvetlen vagy közvetett formában. Ugyan végig vettük, hogy mennyi kár keletkezik ezen termékekből. Nem szabad elmenni az a tény mellett, hogy az egyes területeken pedig hasznot lehet realizálni, akár tényleges, vagy csak úgy vélt formájában. A fogyasztók, akár szándékosan vásárolták az adott hamisítványt, akár nem hasznot várnak az adott terméktől. A hamisítványok előállítói pedig tényleges hasznot realizálhatnak belőle. De hogyan van lehetőség arra, hogy ezek a termékek létrejöhessenek?

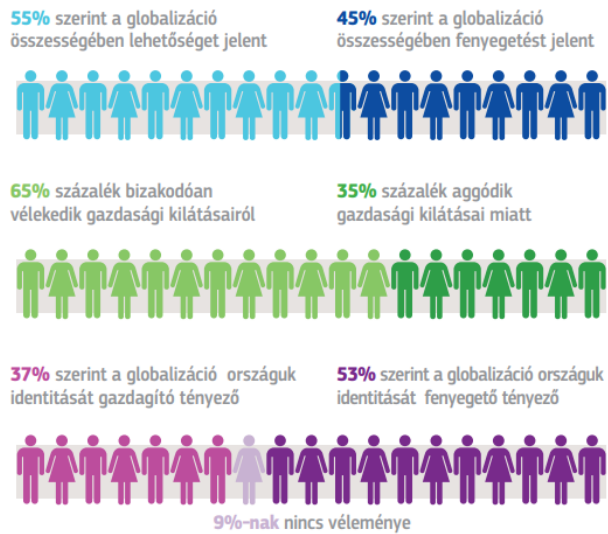
⁶³ Világgazdaság Online (2012.03.05): Adidas, Puma, Nike – botrány – Verik a gyári dolgozókat. Letölthető: <https://www.vg.hu/cegvilag/2012/03/adidas-puma-nike-botrany-verik-a-gyari-dolgozokat> . (Letöltve: 2022.11.05)

⁶⁴ United Nations Office on Drugs and Crime: The Illicit Trafficking of Counterfeit Goods and Transnational Organized Crime. Letölthető: https://www.unodc.org/documents/counterfeit/FocusSheet/Counterfeit_focussheet_EN_HIRES.pdf . (Letöltve: 2022.10.20)

4. A HAMISÍTÁS ÉS A GLOBALIZÁCIÓ KÖZÖTTI ÖSSZEFÜGGÉSEK

A globalizáció hozzájárul a hamisítási tevékenység növekedéséhez és minél szélesebb körben való elterjedéséhez? A globalizációs folyamatok sok előnnyel és közvetlenül vagy közvetetten, de hátrányokkal is járnak. De vajon a globalizáció idézte elő a hamisítás növekedését vagy a hamisítványok iránti kereslet mindenféleképpen kinőtte volna magát világszintűre? A globalizáció elősegített olyan folyamatokat, mint a méretgazdaságosság, vagy az innováció. Elősegítette, hogy nagyobb és egyben homogénebb piacok jöjjenek létre. Viszont ezeknek a folyamatoknak közvetlen vagy közvetett hátránya is vannak. A nagy piacok miatt egyre nagyobb a verseny, amit a kisebb gyártóknak nehéz tartaniuk. A folyamatos innováció miatt rövidülnek egyes termékek életgörbéi és a vállalati innovációs folyamatokat is nehéz újból bevezetni és megtéríteni az ezzel járó költségeket. A méretgazdaságosság pedig elvezet az esetleges túlfogyasztáshoz, hiszen az alacsonyabb árú termékek olyanok számára is elérhetővé vált, akik addig nem engedhették meg maguknak és azok, akik megengedhették még többet engedhetnek meg maguknak. A fogyasztók ugyan szélesebb tájékozottságot tudnak szerezni a termékekről, a fejlődő technológia következtében, viszont ezzel együtt könnyebben is szereznek be hamisítványokat, illegális termékeket. Milyen közös vonásai vannak a globalizációnak és a hamisított termékekkel való kereskedésnek? A gyártási tevékenység kiszervezése olyan országokba, ahol a méretgazdaságos törekvéseket könnyeb megvalósítani. A hamisítványokat közkedvelten gyártják, olyan országokban, ahol alacsonyabbak költségek. Így olyan területeken tudnak költséget csökkenteni, mint a munkabér, munkakörülmények. Az innováció elősegíti, hogy minél pontosabb mását lehessen elkészíteni egy terméknek, minél kisebb befektetésekkel. A globalizációs folyamatok többet ártanak, mint amennyivel hozzájárulnak az előre lépéshez?

5. ábra: Az európaiak globalizációról alkotott véleménye vegyes



Forrás: a Bertelsmann Stiftung és az Európai Bizottság (2016).

18. ábra Az európaiak globalizációról alkotott véleménye

Forrás: A Bertelsmann Stiftung és az Európai Bizottság (2016)

A feltett kérdés megválaszolásához, nézzük meg a 18. ábrát. Jól szemlélteti az ábra, hogy mennyire megosztó témakör az európai emberek között. Az európai emberek 55% szerint, inkább jelent lehetőséget a globalizáció, mint fenyegetést, viszont nem elsöprő többsége vélekedik így. Ha a globalizáció gazdasági hatását kellett figyelembe vennie a válaszadóknak, akkor 65% szerint bizakodó tendenciát mutatnak az eddig tapasztaltak. Ezzel megállapítható, hogy ha a gazdasági előnyöket helyezük előtérbe, akkor az európai emberek erről pozitívan vélekednek, lehetőségeket remélnék tőle és nagymértékű fejlődést. Viszont úgy vélték, ha társadalmi szempontból vizsgáljuk a kérdést, akkor a kitöltők 53%-a tartja az országuk identitására fenyegető hatással a globalizációs folyamatokat.⁶⁵Miért érezhetik úgy, hogy gazdasági, innovációs szempontokból ez nagy előrelépés társadalmilag viszont nem? A mindennapi életben egy átlagos életet élő ember új minél gyorsabban kifejlesztett termékekkel találkozik az üzletekben. Munkavállalás szempontjából szabadabb, szintén több lehetőséget biztosítva. Az OECD 2016-os tanulmánya szerint minden egymilliárd euró exportbevétel 14.000 munkahely keletkezését eredményezi, az exportértékesítést pedig a globalizáció segíti elő.⁶⁶ Társadalmilag, akkor miért jelent problémát? Saját meglátásom szerint azért, mert a

