



TNS Hoffmann



Komplex versenykultúra-felmérés – 2015  
GAZDASÁGI ÚJSÁGÍRÓK

## Tartalom

1. Vezetői összefoglaló .....	3
2. Bevezető .....	5
3. Versenyattitűd, gyakorlati piactudatosság .....	7
4. A Versenytörvény ismerete.....	14
5. A GVH ismertsége, megítélése .....	18
6. A GVH-val kapcsolatos újságírói tapasztalatok .....	30
7. Az EU-tagság hatása a versenyszabályozásra .....	34

## 1. Vezetői összefoglaló

- **Versenyattitűd, gyakorlati piactudatosság**

A megkérdezett újságírók relatív többsége a piaci versenyt preferálja az állami szabályozással szemben, bár ezen belül a teljesen szabad, állami beavatkozástól mentes versenyt csak elenyésző arányban szorgalmazzák.

A piaci verseny elsődlegességét preferálókhoz képest valamivel alacsonyabb (39%) azoknak az aránya, akik szerint az ideális helyzetet az állami szabályozás és a piaci verseny egyensúlya jelenti.

Csak kevesebb mint minden tizedik (8%) újságíró tartja kívánatosnak az állami beavatkozás nagyobb súlyát.

A gazdasági újságírók a szolgáltatások területén érzik a leggyengébbnek a versenyt, 71%-uk erősebb versenyt preferálna ezen a piacon. A legtöbben (37%) a műszaki cikkek versenyének mértékét tartják ideálisnak.

A válaszadók több mint kétharmada (72%) állítja azt, hogy minden alkalommal vagy legalábbis a legtöbb esetben el szokta olvasni szerződéskötéskor az „apró betűs” részeket.

A gazdasági újságírók kb. fele (47%) tartozik a változatosan piactudatos fogyasztók körébe, 12%-uk egyáltalán nem piactudatos fogyasztó, és 41%-uk a következetes piactudatos fogyasztó.

A válaszadóknak 24%-ára igaz az, hogy egyszerre piactudatosak és versenypártiak is.

- **A Versenytörvény ismerete**

A gazdasági újságírók mindössze 3%-a tudta spontán módon helyesen meghatározni a Versenytörvény célját.

A célok ismeretének támogatott vizsgálata során viszont már nagyon magas arányuk (94%) egyetértett azzal, hogy a Versenytörvény alapvető célja a „gazdasági verseny fenntartása a különböző piacokon”.

A gazdasági újságírók túlnyomó többsége (91%) tudja, hogy a Versenytörvény a vállalkozások, cégek gazdasági ügyeire vonatkozóan tartalmaz előírásokat.

- **A GVH ismertsége, megítélése**

A gazdasági újságírók közül szinte mindenki hallott már a GVH-ról; elenyésző, mindössze 2% azoknak az aránya, akik soha nem találkoztak még a Versenyhivatal nevével.

Elsőként a GVH munkájával kapcsolatos ügyek spontán felidézését vizsgáltuk. Ugyan több említés érkezett konkrét ügyekre is, a legtöbben inkább csak a GVH-val kapcsolatos általános intézkedéskörökre hivatkoztak (pl. bírság, büntetés, kartell).

Ami a GVH-val való kapcsolatfelvétel kérdését illeti, szinte minden megkérdezett gazdasági újságíró tudja, hogy ügyvédi közreműködéssel a vállalkozások (93%) vagy magánszemélyek (88%), illetve a szakmai kamarák (89%) panasszal, észrevétellel fordulhatnak a GVH-hoz.

Csak minden huszadik (5%) újságíró gondolja úgy, hogy a GVH kiválóan végzi a munkáját.

- **A GVH-val kapcsolatos újságírói tapasztalatok**

A felmérésben közreműködött gazdasági újságírók 37%-a írt vagy tudósított az elmúlt 12 hónapban olyan eset(ek)ről, amely(ek)ben szerepe volt a GVH-nak

Azok közül az újságírók közül, akik írtak/tudósítottak GVH-s vagy Versenytörvénnyel kapcsolatos ügyekről, legtöbbször (40%) elsősorban GVH-s forrásokat használ a tájékozódáshoz.

- **Az EU-tagság hatása a versenyszabályozásra**

A gazdasági újságírók 85%-a tisztában van azzal, hogy az Európai Bizottságnak joga van a tagállamokban, így Magyarországon is kartellügyeket vizsgálni.

Valamivel több mint kétharmaduk gondolja úgy (helyesen), hogy a GVH az EU versenyszabályai alapján is eljárhat (73%)

## 2. Bevezető

A Gazdasági Versenyhivatal Versenykultúra Központja megbízásából a TNS-Hoffmann felmérést végzett a GVH és a versenyszabályok ismertségéről, megítéléséről a vállalkozók, valamint a versenyhivatali munka szempontjából kiemelt csoportok (lakosság, jogászok, közigazgatási szakemberek, gazdasági újságírók) körében.

A GVH rendszeresen rendel meg közvélemény-kutatásokat e témában. A tanulmányban feltüntetett 2004-es és 2007-es adatok a TÁRKI, a 2010-esek pedig a MASMI Hungary Piackutató Intézet felméréséből származnak. A jelenlegi kutatás a korábbiakhoz képest frissített, néhány kérdéssel kibővített kérdőívvel, hasonló célcsoportok körében zajlott. A korábbi hullámhoz hasonlóan a lakosságot, a jogászokat, a vállalkozókat, a gazdasági újságírókat, valamint az önkormányzati és államigazgatási szakembereket vontuk be a kutatásba. A kérdőívek módosításait, illetve az új célcsoport bevonásához kapcsolódó módszertani részleteket a TNS-Hoffmann a GVH munkatársaival együttműködve dolgozta ki.

A kutatás fókuszában az alábbi témakörök állnak:

- versennyel kapcsolatos attitűd és fogyasztói attitűd
- verseny a saját iparágban (vállalkozóknál)
- a Versenytörvény ismertsége általában és részleteiben
- a GVH ismertsége, a GVH feladatainak, illetve hatáskörének ismerete, munkájának megítélése

### 2.1 A kutatás módszere

**Az adatfelvétel módja:** telefonos interjúk (CATI)

**Az adatfelvétel ideje:** 2015. augusztus 20.–szeptember 10.

**Alapsokaság:** gazdasági újságírók

**Minta:** 150 fő

A gazdasági újságírók mintájába azok kerülhettek, akik kisebb-nagyobb gyakorisággal szoktak gazdasági témákról írni/tudósítani.

## 2.1. A minta megbízhatósága

Egy minta megbízhatóságát a minta konfidenciaintervallumával szokás jellemezni. Ez az érték azt mutatja meg, hogy a reprezentatív kiválasztás szabályainak betartása esetén a minta segítségével mért érték maximálisan (azaz matematikai értelemben vett elképzelhető „legrosszabb esetben”, szimmetrikus eloszlás esetén) mennyire térhet el attól a hipotetikus eredménytől, amit akkor kaptunk volna, ha nem mintát veszünk, hanem az alapsokaság minden egyes tagját megkérdeztük volna.

