

**TNS Hoffmann**

1052 Budapest, Vitkovics Mihály u. 9

Tel.: +36 1 267 4744

e-mail: [info@tns-hoffmann.hu](mailto:info@tns-hoffmann.hu)

## **2012 KOMPLEX VERSENYKULTÚRA FELMÉRÉS**

**A KAMARÁK VEZETŐINEK KÖRÉBEN**

Budapest, 2012. május 31.

# Tartalomjegyzék

<b>1. Bevezető.....</b>	<b>5</b>
1.1. A kutatás módszere .....	5
1.2. A kérdőív.....	5
1.3. A minta összetétele .....	6
<b>2. Versenyattitúd .....</b>	<b>7</b>
<b>3. A Versenytörvény ismerete.....</b>	<b>9</b>
3.1. A Versenytörvény általános ismerete .....	9
3.2. A kamarák viszonya a Versenytörvényhez .....	10
3.3. A Versenytörvény részletes ismerete.....	13
3.3.1. Ismeretek a Versenytörvény céljáról.....	13
3.3.2. Ismeretek a Versenytörvény tartalmáról .....	15
3.3.3. Ismeretek a Versenytörvény megsértésének következményeiről .....	19
3.4. A versenyszabályozás értékelése .....	20
<b>5. A Reklámtörvény ismerete.....</b>	<b>21</b>
5.1. A Reklámtörvény általános ismerete .....	21
5.2. A kamara viszonya a Reklámtörvényhez .....	23
5.3. A Reklámtörvény részletes ismerete.....	26
5.3.1. Ismeretek a Reklámtörvény céljáról.....	26
5.3.2. Ismeretek a Reklámtörvény tartalmáról .....	28
5.3.3. Ismeretek a Reklámtörvény megsértésének következményeiről .....	29
5.4. A reklámszabályozás értékelése.....	30
<b>4. A GVH ismertsége, megítélése .....</b>	<b>31</b>
4.1. A GVH általános ismertsége .....	331
4.2. A GVH működésének az ismerete .....	33
4.3. A GVH megítélése.....	35
<b>6. Érintettség GVH eljárásban .....</b>	<b>388</b>
6.1 Érintettség GVH eljárásban vagy döntésben.....	388
6.2. Tájékozódás a Verseny – és a Reklámtörvényről .....	39
<b>7. A kamara tevékenysége .....</b>	<b>41</b>
7.1. Kapcsolattartás a tagokkal.....	41
7.2. Kamarai tagok informálása.....	43

## Vezetői összefoglaló

A Gazdasági Versenyhivatal Versenykultúra Központja megbízásából a TNS Hoffmann Kft. 2012. májusában első alkalommal készített felmérést a vállalkozások érdekképviselői szervei, kamarái körében a Gazdasági Versenyhivatal (GVH), a verseny-, illetve reklámszabályozás ismeretéről, valamint megítéléséről.

Az adatfelvétel 100 fős mintán, telefonos megkérdezéssel történt.

### Versenyattitúd

A kamarai vezetők fele az állam és a piaci verseny szerepének a kiegyensúlyozottságát tartja kívánatosnak, míg egyharmada a piaci versenyt preferálja az állami szabályozással szemben, bár ez számukra döntően a piaci verseny túlsúlyát jelenti, de nem kizárólagos piaci versenyt.

Az aktuális piaci versenyt a kamarai vezetők kétharmada az ideálisnál gyengébbnek gondolja, és csak alig több mint egytizedük tartja ideális mértékűnek. Három konkrét területen vizsgáltuk a verseny mértékét, amelyek közül az általános helyzethez hasonlóan ítélik meg a különféle szolgáltatások területét, viszont az élelmiszerek piacán már erősebb versenyt tapasztalnak, itt már csak a megkérdezettek fele gondolja a versenyt az ideálisnál gyengébbnek, ugyanakkor minden negyedik válaszadó szerint ezen a területen a kívánatosnál erősebb verseny tapasztalható.

A legoptimálisabb a műszaki, illetve háztartási cikkek piaca, ahol a két szélsőséges vélemény között, az ideális versenyhelyzet megeléje mellett foglalnak állást a legtöbben - a válaszadók harmada.

### A versenyszabályozás ismerete

A Versenytörvény ismertsége kiemelkedően magas, szinte valamennyi kamarai vezetői hallott már róla.

A kamarák harmada csak részben vagy egyáltalán nem tartják tagjaikat a Versenytörvény hatálya alá esőnek.

A Versenytörvény céljainak ismeretének támogatott vizsgálatában legmagasabb arányban, a válaszadók négyötöde a Versenytörvény alapvető célját („a gazdasági verseny fenntartása a különböző piacokon”) nevezte meg helyesen a célok között.

A versenyszabályozás megítélésében a legtöbben - a válaszadók fele -, azt az álláspontot foglalják el, hogy a jelenlegi versenyszabályozás bizonyos területeken túl szigorú, más területeken túl megengedő. A két szélsőséges véleményt kevesen osztják. Elégedett a versenyszabályozással, vagyis az aktuális jogi és gazdasági követelményeknek megfelelőnek tartja azt, a megkérdezettek egyötöde.

A kamarai tisztséget viselők háromnegyede helyesen tudja, hogy a Versenytörvény a vállalkozások, cégek gazdasági ügyeire vonatkozóan tartalmaz előírásokat.

A Versenytörvény tiltó rendelkezéseit illetően kifejezetten tájékozottnak tekinthetjük a kamarai vezetőket: a válaszadók legalább négyötöde által ismert, hogy a fogyasztók megtévesztése, a megállapodás a minimális arról és a piac egymás közötti felosztása a Versenytörvény tilalma alá esik.

A közbeszerzésekre vonatkozó általános tilalmak szintén széles körben ismertek, a kamarai tisztségviselők kilenczede tudja, hogy tiltott a pályázók közötti előzetes egyeztetés az árról, illetve a pályázat tartalmáról. Ugyanakkor egyharmaduk a vállalkozások vezetőihez hasonlóan tévesen gondolja, hogy a Versenytörvény tiltja azt az esetet, ha az ajánlatkérő nem a legjobb ajánlatot

választja ki.

### **A reklámszabályozás ismerete**

A Reklámtörvény ismertsége alig marad el a Versenytörvény ismertségétől: 85% hallott már róla.

A Versenytörvényhez hasonló arányban vonatkoztatják kamarájukra a Reklámtörvény előírásait a megkérdezettek: kb. kétharmaduk szerint vonatkoznak kamarájukra a Reklámtörvény előírásai.

A jelenlegi reklámszabályozást az aktuális jogi es gazdasági követelményeknek megfelelőnek a válaszadók egyötöde tartja. Továbbá minden ötödik válaszadó nem tudta megítélni, a legtöbben pedig köztes véleményt fogalmaztak meg: a jelenlegi reklámszabályozás bizonyos területeken túl szigorú, más területeken túl megengedő – ami szintén tükrözhet egyfajta nem elégséges ismeretből eredő bizonytalanságot.

A megkérdezettek körében majdnem mindenki tisztában van azzal, hogy a Reklámtörvény célja a reklámozással kapcsolatos alapvető szabályozás lefektetése, a másik fontos célról, a reklám célcsoportja megfelelő tájékozottságának biztosításáról ötből négyen tudnak.

Szinte valamennyi kamarai tisztségviselő számára ismert, hogy a Reklámtörvény a megtévesztő reklámokra, az egyes termékek reklámozásának tilalmára és egyes célcsoportokra vonatkozó speciális reklámszabályokra tartalmaz előírásokat. Valamivel alacsony arányban, háromnegyedük számára ismert, hogy az összehasonlító reklámokra is vannak előírásai a Reklámtörvénynek.

### **A GVH ismertsége, megítélése**

A GVH teljes körűen ismert a kamarák vezetői között, valamennyien hallottak róla.

A megkérdezettek fele közepesen tartja magát tájékozottnak a GVH munkájával, hatáskörével, illetve feladataival kapcsolatban. Inkább tájékozottnak a kamarai vezetők egytizede tartja magát, míg tízből négyen nem érzik magukat tájékozottnak.

A GVH munkájának megítélésekor bizonytalanság tapasztalható a kamarai tisztségviselők között: minden ötödik válaszadó tartózkodott az állásfoglalástól, úgy érezte nincs elégséges információja ahhoz, hogy választ adjon. A megkérdezettek fele közepesnek ítélte azt, ahogyan a GVH a munkáját végzi. Valamilyen irányban csak minden harmadik válaszadó foglalt állást, kedvezően csak a válaszadók tizede értékelte, kedvezőtlenül közel egyötödük.

A GVH működésének megítélésben nincs olyan jellemző, amit egyértelműen a GVH-hoz kötnének. Az, hogy szemmel látható módon a függetlenséget társítják hozzá a kamarai tisztségviselők a legerősebben, mind politikai, mind gazdasági érdekcsoportoktól való függetlenség értelmében, a gyors ügyintézés és döntéshozatalt pedig a legkevésbé – mind olyan értékelések, amelyeket pusztán a Gazdasági Versenyhivatal neve is előhívhat a válaszadóknak.

## 1. Bevezető

A Gazdasági Versenyhivatal 2002 óta rendszeresen méri fel a hivatal és a versenyszabályok ismertségének alakulását, a GVH munkájával kapcsolatos ismereteket és véleményeket, valamint a versenyjogi ismeretek pontosságát a lakosság, és más, a versenyhivatali munka szempontjából kiemelt csoportok körében.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenykultúra Központja (GVH VKK) megbízásából a TNS Hoffmann Kft. 2012. májusában első alkalommal készített felmérést a vállalkozások érdekképviselői szervei, kamarái körében a GVH, a verseny-, illetve reklámszabályozás ismeretéről, valamint megítéléséről.

### 1.1. A kutatás módszere

Az adatfelvétel módja:	telefonos interjúk (CATI)
Az adatfelvétel ideje:	2012. május 2-11.
Alapsokaság:	a magyarországi kamarák / érdekképviseltek
Minta:	100 kamara

A kamarai mintába országos érdekvédelmi szervezetek / kamarák országos és területi szervezetei kerültek, egyszerű (statisztikai) véletlen mintavétellel választottuk ki a mintába kerülő kamarákat egy teljes körű listából. Regionális kvótát alkalmaztunk, valamint maximalizáltuk az egy kamarától felhívható területi szervezetek számát, így biztosítva a reprezentatív mintát.

Az interjúalanyok a kamara elnöke, elnökhelyettese(i), illetve főtitkára közül kerülhettek ki.

### 1.2. A kérdőív

A jelenlegi kutatáshoz a 2010-es komplex versenykultúra felmérés alkalmával használt kérdőív frissített, néhány kérdéssel, illetve egy új témakörrel kibővített, kamarákhoz igazított változatát használtuk. A kérdőívek módosításait, illetve az új célcsoport bevonásához kapcsolódó módszertani részleteket a TNS Hoffmann a GVH munkatársaival együttműködve dolgozta ki.

A 2012-es kérdőív kidolgozásakor kiemelt fontosságú szempont volt, hogy a korábbi kutatások adataival való összehasonlíthatóságot - az új célcsoporttól függetlenül is - megőrizzük, ezért az idej felmérésben használt kérdőívben a korábbi évekből átemelt kérdések szövegezésén, megfogalmazásán nem változtattunk. Néhány kérdés esetében kérdezőtechnikai módosítást hajtottunk végre, jellemzően korábban spontán, nyitott kérdéseket alakítottunk át segített kérdésekké, ott, ahol a korábbi évek eredményei ezt megengedték.

A tartalmi módosítások ebben az évben elsődleges annak tulajdoníthatóak, hogy néhány téma kikerült a figyelem középpontjából (pl. EU), míg a reklámtörvénnyel kapcsolatos kérdések pedig újonnan kerültek be az idej kutatás anyagába.

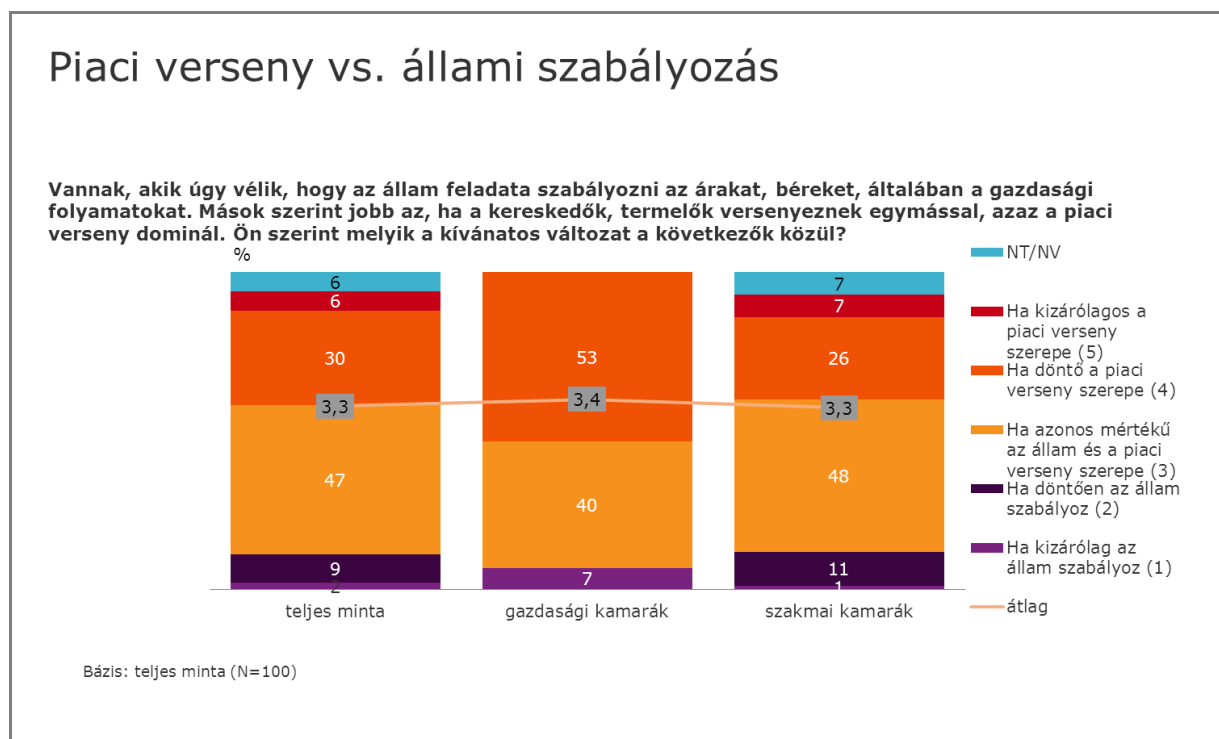
## 1.3. A minta összetétele

DEMOGRÁFIA		Elemzés	Részarány
Kamara taglétszáma	200 alatt	24	24%
	201-300	17	17%
	301-600	21	21%
	601-1500	16	16%
	1500 felett	22	22%
Típus	Gazdasági	15	15%
	Szakmai	85	85%
Területi szint	Országos	5	5%
	Területi	95	95%
Székhely	Budapest	15	15%
	Megyeszékhely	75	75%
	Egyéb város	10	10%
<b>A VÁLASZADÓ JELLEMZŐI</b>			
Beosztás	Elnök	62	62%
	Elnökhelyettes	8	8%
	Főtitkár	26	26%
	Titkár	4	4%
Nem	férfi	70	70%
	nő	30	30%
Életkor	20-39	11	11%
	40-49	17	17%
	50-59	34	34%
	60 éves vagy annál idősebb	34	34%
	NV	4	4%
Összesen		100	100%

## 2. Versenyattitúd

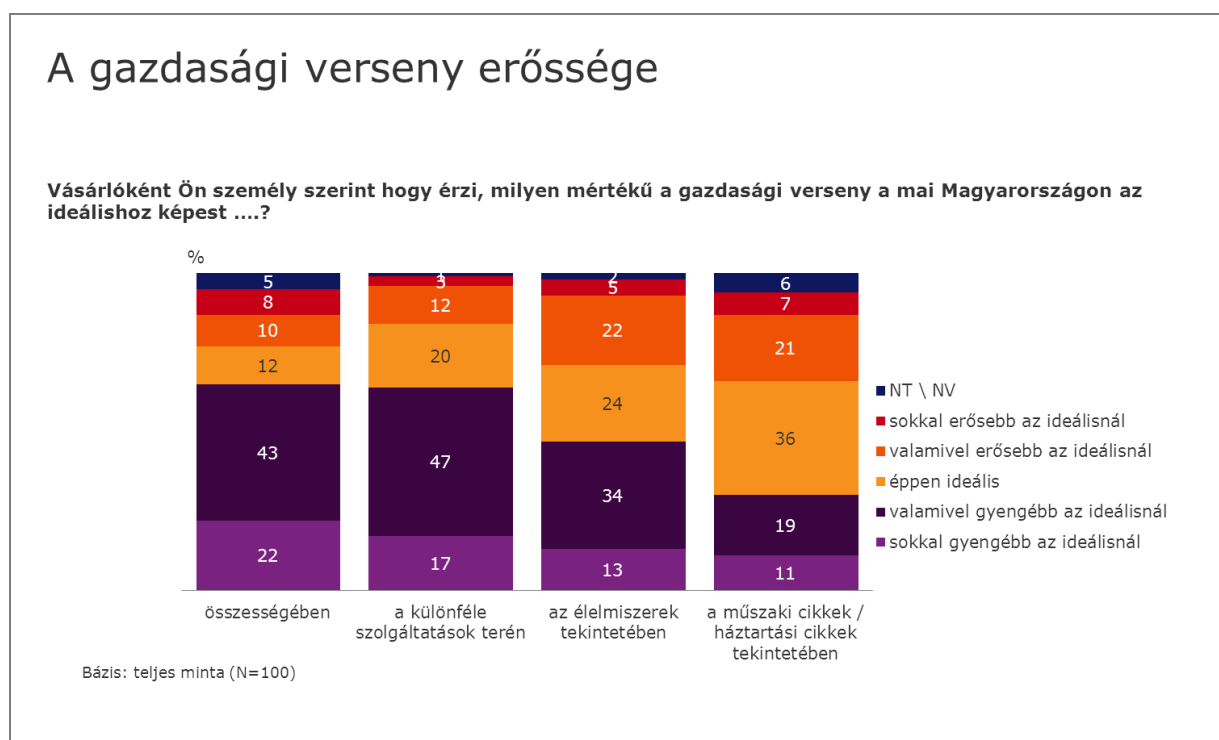
A kamarai vezetők többsége (47%) az állam és a piaci verseny szerepének a kiegyensúlyozottságát tartja kívánatosnak, míg harmada (36%) a piaci versenyt preferálja az állami szabályozással szemben, bár döntő többségük (36%-ból 30%) számára ez a piaci verseny túlsúlyát jelenti, de nem kizárólagos piaci versenyt. Az ellenkező irányú szélsőséges vélemény is ritka: csupán egytizedük tartaná kívánatosnak az állami szabályozás döntő vagy kizárólagos megvalósulását.