⁶⁵ Európai Bizottság (2017. május 10): A globalizáció előnyünkre fordításáról. Letölthető: https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/reflection-paper-globalisation_hu.pdf . (Letöltve: 2022.10.17.)

⁶⁶ Európai Bizottság (2017. május 10): A globalizáció előnyünkre fordításáról. Letölthető: https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/reflection-paper-globalisation_hu.pdf . (Letöltve: 2022.10.17.)

nemzetek keverednek, ez pedig egyes helyzetekben félreértéshez vezet, valamint nehéz hozzá szokni más társadalmak hagyományaihoz. Ez pedig a hamisítással kapcsolatban arra következtethető, hogy olyan márkákkal és társadalmi fogyasztási szokásokkal találkoznak a fogyasztók, amelyek nem jellemzőek a hazájukban. Magyarországon a vásárlók olyan márkákat is próbálnak hamisítvány formájában beszerezni, amelyek itthon nem kaphatóak, vagy kaphatóak de túl drágának tartják. Miért fontos az, hogy az emberek, hogyan vélekednek a globalizációról, a hamisítás szemszögéből? A globalizáció ösztönzi a fogyasztókat a túlfogyasztásra a minél újabb termékekkel, valamint lehetőséget is ad, ahhoz, hogy megszerezhessék a termékeket minél olcsóbban. Véleményem szerint a globalizációs folyamat megy végbe a fogyasztó vásárlási döntésénél is, hiszen megszerezheti a mindig újabb és innovatívabb terméket, a világ bármelyik pontjáról, minél olcsóbban és minél többet. Úgy gondolom a globalizáció és a hamisítás között szoros összefüggések állnak. Hiszen a globalizáció lehetőségeket ad nemzetközi szinten termék beszerzésekre legyen az hamisítvány vagy eredeti termék.

5. MEGOLDÁSI JAVASLATOK

Ugyan az erre szakosodott szervezetek próbálják orvosolni a problémát, nincs egyszerű feladatuk. Ahhoz, hogy megállítsák a hamisítási folyamatokat, először fel kell fedezni, hogy hol gyártják. Mivel ezeket a termékeket szerte a világban szállítják, nehéz meghatározni a pontos kiinduló helyet és az ahhoz tartozó személyeket. Ha mégis megtudják állapítani, de Magyarországon találják meg a termékeiket, nehéz a gyártóországban indítványozni a szankcionálást. Így az erre szakosodott szervezetek csak együttesen tudják megfékezni a folyamatot. Globális és összhangban lévő kommunikációval, amellyel feltudják deríteni a bűnszervezeteket. Mindenhol egységes leszállítással és szigorított büntetéssel. Viszont ez gyakorlatban nagyvalószínűséggel kivitelezhetetlen. Ezzel túlnagy mértékben csorbulna az országok szuverenitása. A szervezetek az innovatívabb keresési megoldásokkal tudnák a hamisítás elleni szervezeteket tehermentesíteni. Hiszen a hamis árukat nagyrészt manuális vizsgálatokon keresztül fedezik fel, de ha egyes munkafolyamatokat elektronikus megoldásokkal pótolnák, több ilyen terméket lehetne kiszűrni. Ehhez jelentős mértékű gazdasági befektetésre lenne szükség, valamint Kutatási és Fejlesztési tevékenységre. Véleményem szerint a világszervezetek ezzel tudnának még eredményesebben működni.

Mit tehetnek a vállalatok az ügy érdekében? Elsődlegesen jobban kellene vonniuk a vállalati döntéshozatalba a jogi tanácsadóikat, hogy megfelelő módon tudják védeni a termékeiket. Hiszen sokszor nem tudják milyen jogi lehetőségeik vannak, vagy ha tudják az elsődlegesen az ezzel járó költségek miatt nem élnek a lehetőséggel. A vállalatok képét az oltalmak költségeiről meg kellene változtatni. Olyan képzésekkel, amelyek során nem az oltalmak költsége lenne a középpontban, hanem az, hogy mekkora védelmet nyújt a vállalatuknak, valamint, hogy milyen lehetőségeket kapnak azáltal. Hangsúlyozni kellene, hogy milyen állami támogatásokat vehetnek igénybe, ha oltalom alatt áll a termékük, és meggyőzni őket, hogy az ezzel járó többletköltségek nem jelentenek nagy áldozatokat. Ugyan az iparjogvédelmi lehetőségek nem minden termék esetében érvényesíthetőek, így ez nem kivitelezhető az összes vállalat számára. Megoldást jelenthet az is, ha termékeiket minél több egyedi jegyekkel látják el, például: színnel, vagy mintákkal. Ez azért segíthet, mert így egyre nehezebben tudják lemásolni a termékeiket, hiszen az elmaradt ismertetőjegy hamisítványra utalhat.