A teljes mintát tekintve (N=150), 95%-os megbízhatósági szinten  $\pm 5,8\%$ , konfidenciaintervallummal számolhatunk az elemzés során, azaz az értékelésnél 95%-os biztonsággal állíthatjuk, hogy a kapott eredmény maximum ekkora mértékben térhet el a célcsoport egészének véleményétől.

### A kérdőív

A kérdőívet a megbízó képviselőivel folytatott konzultációk során állítottuk össze. Két szempontot tartottunk szem előtt: a korábbi kutatások adataival való összehasonlíthatóságot és azt, hogy a kérdéseinkre minél inkább releváns válaszokat kapjunk.

Tisztában voltunk vele, hogy egy több hullámban zajló kutatásnál fontos szempont az eredmények összehasonlíthatóságának megőrzése, és ez az elvárás egyértelműen megjelent a megrendelő igényeiben is. Az eredmények közvetlen, „számszaki” összehasonlíthatóságának biztosítása általában az, ha mind a kérdés típusa, formája, szövegezése, mind pedig az adatfelvételi technika változatlan marad. Ez utóbbi a vállalkozói célcsoportban nem változott, így tehát a direkt összevethetőség lehetősége nem csorbult. Néhány kérdés tekintetében azonban a TNS-Hoffmann változtatásokat javasolt a kérdések típusa, szövegezése terén. E változtatások nemcsak a jelenlegi hullám eredményeinek felhasználhatóságát bővítik, hanem hozzájárulnak a folyamatok időbeli alakulásának megbízhatóbb elemzéséhez is. A kérdések átfogalmazása, módosítása során törekedtünk arra, hogy – gyakorlati, kutatói tapasztalataink és a legutóbbi felmérési hullámból születő tanulmányok áttekintése alapján – csak olyan pontokon javasoljunk változtatásokat, ahol azt feltétlenül szükségesnek látjuk. Ezek azok, ahol a korábbi kérdőívi

megfogalmazások nem vezettek kellően stabil eredményekre, és/vagy (például „érzéketlen” skálák alkalmazása miatt) a kérdésekből születő eredmények csak igen „nagyvonalúan” tükrözték a megkérdezettek adott témakörben jellemző attitűdjeit. Ezzel együtt minden olyan kérdésnél, ahol a GVH ezt az igényét megfogalmazta, változtatás nélkül tartottuk meg az eredeti szövegezést.

## A minta összetétele

A VÁLASZADÓK JELLEMZŐI		Elemzés	Részarány
Kor	20–39 éves	30	20%
	40–49 éves	51	34%
	50–59 éves	39	26%
	60 éves vagy afelett	30	20%
Médium (ahol a leggyakrabban dolgozik)	Tv/rádió	26	17%
	Napilap	31	20%
	Heti-/havilap	48	32%
	Online sajtó	44	29%
Közszolgálati vagy kereskedelmi adónál dolgozik?	Közszolgálati	11	42%
	Kereskedelmi	15	58%
Elsősorban regionális, országos terjesztésű vagy Magyarországon élő külföldieknek szól ez az adó/lap?	Regionális	39	39%
	Országos	60	59%
	Magyarországon élő külföldieknek szól	2	2%
Milyen gyakran foglalkozik a gazdasági élet híreivel a munkája során?	Rendszeresen	68	45%
	Gyakran	35	23%
	Ritkán	47	31%
Írt vagy tudósított a GVH-val vagy a Versenytörvénnyel kapcsolatban az elmúlt egy évben?	Igen	57	38%
	Nem	93	62%
<b>ÖSSZESEN</b>		<b>150</b>	<b>100%</b>

## 3. Versenyattitűd, gyakorlati piactudatosság

A kutatás első részében azt vizsgáltuk, hogyan viszonyulnak a piaci versenyhez a gazdasági újságírók, illetve mennyire jellemzi őket a gyakorlati piactudatosság.

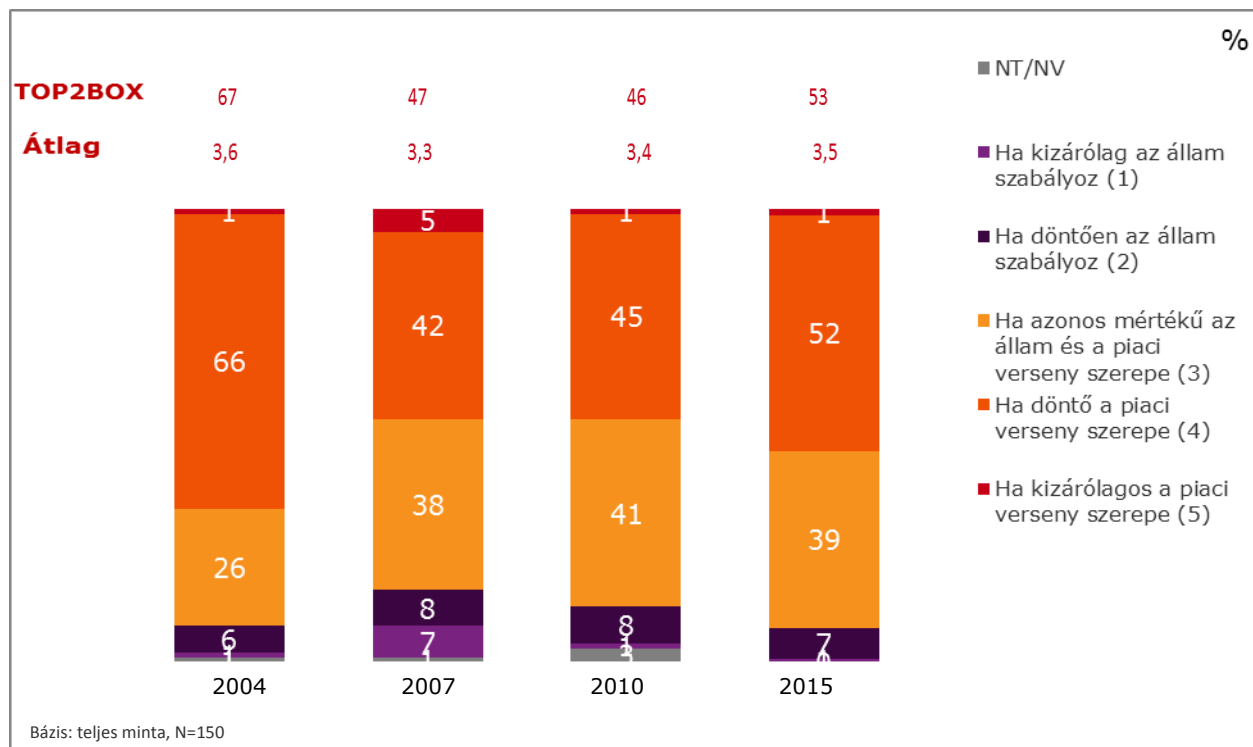
A megkérdezett újságírók relatív többsége (TOP2Box: 53%) a piaci versenyt preferálja az állami szabályozással szemben, bár ezen belül a teljesen szabad, állami beavatkozástól mentes versenyt csak elenyésző arányban (1%) szorgalmazzák. A piaci verseny elsődlegességét preferálókhoz képest valamivel alacsonyabb (39%) azoknak az aránya, akik szerint az ideális helyzetet az állami szabályozás és a piaci verseny

egyensúlya jelenti. Csak kevesebb mint minden tizedik (8%) újságíró tartja kívánatosnak az állami beavatkozás nagyobb súlyát.