A piaci versennyel kapcsolatosan egyértelmű különbség mutatható ki a gazdasági és a szakmai kamarák között: előbbinél többségben vannak a piaci verseny dominanciáját kívánatosnak tartók (53%), a szakmai kamarák körében viszont a legtöbb válaszadó szerint (48%) az az ideális, ha azonos mértékű az állam és a piaci verseny szerepe.



A hazai piacon tapasztalható gazdasági verseny erősségét illetően személyes tapasztalataikról kérdeztük a kamarai tisztségviselőket általánosságban és három konkrét területen. Ha a piac egészét tekintjük, 65% gondolja úgy, hogy a piaci verseny gyengébb az ideálisnál, és csak alig több mint egytizedük (12%) tartja ideális mértékűnek a versenyt. A három terület közül ehhez hasonlóan tekintenek a különféle szolgáltatások területére is, viszont az élelmiszerek piacán már erősebb versenyt tapasztalnak, itt már csak megkérdozettek fele gondolja a versenyt az ideálisnál gyengébbnek, ugyanakkor minden negyedik válaszadó szerint ezen a területen a kívánatosnál erősebb verseny tapasztalható.

A legoptimálisabb a műszaki, illetve háztartási cikkek piaca, ahol a két szélsőséges vélemény között, az ideális versenyhelyzet megléte mellett foglalnak állást a legtöbben - a válaszadók harmada (36%).





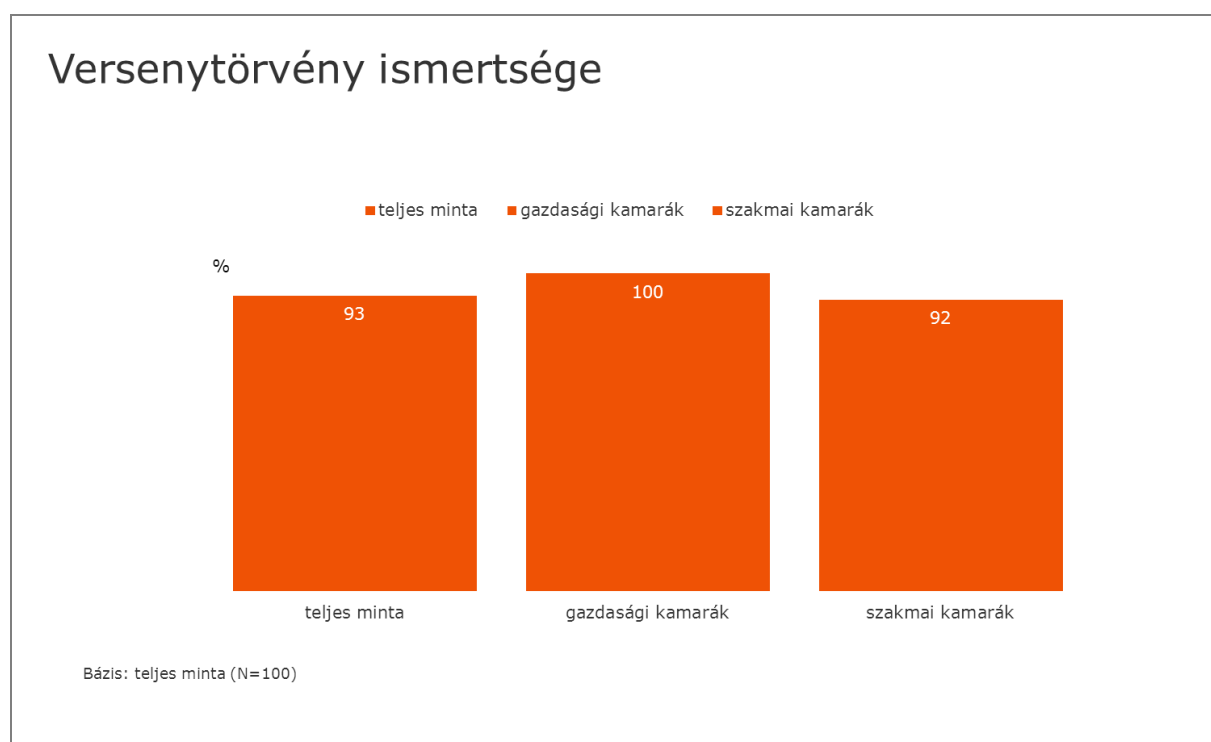
### 3. A Versenytörvény ismerete

A Versenytörvény ismertségét a korábbi évekkel megegyező módon, azonos kérdésekkel vizsgáltuk az új célcsoportban.

#### 3.1. A Versenytörvény általános ismerete

A Versenytörvény ismertsége kiemelkedően magas: 93% összességében.

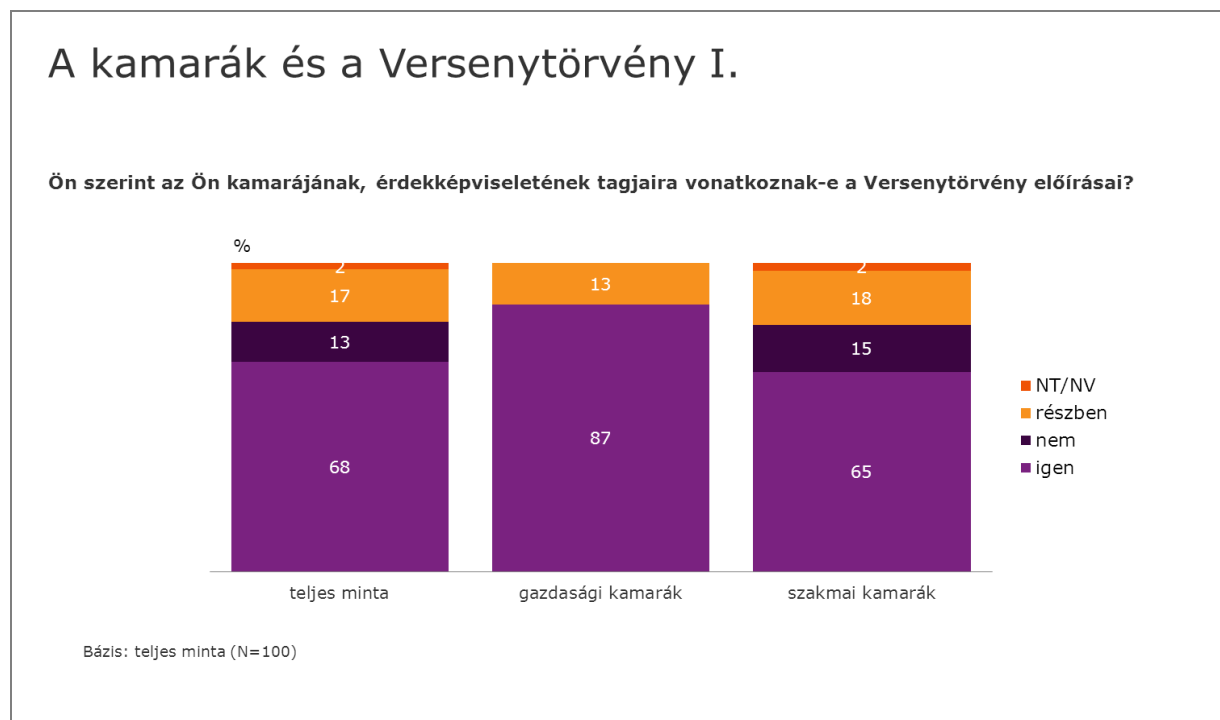
A gazdasági kamarák körében teljes körű a Versenytörvény ismerete. (Mivel a teljes mintán belül a gazdasági kamarák aránya lényegesen kisebb, a kamarai minta átlaga a szakmai kamarák átlagával esik egybe, ezért utóbbit ritkán elemezzük külön.)



### 3.2. A kamarák viszonya a Versenytörvényhez

Míg a kamarák kétharmada tisztában van azzal, hogy kamarájuk / érdekképviselőjük a Versenytörvény hatálya alá esik, a maradék harmad szerint csak részben (17%), vagy egyáltalán nem (13%) vonatkoznak rájuk a törvény előírásai.

A gazdasági kamarák esetében a teljes kamarai mintához képest magasabb azok aránya, akik úgy gondolják, hogy vonatkoznak tagjaikra a Versenytörvény előírásai (87%).

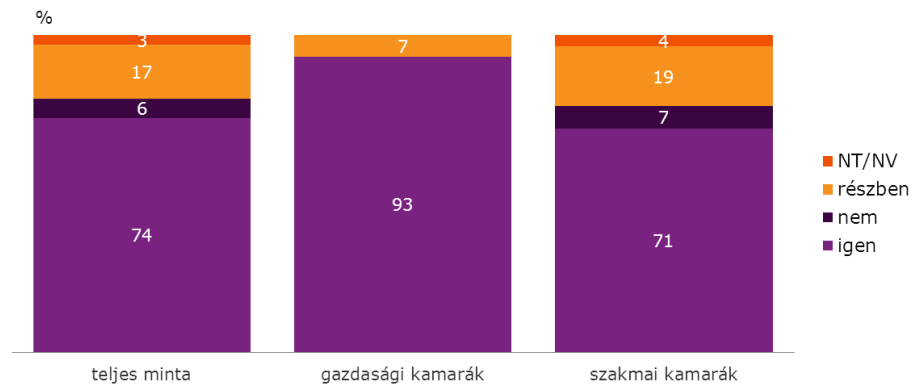


A kamarai tisztségviselők háromnegyede véli úgy, hogy tagjaik működésük során szem előtt tartják a Versenytörvény előírásait, bár közel egy ötödük (17%) egy bizonytalanabb álláspontot foglalt el, szerintük tagjaik részben tartják szem előtt a Versenytörvény előírásait.

A gazdasági kamarák esetében a magasabb ismertség nem pusztán passzív, hanem egyfajta magasabb tudatosságot jelent a kamarák részéről, így körükben 93% véli úgy, hogy tagjaik szem előtt tartják a Versenytörvény előírásait.

## A kamarák és a Versenytörvény II.

Ön szerint az Ön kamarájának, érdekképviselőinek tagjai működésük során szem előtt tartják-e a Versenytörvény előírásait?

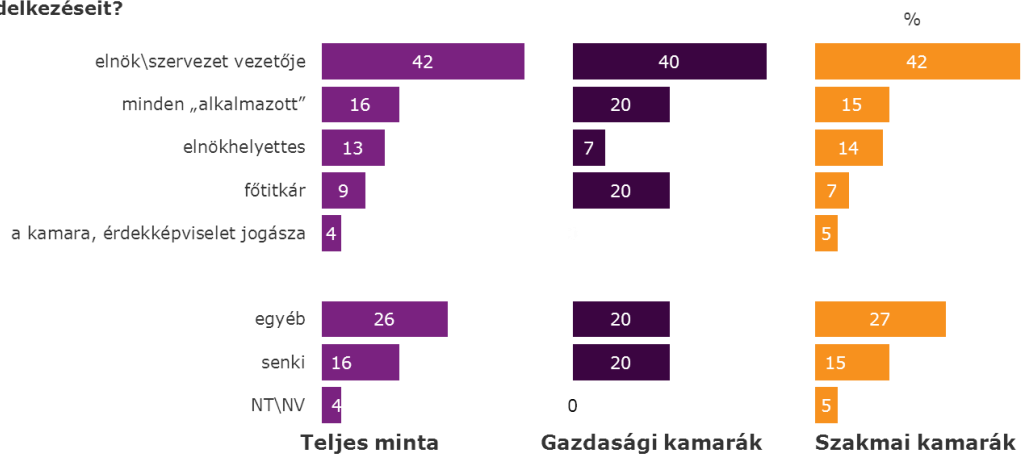


Bázis: teljes minta (N=100)

A Versenytörvény betartásáért a kamarák esetében elsősorban az elnök a felelős (42%), de ilyen felelőssége van a kamara alkalmazottainak (16%), az elnökhelyettesnek (13%), illetve a főtitkárnak (9%) is. Érdekes módon a kamara jogászát nem kapcsolják össze ezzel a feladatkörrel. Kifejezetten jelentős azon kamarák aránya, ahol senkit nem nevezetnek meg, vagy ahol valóban senkit nem tartanak felelősnek.

## A Versenytörvény betartásáért felelős személy

Az Ön kamarájának, érdekképviselőinek esetében felel-e valaki azért, hogy betartsák a Versenytörvény rendelkezéseit?



### 3.3. A Versenytörvény részletes ismerete

A Versenytörvény tartalmi elemeinek az ismeretét a Versenytörvény céljainak, hatókörének, a szabályozás területeiről való tájékozottság feltérképezésével vizsgáltuk.

#### 3.3.1. Ismeretek a Versenytörvény céljáról

A Versenytörvény célját illetően a GVH munkatársainak segítségével elkülönítettük a válaszok két csoportját: helyes (igaz) és a közvetve igaz / inkább helyes válaszokat.

A Versenytörvény célját a legtöbben a „piaci verseny szabályozásában” látják.

Kifejezetten téves elképzelések nem élnek a válaszadóknak, ugyanakkor a másik markáns megfogalmazása a versenyszabályozás céljának „a tisztességes piaci magatartás szabályainak betartása” – definíció alapvetően a GVH célja, és nem a Versenytörvényé.



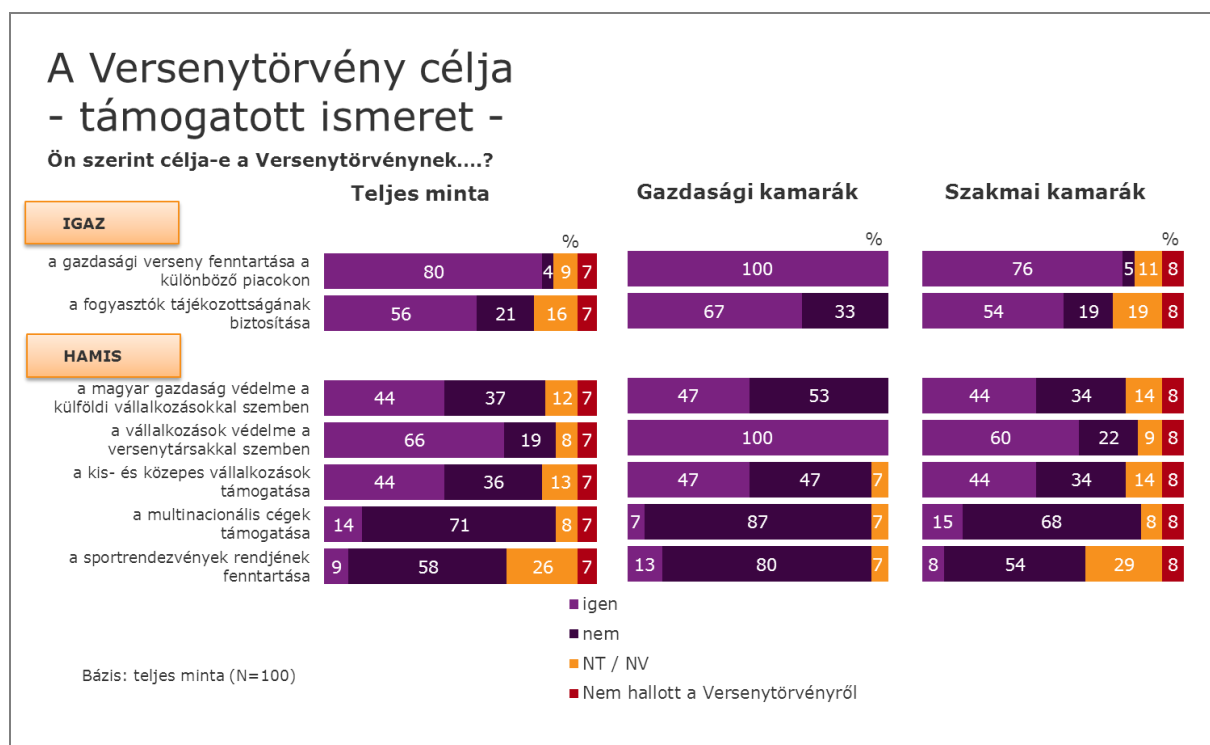
A Versenytörvény céljainak támogatott ismeretének vizsgálatában hét lehetséges meghatározásról kértük ki a kamarai tisztségviselők véleményét. Legmagasabb arányban a Versenytörvény alapvető célját („a gazdasági verseny fenntartása a különböző piacokon”) neveztek meg helyesen a célok között - a válaszadók négyötöde. A másik valós célmeghatározásról („a fogyasztók tájékozottságának biztosítása”) már jóval kevesebben, de még mindig a válaszadók többsége (56%) tudta, hogy a Versenytörvény célja.

