

# **A Gazdasági Versenyhivatal munkájának ismertsége, megítélése, valamint a Versenytörvényről alkotott vélemények a gazdasági újságírók körében**

## **Kutatási jelentés**

**A kutatást a Gazdasági Versenyhivatal megbízásából a TÁRKI Rt. végezte**

**Kutatásvezető: Sági Matild**

**A tanulmányt készítette: Bernát Anikó**

**Budapest, 2003. október**

## Tartalomjegyzék

<b>Vezetői összefoglaló .....</b>	<b>3</b>
<b>1. Bevezetés .....</b>	<b>5</b>
<b>2. A minta összetétele .....</b>	<b>6</b>
<b>3. A gazdasági újságírók általános attitűdjei a gazdasági versennyel kapcsolatban .....</b>	<b>7</b>
<b>4. A Versenytörvény ismerete a gazdasági újságírók körében.....</b>	<b>11</b>
<b>5. A Gazdasági Versenyhivatal munkájának ismerete és megítélése a gazdasági újságírók körében.....</b>	<b>14</b>
<b>6. A versenyjog egyes aspektusainak és a GVH hatáskörének ismerete a gazdasági újságírók körében.....</b>	<b>17</b>
<b>7. Az újságírók tapasztalatai a Versenytörvényről és a GVH-ról.....</b>	<b>21</b>

## Vezetői összefoglaló

A TÁRKI Rt. 2003 októberében 150 fős mintán telefonos kutatást végzett a gazdasági újságírók körében a Versenyhivatal és a Versenytörvény ismertségéről, ezek megítéléséről. A kutatás főbb eredményei a következők:

A gazdasági újságírók legnagyobb része, több, mint fele a döntően piaci szabályozás híve. A másik jellemző álláspont az újságírók négytizede által vallott vélemény: szerintük az a jobb, ha a gazdasági folyamatok szabályozásában körülbelül azonos mértékű az állam és a piaci verseny szabályozó hatása. A gazdasági újságírók döntő többsége érzi úgy, hogy egyes ágazatokban erős, másokban viszont gyenge verseny tapasztalható. A verseny kívánatos mértékéről szólva az újságírók több, mint fele erősebb versenyt várna, negyedük-ötödüknek viszont éppen megfelelő.

A gazdasági újságírók szinte mindegyike hallott már a Versenytörvényről, csupán 3%-uk nem találkozott még a törvénnyel, nem is hallott róla. Egy kivétellel minden, a Versenytörvényt ismerő újságíró helyesen tudja, hogy a vállalkozásokra, cégekre, illetve általában a gazdasági élet szereplőire vonatkozó passzusokat tartalmaz a Versenytörvény. A Versenytörvény céljának ismerete terén helyes választ adók aránya alapján vegyes képet kapunk: a gazdasági verseny fenntartását, az erős verseny védelmét helyesen jelölte meg a törvényt ismerő újságírók legtöbbsége, ugyanakkor azt, hogy a Versenytörvény célja a fogyasztók tájékozottságának biztosítása, csak a törvényről már valaha hallók ötöde tudta.

A Gazdasági Versenyhivatalt, akárcsak a Versenytörvényt szinte minden gazdasági újságíró ismeri és általában a közelmúlt gazdasági versennyel kapcsolatos híreiből (mobiltelefon-társaságok ármegállapodása, autópálya-építés) illetve általánosabb szinten valamilyen gazdasági versennyel kapcsolatos téma során bukkant fel előttük a GVH. A gazdasági újságírók többsége megfelelőnek tartja a Gazdasági Versenyhivatal szakmai munkáját.

Az újságírók két kivétellel mindannyian jól tudják, hogy bárki, aki vállalkozóként vagy fogyasztóként érdekelt az adott ügyben, fordulhat panasszal, észrevétellel a hivatalhoz.

Egy kisebb csoport tudta helyesen azt is, hogy a szakmai kamaráknak is van erre lehetőségük. Egy újságíró kivételével minden kérdezt a GVH jogkörébe sorolja a vállalkozások áregyeztetését, összebeszélését. A többség említette azt is, amikor egy vállalkozás gazdasági fölényét kihasználva, termékeit költségeinél alacsonyabb áron kínálja, és ezzel kiszorítja versenytársait; illetve amikor egy vállalkozás megtevesztő módon reklámozza egy termékét.

Az újságírók többsége jól tájékozott a versenyszabályozás EU-s gyakorlatával kapcsolatban. Megkérdeztük ugyanis, hogy a kérdezt tudomása szerint Európai Unió szinten léteznek-e a Versenytörvényhez hasonló szabályok. A gazdasági újságírók háromnegyede helyesen tudja, hogy az EU-ban is léteznek versenyjogi szabályok, de azok a tagállamok versenyjogával egymást kiegészítve működnek. Az újságírók ötöde azonban rosszul tudja ezt, mivel azt állítják, hogy nem léteznek ilyen EU-s jogszabályok, de a tagállamok versenytörvényeit egymás területén is alkalmazni kell.

A gazdasági újságíróknak a GVH-val és a versenyjoggal kapcsolatos újságírói munkáját vizsgálva kiderült, hogy az újságírók közel fele írt, tudósított legalább havi egyszer olyan esetről, ami érinti a GVH-t vagy a Versenytörvényt, negyedük viszont a tavalyi évben egyetlen alkalommal sem számolt be a médiában versenyjogi ügyről. Versenyhivatali forrásból tájékozódik az ide kapcsolódó ügyekről a tavaly legalább egyszer versenyjogi esetről beszámoló gazdasági újságírók közel fele, más forrásból szerzi viszont értesüléseit több, mint felük. Az újságírók fele elégedett a sajtókapcsolatok terén végzett GVH munkájával. A Versenyhivatal e-mail-en terjesztett sajtóközleményeit a kérdezt gazdasági újságírók több, mint egynegyede megkapja, a Versenyhivatal éves beszámolójával vagy más kiadvánnyal pedig a gazdasági újságírók közel fele találkozott már.

## 1. Bevezetés

A TÁRKI Rt. 2003 októberében 150 fős mintán telefonos kutatást végzett a Gazdasági Versenyhivatal megrendelésére a gazdasági újságírók körében a Versenyhivatal ismertségéről, a hivatal tevékenységéről, munkájáról alkotott véleményekről, valamint a Versenytörvény ismeretéről.

A minta elkészítésekor a részben vagy teljesen gazdasági témájú médiumokkal, sajtótermékekből készítettünk listát (napilapok, heti- és kétheti lapok, folyóiratok és szaklapok, magazinok, országosan fogható televíziók, rádiók, on-line hírójságok, Magyarországon megjelenő idegennyelvű lapok, hírügynökségek), és ezeknél hívtunk fel az orgánum méretének, fontosságának megfelelő arányban újságírókat. Szűrőkérdésként szerepelt az, hogy a kérdezett újságíró foglalkozik-e munkája során gazdasági kérdésekkel: aki nem, azzal nem töltöttük ki a kérdőívet.

Ez a vizsgálat szorosan kapcsolódik a Gazdasági Versenyhivatal munkájáról készített másik három kutatáshoz: ezeket a felméréseket lakosság, a vállalkozói szféra és a tágan értelmezett jogásztársadalom tagjainak véleménye alapján készítettük.

A következőkben a vizsgálat eredményeit összegezzük. A főbb adatokat szemléletes formában ábrázoltuk. Amennyiben nem szerepel elemszám az ábrában, úgy a megfelelő adatok a teljes mintára vonatkoznak. Egyéb esetekben feltüntettük az ábrán az érvényesség körét, és az érvényes válaszok esetszámát. A kérdésekre adott válaszokat a főbb háttérváltozók szerint részletesebben is elemeztük, ha ezt az alapadatokat megoszlását ismerve szükségesnek tartottuk. A részletesebb elemzés adatai a *Függelékben* található.

## 2. A minta összetétele

A mintát alkotó 155 újságíró mindegyike szokott újságírói munkája során a gazdasági élet híreivel foglalkozni. A válaszoló újságírók közel kétharmada (63%) nagyon gyakran, ötöde (19%) gyakran, hatoda (18%) pedig ritkán ír gazdasági témákról. A gazdasági élet kérdései mellett a mintába került újságírók négyötöde más témákkal is szokott foglalkozni, egyötödük (19%) viszont csak gazdaságról ír. A mással is foglalkozók közül a legtöbben politikáról írnak még, az újságírók fele (52%) ezzel is foglalkozik. A gazdaság mellett kultúrával is foglalkozik a válaszolók harmada (35%), szabadidővel, szórakozással 15%-uk, sporttal 9%-uk, egyéb témával 17%-uk.