A korábbi két hullámhoz képest az idén kicsivel többen voksoltak a piaci verseny dominanciájára (52% vs. 42, ill. 45%).

## Piaci verseny vs. állami szabályozás

Vannak, akik úgy vélik, hogy az állam feladata szabályozni az árakat, béreket, általában a gazdasági folyamatokat. Mások szerint jobb az, ha a kereskedők, termelők versenyeznek egymással, azaz a piaci verseny dominál. Ön szerint melyik a kívánatos változat a következők közül?



A korábbi hullámokban szereplő hasonló kérdéssel („Véleménye szerint megfelelő mértékű a gazdasági verseny a mai Magyarországon, erősebb verseny kellene, vagy nem kellene ilyen erős verseny?”) csak óvatos összehasonlításra van lehetőségünk.

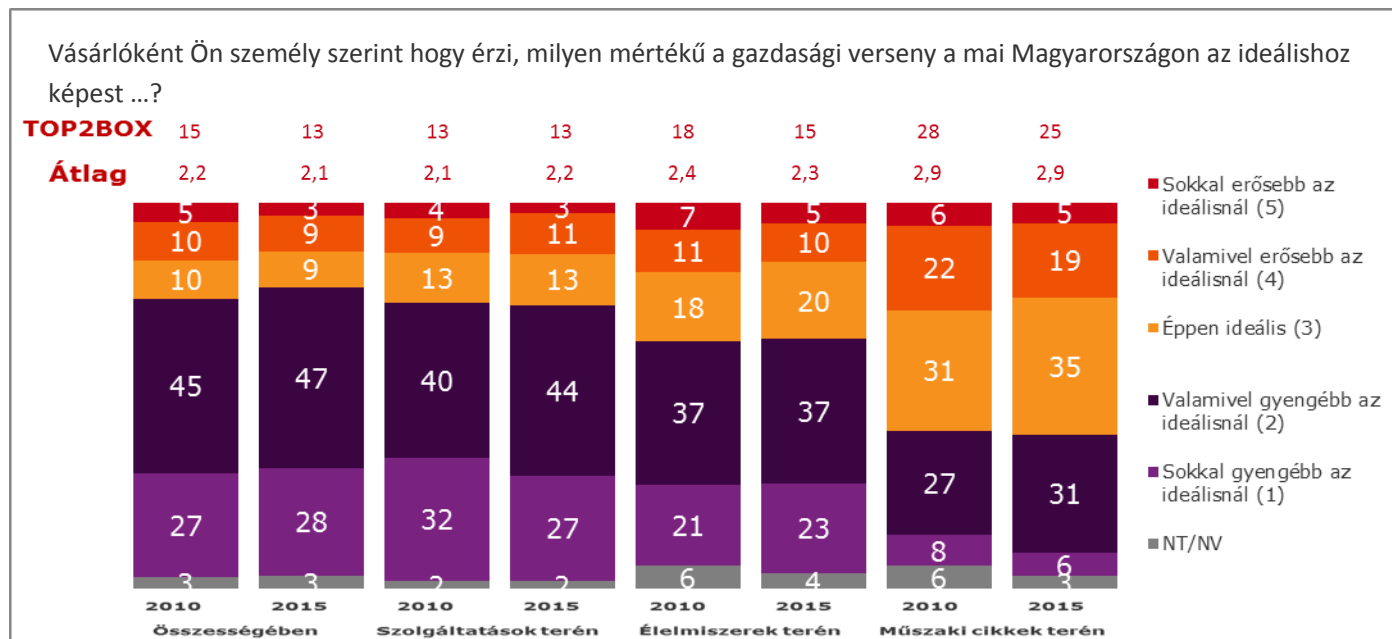
2004-től folyamatos csökkenés tapasztalható azok körében, akik megfelelő intenzitásúnak tartják a versenyt: akkor még közel minden negyedik tudósító gondolta ezt (23%), 2007-ben ez az arány már csak 18%-os volt, 2010-ben 10%-os, míg az idén már mindössze 9% gondolta ezt. Jelentős növekedést tapasztaltunk ugyanakkor az erősebb versenyt szorgalmazók körében (2004: 49%, 2007: 63%, 2010: 71%, idén pedig már 75%).

A verseny erősségének megítélését három konkrét terület – szolgáltatások, élelmiszerek, műszaki és háztartási cikkek – tekintetében is vizsgálta a felmérés. A szolgáltatások, élelmiszerek, műszaki és háztartási cikkek piacán ebben a sorrendben csökken azok aránya, akik erőteljesebb versenyt szorgalmaznának az adott piacon.



Tehát a szolgáltatások területén érzik a leggyengébbnek a versenyt, négyből három megkérdezett (71%) erősebb versenyt preferálna ezen a piacon. Az élelmiszerek piacára vonatkozóan is magas azok aránya, akik a verseny intenzitásának fokozását szorgalmazzák (60%). A legtöbben (37%) a műszaki cikkek versenyének mértékét tartják ideálisnak. E piac kapcsán minden negyedik válaszadó (25%) inkább gyengébb versenyt látna szívesen ezen a piacon.