Összesen két valós célt és öt téves célmeghatározást ismertettünk a válaszadókkal. Kiemelkedő arányban, a kamarai képviselők 66%-a véli úgy - tévesen -, hogy a „vállalkozások védelme a versenytársakkal szemben” a Versenytörvénynek valóságos célja. A téves célmeghatározások közül további két célmeghatározást vélték igaznak sokan (44-44%): „a magyar gazdaság védelme a külföldiekkel szemben”, illetve a „kis- és közepes vállalkozások támogatása”.

Semmiképpen nem azonosítják azonban a Versenytörvény céljaként a „multinacionális cégek támogatását” és a „sportrendezvények rendjének fenntartását” - a válaszadóknak csak egytizede kapcsolja ezeket a Versenytörvényhez.

A gazdasági kamarák esetében két céllal azonosítják a Versenytörvényt: „a gazdasági verseny fenntartása a különböző piacokon” és a „vállalkozások védelme a versenytársakkal szemben”, előbbivel helyesen, utóbbival nem.

A vállalkozásokkal kapcsolatos célok hangsúlyos szerepe talán a kamarák fókuszát is tükrözi.

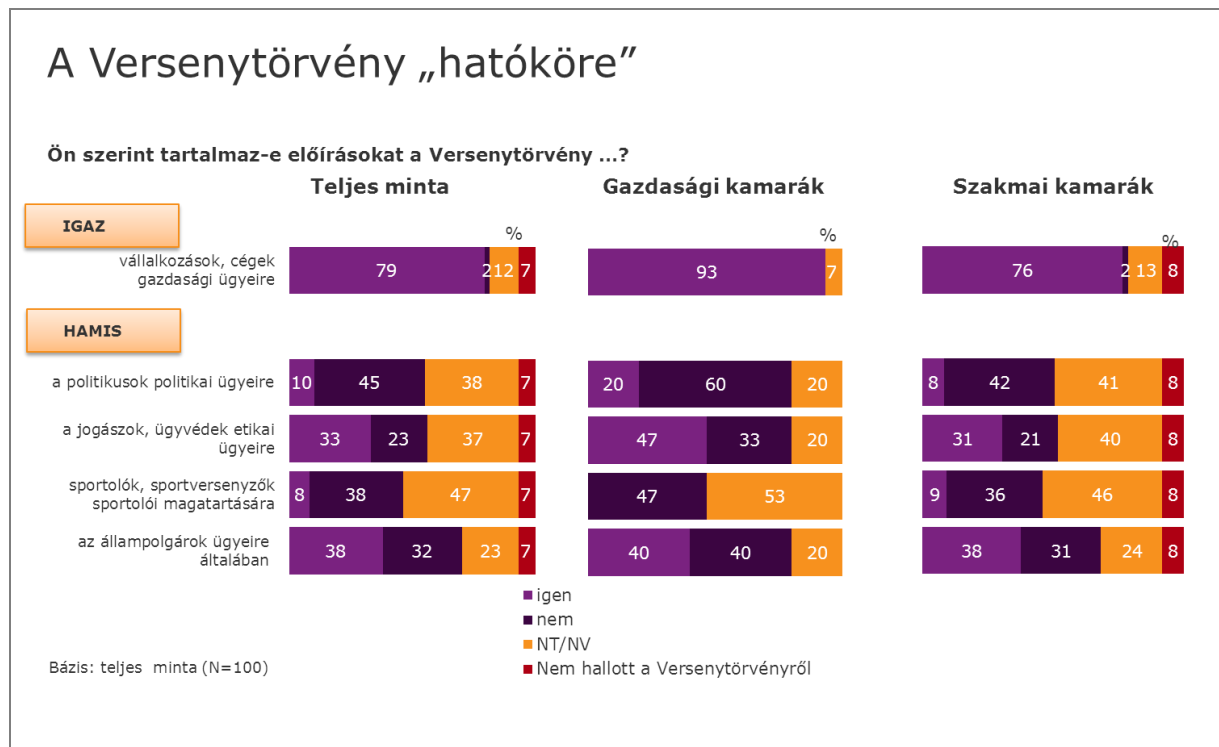


### 3.3.2. Ismeretek a Versenytörvény tartalmáról

A kamarai tisztséget viselők háromnegyede helyesen tudta, hogy a Versenytörvény a vállalkozások, cégek gazdasági ügyeire vonatkozóan tartalmaz előírásokat. A felkínált egyéb téves lehetséges területek közül az állampolgárok ügyeire általában és a jogászok, ügyvédek etikai ügyeiről még viszonylag sokan, a válaszadók harmada szintén a Versenytörvény hatáskörébe tartozó területként gondol.

A téves válaszok között a politikusok politikai ügyeit és a sportolók, sportversenyzők magatartását nem tartják a Versenytörvény hatáskörébe tartozó területeknek (csupán 10%, illetve 8% sorolja a Versenytörvény hatáskörébe tartozó területek közé), bár ezekkel kapcsolatban a 'nem tudja' válaszok magas aránya miatt inkább bizonytalanság jellemző és nem magabiztos tudás.

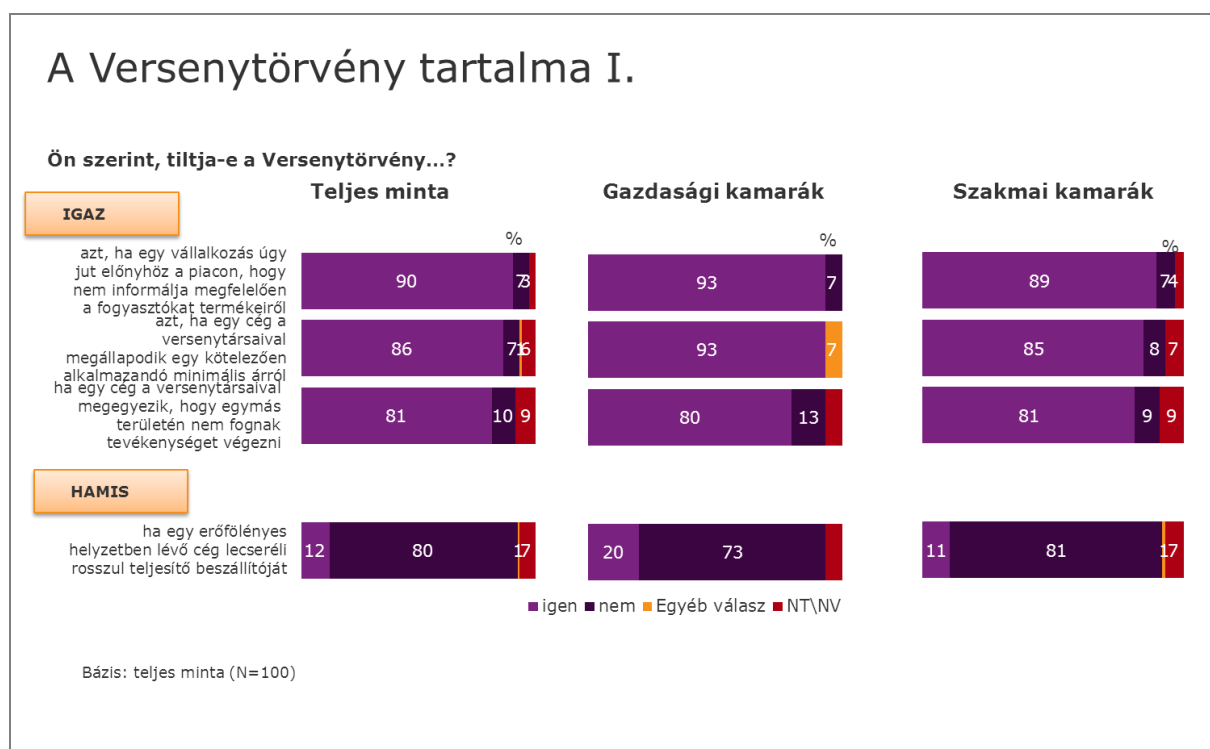
A gazdasági kamarák hasonló területeket tartanak a Versenytörvény hatáskörébe tartozónak, azonban magasabb arányban vannak közöttük azok, akik helyesen ismerik a Versenytörvény valódi hatáskörét.



Az előbbieknél sokkal tájékozottabbak a kamarai tisztségviselők a Versenytörvény tiltó rendelkezéseit illetően: amikor négy különböző gazdasági viselkedésről döntöttek, az egyes tevékenységek tekintetében a válaszadók legalább négyötöde helyes választ adott.

Legtöbben, a kamarai képviselők 90%-a a fogyasztók nem megfelelő informálásáról, a vállalkozás ezen keresztül előny szerzéséről tudták, hogy a Versenytörvény tilalma alá esik. Szintén jól, a válaszadók 86%-a ebbe a kategóriába tartozónak sorolta be azt, ha egy cég a versenytársaival megállapodik egy kötelezően alkalmazandó minimális árról. Azzal, hogy tiltott a piac egymás közötti felosztása 81% van tisztában.

A túlnyomó többség szintén helyesen tudja, de ellentétes előjellel, hogy a Versenytörvény nem tiltja, hogy 'egy erőfölényes helyzetben lévő cég lecserélje rosszul teljesítő beszállítóját'.

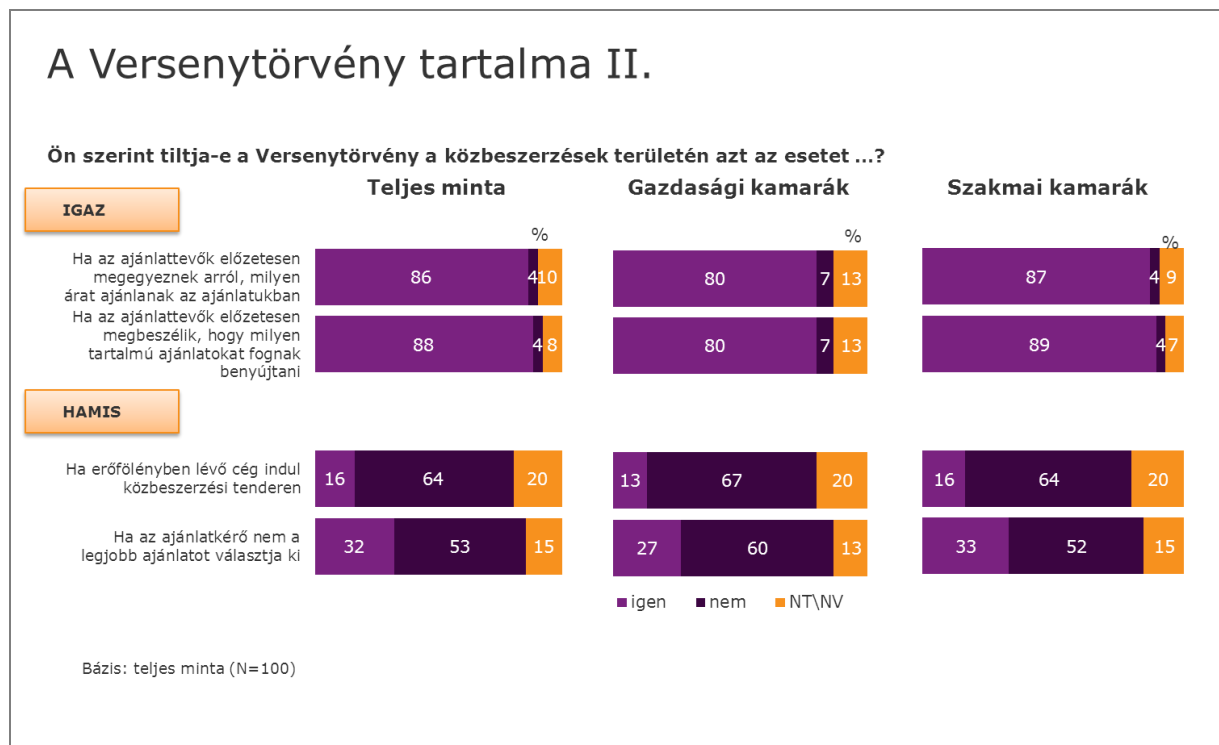




A közbeszerzésekre vonatkozó tilalmak ismeretének feltérképezéskor ismét négy tevékenységről kérdeztük a válaszadókat. A kamarai tisztviselők erre a területre vonatkozó ismeretei szintén meglehetősen pontosak: közel 90% tudja, hogy tiltott a pályázók közötti előzetes egyeztetés az árról, illetve a pályázat tartalmáról.

Mindazonáltal harmaduk tévesen gondolja, hogy a Versenytörvény tiltja azt az esetet, ha az ajánlatkérő nem a legjobb ajánlatot választja ki.

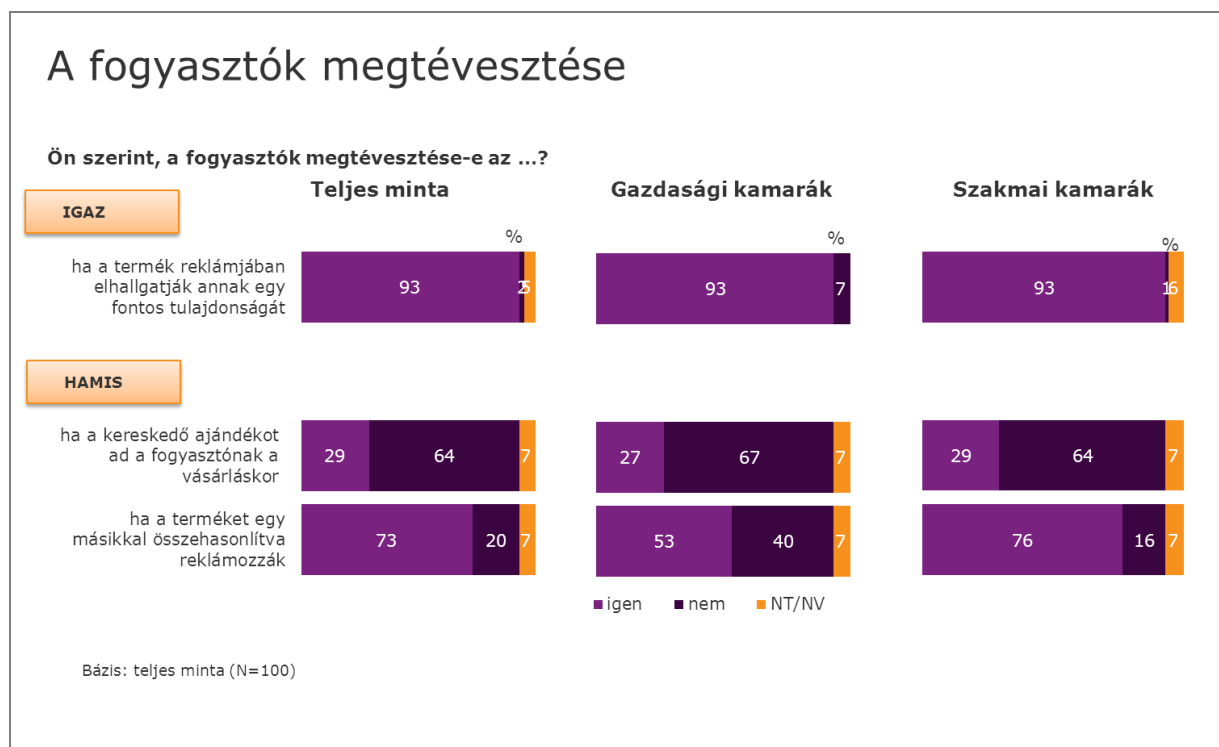
Ugyanakkor csak 16% gondolja, hogy tiltott lenne, ha erőfölényben lévő cég indul közbeszerzési tenderen.