Az újságírók munkahelyeit – lévén ebben a szakmában az átlagosnál jóval jellemzőbb a több helyen való dolgozás – nem kívántuk teljességében felmérni, ezért csak arra kérdeztünk rá, hogy mely médiumtípusban dolgozik a legtöbbet. Tévében és rádióban dolgozik egyegytedük (10% és 12%). A tévében, rádióban dolgozók több, mint fele (57%) közszolgálati adónál, kevesebb, mint fele (43%) kereskedelmi adónál dolgozik. Jellemzően a nyomtatott sajtóban dolgozik a kérdezettek többsége. Napilapnak ír a kérdezettek harmada (36%), heti/kétheti lapnál negyedük-ötödük (23%), havilapnál vagy folyóiratnál 6%-uk. Internetes portálnál dolgozik elsősorban a válaszoló újságírók 8%-a, hírügynökségnél (ebben a kutatásban csak az MTI munkatársai szerepelnek) 4%-uk. Nincs információnk ebben a témában a kérdezettek 3%-ától.

Az újságírók médiumának hatókörét tekintve legtöbben országos terjesztésű médiumnál dolgoznak, ez a csoport adja ugyanis az újságírók 70%-át. Regionális (helyi, megyei) lapnak, adónak dolgozik 17%-uk, Magyarországon élő külföldieknek szóló orgánumban pedig 5%-uk. Az újságírók 8%-áról nem rendelkezünk információkkal.

A fentiekén kívül ismerjük még a kérdezettek legalapvetőbb demográfiai adatait: nemüket és korukat. A gazdasági újságírás – mintánk alapján – inkább férfi szakma, legalábbis válaszadóink 73%-a férfi és csak 23%-a nő. A férfiak mellett a fiatalok felülreprezentáltak még ebben a szakmában, hiszen a minta több, mint felét 40 év alattiak alkotják. A válaszadók negyede (25%) 18-30 év közötti, harmada (32%) harmincas éveiben jár (30-39 évesek), negyede-ötöde (23%) negyvenes (40-49 éves), ötöde (19%) 50 éves vagy idősebb.

### **3. A gazdasági újságírók általános attitűdjei a gazdasági versennyel kapcsolatban**

A Gazdasági Versenyhivatal és a Versenytörvény ismertsége, az azokról alkotott vélemények megismerése előtt alapvető tudnunk azt, hogy miként épült be az újságírók gazdasági attitűdjei közé a *gazdasági verseny* fogalma általában. A fogalom a rendszerváltás után nyert újra létjogosultságot a magyar gazdaság alakításában, de már a '70–80-as években, a második gazdaság megjelenése után, annak piacgazdaságot idéző működése folytán is értelmezhető volt e fogalom, mégha a hivatalos gazdaságpolitika – mint kapitalista terminológiát – nem is vette be a szocializmus deklarált gazdaságpolitikai elvei közé. A gazdasági verseny tehát nem egy légtüres térbe érkezett a rendszerváltással, de mindenképpen új minőségben, a fogalom által felölelt jelentéstartomány egészén értelmezve és – legfőképp – a hivatalos gazdaságpolitika legalizált, az alapelv szintjére emelt, és a gyakorlatban is permanensen jelen lévő terminológiájaként éledt újjá.

A rendszerváltás éveiben a piacgazdaság mechanizmusai gyakran a maguk nyersségében törtek a felszínre, ami a gazdasági versenyt is intenzívebben állította a fókuszba, a piacgazdaság vadhajtásainak ritkulása után pedig ezen alapelv fokozatosan elnyerte a társadalom számára a gazdaságpolitikában öt megillető helyet. A gazdasági verseny ettől még nem vált egységes megítélésű alapelvvé a magyar társadalom tagjai, és így a gazdasági újságírók számára is: a szigorúbb és engedékenyebb értelmezések egyaránt elterjedtek. A gazdasági verseny értelmezési lehetőségeinek egyik dimenziója az állam szerepvállalásának mértéke a gazdasági folyamatok szabályozásában.

Kérdésünkben az állami szerepvállalás mértékét egy olyan árnyaltabban megfogalmazott dichotómiával jelenítettük meg, amelyben az állami beavatkozás fontosságát az árak, bérek szabályozásával, a verseny prioritását pedig a kereskedők, termelők versenyével jelenítettük meg. A válaszokat egy olyan skálán vártuk, amely ennek a dimenzióknak különböző pontjait ragadja meg. **A gazdasági újságírók legnagyobb része, több, mint fele (54%) a döntően piaci szabályozás híve. A másik jellemző álláspont az újságírók 40%-a által vallott vélemény: szerintük az a jobb, ha a gazdasági folyamatok szabályozásában körülbelül azonos mértékű az állam és a piaci verseny szabályozó hatása. Elenyésző a döntően**

**állami szerepvállalásra voksolók aránya (3%), valamint a piaci verseny kizárólagosságát választóké (1%).** További 1%-nyian nem tudtak választ adni a kérdésre. (1. ábra)

1. ábra

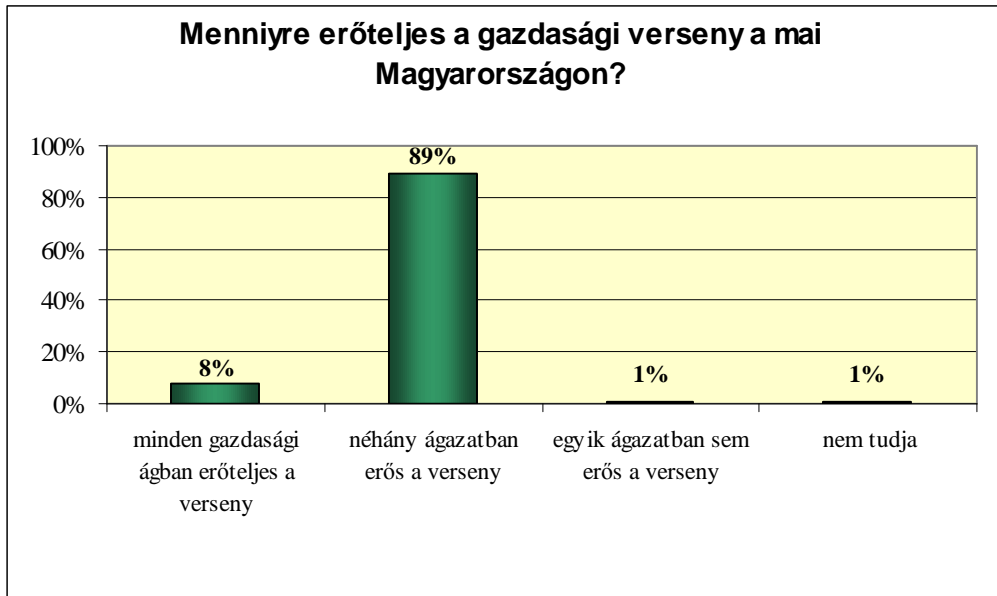


Az életkor valamelyest befolyásolja az újságírói véleményeket. A leginkább markáns eltérés az átlagtól a 30 év alattiak csoportjában van, mivel az állam és a piaci verseny azonos szabályozó hatását több, mint felük (56%) preferálja. A kizárólag gazdasági témákban írók között a legnépszerűbb vélemény még az átlagosnál is jóval elterjedtebb, hiszen 86%-uk szerint ideális gazdaságsszabályozás esetén döntően a piaci verseny hatásai érvényesülnek. Más tényezők alapján (pl. az újság típusa, terjesztési köre, gazdasági témájú cikkek írásának gyakorisága) nincs különbség a gazdasági újságírók véleményében ebben a kérdésben.