## Gazdasági verseny erőssége II.



Bázis: teljes minta, N=150

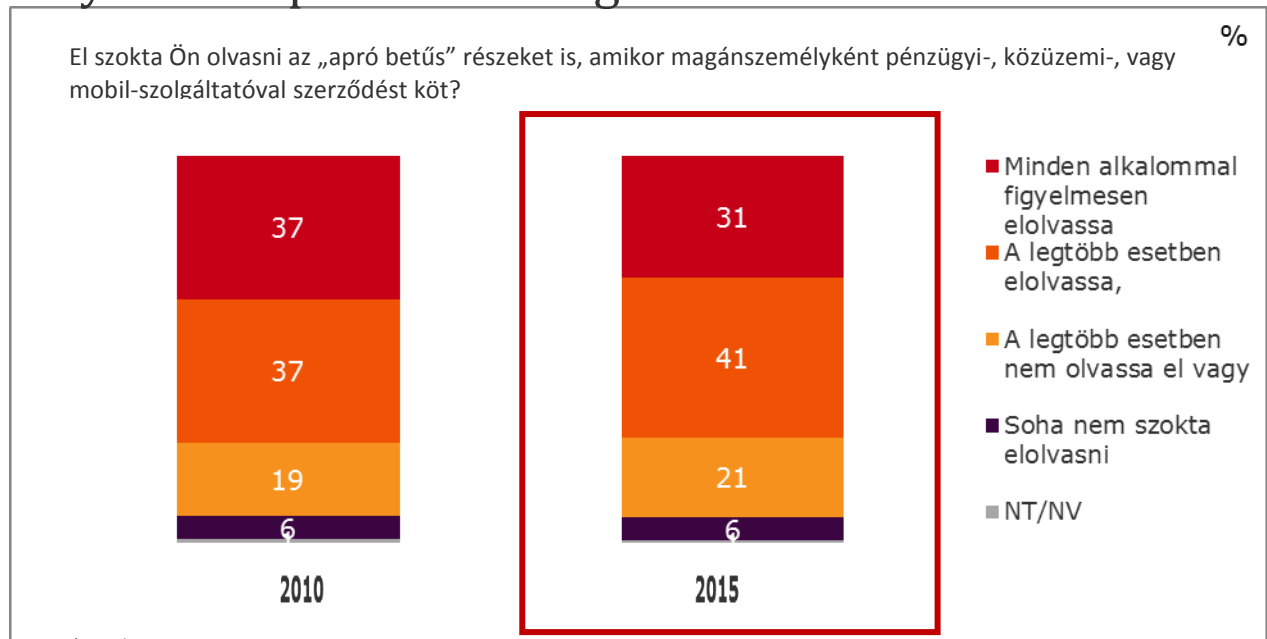
A piactudatosságot, azaz azt, hogy a válaszadók egy meghatározott élethelyzetben mennyire alapoznának a versenyre, két kérdés vizsgálta. Az egyikkel a gyakorlati tájékozódást mértük fel, a kérdés arra vonatkozott, hogy a válaszadó milyen gyakran olvassa el az „apró betűs részeket” a szerződéskötéseknél. A második kérdéssel a versennyel kapcsolatos attitűdöt vizsgáltuk úgy, hogy rákérdeztünk egy hipotetikus lakásfelújítást végző szakember kiválasztásának módjára.

### 3.1. Gyakorlati piactudatosság

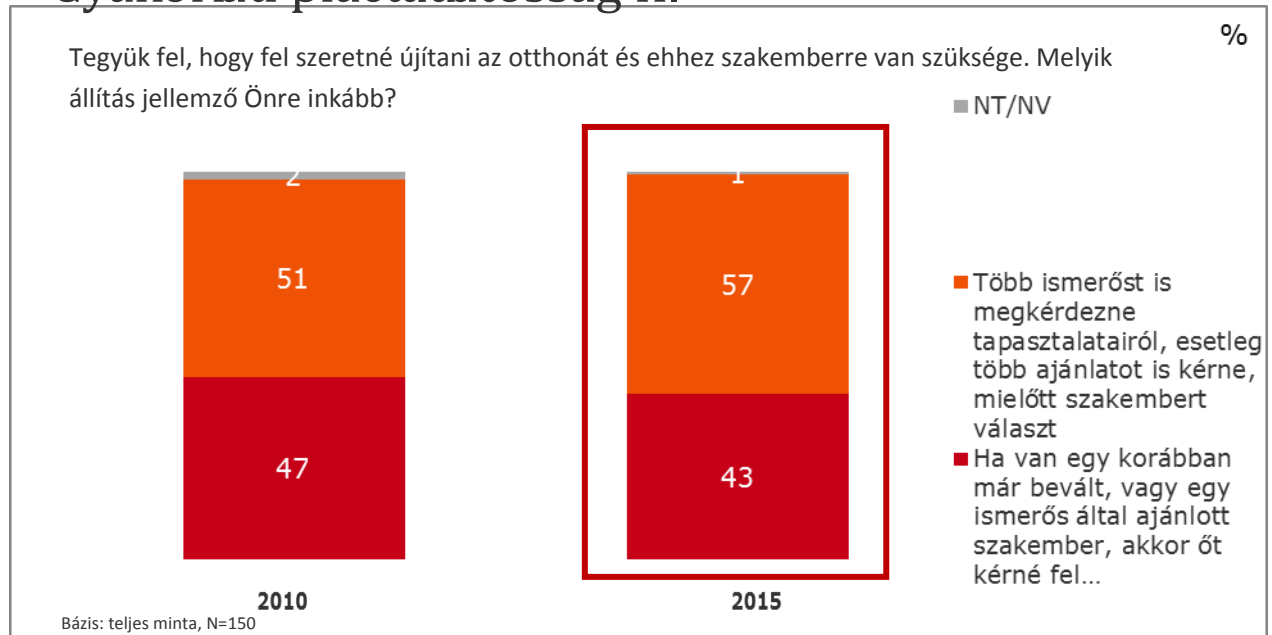
A válaszadók több mint kétharmada (72%) állítja azt, hogy minden alkalommal vagy legalábbis a legtöbb esetben el szokta olvasni szerződéskötéskor az „apró betűs” részeket. Ez az arány 2010-hez képest szignifikánsan nem változott (akkor 74% volt).

Csupán 6% azok aránya, akik soha nem szokták elolvasni az apró betűs részeket. A megkérdezettek 57%-a úgy nyilatkozott, hogy lakásfelújítás esetén több forrásból is érdeklődne, mielőtt döntene egy szakember mellett.

## Gyakorlati piactudatosság I.



## Gyakorlati piactudatosság II.



A válaszadókat a fenti két kérdés szerint három csoportba soroltuk. A kategorizálás során ugyanazokat a szempontokat vettük figyelembe, amit

a MASMI Piackutató Intézet használt a 2010-es tanulmányban, így a két időszak adatai összehasonlíthatók.

A gyakorlati piactudatosság szempontjából a válaszadók az alábbi három csoportba tartozhatnak:

**Következetesen piactudatos fogyasztók:** akik a legtöbb esetben vagy minden alkalommal elolvassák az „apró betűs” részeket, és a szakemberválasztásnál is több ajánlatot mérlegelnek.

**Változóan piactudatos fogyasztók:** akik vagy a legtöbb esetben, vagy minden alkalommal elolvassák az „apró betűs” részeket, vagy a szakemberválasztás előtt több ajánlatot mérlegelnek.

**Nem piactudatos fogyasztók:** többnyire nem olvassák el az apró betűs részeket a szerződéseknél, és nem keresik az alternatívákat a szakemberek kiválasztása során.

## Gyakorlati piactudatosság

### ■ Következetesen piactudatos fogyasztók:

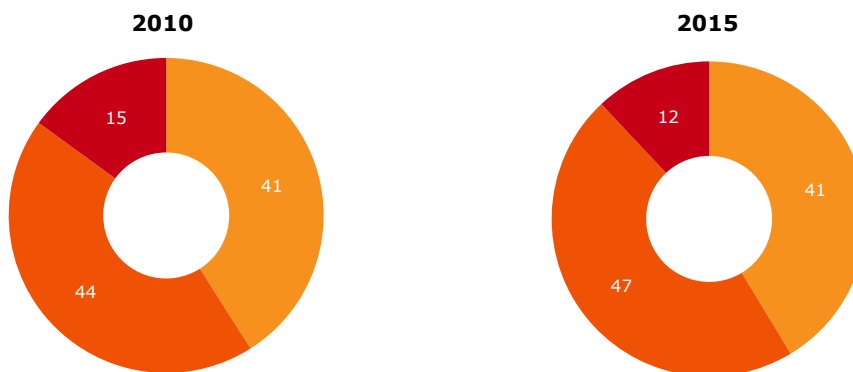
akik a legtöbb esetben, vagy minden alkalommal elolvassák az „apró betűs” részeket és a szakemberválasztásnál is több ajánlatot mérlegelnek.