A fogyasztók megtévesztéséről a kamarai képviselők 90%-a tartja úgy, hogy a törvény tilalma alá esik, nem egyértelmű azonban, hogy mit értenek alatta: három lehetséges értelmezést kínáltunk fel, ebből egyöntetűen a fogyasztók megtévesztésének tartják helyesen, ha a termék reklámjában elhallgatják annak egy fontos tulajdonságát (93% szerint).

A megkérdezettek háromnegyede azonban tévesen gondolja úgy, hogy az is a fogyasztók megtévesztése, ha egy terméket egy másikkal összehasonlítva reklámoznak.

A vásárló megajándékozását illetően már kevesebben tévedtek, de minden harmadik kérdezett - tehát nem elhanyagolható arányban -, ezt is a fogyasztók megtévesztésének tartja.

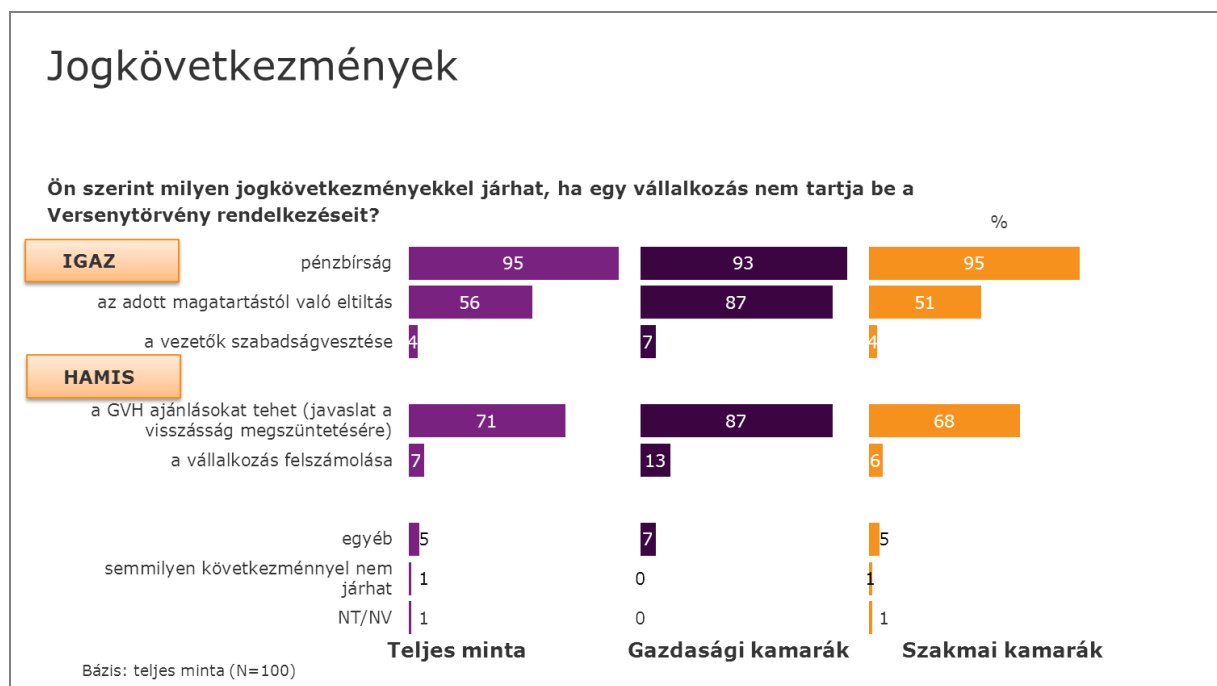


3.3.3. Ismeretek a Versenytörvény megsértésének következményeiről

A Versenytörvény megsértésének lehetséges következményeit támogatottan vizsgáltuk, itt is helyes és hamis lehetséges következményekből választhattak a kamarák képviselői. A szankciók három fő típusát tartják elképzelhetőnek, ezek közül kettő valós és egy téves: a pénzbírságot kiemelkedően magas arányban, 95%-ban említik, míg a másik valódi jogkövetkezményt, az adott magatartástól való eltiltást jóval kevesebben, csupán 56%-a a válaszadóknak.

A válaszadóink háromnegyede ítéli meg tévesen úgy, hogy a Versenytörvény megsértése a GVH ajánlását vonhatja maga után.

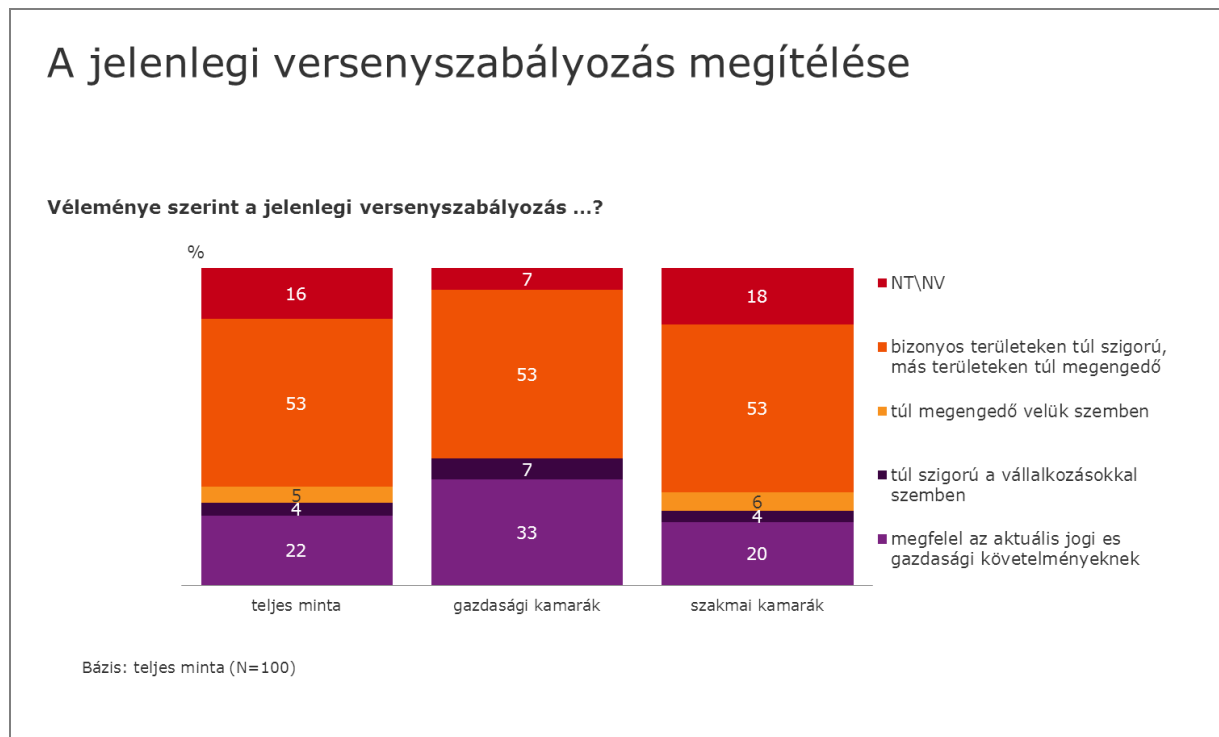
A gazdasági kamarák a három fő szankciót egyenlően magas arányban választották, kb. 90%-osan.



### 3.4. A versenyszabályozás értékelése

A versenyszabályozás megítélésében a legtöbben - a válaszadók fele -, azt az álláspontot foglalják el, hogy a jelenlegi versenyszabályozás bizonyos területeken túl szigorú, más területeken túl megengedő. A két szélsőséges véleményt kevesen osztják, csak 4%-uk szerint túl szigorú a törvény a vállalkozásokkal szemben és 5% szerint túl megengedő. Elégedett a versenyszabályozással, vagyis az aktuális jogi és gazdasági követelményeknek megfelelőnek tartja azt a kérdezettek egyötöde.

Ez utóbbi álláspont a gazdasági kamarák nagyobb csoportjára igaz, körükben minden harmadik válaszadó tartja optimálisnak a versenyszabályozást.

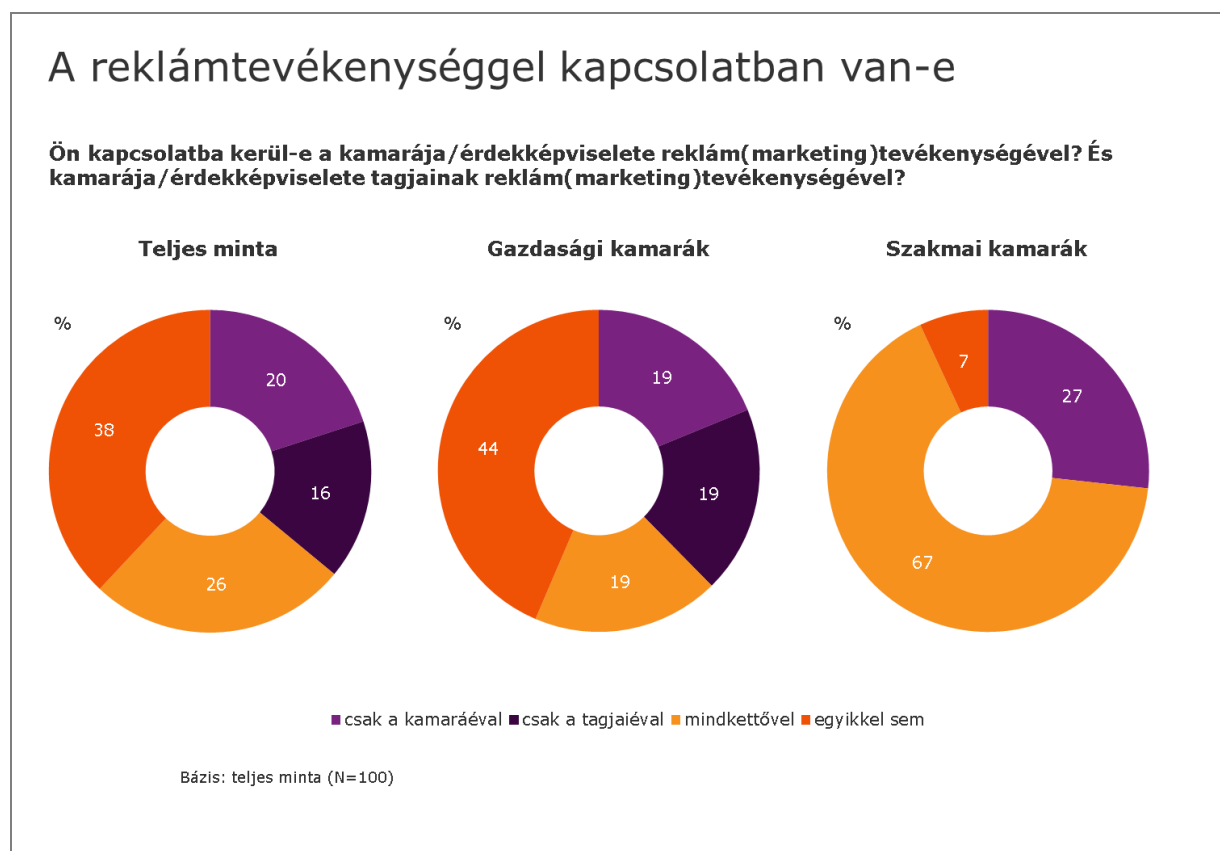


## 5. A Reklámtörvény ismerete

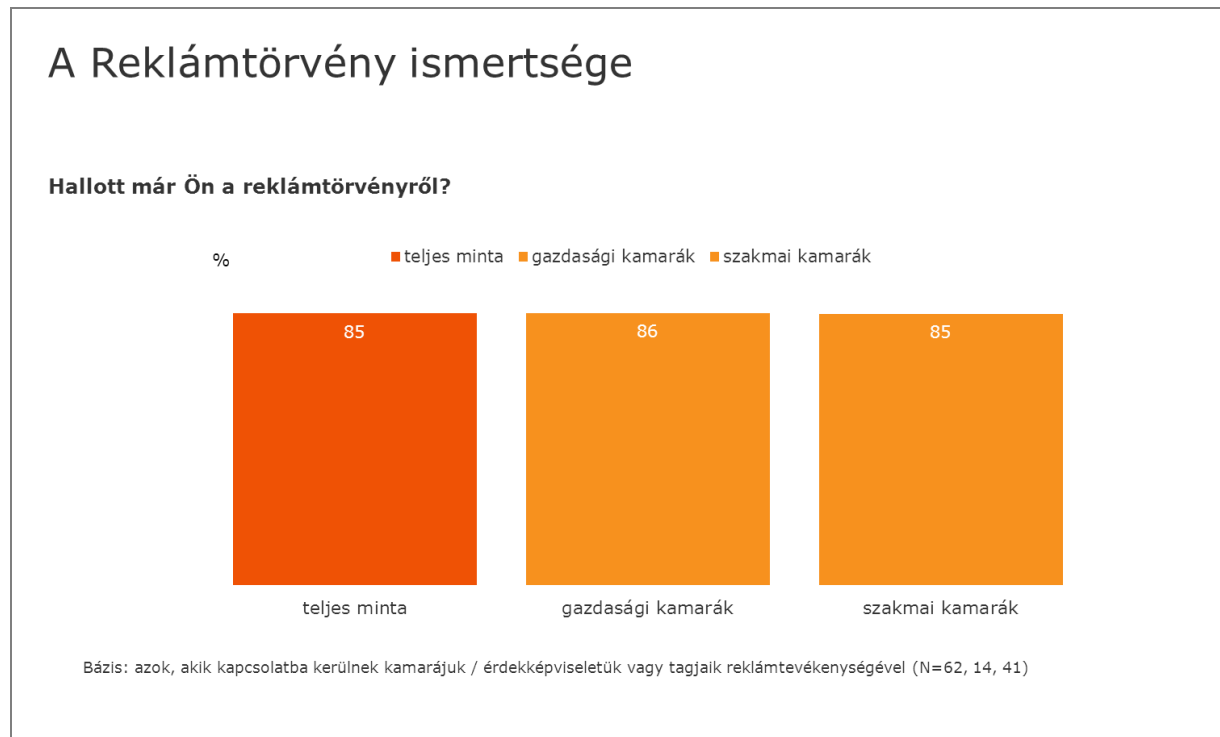
A Versenytörvényhez hasonlóan idén először a Reklámtörvény ismertségét és ismeretét is vizsgáltuk.

### 5.1. A Reklámtörvény általános ismerete

Saját kamarájuk, illetve érdekképviselőjük, vagy tagjainak a reklám (marketing) tevékenységével, esetleg mindkettővel a megkérdezettek közel kétharmada kapcsolatba kerül. A Reklámtörvényről szóló kérdéseket csökkentett bázison, csak tőlük kérdeztük.

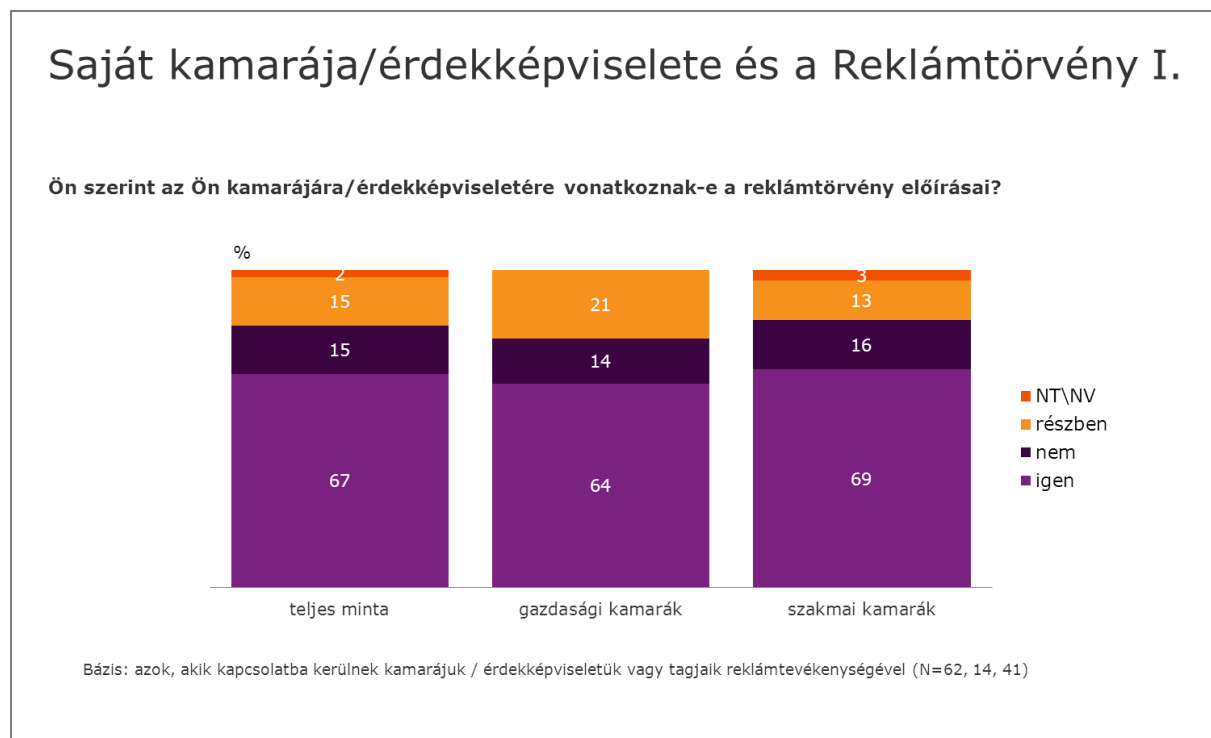


A Reklámtörvény ismertsége magasnak mondható: 85% hallott már róla. (Ez alig marad el a Versenytörvény ismertségétől, ami 93%.)