A magyarországi gazdasági verseny jelen állapotáról alkotott véleményeket két kérdéssel kívántuk felmérni: az egyik a verseny penetrációjára, a másik a verseny erőteljes vagy gyenge voltára utal. Előbbi esetben azt kérdeztük, hogy a kérdezett **mennyire ítéli erőteljesek a gazdasági versenyt ágazati szempontból: minden ágazatban erőteljes verseny van, egyikben sincs erőteljes verseny, vagy ágazattól függően beszélhetünk erős vagy gyenge versenyről.** A többség az is-is álláspont felé hajlik: **a gazdasági újságírók döntő többsége (89%) érzi úgy, hogy egyes ágazatokban erős, másokban viszont gyenge verseny tapasztalható. Minden gazdasági ágazatban erőteljes versenyt lát a kérdezettek 8%-a, míg ennek ellentétét, azaz hogy egyik ágazatban sincs komoly verseny csak 1%-uk állítja.** Szintén 1%-os a véleménnyel nem rendelkezők tábora. (2. ábra)



2. ábra



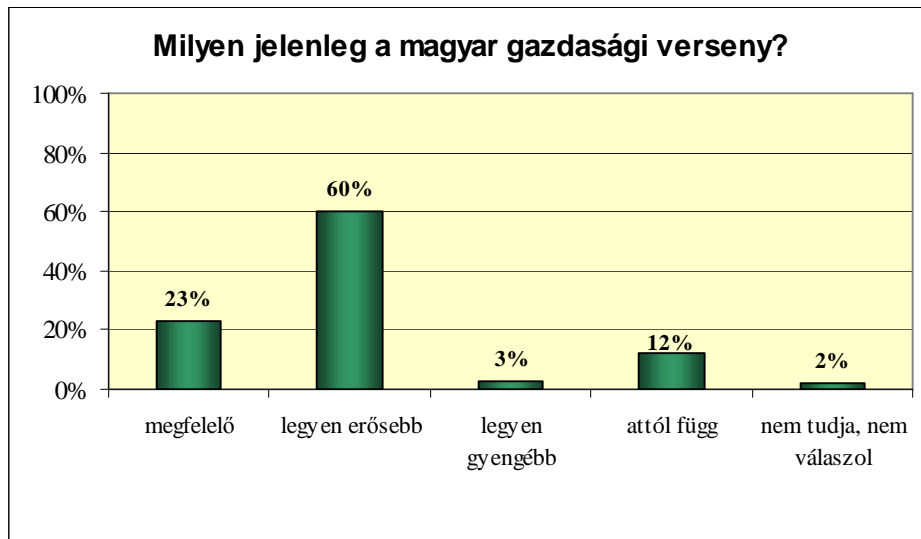
Ebben a kérdésben csak egyetlen szempont differenciálja a véleményeket, mégpedig az, hogy az adott újságíró milyen terjesztésű, hatókörű lapnál, adónál dolgozik. A regionális (helyi, megyei) terjesztésű orgánumok gazdasági újságírói kivétel nélkül a mérsékelt, „is-is” álláspontot foglalják el, azaz szerintük vannak olyan ágazatok, amelyekben erős verseny tapasztalható, másokban viszont nem. Az országos médiában dolgozók körében 85%-nyian vélekednek így, 11%-nyian viszont azt gondolják, hogy minden ágazatban erőteljes verseny van, ezzel az aránnyal pedig felülreprezentáltak ebben a csoportban.

A gazdasági verseny magyarországi működésének megítélését firtató másik kérdésünk általában, a magyar gazdaság egészére vonatkoztatva kérdezi, hogy mennyire tartják az újságírók erőteljesnek vagy gyengének a gazdasági versenyt. **Több, mint felük (60%) erősebb versenyt várna, negyedük-ötödüknek (23%) viszont éppen megfelelő. 3%-nyian ezzel szemben nem szeretnék a jelen állapotokhoz hasonló erősségű versenyt.** A gazdasági újságírók egytizede (12%) csak más tényezőkkel együtt tudná a magyar gazdaságon belüli verseny mértékéről nyilatkozni, azaz a verseny erős vagy gyenge jellege attól függ, a gazdaság mely szegmenséről beszélünk. 2%-uknak nincs véleménye erről a kérdéstről. (3. ábra)

Az elektronikus médiában dolgozó gazdasági újságírók között az átlagos arány kétszeresét éri el a piaci verseny jelenlegi magyarországi állapotát megfelelőnek tartók aránya (53%), a

nyomtatott sajtóba írónak viszont csak a 13%-a érvel így. Ugyanakkor erősebb versenyt várna a nyomtatott sajtóban dolgozók kétharmada (69%), míg az elektronikus médiában foglalkoztatottaknak csak a közel fele (44%).

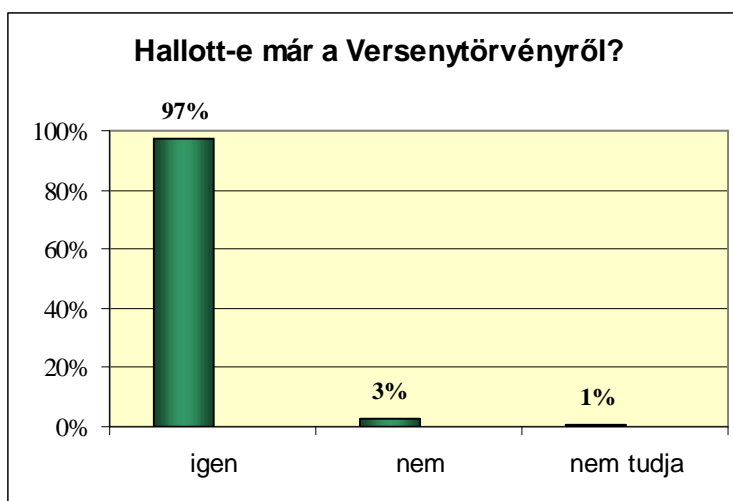
3. ábra



## 4. A Versenytörvény ismerete a gazdasági újságírók körében

A gazdasági újságírók szinte mindegyike hallott már a Versenytörvényről (97%), csupán 3%-uk nem találkozott még a törvénnyel, nem is hallott róla. (4. ábra) A gazdasági témákról nagyon gyakran írók között egyetlen olyan újságíró van csak, aki még nem hallott a Versenytörvényről, 99%-uk viszont igen, a gazdaságról gyakran íróknak pedig 90%-a hallott már róla. Más tényező szerint nem alakulnak ki olyan újságírói csoportok, amelyekben átlagon aluli vagy felüli lenne a törvényt ismerők illetve nem ismerők aránya, aminek az az oka, hogy rendkívül magas a teljes mintában a Versenytörvény ismertsége.

4. ábra

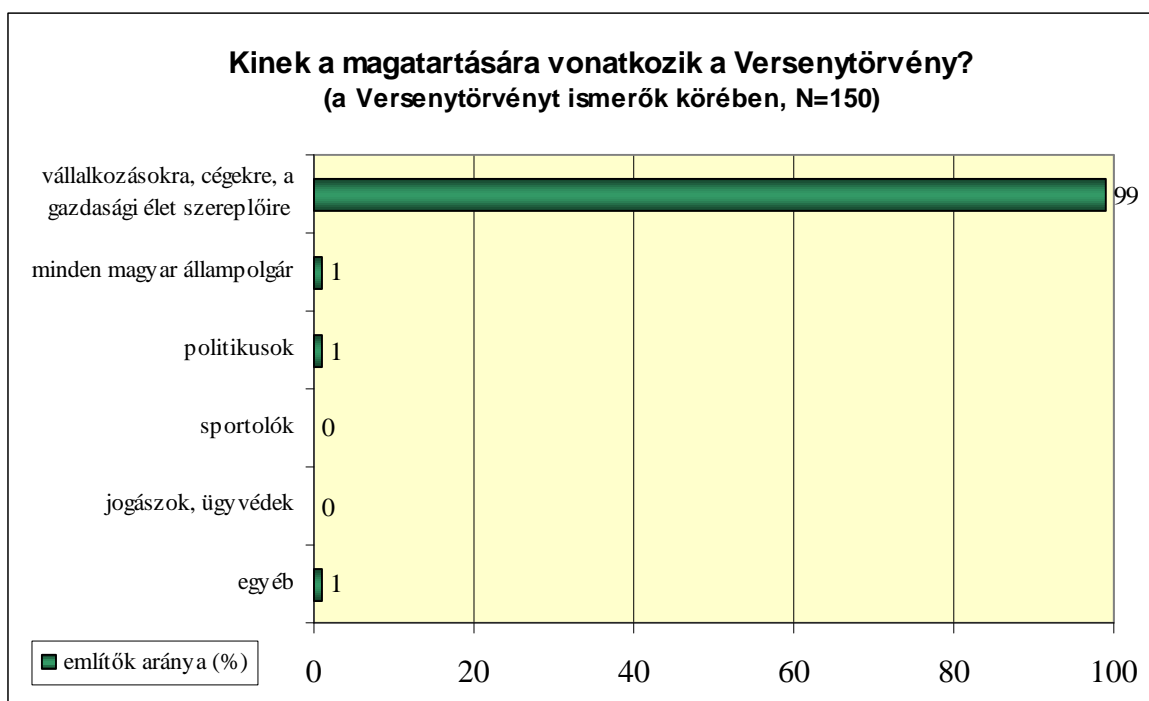


A továbbiakban olyan kérdéseket taglalunk, amelyek a Versenytörvényre vonatkoznak, így az azt nem ismerőknek nem tettük fel ezeket a kérdéseket. A következő részekben leírt eredmények tehát a Versenytörvényt ismerők körében értelmezendők (N=150). Ez a csoport bizonyos kérdésekben némileg kisebb is lehet, ha az adott kérdésre többen nem kívánnak válaszolni.