### ■ Változóan piactudatos fogyasztók:

akik vagy a legtöbb esetben vagy minden alkalommal elolvassák az „apró betűs” részeket, vagy a szakemberválasztás előtt több ajánlatot mérlegelnek.

### ■ Nem piactudatos fogyasztók:

többnyire nem olvassák el az apró betűs részeket a szerződéseknél, és nem keresik az alternatívákat a szakemberek kiválasztása során

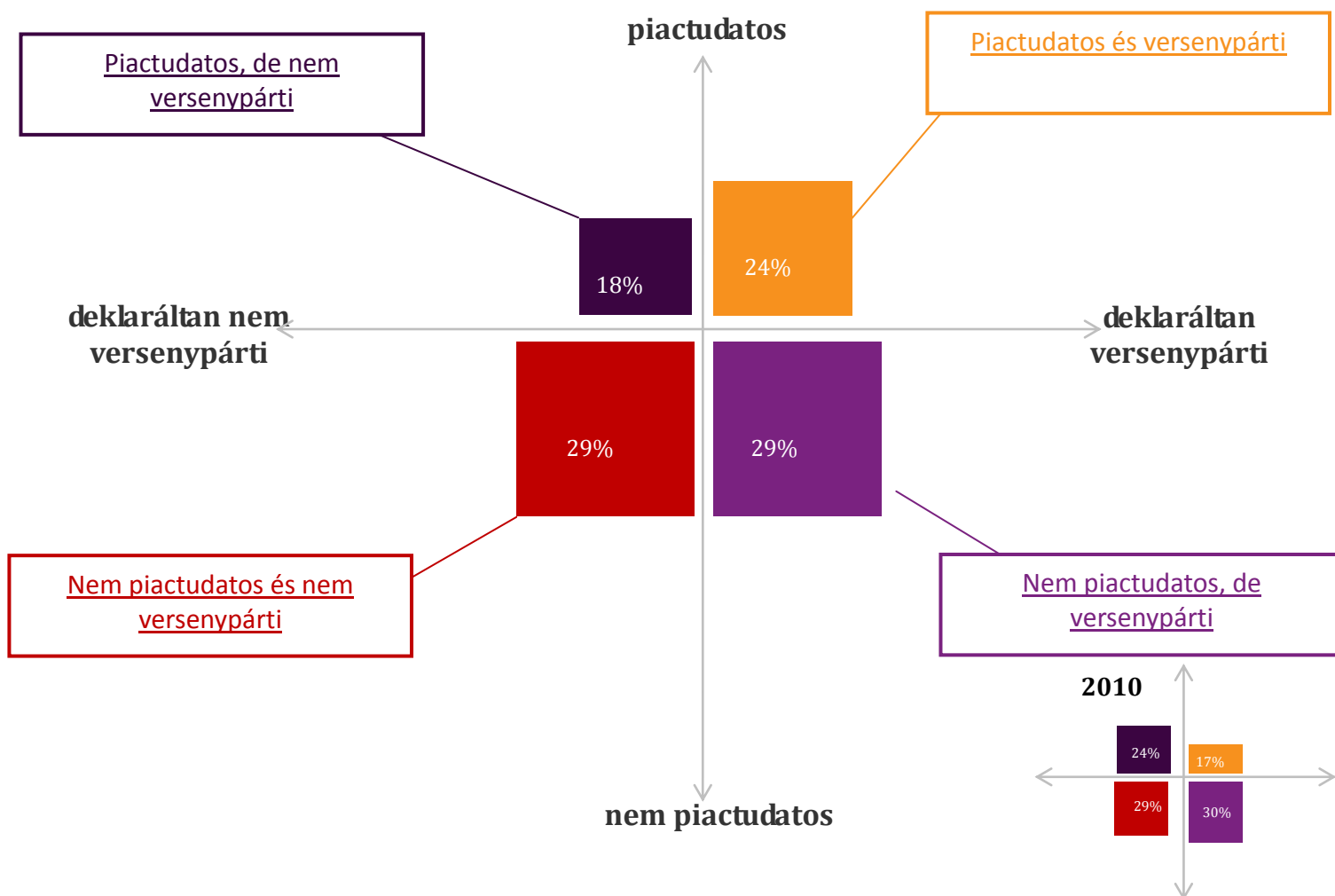


Bázis: teljes minta, N=150

A gazdasági újságírók kb. fele (47%) tartozik a változatosan piactudatos fogyasztók körébe, 12%-uk egyáltalán nem piactudatos fogyasztó, és 41%-uk a következetes piactudatos fogyasztó. 2010-hez képest nem mértünk szignifikáns változást.

A gyakorlatban való piactudatosságot és a versenyhez való hozzáállást együttesen is vizsgáltuk. A gyakorlati piactudatosság esetén összevontuk

a nem piactudatos és a változóan piactudatos csoportokat, így piactudatosság szempontjából két csoportot képeztünk: akik piactudatosak, azaz elolvassák az „apró betűs” részeket, és szakemberválasztásnál mérlegelik az alternatívákat, és akik e két kérdés alapján nem piactudatosak (nem olvassák el az „apró betűs” részeket és/vagy nem mérlegelnek alternatívákat szakember választásánál). A másik dimenzió a „deklaráltan versenypártiság”. Versenypártinak tekintjük azt a válaszadót, aki kívánatosnak tartja a piaci verseny dominanciáját, és nem tekintjük versenypártinak azt a válaszadót, aki az állami szerepvállalást tartja ideálisnak. A válaszadókat e két dimenzió mentén négy csoportba lehet beosztani, amit a következő ábra szemléltet.



A válaszadóknak 24%-ára igaz az, hogy egyszerre piactudatosak és versenypártiak is. Ez magasabb érték, mint a 2010-es eredmény (17%). Minimálisan csökkent a nem piactudatos, de versenypárti válaszadók aránya, a 2010-es 30%-ról 29%-ra. Nem változott a nem piactudatos és nem versenypárti csoport aránya, és ez a csoport a legnépesebb. A negyedik csoport, azaz a piactudatos, de nem versenypártiak aránya

2010-hez képest csökkent, 2015-ben a válaszadók 18%-a került ebbe a kategóriába.