## 5.2. A kamara viszonya a Reklámtörvényhez

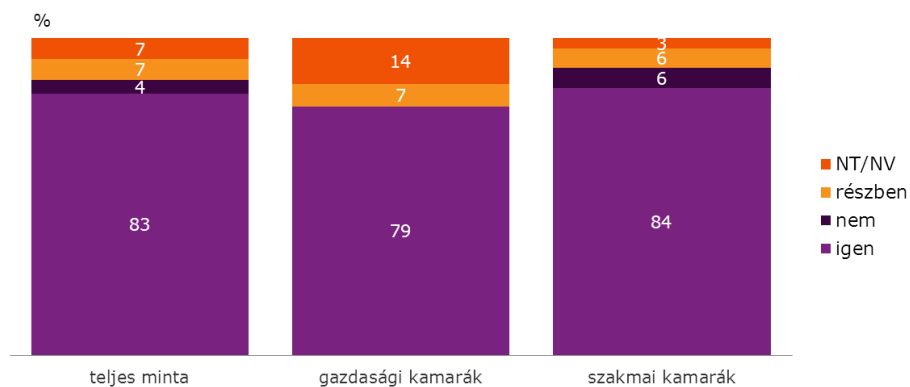
A Versenytörvényhez hasonló arányban vonatkoztatják kamarájukra a Reklámtörvény előírásait a megkérdezettek: kb. kétharmaduk szerint vonatkoznak rájuk a Reklámtörvény előírásai.



Azon kamarai tisztségviselők között, akik vagy saját vagy tagjaiknak a reklám (marketing) tevékenységével kapcsolatba kerülnek, 83%-a úgy értékeli, hogy működésük során szem előtt tartják a Reklámtörvény előírásait.

## Saját kamarája/érdekképviselőte és a Reklámtörvény II.

Ön szerint az Ön vállalkozása működése során szem előtt tartja-e a Reklámtörvény előírásait?

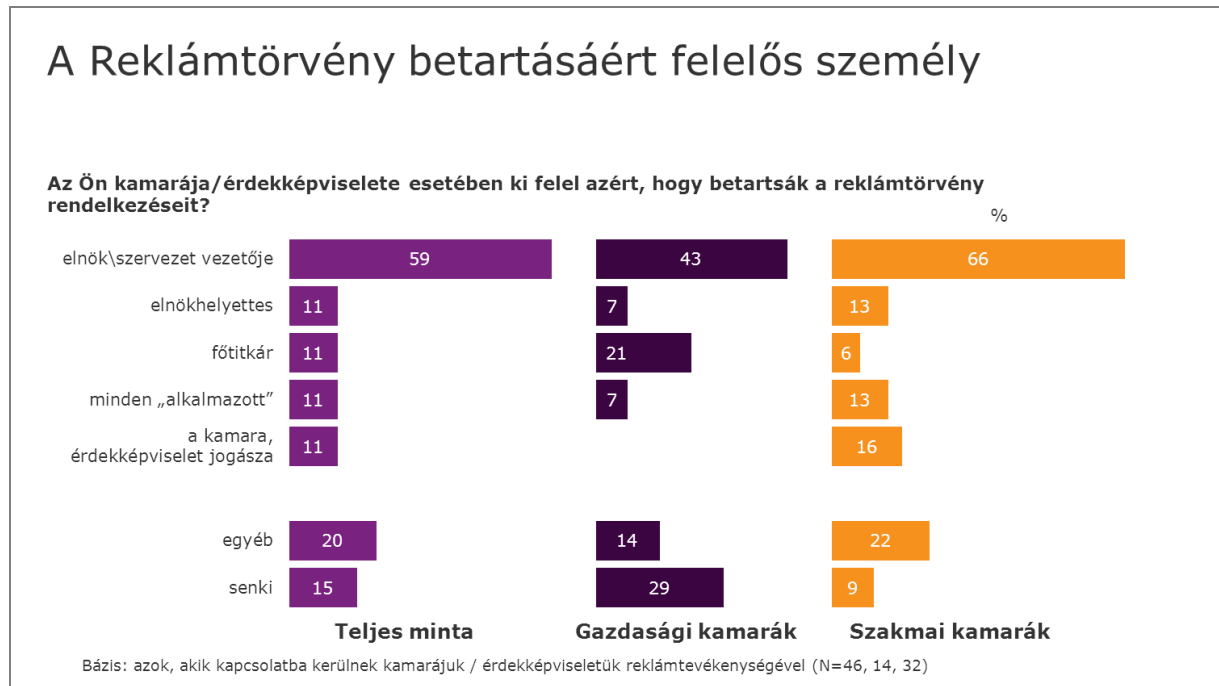


Bázis: azok, akik kapcsolatba kerülnek kamarájuk / érdekképviselőjük vagy tagjaik reklámtevékenységével (N=62, 14, 41)



A Versenytörvény betartásához képest a Reklámtörvény betartásáért fokozottabb a kamara elnökének egyszemélyes felelőssége: az esetek 59%-ában az elnök a felelős, és nincs más olyan pozíció, ami kiemelkedne, és a feladat dedikált felelőseként jelenne meg.

Minden ötödik kamaránál azonban egyáltalán nincs felelőse a Reklámtörvény betartásának.



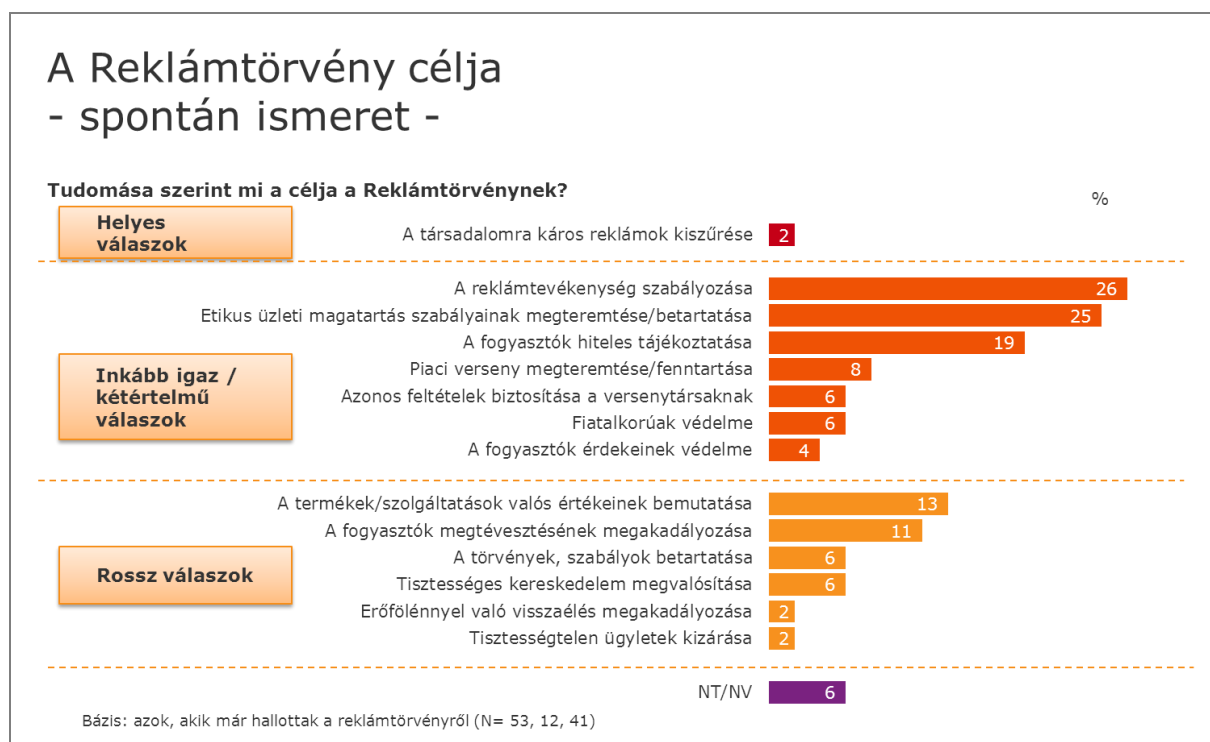
### 5.3. A Reklámtörvény részletes ismerete

#### 5.3.1. Ismeretek a Reklámtörvény céljáról

A Versenytörvényhez hasonlóan a Reklámtörvény célját illetően is külön csoportokba rendeztük a válaszokat a GVH munkatársainak segítségével: helyes (igaz), inkább igaz/kétértelmű és egyértelműen rossz válaszokat különítettünk el.

A Reklámtörvény leglényegibb célját - „a társadalomra káros reklámok kiszűrése” - spontán elenyészően kevesen nevezték meg. A legtöbben általánosabb értelemben ragadták meg a célt, jórészt a szabályozás, a szabályok betartatásának témaköréhez kapcsolódóan.

Számosan vannak olyan képviselők, akik olyan célokat vélelmeznek a Reklámtörvény céljaként, amelyek a valóságban nem azok: a legtöbben a termékek/szolgáltatások valós értékeinek bemutatását és a fogyasztók megtévesztésének megakadályozását vélelmezik tévesen a reklámtörvény céljaként.

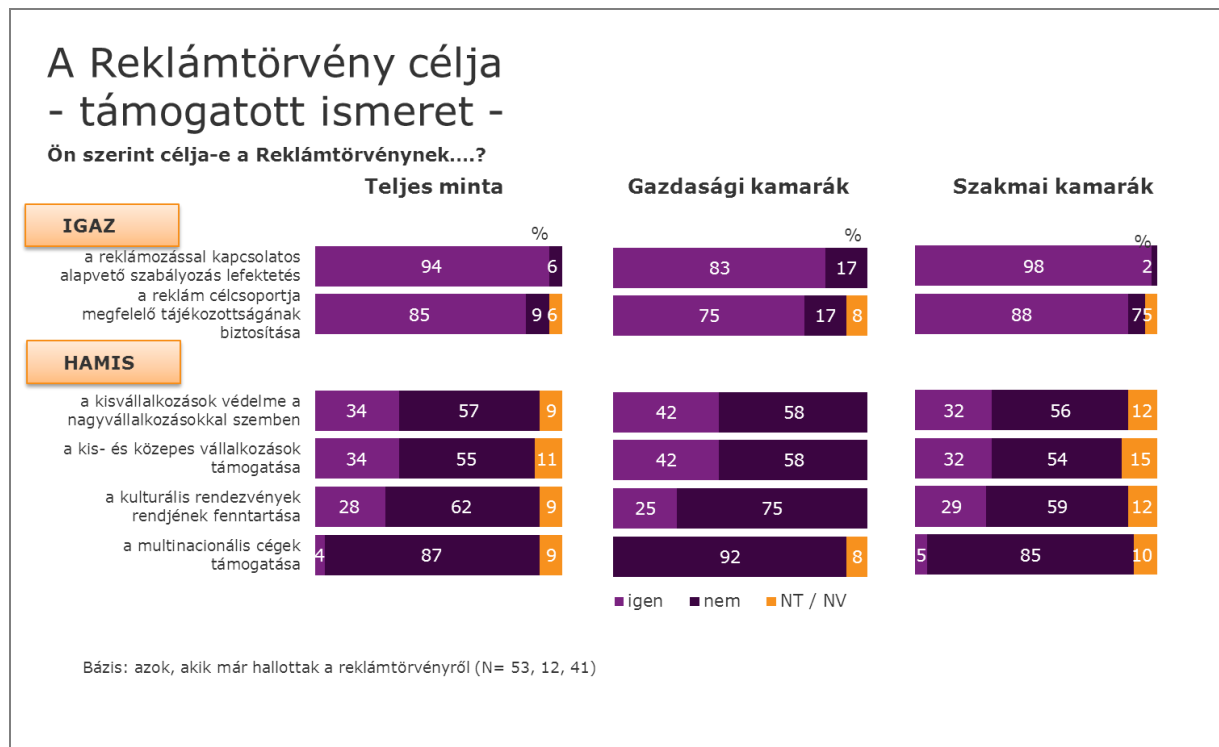


A Reklámtörvény céljának támogatott ismertsége jóval egyértelműbb képet mutat: két valós és öt fiktív cél segítségével vizsgáltuk, hogy mit tartanak a Reklámtörvény céljának a kamarai képviselők.

Világosan kettéválnak a valódi és hamis célok: négyből öt válaszadó szerint cél a reklámozással kapcsolatos alapvető szabályozás lefektetése és a reklám célcsoportja megfelelő tájékozottságának biztosítása.

Annál a négy állításnál viszont, ahol a nem volt a helyes válasz, a válaszadóknak maximum a harmada tartotta lehetséges célnak.

(Abban, hogy a Versenytörvényhez képest könnyebben társítják a Reklámtörvényhez annak céljait, szerepet játszhat az is, hogy erősebb és egyben konkrétabb asszociációs kört hív be a reklám szó, ami segíti a helyes válaszadást. Ez a vállalkozások vezetői megkérdezése során is hasonlóan alakult.)

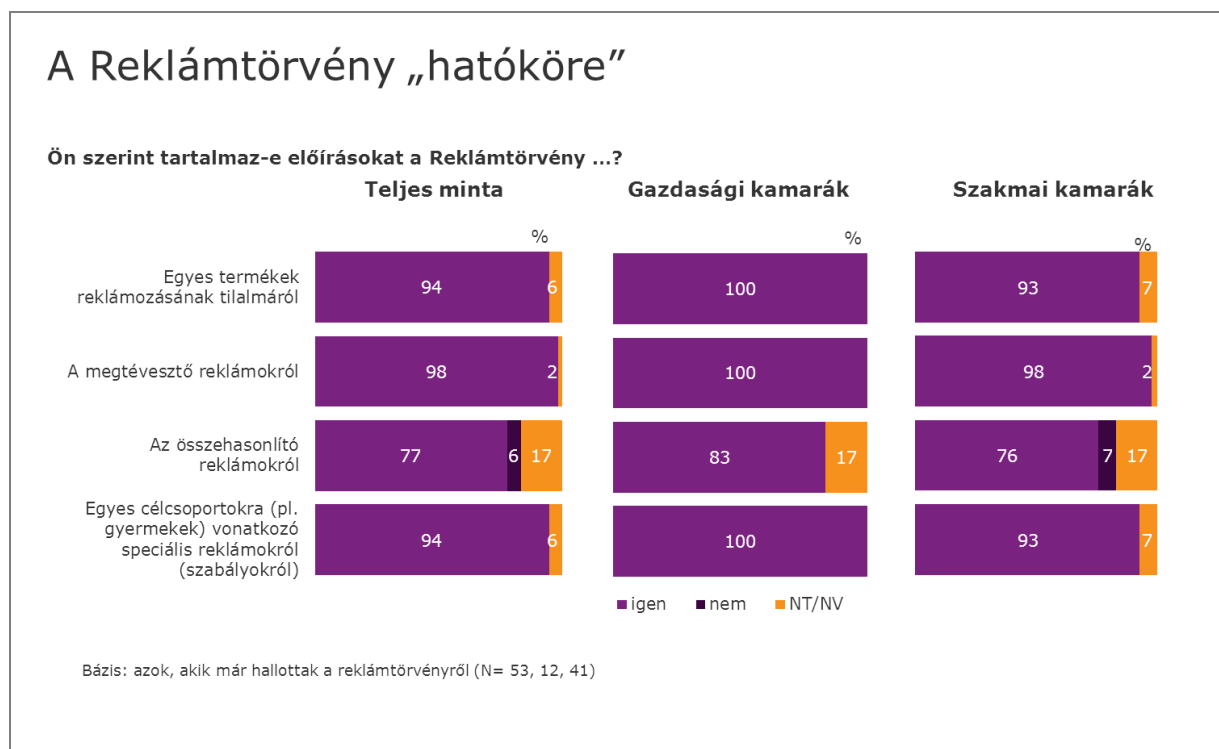


### 5.3.2. Ismeretek a Reklámtörvény tartalmáról

A Reklámtörvény tartalmának vizsgálatakor a kutatásban bevett módtól eltérően csak olyan területekről kérdeztük a tisztségviselőket, amelyek valóban a Reklámtörvény hatókörébe tartoznak, így nincs lehetőség a helyes és hamis állításokra adott téves és pontos válaszok áttekintésére.

Szinte valamennyi kamarai tisztségviselő számára ismert, hogy a Reklámtörvény a megtévesztő reklámokra, az egyes termékek reklámozásának tilalmára és egyes célcsoportokra vonatkozó speciális reklámszabályokra tartalmaz előírásokat.