A Versenytörvény ismeretének elterjedtsége mellett az is legalább ennyire fontos, hogy mennyire vannak tisztában a gazdasági újságírók a törvény célcsoportjával. Megkérdeztük tehát, hogy a kérdezett újságíró hogyan tudja, mire vagy kinek a magatartására vonatkozik a Versenytörvény. Ebben az esetben több válaszlehetőséget is meg lehetett jelölni. **Egy kivétellel minden, a Versenytörvényt ismerő újságíró helyesen tudja, hogy a**

vállalkozásokra, cégekre, illetve általában a gazdasági élet szereplőire vonatkozó passzusokat tartalmaz a Versenytörvény. A többi válaszlehetőséget csak egy-egy újságíró jelölte meg, többet pedig egyikük sem. (5. ábra) A válaszoknak ez a szélsőséges polarizáltsága okozza, hogy az egyes újságírói csoportok között nem lehet különbséget tenni az alapján, hogy tisztában vannak-e azzal vagy sem, hogy kire, mire vonatkozik a Versenytörvény.

5. ábra

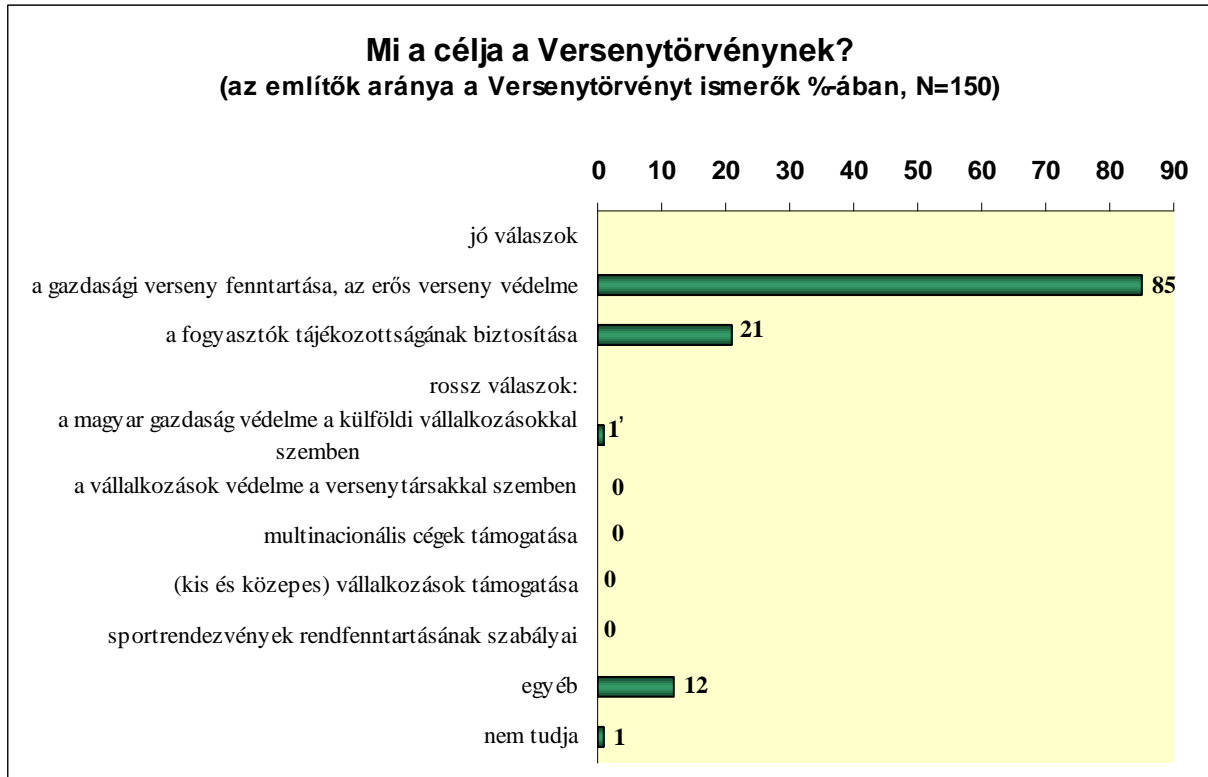


A Versenytörvény céljának ismerete terén helyes választ adók aránya alapján vegyes képet kapunk. **A gazdasági verseny fenntartását, az erős verseny védelmét helyesen jelölte meg a törvényt ismerő újságírók legtöbbször (85%).** A másik helyes választ, miszerint **a Versenytörvény célja a fogyasztók tájékoztatásának biztosítása, csak a törvényről már valaha hallók ötöde (21%) tudta.** A Versenytörvény céljának csak egyetlen újságíró tekintette olyasmit, aminek szabályozása valójában nem a Versenytörvény feladata. 12%-nyian egyéb választ adtak. (6. ábra)

Az egyik jó választ, azaz hogy a Versenytörvény célja a gazdasági verseny fenntartását minden 40-49 éves kérdezett jól tudta, és szintén minden olyan újságíró is helyes választ adott, aki csak gazdasági újságírással foglalkozik. A nyomtatott sajtóban dolgozók jóval tájékozottabban az elektronikus médiában dolgozó kollégáiknál, legalábbis ebben a

kérdésben: előbbieket 85%-a, utóbbiaknak csak 61%-a tudta, hogy a Versenytörvény (egyik) célja a gazdasági verseny fenntartása, mégpedig az erős verseny fenntartása. A másik helyes válaszlehetőség, miszerint a törvény a fogyasztók tájékozottságának biztosítását is céljának tekinti, egyik újságírói csoport sem ismerte az átlagosnál nagyobb arányban.

6. ábra



## **5. A Gazdasági Versenyhivatal munkájának ismerete és megítélése a gazdasági újságírók körében**

**A Gazdasági Versenyhivatalt, akárcsak a Versenytörvényt szinte minden gazdasági újságíró ismeri (98%), csupán ketten nem adtak választ. A Versenytörvényhez hasonlóan tehát a GVH ismertsége is majdnem teljes körű a gazdasági újságírók alkotta mintában.**

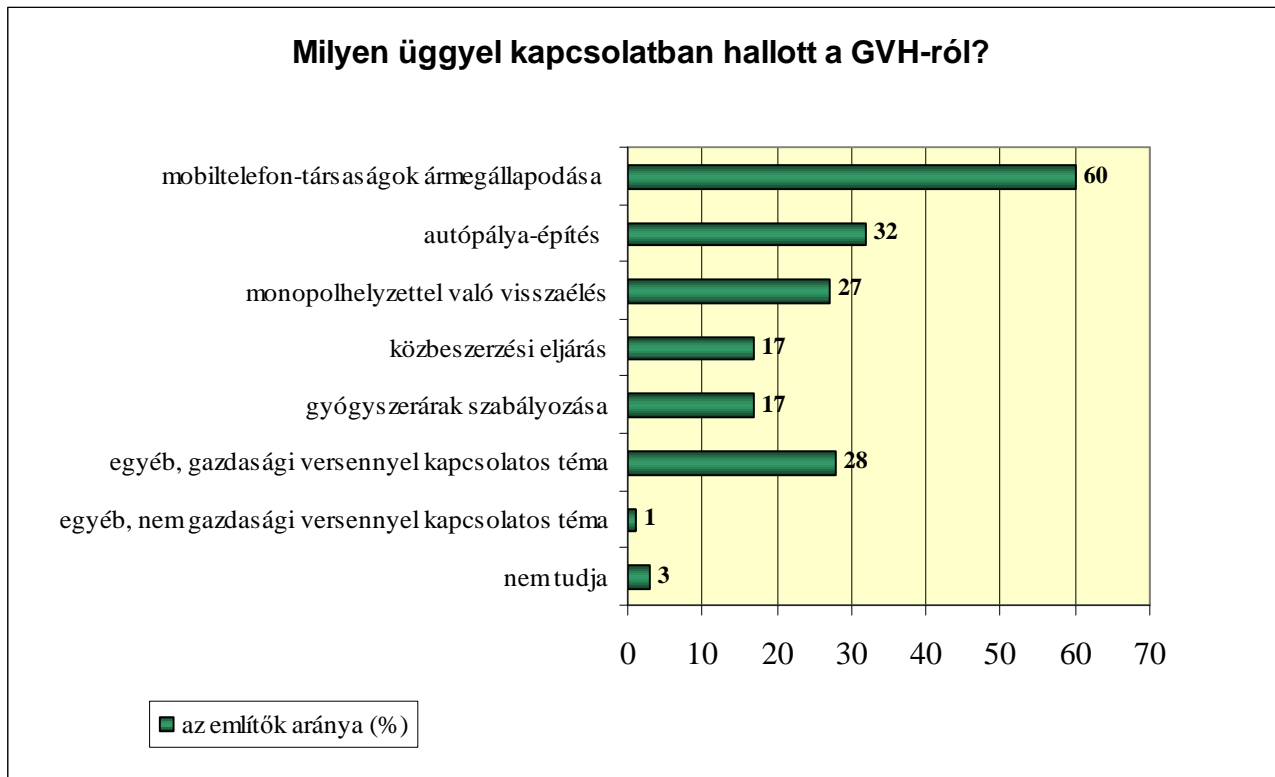
A Gazdasági Versenyhivatal az utóbbi időben számos versenyjogi, versenypolitikai ügyvel kapcsolatban szerepelt a médiában. Ezeket a híreket, a hozzájuk fűzött kommentárokat, elemzéseket éppen a mintánkat alkotó gazdasági újságírók közvetítik a lakosság, a társadalom felé, így elvárható, hogy minél több olyan esetet tudjanak megnevezni az elmúlt időszakból, amiben a GVH munkájáról esett szó. Az erre irányuló kérdésünkben újra több választ is lehetett adni.