Két fontos szereplőt megvizsgálva a legfontosabbak a fogyasztók. Miért gondolom, hogy a fogyasztókban rejlik a kulcs? A fentebb említett két gazdasági szereplő nehezebben formálható és több időbe telik, mint a fogyasztók döntéseit átformálni. 2022-re a vásárlók egy szélesebb rétege, különböző fontos szempontokat figyelembe vesz a vásárlásaik során. Ilyen elterjedt trendek lettek például a bio termékek, vegetáriánus és vegán termékek, környezetvédelmi megoldások, amelyek beépíthetők a mindennapokba. Ha a hamisított termékek kárait hangsúlyozva egy irányzat alakulna ki a fogyasztók körében, hogy védjék az eredeti termékek gyártóit, a környezetet, és önmaguk biztonságát és egészségét jelentősen leredukálhatóvá válna a hamisítás. Ebből adódóan, ha nem lenne ekkora kereset a hamisítványok gyártóinál pedig túlkínálat jelentkezne, idővel abbahagynák az utánzó termékek előállítását. Ahhoz, hogy a fogyasztókat jó irányba lehessen befolyásolni edukációkra van szükség. Méghozzá olyan platformokon, amelyeket a legtöbbször látogatják. Ugyan az interneten láthatnak a hamisítványok megvásárlására ösztönző hirdetéseket, de az algoritmusnak köszönhetően egyidejűleg közvetlenül utána pedig a hamisítványokból eredő károkat hirdető edukációkat vehetnék szemügyre.

6. ÖSSZEGZÉS

A szakdolgozatomban először bemutattam hol húzódik a határ a hamisítványok és az eredeti termékek között kifejezetten jogi szempontból. Utána körbejártam a szakdolgozatom legfontosabb témáját, mégpedig, hogy milyen különböző károk adódnak a hamisításból. Az alábbi megállapításokra jutottam: Az, hogy mennyire nagy problémát jelent a hamisítási folyamat és milyen széles körben van kihatással a mindennapokra, nem az első gondolata a fogyasztóknak, gyártóknak. Pontosán megmondani, hogy mekkora gazdasági károkat okoz a vállalatoknak nem lehet, hiszen nem áll az összes adat a rendelkezésünkre. Ugyanúgy azt sem lehet teljes mértékben feltérképezni, hogy mekkora biztonsági kockázatot jelent. Ha belegondolunk, hogy egyes hamisítványok jelentősen kisebb kockázatot jelentenek egészen addig, hogy a hamisítványok silány minősége miatt balesetek is történtek, akkor hogyan lehetne a biztonsági kockázatot meghatározni? Az egészségügyi kockázat, amit ezek a termékek magukban rejtnek nem mutatkoznak meg egyből. Sosem lehet tudni, hogy többszöri hamis termékvásárlás következtében mennyi káros anyag kerül a fogyasztó szervezetébe és hogy a jövőben milyen betegségeket idézhet elő. Az amúgy is súlyos környezeti károkat pedig fokozza.

Megállapítható ugyan, hogy a hamisítványok a luxusmárkás termékekre nézve nem jelentenek nagy fenyegetést, hiszen nem potenciális vásárlókat nyernek el a gyártóktól. Az is megállapítható, hogy nem keletkezik általában presztízsveszteség az eredeti termék gyártóinál, hiszen a fogyasztók nagyarányú tudatosan vásárolnak hamisítványt vagy felismerik, ha azzal találkoznak. Az eredeti termékek gyártói ellen inkább jogszabályt sértenek a hamisítók a termékeik bármilyen formában történő másolásával.

Összességében tehát ezekből a termékekből nem keletkezik haszon, csak azért ennyire vonzóak mert alacsonyabb áron elérhetőek. Hibáztatható a fogyasztó azért, mert az alacsonyabb árú terméket választja? Egyszerűen a válasz az, hogy nem. De a fogyasztókat rá kell döbenteni arra, hogy belássák nincsen szükségük a hamisítványokra. Ehhez pedig társadalmi reformációra van szükség, amelyet a hamisítás elleni szervezetek elősegíthetnek. A fogyasztók jelentős mértékű változást érhetnek el, a nemzetek pedig szabályozásokkal és szigorított büntetésekkel elősegíthetik a hamisítástól való eltántorítást. Végül pedig összeköttetésbe hoztam a globalizációt és a hamisítást, amely arra ad következtetést, hogy a

globalizáció közvetetten ténylegesen ráhatást gyakorol a hamisítványok elterjedésére a világban.

Szakedolgozatommal remélem sikerült gondolatot ébresztenem a kutatásomban résztvevőknél és hozzájárulnom a hamisítás elleni küzdelemhez. Összességében pedig az alábbi gondolatokkal zárnám a szakedolgozatom:

„A hamisítás óriási károkat okoz világszerte, veszélyezteti a fogyasztók biztonságát és egészségét, károsítja a tisztességesen működő cégeket. Azért dolgozunk, hogy megóvjuk a fogyasztókat a silány minőségű, veszélyes, hamis termékektől és hogy a vállalkozások és a hatóságok hatékonyabban tudjanak fellépni a hamisítás ellen!” -HENT