## 4. A Versenytörvény ismerete

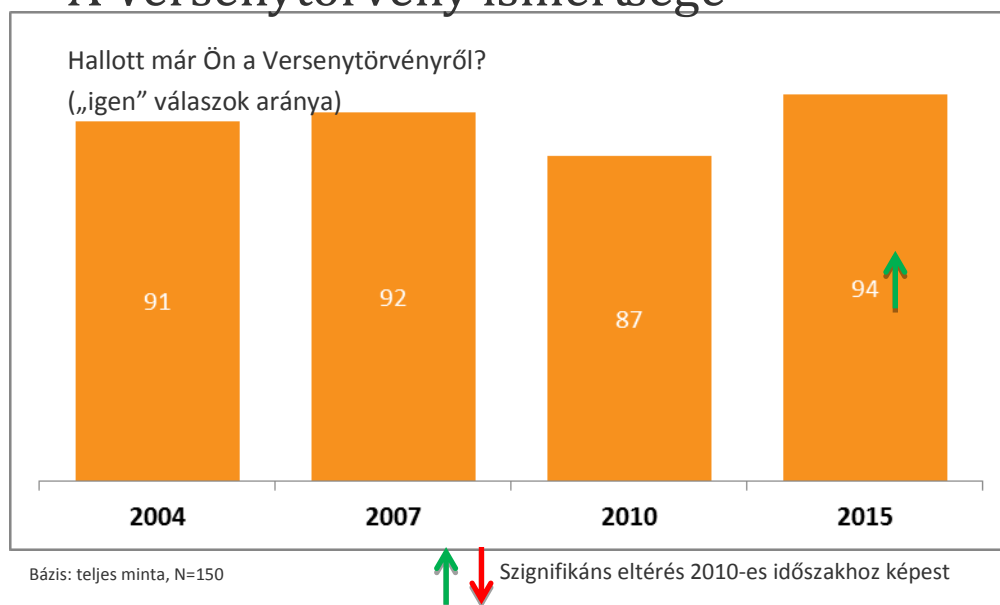
A gazdasági újságírók 94%-a hallott már a Versenytörvényről.

### 4.1. A Versenytörvény általános ismerete

A gazdasági újságírók mindössze 3%-a tudta spontán módon helyesen meghatározni a Versenytörvény célját.

A célok ismeretének támogatott vizsgálata során viszont már nagyon magas arányuk (94%) egyetértett azzal, hogy a Versenytörvény alapvető célja a „gazdasági verseny fenntartása a különböző piacokon”, és ennél valamivel kevesebben (79%) tudták helyesen azt, hogy „a fogyasztók tájékozottságának biztosítása” is célja a törvénynek.

### A Versenytörvény ismertsége



A gazdasági újságírók túlnyomó többsége (91%) tudja, hogy a Versenytörvény a vállalkozások, cégek gazdasági ügyeire vonatkozóan tartalmaz előírásokat. A téves válaszok között viszonylag nagy arányban szerepeltek a jogászok, ügyvédek etikai ügyei (43%), valamint az állampolgárok ügyei általában (45%).

### 4.2 A Versenytörvény részletes ismerete

Azt is vizsgáltuk, hogy milyen részletes ismereteik vannak a gazdasági újságíróknak a Versenytörvény céljával, tartalmával, hatáskörével kapcsolatban.

#### 4.2.1. Ismeretek a Versenytörvény céljáról

Csakúgy, mint 2010-ben, idén is először egy teljesen nyitott, majd egy többállításos, zárt kérdés vizsgálta a Versenytörvény céljára vonatkozó ismereteket. A nyitott kérdés szöveges válaszait utólag kódoltuk, majd ezeket a kódokat a GVH munkatársainak segítségével csoportosítottuk a válasz helyessége alapján 6 kategóriába (jó, inkább jó, kétértelmű, inkább rossz, rossz, illetve semmitmondó válasz).

A részletesen kódolt válaszok említési számát és a teljes mintára vetített százalékos arányát mutatja az alábbi táblázat.

Tudomása szerint mi a célja a versenytörvénynek?		
Bázis: Teljes minta (N=150)	Említések száma	Százalékos arány
<b>Egyértelműen helyes válaszok</b>		
Fogyasztóvédelem	8	6%
Kartellezés megakadályozása	5	4%
<b>Kétértelmű válaszok</b>		
Piaci verseny szabályozása	45	32%
Tisztességes verseny /etikus	43	30%
Egyenlő feltételek biztosítása	23	16%
<b>Inkább rossz válaszok</b>		
Monopóliumok megakadályozása	12	9%
Erőfölénnyel rendelkező cégek kordában tartása	9	6%
<b>Rossz válaszok</b>		
Bírságolás	3	2%
Korrupció	2	1%
Semmitmondó válaszok / NT /NV	14	12%

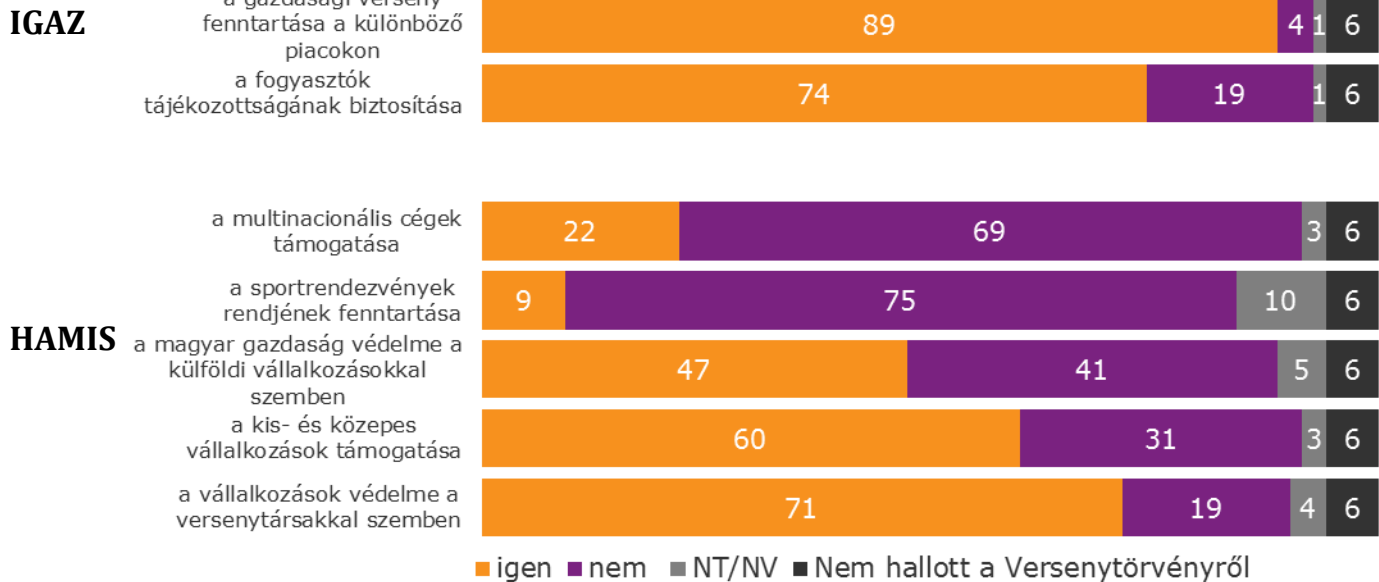
Az egyes lehetséges célok ismeretének támogatott kérdésekkel történt vizsgálatában a nagy többség (89%) ráérez arra, hogy a Versenytörvény alapvető célja a „gazdasági verseny fenntartása a különböző piacokon”. Ennél valamivel kevesebben (74%) válaszolták helyesen azt, hogy „a fogyasztók tájékoztatásának biztosítása” is célja a törvénynek.