**Tízből hat gazdasági újságíró (60%) a mobiltelefon-társaságok ármegállapodása kapcsán hallott a Gazdasági Versenyhivatalról, egyharmaduk (32%) pedig autópálya-építéssel kapcsolatban. 27%-nyian monopolhelyeztetel való visszaélést idéztek fel, 17%-nyian a gyógyszerárak szabályozásának ügyére emlékeztek, szintén 17%-nyian pedig valamilyen közbeszerzési eljárást említettek.** Egyéb, gazdasági versennyel kapcsolatos témát 28% említett, más, nem gazdasági versennyel összefüggő ügyet pedig 1%. A kérdezettek 3% nem tudja felidézni, hogy milyen eset kapcsán találkozott már a GVH nevével. (7. ábra)

Minden általunk megkérdezett olyan újságíró, aki Magyarországon élő külföldieknek szóló lapnál dolgozik (N=7), hallott a GVH munkájáról a mobiltelefon-társaságok ármegállapodása kapcsán. Autópálya-építéssel kapcsolatban a válaszadó újságírók harmada hallott a GVH-ról, ugyanakkor a gazdasági témákkal ritkán foglalkozóknak csak az egytizede (10%), ugyanakkor több, mint négyötödük (82%) biztos benne, hogy nem hallott róla. Ugyanebben a témában a nyomtatott sajtóban dolgozók tájékozottabbak az átlagosnál, mivel 40%-uk hallott már erről az ügyről versenyjogi kontextusban, ellentétben a mintabeli 32%-os aránnyal. Más, monopolhelyeztetel kapcsolatos témát az átlagosnál magasabb arányban említettek azok az újságírók, akik regionális médiában dolgoznak (50%) és akik nemcsak gazdasági témákkal, hanem mással is foglalkoznak (45%). Egyéb, gazdasági versennyel kapcsolatos esetet is

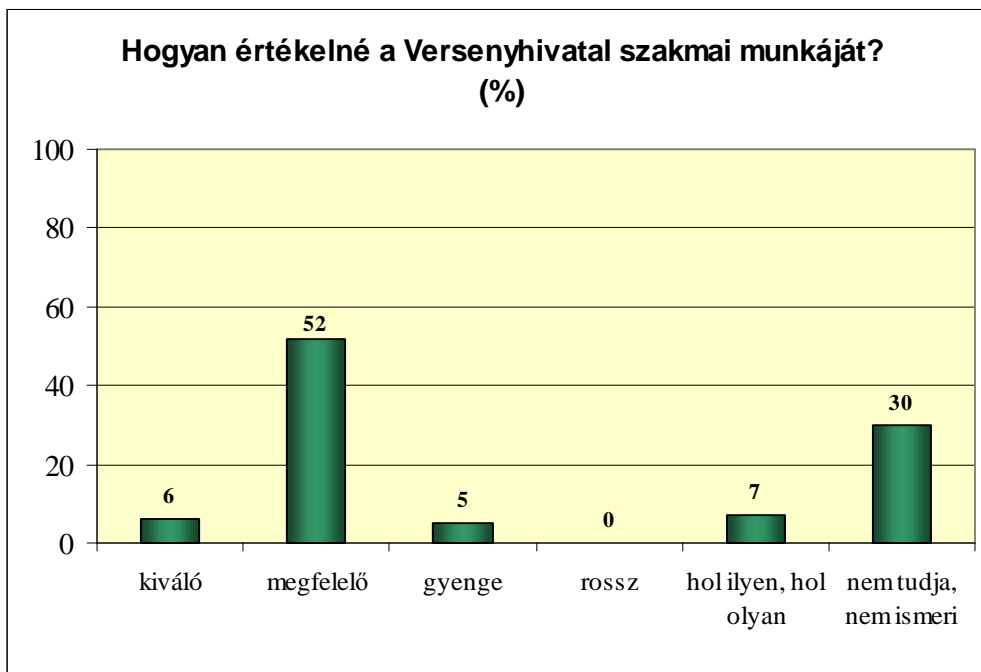
említettek a csak gazdasági újságírással foglalkozók fele (48%), a más témában íróknak viszont csak negyede (23%). A nyomtatott médiában dolgozóknak is a harmada (35%) nevezett meg egyéb témát, az elektronikus médiában dolgozóknak viszont csak 6%-a.

7. ábra



**A gazdasági újságírók többsége (52%) megfelelőnek tartja a Gazdasági Versenyhivatal munkáját.** 6%-uk szerint kiváló, 5%-uk szerint gyenge, 7%-uk megítélése szerint pedig változó a GVH tevékenysége. Igen jelentős a válasznélküliek aránya: a gazdasági újságírók harmada (31%) azzal tért ki a válaszadás elől, hogy nem ismeri eléggé a hivatal munkáját ahhoz, hogy megítélhesse. (8. ábra) Az egyes újságírócsoportok között nincs statisztikailag is kimutatható különbség abban, hogy mennyire elégedettek a GVH munkájával.

8. ábra





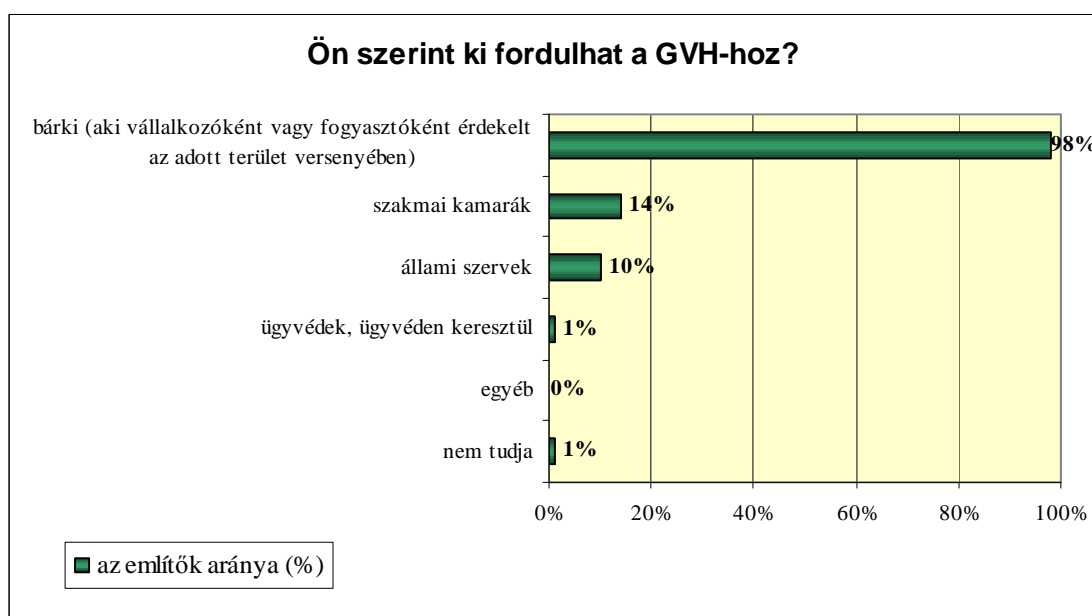
## 6. A versenyjog egyes aspektusainak és a GVH hatáskörének ismerete a gazdasági újságírók körében

A GVH tevékenységét alapvetően meghatározza az, hogy elérnek-e hozzá azok az ügyek, amelyek a tevékenységi körébe tartoznak. Ebből a szempontból igen jelentős kérdés, hogy az ilyen ügyeket a társadalom felé közvetítők, azaz a gazdasági újságírók hogyan tudják, ki fordulhat a Versenyhivatalhoz panasszal. Ezt a kérdést minden mintába került újságírótól megkérdeztük, még azoktól is, akik a kérdőív elején azt mondták, hogy nem hallottak még a Verseny törvényről. Erre az adott lehetőséget, hogy a kérdés előtt néhány mondatban felvázoltuk azt, hogy mi a Versenyhivatal feladata:

*„Mint azt bizonyára Ön is tudja, a Verseny törvény célja a gazdasági verseny tisztaságának védelme. A Gazdasági Versenyhivatal feladata pedig, hogy Örködjön a gazdasági verseny tisztasága felett, ellenőrizze azt, hogy a cégek betartják-e a Verseny törvény előírásait.”*

Az ismertető után pedig megkérdeztük, hogy a kérdezett szerint ki fordulhat a GVH-hoz panasszal. Ebben a kérdésben több választ is lehetett adni. **Az újságírók két kivétellel mindannyian jól tudják, hogy bárki, aki vállalkozóként vagy fogyasztóként érdekelt az adott ügyben, fordulhat panasszal, észrevétellel a hivatalhoz. 15%-nyian tudták helyesen azt is, hogy a szakmai kamaráknak is van erre lehetőségük. 10%-nyian az állami szerveket, 1%-nyian pedig az ügyvédeket (ügyvédi közvetítésként közbenjárva) (is) a Gazdasági Versenyhivatal „ügyfeleinek” tekintik, helytelenül. (9. ábra)**

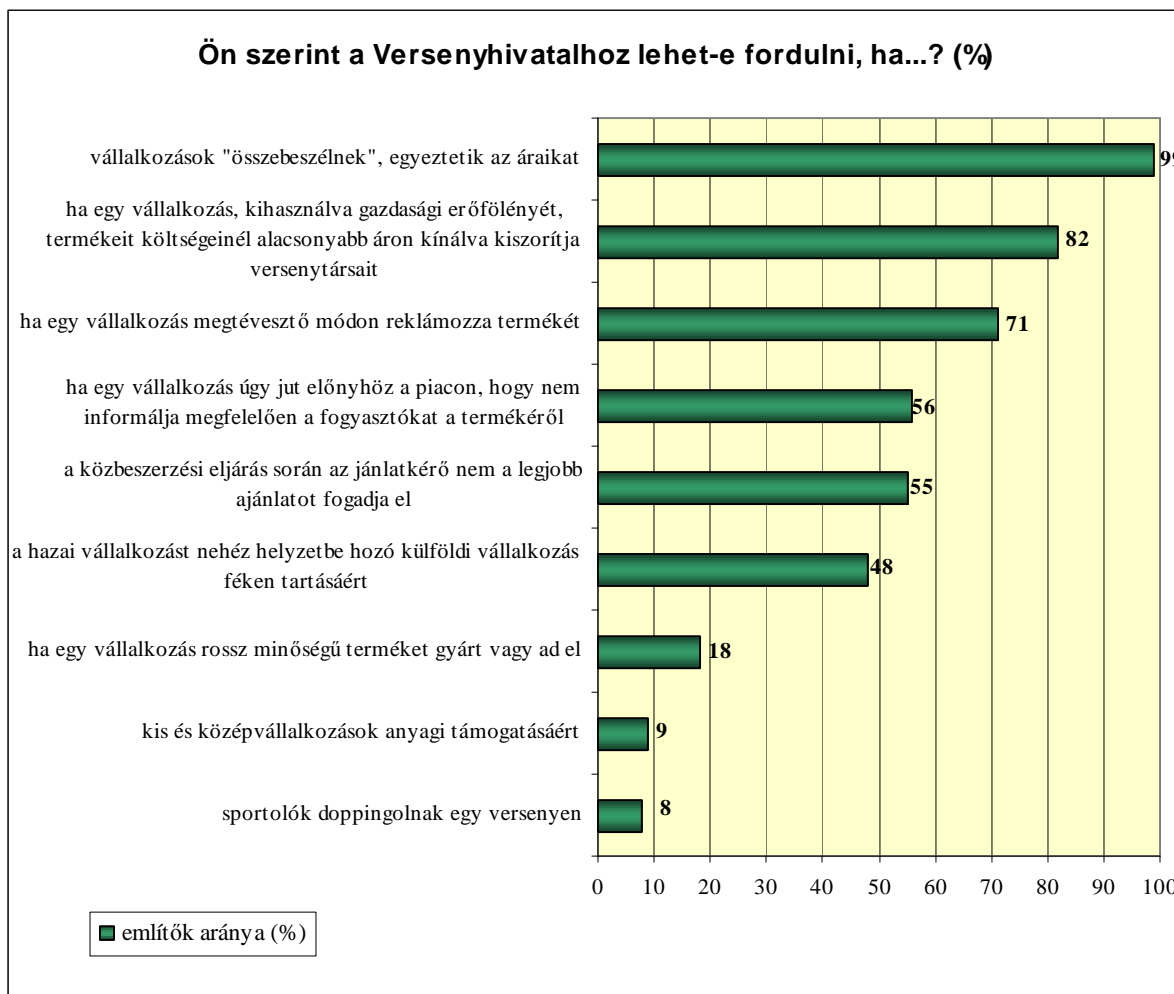
9. ábra



A nyomtatott sajtóban és a regionális terjesztésű médiában dolgozó újságírók között felülreprezentáltak azok, akik jól tudják, hogy a szakmai kamarák fordulhatnak a GVH-hoz észrevétellel, panasszal: a nyomtatott sajtóban dolgozók 20%-a, a regionális médiumban érdekeltek 39%-a rendelkezik helyes ismeretekkel. Ugyanez a két csoport azonban felülreprezentált a rosszul tájékozottak között egy másik kérdésben, az állami szervek kérdésében is, mivel a nyomtatott sajtóba író gazdasági újságírók 15%-a, a regionális médiában dolgozóknak pedig a 23%-a tudja úgy – helytelenül –, hogy egyes állami szervek (pl. parlament, minisztérium, rendőrség) is fordulhat panasszal a Versenyhivatalhoz.

A versenyjoggal és a GVH jogkörével kapcsolatos ismeretek mélyebb feltérképezésének érdekében felsoroltunk a gazdasági versennyel kapcsolatos, vagy arra emlékeztető gazdasági jelenségeket, és arra kértük válaszadóinkat, hogy mondják meg: adott esetben lehet-e a Versenyhivatalhoz fordulni. **Egy újságíró kivételével minden kérdezett a GVH jogkörébe sorolja a vállalkozások áregyeztetését, összebeszélését. A többség említette azt is, amikor egy vállalkozás gazdasági fölényét kihasználva, termékeit költségeinél alacsonyabb áron kínálja, és ezzel kiszorítja versenytársait (82%); illetve amikor egy vállalkozás megtévesztő módon reklámozza egy termékét (71%). A gazdasági újságírók több, mint fele a közbeszerzési eljárás szabályainak be nem tartását is ide sorolja, és közel ugyanennyien tartják versenyhivatali ügynek azt, ha egy vállalkozás nem ad elég információt a termékről a fogyasztó számára (55-56%). A kérdezettek közel fele (48%) fordulna a Versenyhivatalhoz annak érdekében, hogy egy hazai vállalkozást nehéz helyzetbe hozó külföldi vállalkozást féken tartsanak. Minden ötödik-hatodik újságíró (18%) úgy véli, hogy rossz minőségű termék gyártása vagy eladása is GVH kompetenciájába tartozik. További két fals opciót tekintenek a legkevesebben versenyhivatali ügynek a kérdezettek: sportolók doppingvétsége és kis- és középvállalkozások anyagi támogatása (8-9%). (10. ábra)**