IRODALOMJEGYZÉK

- „Luis Vuitton” A kép , Letölthető:
https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.carousell.com.hk%2Fp%2Ffv-speedy-25-253184609%2F&psig=AOvVaw1qFiTHAPBy68s92WR-4l_C&ust=1670076475263000&source=images&cd=vfe&ved=0CA8Q3YkBahcKEwiA4qvqjdv7AhUAAAAAHQAAAAAQDQ . (Letöltve: 2022.08.15)
- 2012. évi CLXXX. törvény az Európai Unió tagállamaival folytatott együttműködésről. Letölthető: <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a1200180.tv> . (Letöltve: 2022.10.02.)
- 2012.évi LXXXVIII. törvény a termékek piacfelügyeletéről. Letölthető: <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a1200088.tv> . (Letöltve: 2022.10.06.)
- Budapest Főváros Kormányhivatala: A piacfelügyeletről. Letölthető: https://mkeh.gov.hu/piacfelugyeleti_muszaki/A_piactfelugyeletrol . (Letöltve: 2022.10.01.)
- Cégvezetés: Fogyasztó védelem a büntető jogban. Letölthető: <https://cegvezetes.hu/2001/03/fogyasztovedelem-a-buntetojogban/> . (Letöltve:2022.09.15.)
- Council of Europe: Környezet.
Letölthető:<https://www.coe.int/hu/web/compass/environment> . (Letöltve: 2022.11.02)
- Dr. Gyömbér Béla: Szellemi tulajdonnal összefüggő bűncselekmények statisztikája az új Büntető Törvénykönyv tükrében. Letölthető: <https://copy21.com/2015/11/szellemi-tulajdonnal-osszefuggo-buncselekmények-statisztikaja-az-uj-bunteto-torvenykonyv-tukreben/> . (Letöltve: 2022.11.01.)
- EUR-LEX: Csomagolás és csomagolási hulladék. Letölthető: <https://eur-lex.europa.eu/HU/legal-content/summary/packaging-and-packaging-waste.html> . (Letöltve: 2022.10.05)
- Európai Bizottság (2017. május 10): A globalizáció előnyünkre fordításáról. Letölthető: https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/reflection-paper-globalisation_hu.pdf . (Letöltve: 2022.10.17.)

- Európai Bizottság: Az Európai Unió, a szervezet és tevékenységei. Letölthető: https://op.europa.eu/webpub/com/eu-what-it-is/hu/#chapter2_26. (Letöltve: 2022.10.05.)
- Európai Környezetvédelmi Ügynökség: A környezetszennyezés és a klímaváltozás kezelése Európában jobb egészséget és jóllétet eredményez majd, különösen a legsérülékenyebbek számára. Letölthető: <https://www.eea.europa.eu/hu/highlights/a-kornyezetszennyez-es-a-klimavaltozas>. (Letöltve: 2022.11.04.)
- Európai Parlament (2020.12.23): Elektronikai hulladék az EU-ban: tények és adatok. Letölthető: <https://www.europarl.europa.eu/news/hu/headlines/society/20201208STO93325/elektronikai-hulladek-az-eu-ban-tenyek-es-adatok-infografika>. (Letöltve: 2022.10.08.)
- Farkas Szabolcs: Szabadalmak gyorsító pályán. Letölthető: https://www.innoteka.hu/cikk/szabadalmak_gyorsito_palyan.1336.html. (Letöltve: 2022.10.05.)
- FCC Environment: Letölthető: <https://www.fcc-group.eu/hu/magyarorszag/fooldal.html>
- Flourish: Brand Finance Global Top 500. Letölthető: https://public.flourish.studio/visualisation/8527169/?utm_source=showcase&utm_campaign=visualisation/8527169. (Letöltve: 2022.10.17)
- Hamisítás Elleni Nemzeti Testület (2013. szeptember): A hamisítás vállalati tapasztalatai Magyarországon. Letölthető: https://www.hamisitasellen.hu/wp-content/uploads/2013/09/HENT_vallalati_kutatasi_jelentes.pdf. (Letöltve: 2022.10.05)
- Hamisítás Elleni Nemzeti Testület (2021. november 11.): Hamisított márkás ruhát, parfümöt és illegális szoftvert vásárolnak leginkább a magyarok. Letölthető: <http://www.hamisitasellen.hu/2021/11/hamisított-markas-ruhat-parfumot-es-illegalis-szoftvert-vasarolnak-leginkabb-a-magyarok/>. (Letöltve: 2022.05.15.)
- HIRADO.HU: Mutatjuk, mennyi hulladék keletkezik Magyarországon. Megtekinthető: <https://hirado.hu/belfold/cikk/2021/11/24/mutatjuk-mennyi-hulladek-keletkezik-magyarorszagon> (Letöltve: 2022.10.09)
- <https://tudatosvasarlo.hu/amazon-aliexpress-ebay-wish-veszelyes-termek-online-piacterek/> (Letöltve: 2022.10.02)
- Hulladék Gazdálkodás Országos Szövetsége Letölthető: <https://www.hosz.org/>. (Letöltve: 2022.11.02)

- Kerekes Sándor: III. Környezetgazdaságtan. Letölthető: <https://mek.oszk.hu/01400/01452/html/kornyszenny/index.html> . (Letöltve: 2022.11.02.)
- Központi Statisztikai Hivatal. Letölthető: <https://statinfo.ksh.hu/Statinfo/haViewer.jsp?wcf1f1cbb5e=x> . (Letöltve: 2022.11.01.)
- Louis Vuitton, Letölthető: <https://de.louisvuitton.com/de-de/produkte/speedy-25-mit-schulterriemen-monogram-008774/M41113> . (Letöltve: 2022.08.15)
- MABISZ: A fogyasztók minden eddigénél több veszélynek vannak kitéve a termékhamisítás miatt. Letölthető: <https://mabisz.hu/szemle/?p=41549> . (Letöltve: 2022.09.29.)
- Magyar Nemzet: Sok online áru veszélyes hamisítvány. Letölthető: <https://magyarnemzet.hu/gazdasag/2022/03/sok-online-aruveszelyes-hamisitvany> . (Letöltve: 2022.11.02.)
- Marieclaire: A Louis Vuitton új szintre emeli a hamisítás elleni küzdelmet. Letölthető: <https://marieclaire.hu/divat/2019/06/03/a-louis-vuitton-uj-szintre-emeli-a-hamisitas-elleni-kuzdelmet/> . (Letöltve: 2022.10.04.)
- MULTILOG Vámügynökség: Szabad forgalomba bocsátás alapjai. Letölthető: <https://multilogkft.hu/vamwiki/szabad-forgalomba-bocsatas/vamjogi-szabad-forgalomba-bocsatas/> . (Letöltve: 2022.11.02.)
- Nielsen: Kiváltságosnak érezzük magunkat a luxustól. Letölthető: https://www.mediainfo.hu/dokumentumok/atM_14.pdf . (Letöltve: 2022.10.09.)
- Növekedés. Letölthető: <https://novekedes.hu/hirek/mindossze-5-hazai-vallalatszinte-az-osszes-uj-magyar-szabadalom> . (Letöltve: 2022.10.05.)
- OECD: Global trade in fake goods worth nearly half a trillion dollars a year: Letölthető: <https://www.oecd.org/industry/global-trade-in-fake-goods-worth-nearly-half-a-trillion-dollars-a-year.htm> . (Letöltve: 2022.10.03)
- OGYÉI: Hamis gyógyszer. Letölthető: <https://ogyei.gov.hu/gyogyszerhamisitas> . (Letöltve: 2022.11.01.)
- Organisation for Economic Co-operation and Development (2013): Global trade in fake goods worth nearly half a trillion dollars a year- OECD & EUIPO. Letölthető: <https://www.oecd.org/industry/global-trade-in-fake-goods-worth-nearly-half-a-trillion-dollars-a-year.htm> . (Letöltve: 2022.05.06.)