Ugyanakkor 71% gondolta úgy (helytelenül), hogy a vállalkozások védelme a versenytársakkal szemben szintén célja a Versenytörvénynek, 60% pedig a kis- és közepes vállalkozások támogatását is ide sorolta.

## A Versenytörvény céljainak ismerete

Ön szerint célja-e a Versenytörvénynek....?

%



Bázis: Teljes minta N=150



Ön szerint tartalmaz-e előírásokat a Versenytörvény ...? („igen válaszok aránya)



Bázis: teljes minta, N=150



Szignifikáns eltérés 2010-es időszakhoz képest

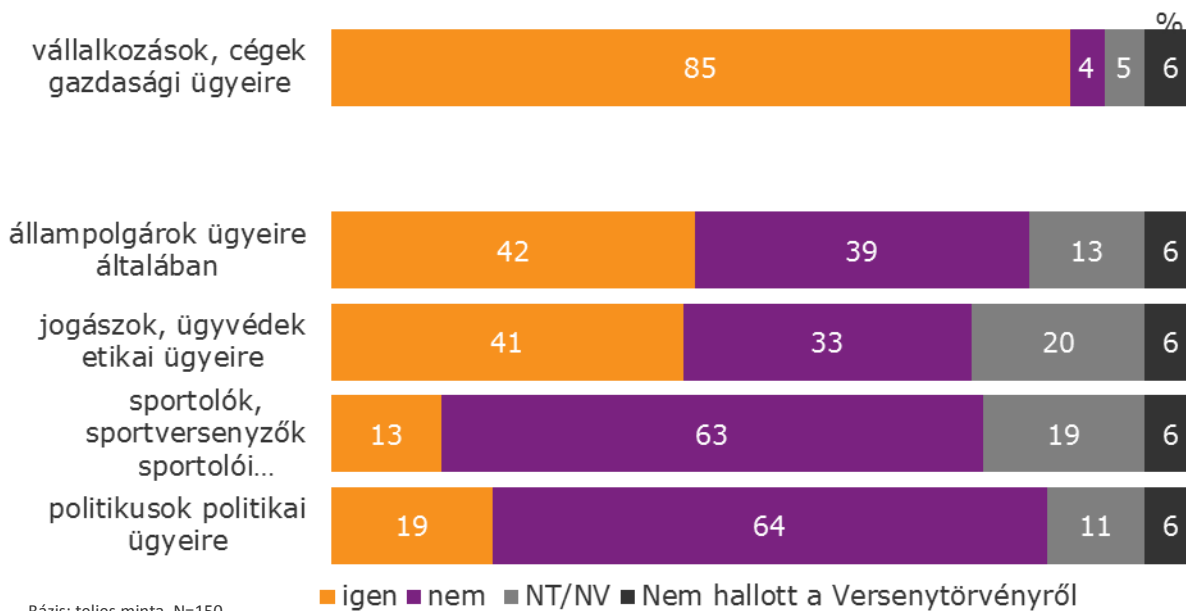
#### 4.2.2. Ismeretek a Versenytörvény tartalmáról

A gazdasági újságírók háromnegyede (85%) tudja, hogy a Versenytörvény a vállalkozások, cégek gazdasági ügyeire vonatkozóan tartalmaz előírásokat. A téves válaszok között a legnagyobb arányban az állampolgárok ügyei és a jogászok, ügyvédek etikai ügyei szerepeltek.

A sportolók magatartását illetően gondolta a legkevesebb újságíró (13%), hogy a Versenytörvény tartalmaz erre vonatkozó előírást.

## A Versenytörvény „hatóköre”

Ön szerint tartalmaz-e előírásokat a Versenytörvény ...?



### 5. A GVH ismertsége, megítélése

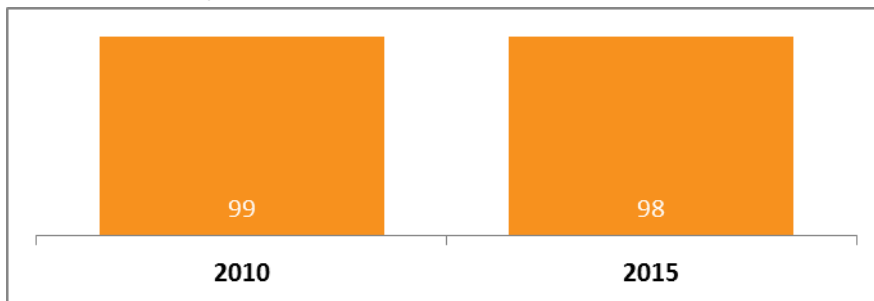
A kutatás célja volt idén is a GVH ismertségének és megítélésének általános és részletes vizsgálata. A felmért ismeretek érintették a GVH konkrét tevékenységét, jogosultságait, valamint azt, hogy kik fordulhatnak a GVH-hoz panasszal, észrevétellel.

#### 5.1. A GVH általános ismertsége

A gazdasági újságírók közül szinte mindenki hallott már a GVH-ról; elenyésző, mindössze 2% azoknak az aránya, akik soha nem találkoztak még a versenyhivatal nevével. Az GVH-t ismerők aránya (98%) majdnem pontosan megegyezik az előző hullámokban mérttel (99%).

## A GVH ismertsége

Az elmúlt néhány hónapra visszagondolva, találkozott Ön a GVH nevével bármilyen formában?