Valamivel alacsony arányban, 77% számára tudott, hogy az összehasonlító reklámokra is vannak előírásai a Reklámtörvénynek.

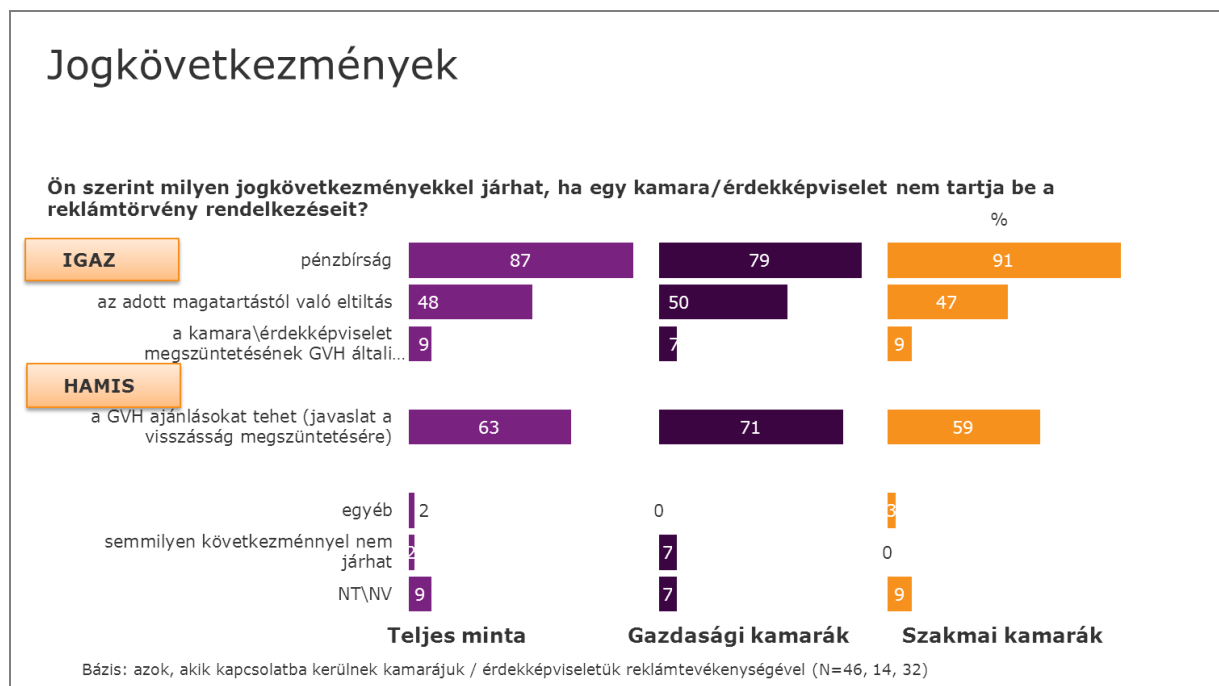


### 5.3.3. Ismeretek a Reklámtörvény megsértésének következményeiről

A Reklámtörvény be nem tartásának következményeiként felsoroltak egybecsengenek a Versenytörvény megsértésének lehetséges következményeivel. Elsődlegesen a pénzbírságot említik, 87%, míg a másik valós jogkövetkezményt, az adott magatartástól való eltiltást csak a válaszadók fele.

Ennél többen tudják úgy, hogy a Reklámtörvény megsértése esetén a 'GVH ajánlásokat tehet' - a válaszadóink kétharmada nevezte meg tévesen ezt a lehetséges jogkövetkezményt.

A gazdasági kamarák esetében a 'GVH ajánlásokat tehet' válasz aránya magasabb, mint a kamarai mintában.

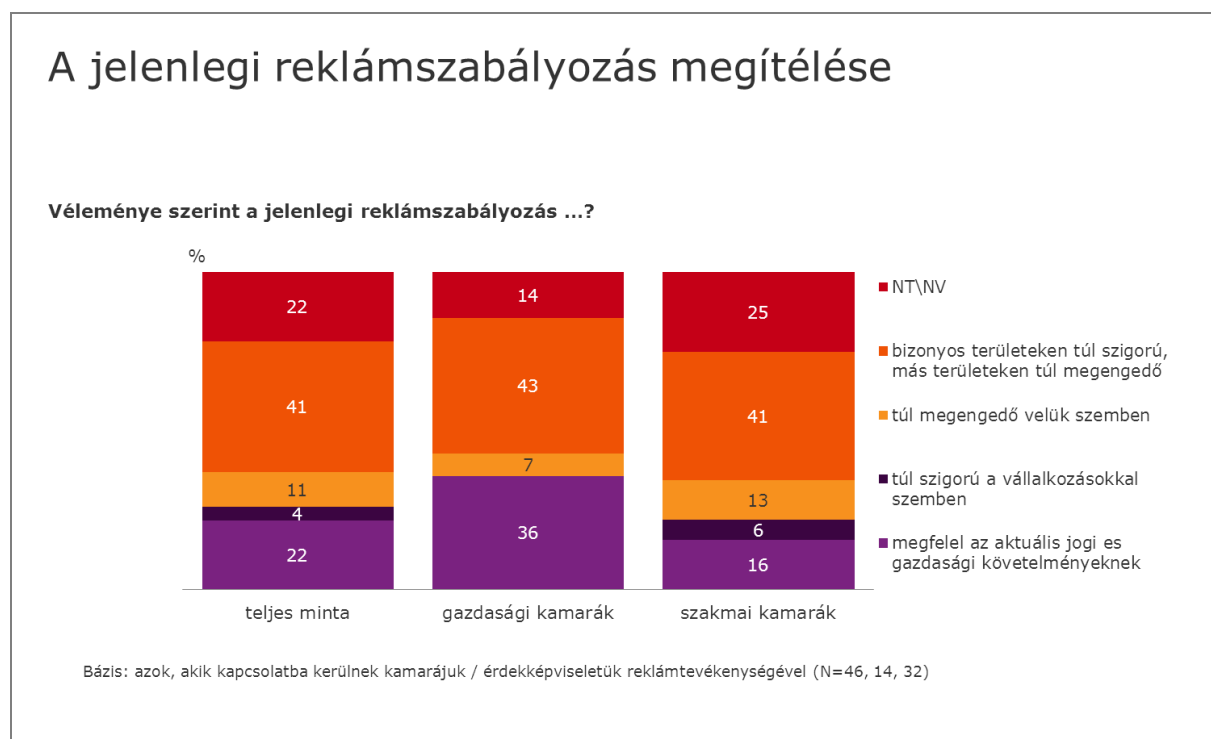


#### 5.4. A reklámszabályozás értékelése

A jelenlegi reklámszabályozást az aktuális jogi es gazdasági követelményeknek megfelelőnek a válaszadók 22%-a tartja. Minden ötödik válaszadó nem tudta megítélni, a legtöbben pedig (41%) egy köztes véleményt fogalmaztak meg: a jelenlegi reklámszabályozás bizonyos területeken túl szigorú, más területeken túl megengedő – ami szintén tükrözhet egyfajta nem elégséges ismeretből eredő bizonytalanságot.

A két szélső álláspontot kevesen foglalták el: csak 4%-uk szerint túl szigorú a vállalkozásokkal szemben és 11% szerint túl megengedő.

Az optimális értékelést adók aránya a gazdasági kamarák berkein belül itt is magasabb: 36%-uk elégedett a reklámszabályozással, jóllehet közöttük sem ezt az álláspontot foglalják el a legtöbben.

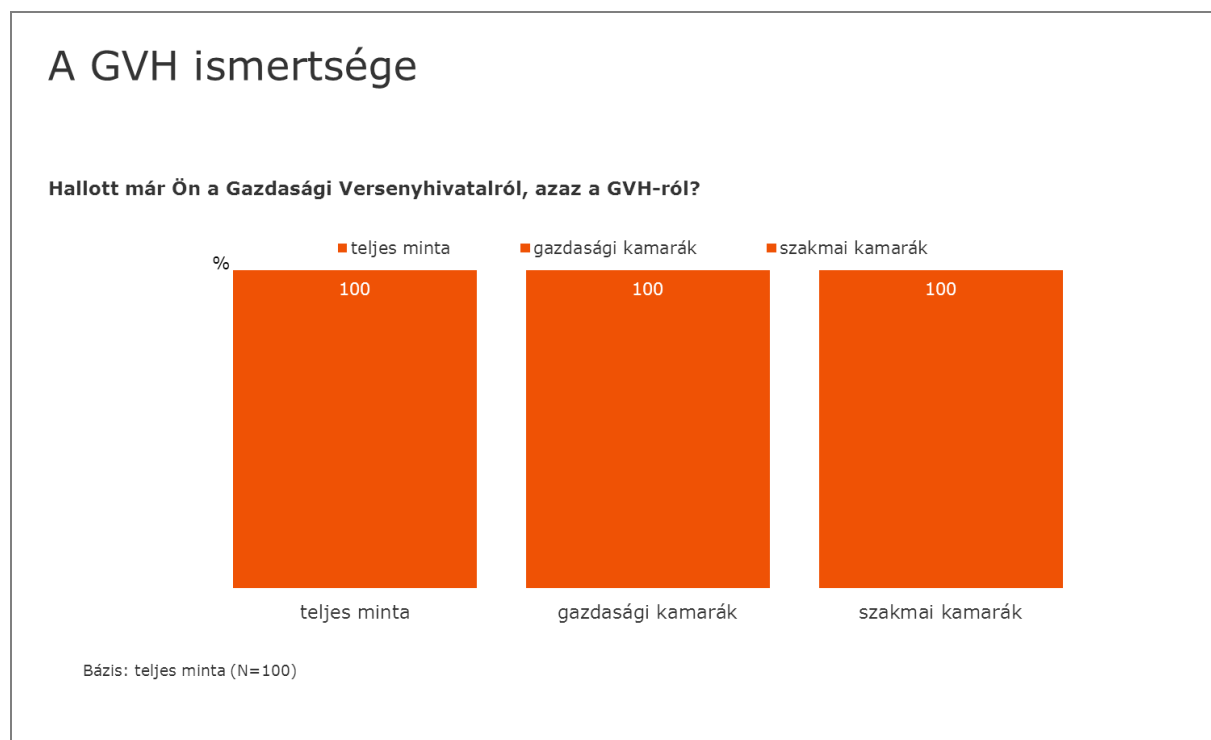


## 4. A GVH ismertsége, megítélése

A Gazdasági Versenyhivatal ismertségét és megítélését a tájékozottság mértéke, a GVH működésének részletei és a GVH-ról kialakított kép mentén vizsgáltuk.

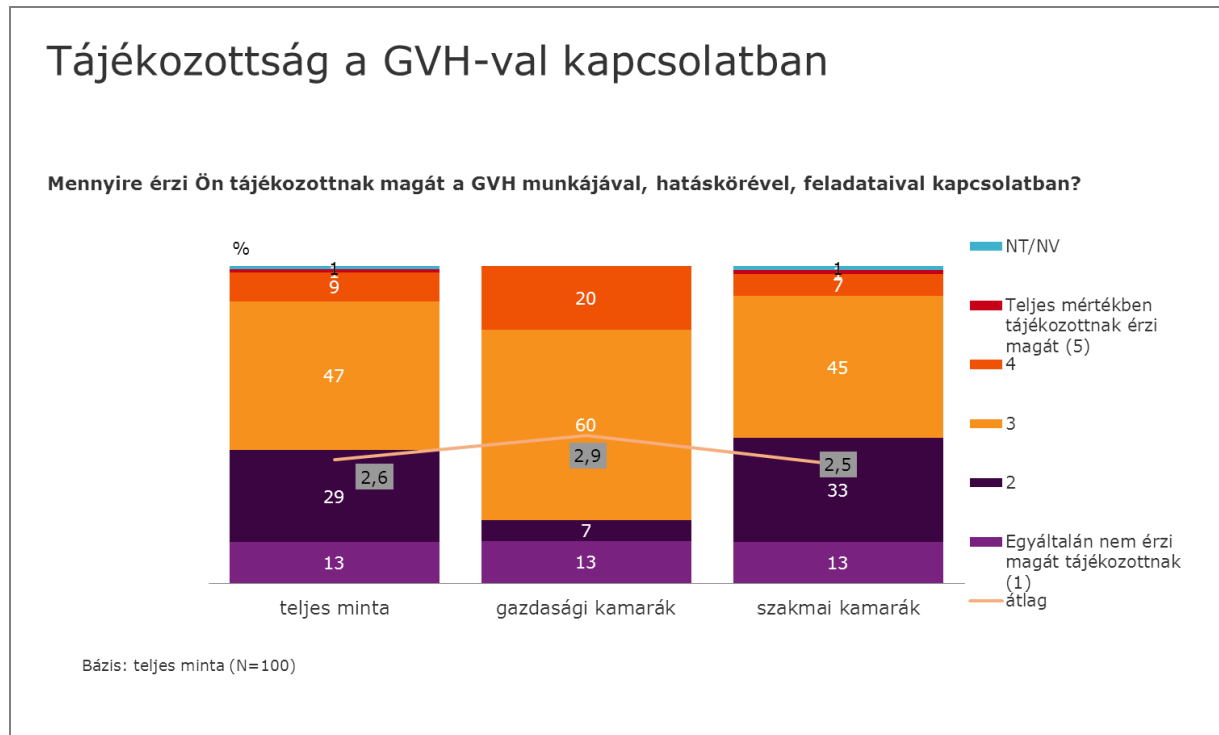
### 4.1. A GVH általános ismertsége

A GVH teljes körűen ismert a kamarák vezetői között, valamennyien hallottak róla.



A megkérdezettek legnagyobb csoportja közepesen tartja magát tájékozottnak a GVH munkájával, hatáskörével, illetve feladataival kapcsolatban. Inkább tájékozottnak (4-es vagy 5-ös válasz az 1-5-ig terjedő skálán) a kamarai vezetők egytizede tartja magát, 42%-uk pedig nem érzi magát tájékozottnak (1-es vagy 2-es válasz az 1-5-ig terjedő skálán).

A gazdasági kamarák vezetői között magasabb arányban vannak azok, akik közepesen tartják magukat tájékozottnak a GVH munkáját illetően, és ezzel párhuzamosan közöttük kevesebben vannak, akik egyáltalán vagy inkább nem gondolják tájékozottnak magukat (20%).



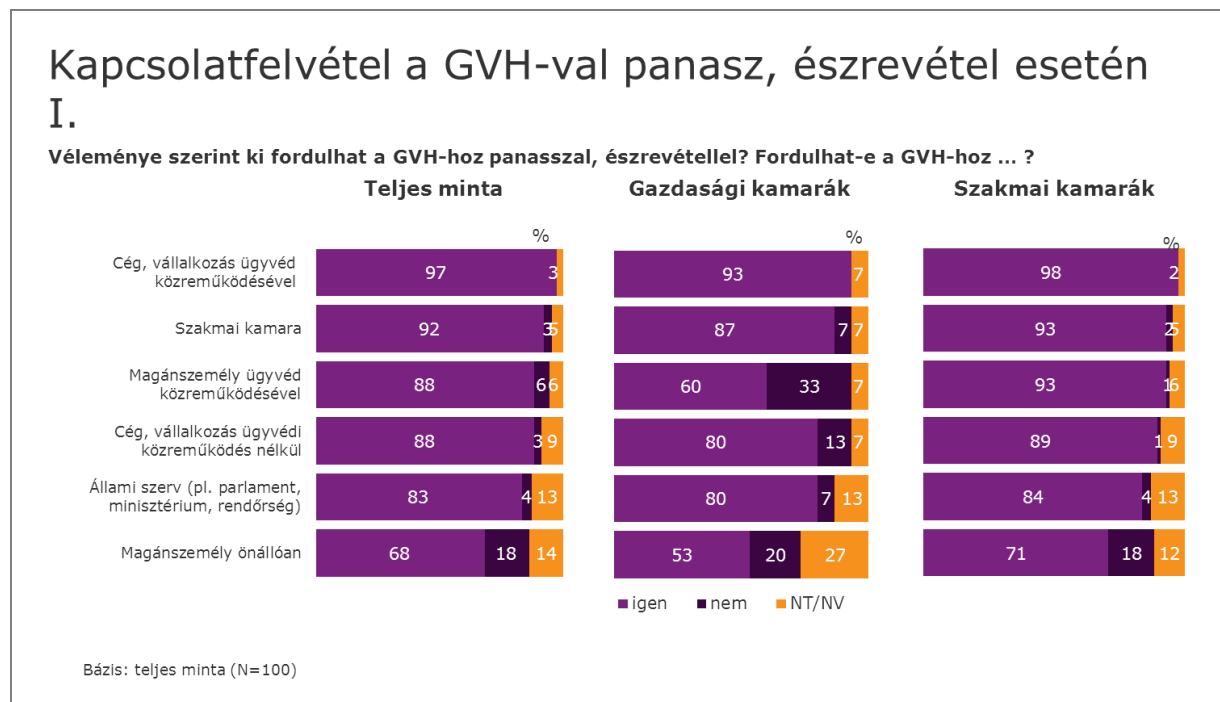


#### 4.2. A GVH működésének az ismerete

Abban a kérdésben, hogy panasszal, észrevétellel ki fordulhat a GVH-hoz, hat érvényes lehetőséget ismertettük a válaszadókkal, és kilenctizedük legalább négy lehetőséget megnevezett a felkínáltak közül, de 60%-uk jól tudta, hogy bárki (az összes felsorolt személy vagy szervezet) a GVH-hoz fordulhat.