- Papp Gábor: Hadüzenet a gyógyszerhamisításnak. Letölthető: <https://blogs.dlapiper.com/advocatus/2016/05/haduzenet-a-gyogyszerhamisitasnak/> . (Letöltve: 2022.10.06.)
- PCWORLD: Sokkoló számok: az életünk negyedét képernyő előtt töltjük. Letölthető: <https://pcworld.hu/pcwlite/sokkolo-szamok-az-életunk-negyedet-kepernyok-elott-eljuk-259039.html> . (Letöltve: 2022.10.07.)
- Pénzcentrum: Hamisítás áradatban úszik az ország: ezek a termékek érintettek. Letölthető: <https://www.penzcentrum.hu/vasarlas/20180609/hamisitasi-aradatban-uszik-az-ország-ezek-a-termek-erintettek-1067174> . (Letöltve: 2022.11.01.)
- Privátbankár: Íme a világ 500 legértékesebb márkája. Letölthető: <https://privatbankar.hu/cikkek/vallalat/ime-a-vilag-500-legertekesebb-markaja--az-első-helyezett-355-milliard-dollart-er.html> . (Letöltve: 2022.10.17.)
- Researchcenter: Magyar közösségi média körkép. Letölthető: <https://www.researchcenter.hu/cikkek/magyar-kozossegi-media-korkep/> . (Letöltve: 2022.11.02.)
- Statista: Luxury Goods- Hungary. Letölthető: <https://www.statista.com/outlook/cmo/luxury-goods/hungary> . (Letöltve: 2022.10.04.)
- Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatala: Az uniós GDP 39%-át a szellemitulajdon – intenzív ágazatok biztosítják. Letölthető: <https://www.hamisitasellen.hu/2013/10/az-unios-gdp-39-at-a-szellemitulajdon-intenziv-agazatok-biztositjak/> . (Letöltve: 2022.10.19.)
- Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatala: Szerzői jogi alapfogalmak. Letölthető: <https://www.sztnh.gov.hu/hu/szerzoi-jog/szerzoi-jogi-alapfogalmak> . (Letöltve: 2022.10.03)
- Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatala: Továbbra is vonzó a hamisítvány a magyar fiatalok egy részének. Letölthető: <https://www.hamisitasellen.hu/tag/euipo/> . (Letöltve: 2022.10.02.)
- Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatala: Trendi és illatos hamisítványok. Letölthető: <https://www.hamisitasellen.hu/2019/09/trendi-es-illatos-hamisitvanyok/> . (Letöltve: 2022.10.05.)
- Tudatos Vásárlók: Gyúlékony tűzlétra, cuki hormonkárosító unikornis – sok a veszélyes termék az Amazonon és a többi online piacon, szigorítás kell. Letölthető:

<https://tudatosvasarlo.hu/amazon-aliexpress-ebay-wish-veszelyes-termek-online-piacterek/> . (Letöltve: 2022.10.02.)

MELLÉKLETEK

1. számú melléklet: Hamisított termékek vásárlása a fogyasztók körében - kérdőív

1. Ön számára mely tényező a legfontosabb termékvásárláskor?

- Ár
- Minőség
- Könnyű beszerezhetőség
- Márka

2. Az árat vagy a termék minőségét részesíti előnyben?

- Ár
- Minőség

3. Hajlandó lenne több pénzt kiadni, azért, hogy biztos forrásból vásárolhasson termékeket?

- Igen
- Nem

4. Hogyan különböztethető meg Ön szerint, hogy egy termék eredeti vagy hamis?

5. Ön szerint az A vagy B képen szereplő áru a hamis?

6. Ön szerint miért választják a hamisított termékeket a vásárlók?

7. Ön vásárolt már hamisított terméket?

8. Ha igen, miért gondolta úgy, hogy inkább a hamisított terméket választja az eredeti helyett?

9. Ha vásárolt már szándékosan hamisított terméket, megvolt elégedve a megérkezett termékkel?

10. Ha nem volt megelégedve a termékkel, miben nem felelt meg Önnek?

11. Ön szerint melyik válaszlehetőséget károsítja legjobban a hamisított termékek fogyasztása?

- Egészség
- Biztonság
- Környezet
- Gazdaság

12. Ismer a hamisított termékek káros hatásairól szóló edukációkat?

- Igen

- Nem

13. Ön szerint átlagosan mekkora kárt okoz a hamisított termékekkel való kereskedés az eredeti gyártóknak pénzben mérve?