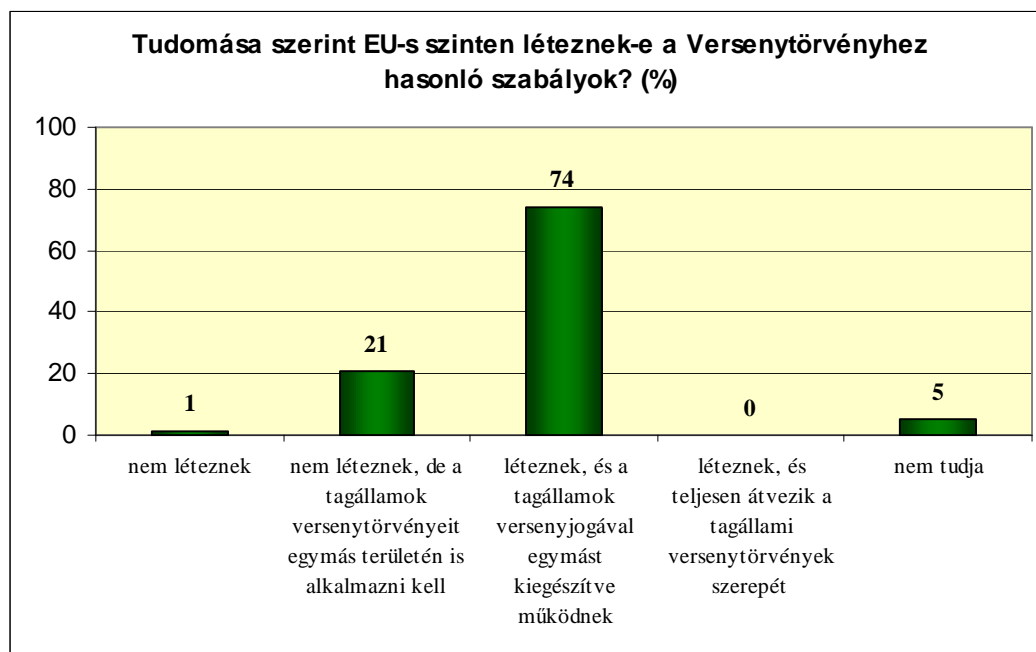
10. ábra



Az újságírók többsége jól tájékozott a versenyszabályozás EU-s gyakorlatával kapcsolatban. Megkérdeztük ugyanis, hogy a kérdezett tudomása szerint Európai Unió szinten léteznek-e a Versenytörvényhez hasonló szabályok. A gazdasági újságírók háromnegyede helyesen tudja, hogy az EU-ban is léteznek versenyjogi szabályok, de azok a tagállamok versenyjogával egymást kiegészítve működnek. Az újságírók ötöde (21%) azonban rosszul tudja ezt, mivel azt állítják, hogy nem léteznek ilyen EU-s jogszabályok, de a tagállamok versenytörvényeit egymás területén is alkalmazni kell. 1%-uk szerint egyáltalán nem léteznek EU-s versenyjogi szabályok, de azt senki nem gondolja, hogy esetleg az EU-s versenytörvény teljesen átvenné a tagállami versenytörvények szerepét. 5%-nyian nem tudtak válaszolni. (11. ábra)

A nyomtatott sajtóban dolgozók között az átlagosnál többen vannak azok (25%), akik helyesen tudják, miként szabályozza az EU a versenyjogot. Ezen kívül más újságírói csoport nem emelhető ki átlagosnál jobb tájékozottságával.

11. ábra



## 7. Az újságírók tapasztalatai a Versenytörvényről és a GVH-ról

A válaszadó újságírók kiválasztásánál – ahogy már írtuk – szűrőkérdésként szerepelt az, hogy valamilyen gyakorisággal foglalkozzon gazdasági témákkal, így jutottunk egy olyan mintához, amely csak gazdasággal (is) foglalkozó újságírók vannak. Azt azonban még nem tudjuk, hogy milyen kapcsolatban állnak a Versenyhivatallal és a Versenytörvénnyel mint újságírók, azaz szoktak erről írni, tudósítani olyan esetekről, amelyben szerepe van a GVH-nak vagy a törvénynek. Az ezt felmérő kérdésünket úgy fogalmaztuk meg, hogy az elmúlt egy évre visszatekintve milyen rendszerességről számolt be valamilyen formában ilyen esetekről.

**A gazdasági újságírók közül minden hetedik (14%) írt, tudósított havi több alkalommal olyan esetről, ami érinti a GVH-t vagy a Versenytörvényt, és minden hatodik (16%) foglalkozott ilyen ügyekkel havi rendszerességgel. A legtöbben, a gazdasági újságírók harmada (36%) a tavalyi évben két-három alkalommal számolt be a médiában versenyjogi ügyről. Tízből egy újságíró csak egyetlen alkalommal készített anyagot orgánuma számára a gazdasági versennyel kapcsolatban (9%). A gazdasági újságírók negyede (25%) viszont egyáltalán nem foglalkozott tavaly olyan ügyel, ami a GVH-val vagy a Versenytörvénnyel kapcsolatos. (12. ábra)**

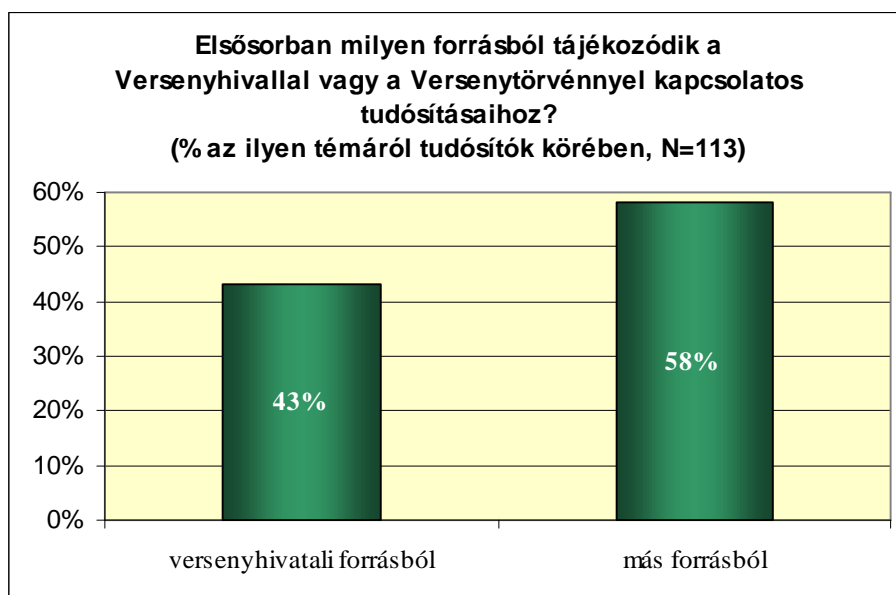
12. ábra



Plauzibilis összefüggés, hogy a gazdasági témával nagyon gyakran foglalkozó újságírók között felülreprezentáltak azok (20%), akik tavaly havonta többször is írtak versenyjogi kérdésekről, és azok is az átlagosnál magasabb arányban (27%) vannak ebben a legaktívabb csoportban, akik a gazdaág mellett más témával nem foglalkoznak.

Akik tavaly legalább egyszer írtak, tudósítottak versenyjogi esetről, azoktól megkérdeztük azt is, hogy honnan szerzi be azokat az információkat, amelyek alapján a Versenyhivatallal vagy a Versenytörvénnyel kapcsolatos témáról ír. **Versenyhivatali forrásból tájékozódik az ide kapcsolódó ügyekről a tavaly legalább egyszer versenyjogi esetről beszámoló gazdasági újságírók 43%-a, más forrásból szerzi értesüléseit 58%-uk.** Az összes gazdasági újságíróra vetítve a versenyhivatali forrást használók aránya 31%, a más forrásból dolgozóké 41%. (13. ábra)

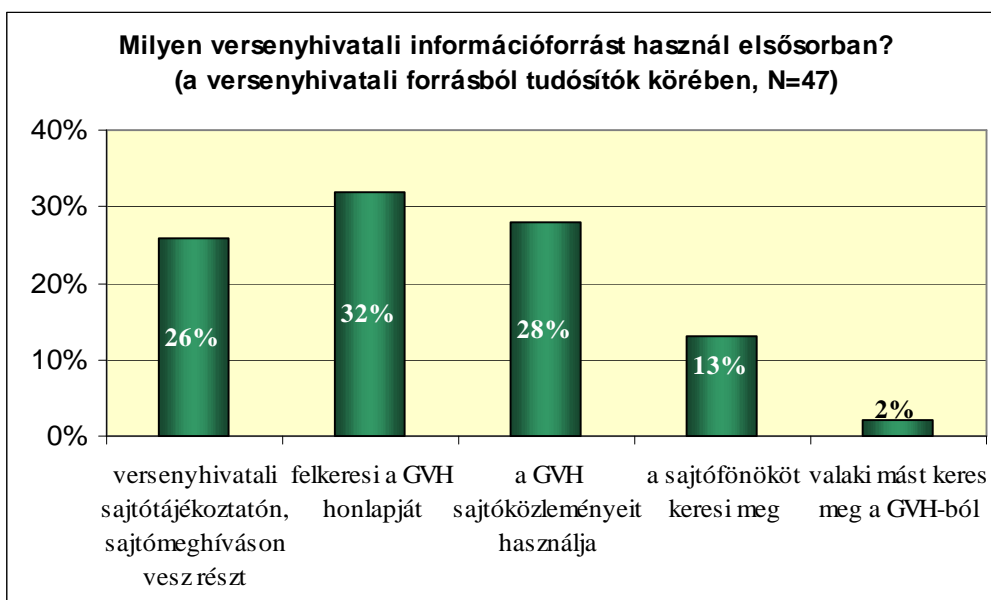
13. ábra



Azok az újságírók, akik tavaly írtak a versenytörvényről vagy a GVH-ról és általában nagyon gyakran írnak gazdasági témáról, átlagon felüli arányban, (53%) használják leginkább a versenyhivatali forrásokat. A nyomtatott sajtónál dolgozók fele-fele arányban használnak elsősorban versenyhivatali és más forrásokat (50-50%), az elektronikus médiában működők viszont jórészt (84%) nem versenyhivatali, hanem más forrásokat használnak (16%). A regionális terjesztésű lapok, adók munkatársai is inkább más forrásokat vesznek igénybe (76%).