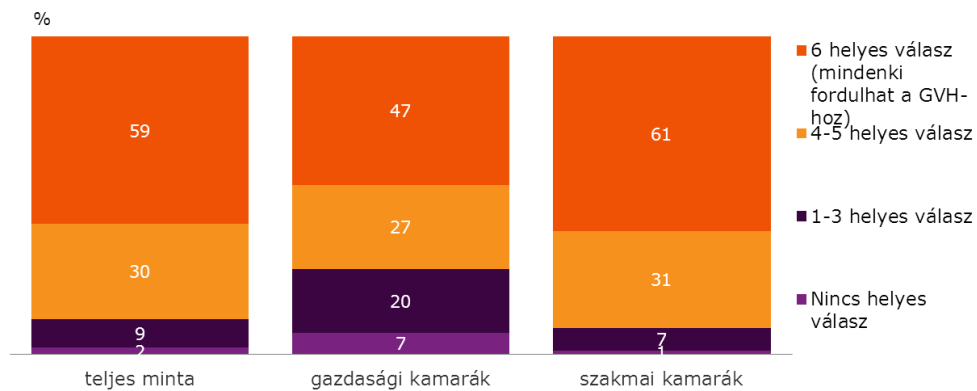
A legkevesebben azt tudták, hogy magánszemély önállóan is fordulhat a GVH-hoz (68%).

A gazdasági kamarák esetében ez kiegészül azzal, hogy köztük az is kevésbé ismert, hogy magánszemély ügyvédi közreműködéssel is fordulhat a GVH-hoz.



## Kapcsolatfelvétel a GVH-val panasz, észrevétel esetén II.

Véleménye szerint ki fordulhat a GVH-hoz panasszal, észrevétellel? Fordulhat-e a GVH-hoz ... ?

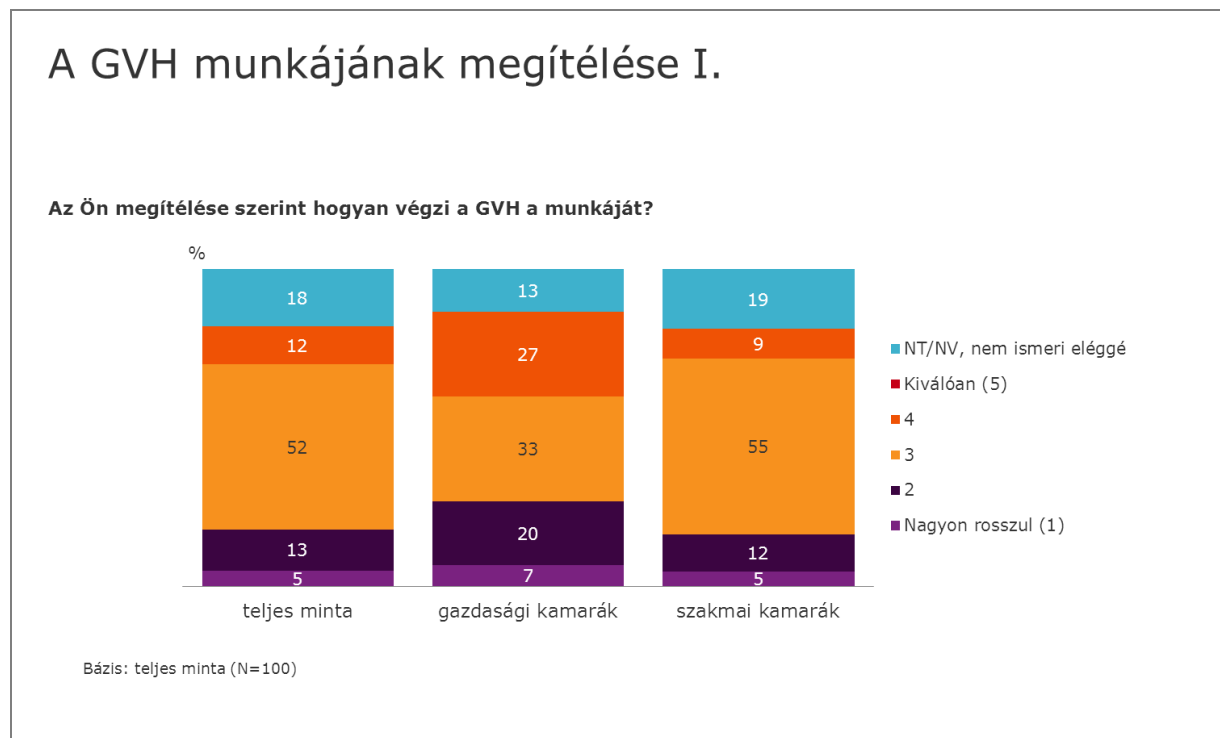


Bázis: teljes minta (N=100)

### 4.3. A GVH megítélése

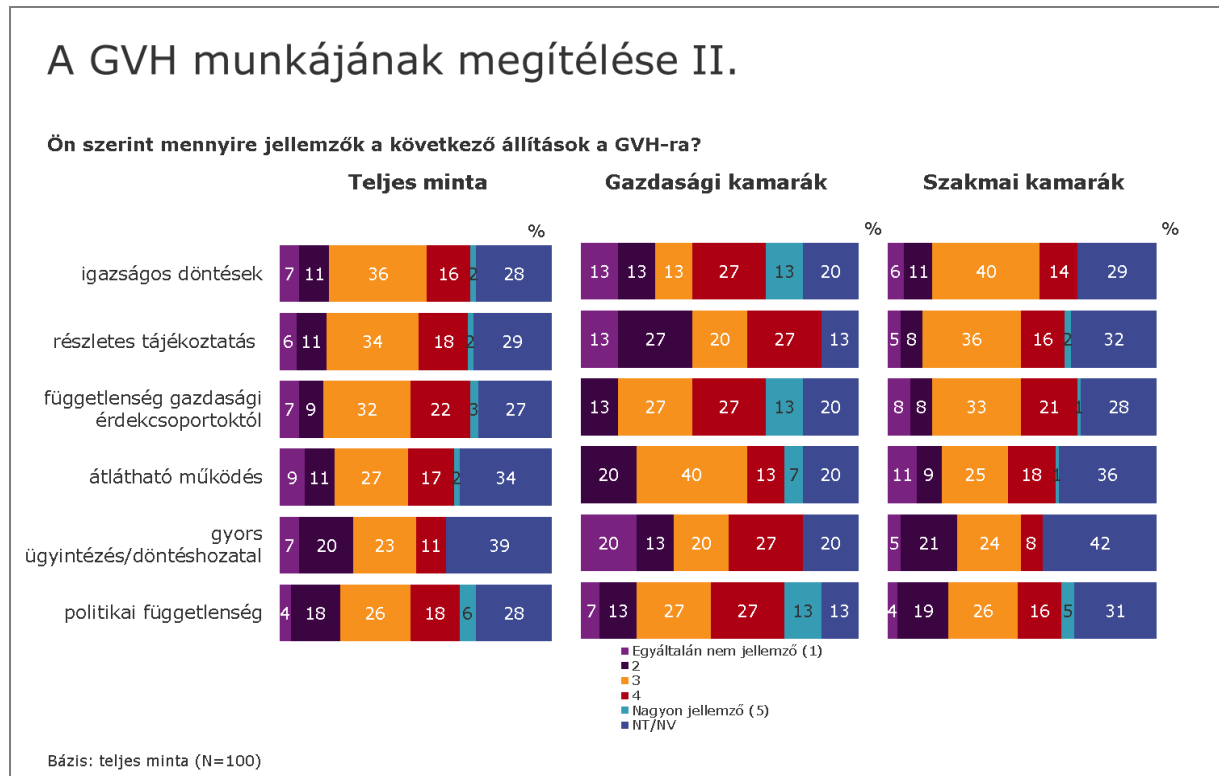
A GVH munkájának megítélésekor bizonytalanság tapasztalható a kamarai tisztségviselők között: minden ötödik válaszadó tartózkodott az állásfoglalástól, úgy érezte nincs elégséges információja ahhoz, hogy állást foglaljon. További 52% közepesnek ítélte azt, ahogyan a GVH a munkáját végzi. Valamilyen irányban csak minden harmadik válaszadó foglalt állást, nagyon kedvezően csak a válaszadók tizede értékelte, nagyon kedvezőtlenül közel egyötödük.

A kétfajta kamara között jelentős különbség, hogy a gazdasági kamarák körében bár szintén magas a közepes értékelést adók aránya, de összességében kedvezőbben ítélik meg a GVH által végzett munkát.



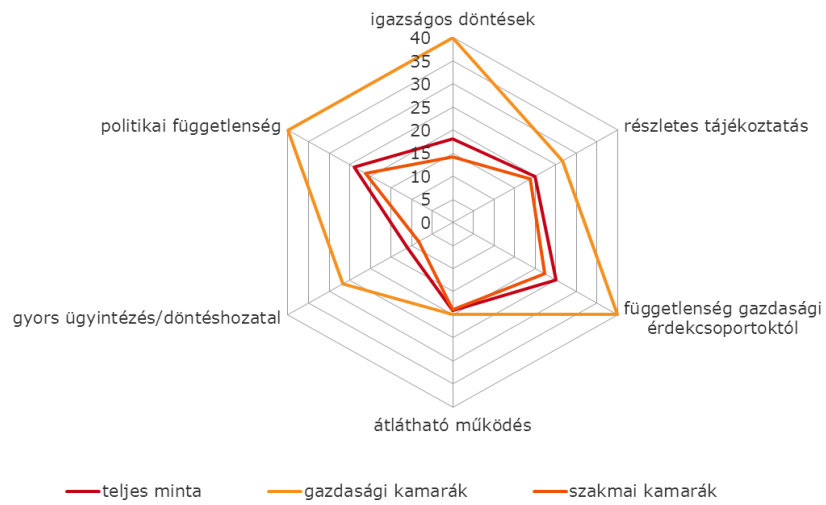
A GVH működésének megítélésben nincs olyan jellemző, amit egyértelműen a GVH-hoz kötnének. Az, hogy szemmel látható módon a függetlenséget társítják hozzá a kamarai tisztségviselők a legerősebben, mind a politikai, mind a gazdasági érdekcsoportoktól való függetlenség értelmében, a gyors ügyintézés és döntéshozatalt pedig a legkevésbé – mind olyan értékelések, amelyeket pusztán a Gazdasági Versenyhivatal neve is előhívhat a válaszadóknak.

A gazdasági kamarák esetében ugyanakkor az igazságosság is olyan jellemző, amit egyértelműen a GVH-hoz kötnek.



## A GVH munkájának megítélése III.

Ön szerint mennyire jellemzők a következő állítások a GVH-ra?



Bázis: teljes minta (N=100)

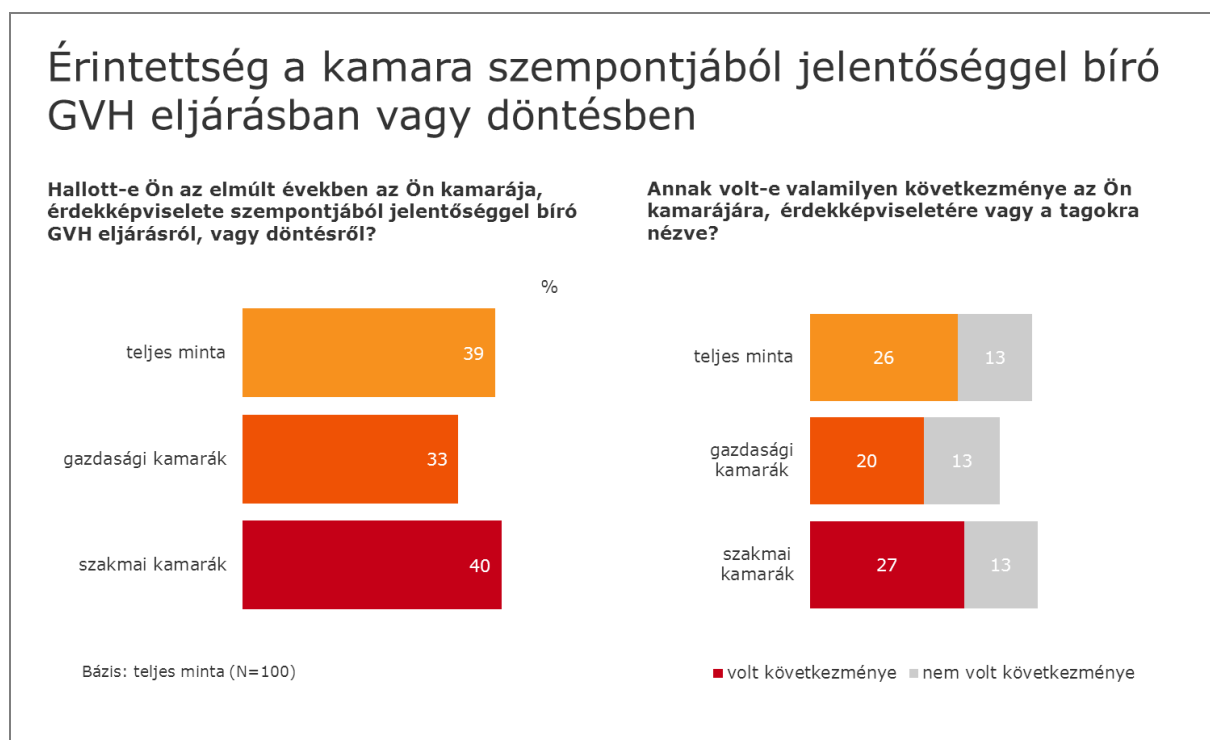
## 6. Érintettség GVH eljárásban

Néhány kérdés erejéig a kamarák saját GVH eljárásban szerzett tapasztalatait, illetve a tájékozódási forrásaikat is érintettük.

### 6.1 Érintettség GVH eljárásban vagy döntésben

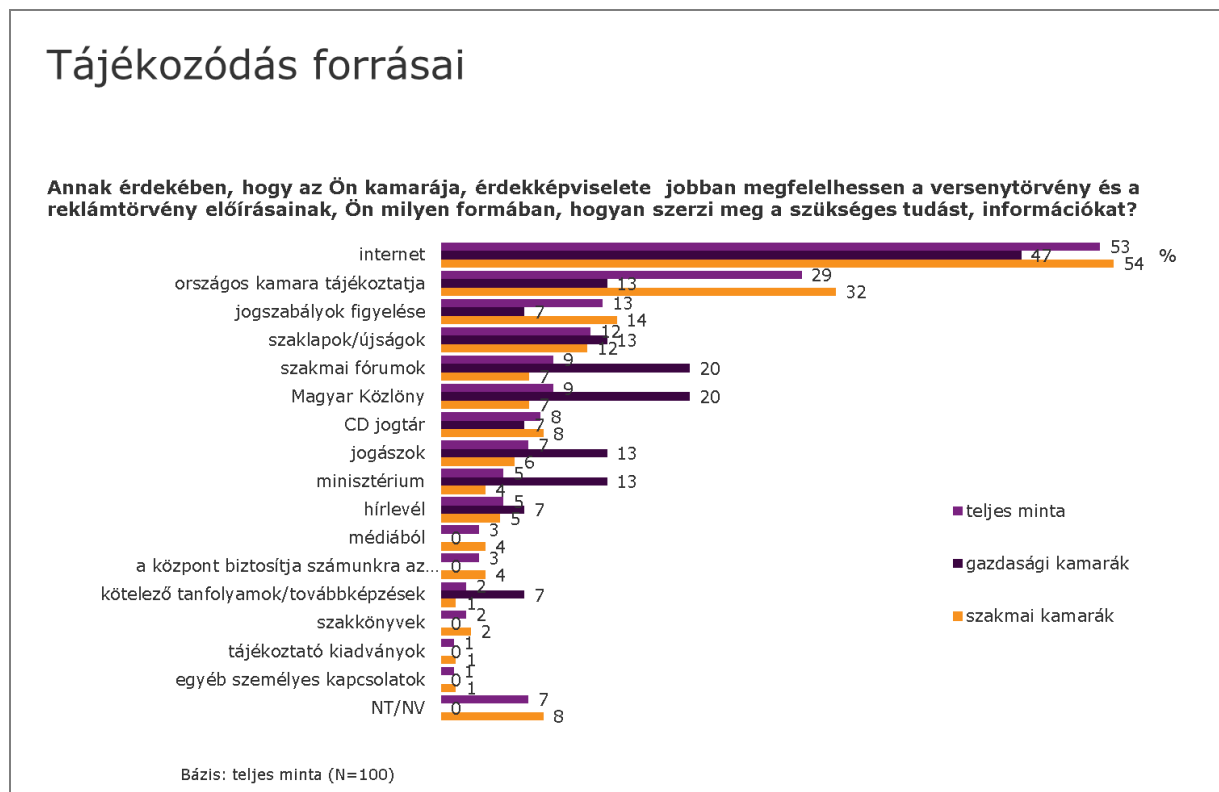
A kamarák 39%-a hallott a kamarája, érdekképviselete szempontjából jelentőséggel bíró GVH eljárásról, vagy döntésről a közelmúltban, és háromból két ilyen esetben ennek volt valamilyen következménye a kamarára vagy a tagokra nézve.