14. A Covid-19 járvány alatt többet rendelt Európai Unión kívülről származó terméket?

15. Ön szerint a Magyar állam miért törölte el 2021. július 1-től a 22 euró érték alatti küldemények

áfamentességét? <https://nav.gov.hu/pfile/file?path=/vam/hatarforgalom/webes-rendeles---gyakran-ismetelt-kerdesek>

16. Az Ön neme?

- Nő
- Férfi

17. Az Ön életkora?

- 18-24
- 25-30
- 31-35
- 36-40
- 41-50
- 51-55
- 55+

18. Az Ön legmagasabb iskolai végzettsége?

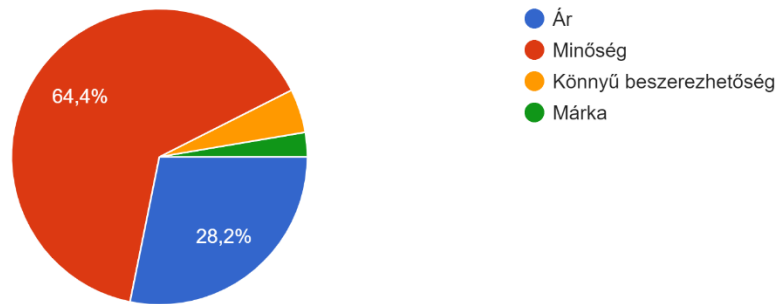
- Általános Iskola
- Érettségi
- Diploma (alap BA, BSC)
- Diploma (mester MA, MSC)

Kérdőív válaszok:

1.

1. Ön számára mely tényező a legfontosabb termékvásárláskor?

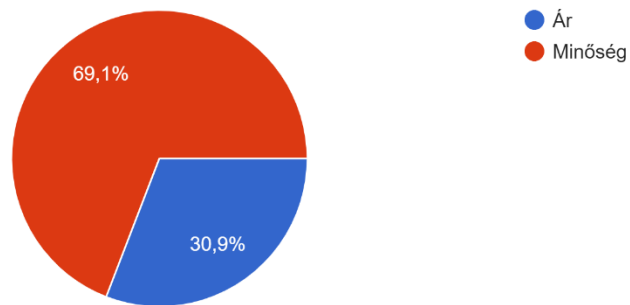
188 válasz



2.

2. Az árat vagy a termék minőségét részesíti előnyben?

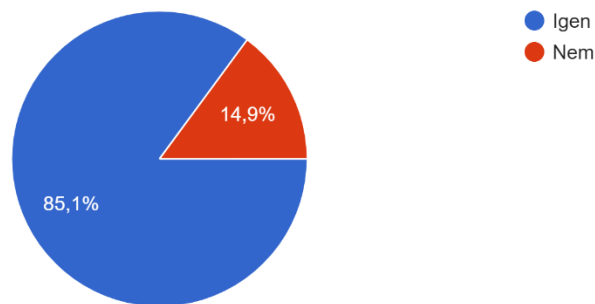
188 válasz



3.

3. Hajlandó lenne több pénzt kiadni, azért, hogy biztos forrásból vásárolhasson termékeket?

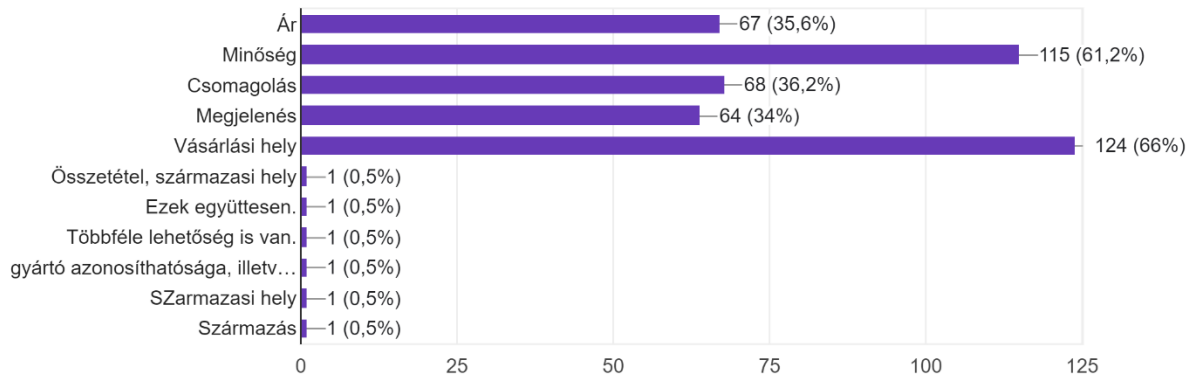
188 válasz



4.

4. Hogyan különböztethető meg Ön szerint, hogy egy termék eredeti vagy hamis?

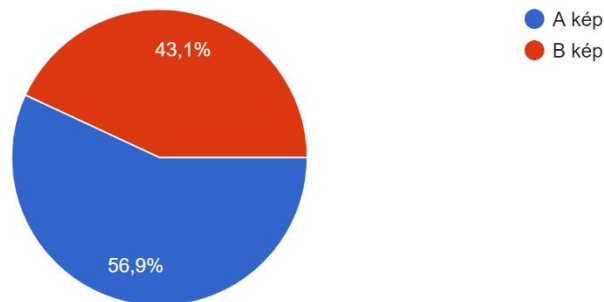
188 válasz



5.

5. Ön szerint az A vagy B képen szereplő áru a hamis?

188 válasz



6.

6. Ön szerint miért választják a hamisított termékeket a vásárlók?