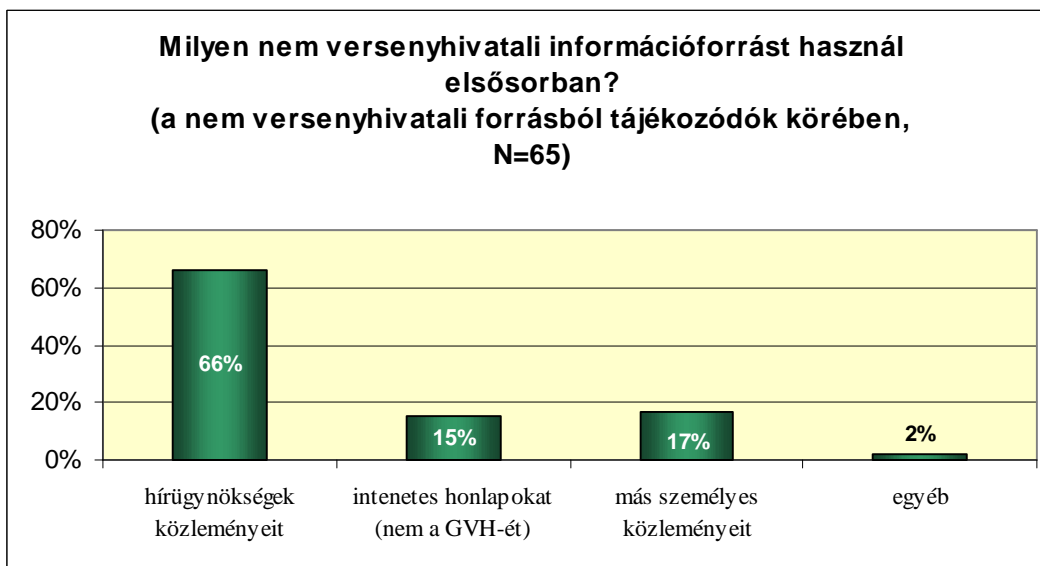
**A versenyhivatali forrásból tájékozódók (N=47)** leginkább a GVH honlapját veszik igénybe (32%), illetve a **Versenyhivataltól kapott sajtóközleményeket használják fel** (28%), **de jelentős még azok aránya is, akik a Versenyhivatal sajtótájékoztatóin, sajtómeghívásain vesznek részt** (26%). Kevesebben, 13%-nyian fordulnak a sajtófőnökhöz, és csak egyetlen olyan újságíró van, aki megkeres valakit a hivataltól és tőle szerez információkat. (14. ábra)

14. ábra



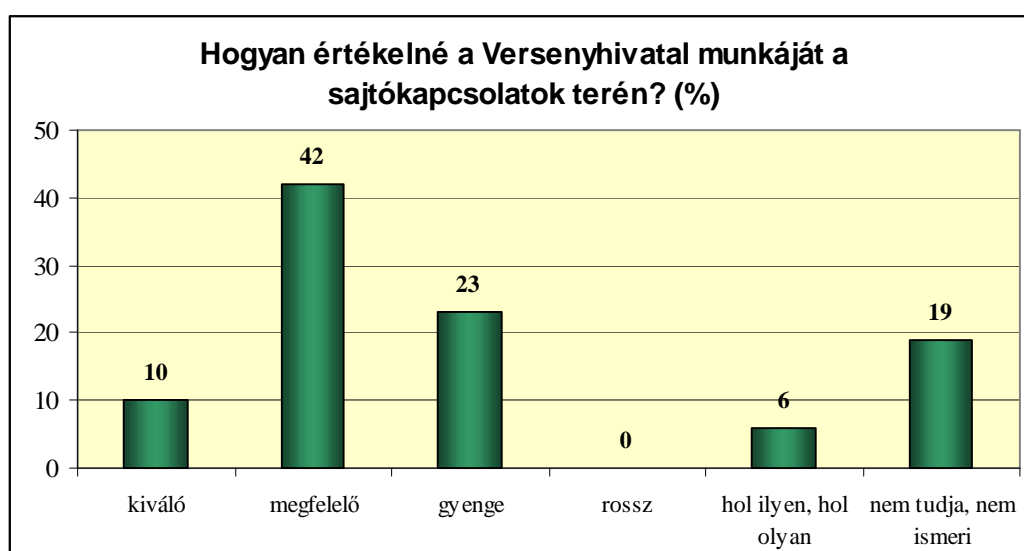
**A nem versenyhivatali, hanem más forrásból tájékozódók (N=65) legnagyobb csoportja, kétharmada (66%) a hírügynökségek közleményeit veszi alapul versenyjogi témával foglalkozón tudósításaiban.** 15%-uk internetes honlapokról tájékozódik a kérdésben (kivéve a GVH honlapját, hiszen ha ezt használja a kérdezett, akkor az versenyhivatali forrásnak tekinthető). Más személyek közléseit 17%-uk jelölte meg információforrásként. Egyéb forrást egy újságíró jelölt meg. (15. ábra)

15. ábra



A kutatás végéhez közeledve általános értékelésre kértük fel a gazdasági újságírókat: kikértük véleményüket a Versenyhivatal munkájáról a sajtókapcsolatokkal kapcsolatban. **Az újságírók fele elégedett: 10%-uk kiválónak, 42%-uk megfelelőnek minősítette a GVH munkáját a sajtókapcsolatok terén. Az újságírók negyede-ötöde (23%) gyengének találja a sajtókapcsolatok kezelését, rossznak viszont senki nem minősítette. 6%-nyian változónak érzi a sajtókapcsolatokat, egyötödük (19%) pedig nem tudja megítélni.** (16. ábra)

16. ábra



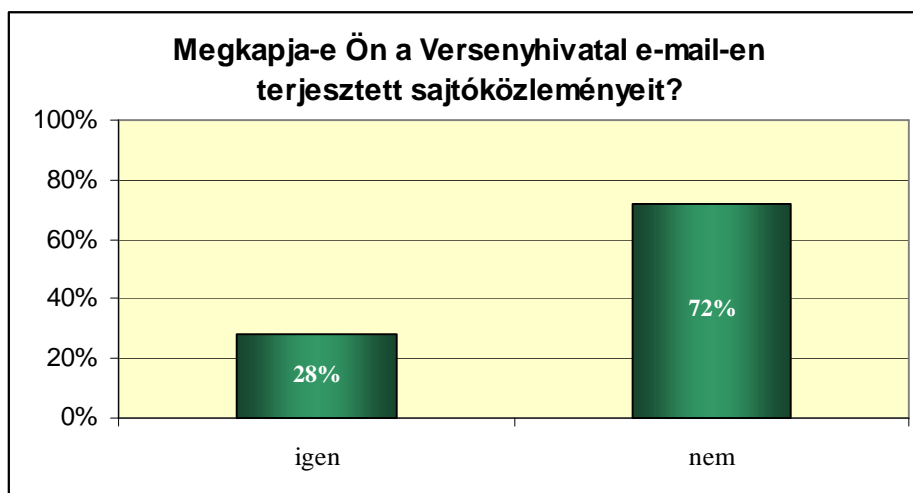


Akik nagyon gyakran írnak gazdasági témákról, azok az átlagosnál is nagyobb arányban (14%) találják kiválónak a GVH sajtókapcsolati tevékenységét. A nyomtatott sajtóban dolgozókra is ez a megállapítás igaz (15%).

Végül két praktikus kérdéssel a GVH sajtókapcsolatokat segítő anyagainak elterjedtségét szeretnénk volna felmérni. Ennek érdekében két tettünk fel: megkérdeztük, hogy az adott újságíró megkapja-e a Versenyhivatal e-mailen terjesztett sajtóközleményeit, valamint hogy találkozott-e már a Versenyhivatal éves beszámolójával.

**A Versenyhivatal e-mail-en terjesztett sajtóközleményeit a kérdezett gazdasági újságírók több, mint egynegyede (28%) megkapja, háromnegyede (72%) viszont nem.** (17. ábra) Azok az újságírók, akik csak gazdasági témáról írnak, az átlagosnál magasabb arányban (45%) kapják meg ezeket az e-maileket. A többi újságírócsoportban az átlagnak megfelelő az e-mailt kapók és nem kapók aránya.

17. ábra



**A Versenyhivatal éves beszámolójával vagy más kiadvánnyal a gazdasági újságírók közel fele (44%) találkozott már,** a többiek, 56% még nem. A gazdasági témáról nagyon gyakran írók fele (51%) látott már versenyhivatali kiadványt, azaz kétszer annyian, mint a teljes mintában. Más újságírócsoportban nincs kiugróan magas arány ebből a szempontból.

18. ábra