A szakmai kamarák közül kicsivel többen érintettek GVH eljárásban vagy döntésben (40%), mint a gazdasági kamarák, ahol ez az arány 33%.



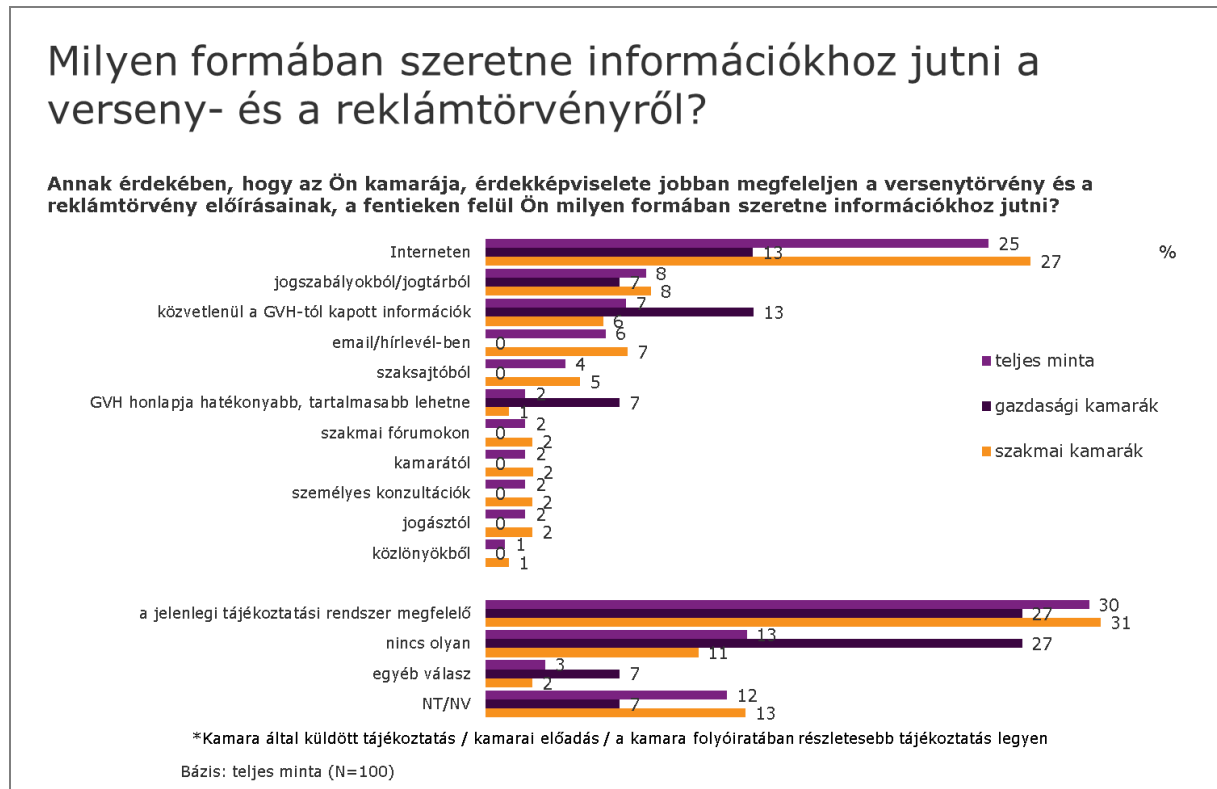
## 6.2. Tájékozódás a Verseny – és a Reklámtörvényről

A kamarai tisztséget viselők fele a Versenytörvény és a Reklámtörvény előírásairól az internetről tájékozik, ami inkább a kommunikációs csatornát jelenti, és nem az ismeretszerzés forrását. Kiemelt jelentőségű ugyanakkor az országos kamara információszolgáltatása, valamint a jogszabályok nyomon követése és a különféle szakmai fórumok szerepe.



A válaszadók harmada elégedett a jelenlegi tájékoztatás módszereivel, emellett sokan adták azt a választ, hogy interneten - ami itt is inkább csak a kereteit jelöli ki az információ átadásnak.

A gazdasági kamarák számára azonban fontos a GVH-tól közvetlenül kapott információk lehetősége is.

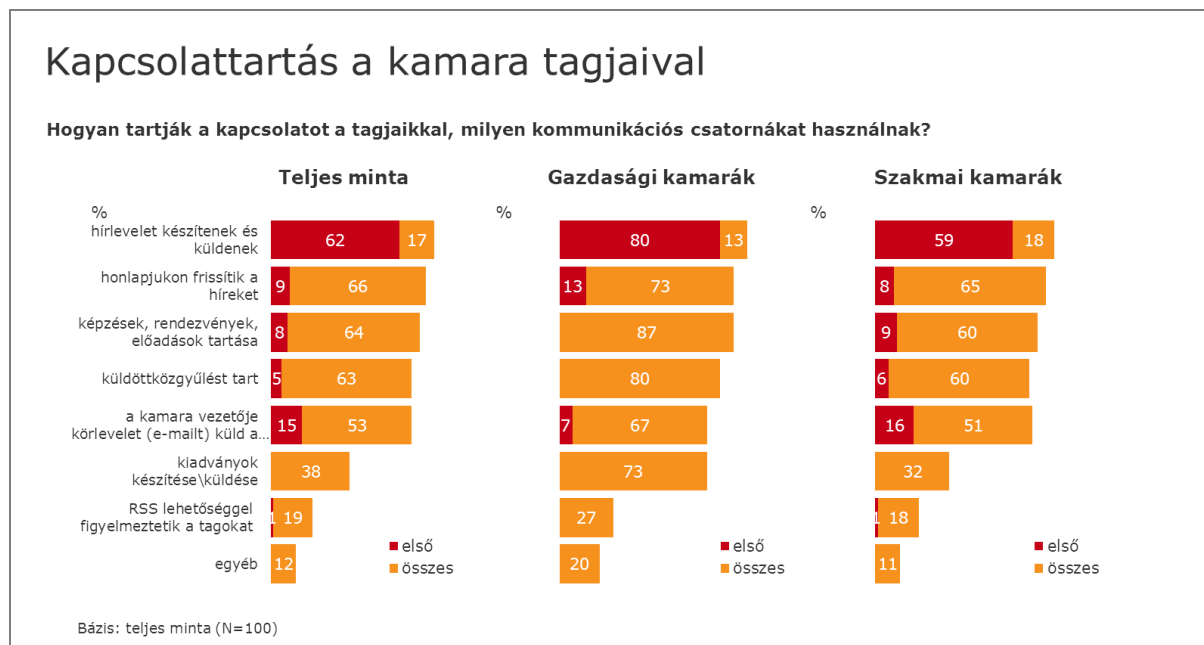




## 7. A kamara tevékenysége

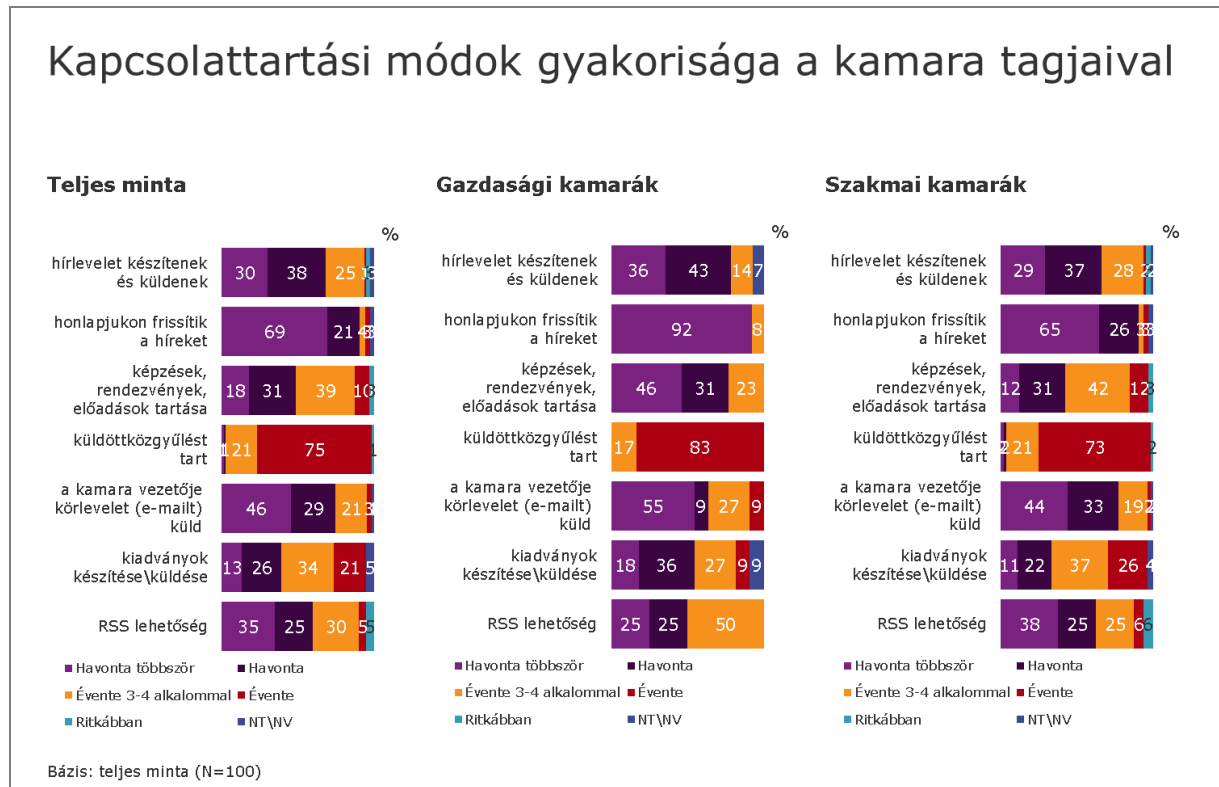
### 7.1. Kapcsolattartás a tagokkal

A legelterjedtebb kapcsolattartási módok a következők: hírlevél, honlap / email, képzések, rendezvények tartása, illetve küldöttközgyűlés. Valamennyit a kamarák 70-80%-a használja. A hírlevél kiemelkedik ebből a listából, hiszen ezt említik elsőként a legtöbben.



A különféle kapcsolattartási, információnyújtási lehetőségek alkalmazása különböző gyakoriságot mutat. Leggyakrabban a honlapjukat frissítik a kamarák és e-mailt, illetve körlevelet küldenek.

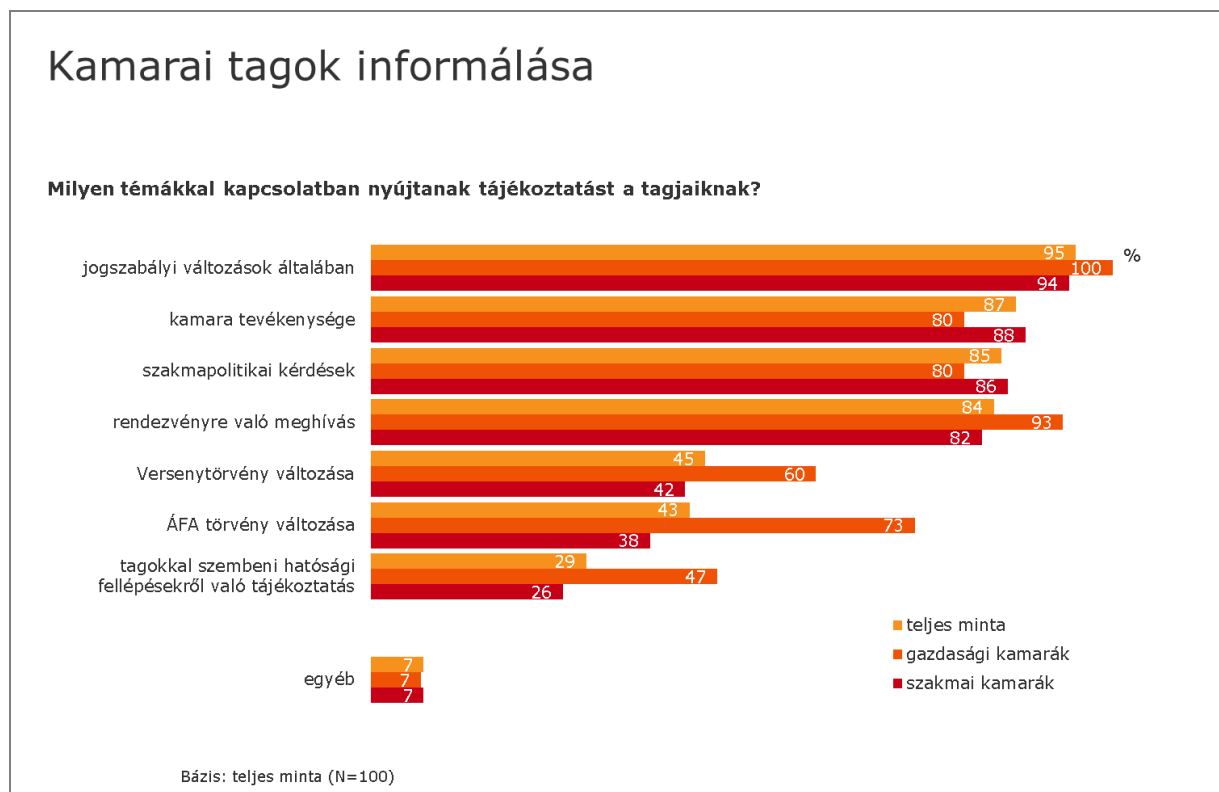
Ebben a tekintetben nem mutatnak eltérő mintázatot a szakmai és a gazdasági kamarák, viszont a gazdasági kamarák intenzívebben teszik mindkettőt: gyakrabban frissítik a honlapjukat és gyakrabban küld a kamara vezetője e-mailt, illetve körlevelet, miként a rendezvények tartása is jellemzőbb közöttük.



## 7.2. Kamarai tagok informálása

A szakmai kamarák tevékenysége általánosabb információszolgáltatásra vonatkozik: általában a jogszabályi változásokkal, a kamara tevékenységével és szakmapolitikai kérdésekkel kapcsolatban informálják tagjaikat.

A gazdasági kamaráknál ezzel szemben hangsúlyosan merülnek fel olyan konkrét kérdések, mint az ÁFA törvény vagy a Versenytörvény változása, és a tagokkal szembeni hatósági fellépésekről való tájékoztatás.

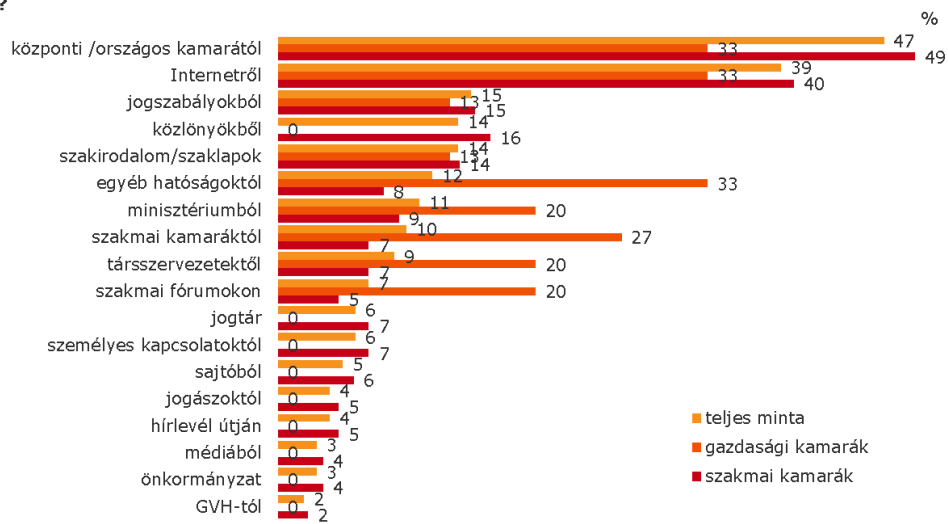


A szakmai kamarák esetében az országos kamara az elsődleges iránymutató abban a kérdésben, hogy a tagjaikat milyen kérdésekről tájékoztassák.

A gazdasági kamaráknál többszörös az információgyűjtés: fontos szerephez jutnak különféle hatóságok, és a szakmai szervezetek.

## A kamarák információforrásai

Azon témákkal kapcsolatban, amelyekről tájékoztatják a tagjaikat, Önök honnan szerzik az információikat?



Bázis: teljes minta (N=100)