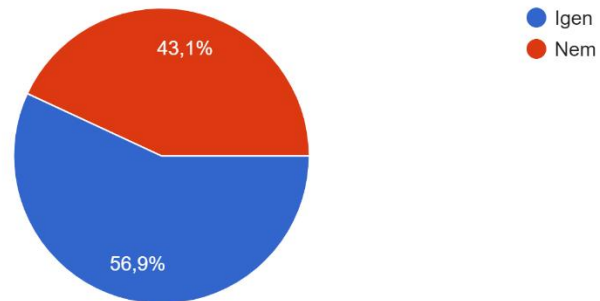
188 válasz



7.

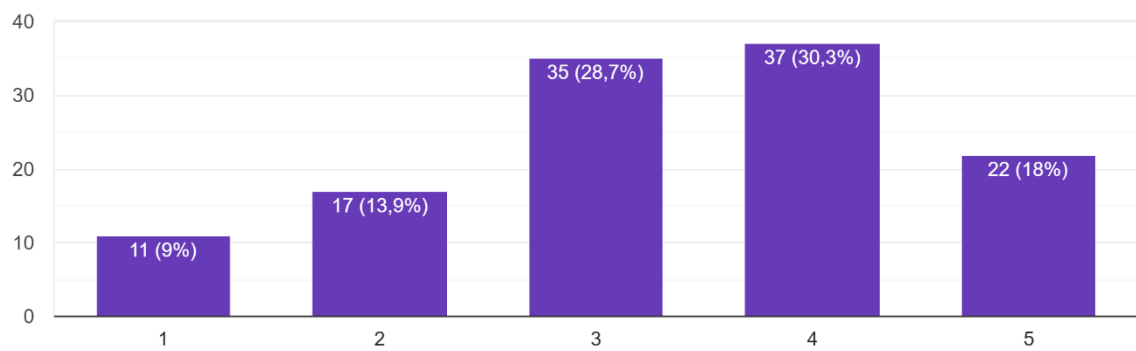
7. Ön vásárolt már hamisított terméket?

188 válasz



9. Ha vásárolt már szándékosan hamisított terméket, megvolt elégedve a megérkezett termékkel?

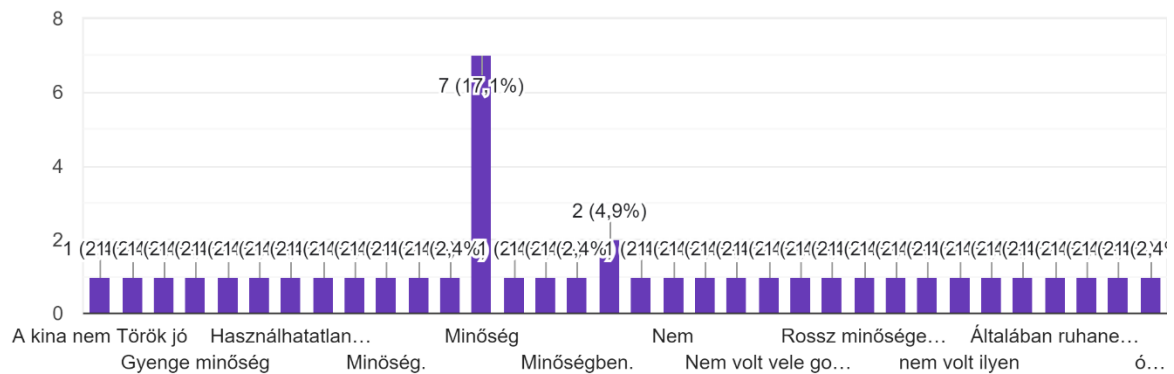
122 válasz



10.

10. Ha nem volt megelégedve a termékkel, miben nem felelt meg Önnek?

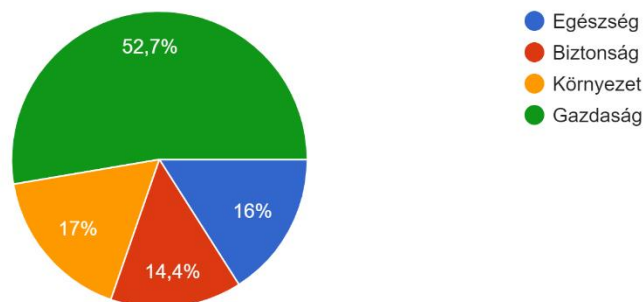
41 válasz



11.

11. Ön szerint melyik válaszlehetőséget károsítja legjobban a hamisított termékek fogyasztása?

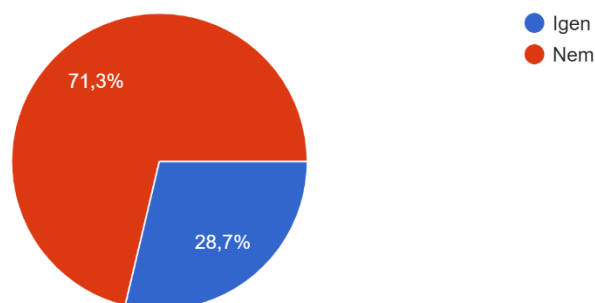
188 válasz



12.

12. Ismer a hamisított termékek káros hatásairól szóló edukációkat?

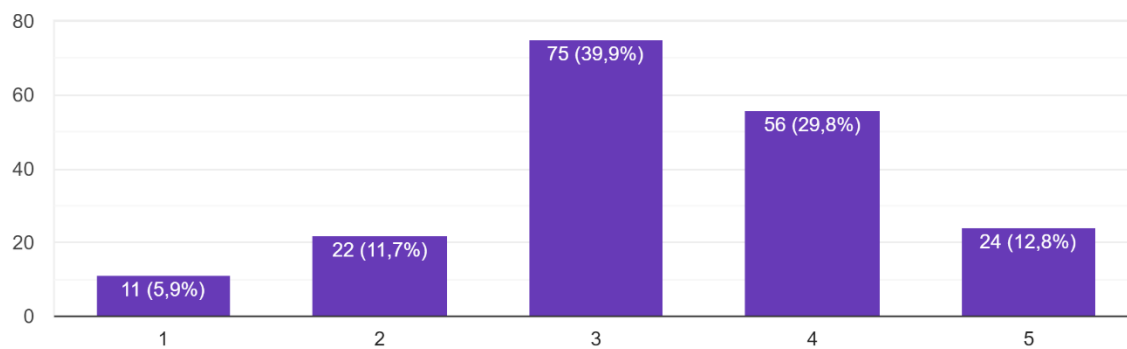
188 válasz



13.

13. Ön szerint átlagosan mekkora kárt okoz a hamisított termékekkel való kereskedés az eredeti gyártóknak pénzben mérve?

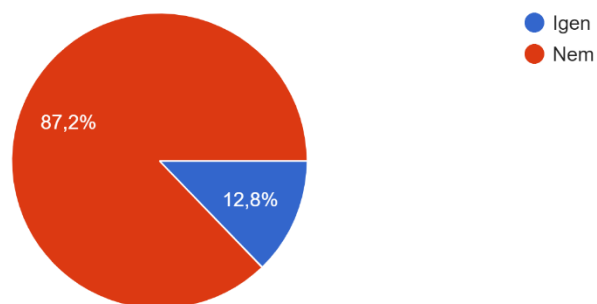
188 válasz



14.

14. A Covid-19 járvány alatt többet rendelt Európai Unión kívülről származó terméket?

188 válasz

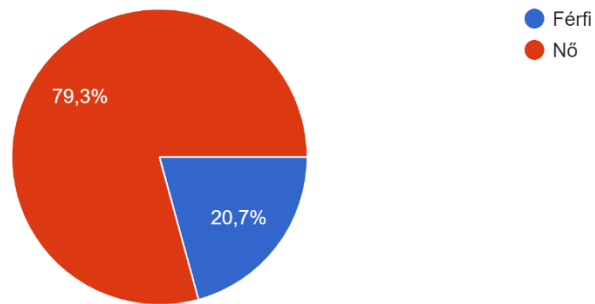


15.

16.

16. Az Ön neme?

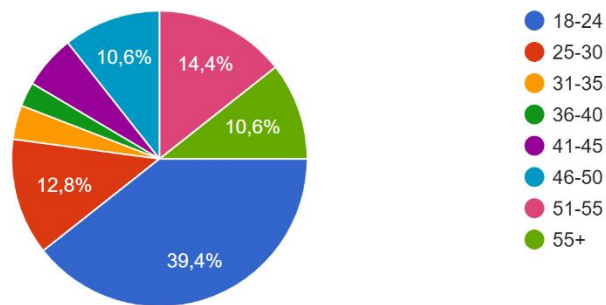
188 válasz



17.

17. Az Ön életkora?

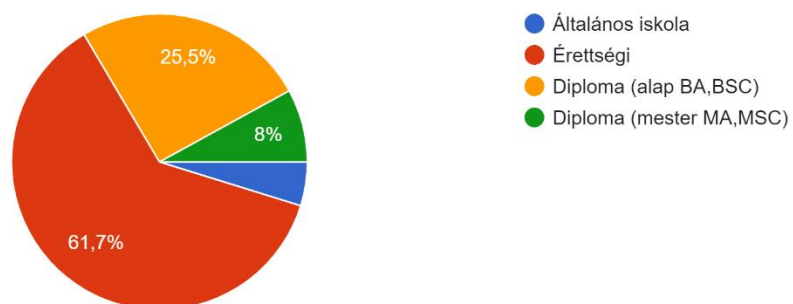
188 válasz



18.

18. Az Ön legmagasabb iskolai végzettsége?

188 válasz



[Hamisított termékek vásárlása a fogyasztók körében - Google Űrlapok.pdf](#)

[Hamisított termékek vásárlása a fogyasztók körében - Google Űrlapok.xlsx](#)

Nyilatkozat a szakdolgozat státuszáról (nyilvános, bizalmas)

Alulírott BERKI HEURIETTA (Neptun kód
 IXCVDI a
 A HAMISÍTOTT TERMÉKEK KERESKEDELMÉBŐL ADÓDÓ KÁROK

című szakdolgozatommal/záródolgozatommal (továbbiakban mű) kapcsolatban az alábbiakról nyilatkozom:

- Kijelentem, hogy a mű BGE Dolgozattár repozitóriumába való feltöltésével más jogát nem sértem. Tudomással bírok arról, hogy az Egyetem a szerzői jogok meglétét nem ellenőrzi.
- Nyilatkozom, hogy a mű (a megfelelő rész aláhúzandó)
 a bizalmas
a nyilvánosság számára hozzáférhető.
- Tudomásul veszem, hogy
 szerzői jogsértés esetén az Egyetem az érintett dokumentum elérhetőségét a szerzői jogsértés tisztázása idejére átmenetileg korlátozza,
 szerzői jogsértés esetén az érintett művet a Repozitórium adminisztrátora a Repozitóriumból haladéktalanul eltávolítja,
 amennyiben a dolgozatomat a nyilvánosság számára hozzáférhetővé teszem, az egyetem a dolgozatot az interneten a nyilvánosság számára hozzáférhetővé teszi. Hozzájárulásom – szerzői jogaim maradéktalan tiszteletben tartása mellett – nem kizárólagos és időtartamra nem korlátozott felhasználási engedély.

Kelt: ERI 2022. 12. 03



 hallgató

NYILATKOZAT

Alulírott BERKI HELENETTA 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, 2022. év 12..... hónap 03..... nap

.....


hallgató aláírása