Bázis: teljes minta, N=150



Szignifikáns eltérés 2010-es időszakhoz képest

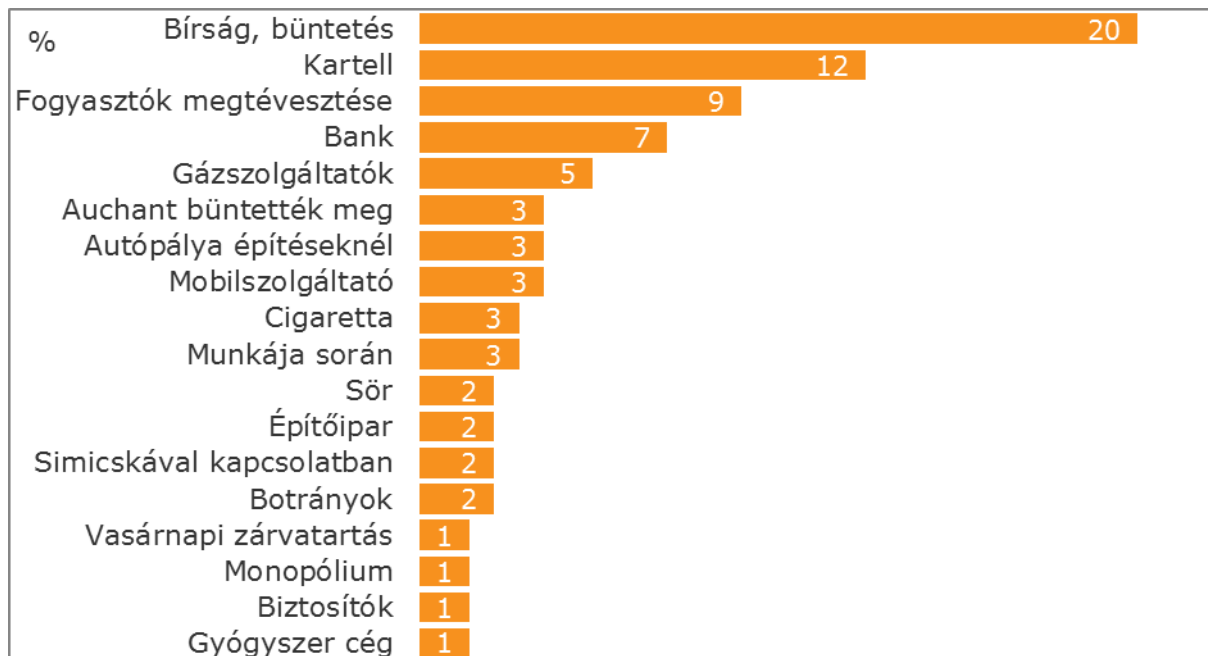
### 5.2. A GVH általános ismertsége

A GVH-val kapcsolatos ismereteket a GVH-hoz kapcsolódó ügyek ismertségén keresztül is értékelte a felmérés.

Elsőként a GVH munkájával kapcsolatos ügyek spontán felidézését vizsgáltuk. Az említéseket a következő ábrán foglaltuk össze, melyből az is jól látszik, hogy bár több említés érkezett konkrét ügyekre is, a legtöbben inkább csak a GVH-val kapcsolatos általános intézkedésekre hivatkoztak. Legtöbben a bírságot, büntetést említették (20%).

## GVH-val kapcsolatos ügyek ismertsége

A következők közül mely ügyek kapcsán hallott Ön a GVH munkájáról?



### 5.3. A GVH-val kapcsolatos ügyek ismertsége

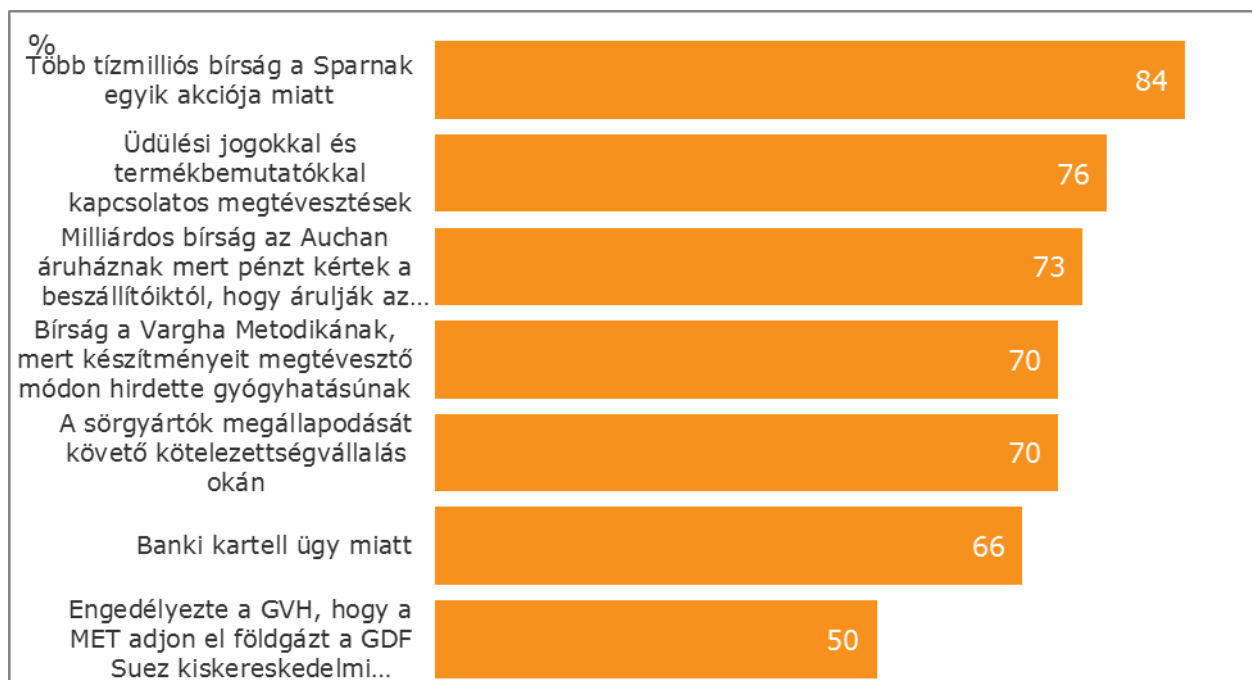
Elsőként a GVH munkájával kapcsolatos ügyek spontán felidézését vizsgáltuk. Az említéseket a következő táblázatban foglaltuk össze, melyből az is jól látszik, hogy bár több említés érkezett konkrét ügyekre is, a legtöbben inkább csak a GVH-val kapcsolatos általános intézkedésekre hivatkoztak (pl. bírság, büntetés, kartell).

<b>Milyen ügyel, ügyekkel kapcsolatban hallott a GVH munkájáról?</b>		
<i>Bázis: Aki hallott már a GVH-ról (N=147)</i>	Említések száma	Százalékos arány
<b>Konkrét ügyek</b>		
Auchant büntették meg	5	3%
simicskával kapcsolatban	3	2%
<b>Konkrét ügyek, a vizsgált vállalat megnevezése nélkül</b>		
Bank	10	7%
Gázszolgáltatók	7	5%
Autópálya építéseknél	5	3%
Mobilszolgáltató	5	3%
Cigaretta	4	3%
Sör	3	2%
Építőipar	3	2%
Vasárnapi zárvatartás	2	1%
Biztosítók	2	1%
Gyógyszer cég	2	1%
<b>Általánosságok</b>		
Bírság, büntetés	29	20%
Kartell	18	12%
Fogyasztók megtévesztése	13	9%
Botrányok	3	2%
Monopólium	2	1%
Egyéb általános említés	4	3%
<b>Egyéb említés</b>	16	11%
<b>NT / NV</b>	38	26%

Néhány konkrét, a GVH által indított eljárás támogatott ismertségét is mértük azok körében, akik találkoztak a hivatal nevével valamilyen formában. A támogatott módon feltett kérdésekre adott válaszok már sokkal kedvezőbb képet mutatnak: a legnagyobb arányban a Sparra kirótt bírságot említették (84%). A kiemelt ügyek közül a legkevesebben a MET földgázvásárlási ügyét ismerték, ez a gazdasági újságírók fele számára volt ismert (50%).

## A GVH ismertsége II.

A következők közül mely ügyek kapcsán hallott Ön a GVH munkájáról? ( Az „igen” válaszok aránya)



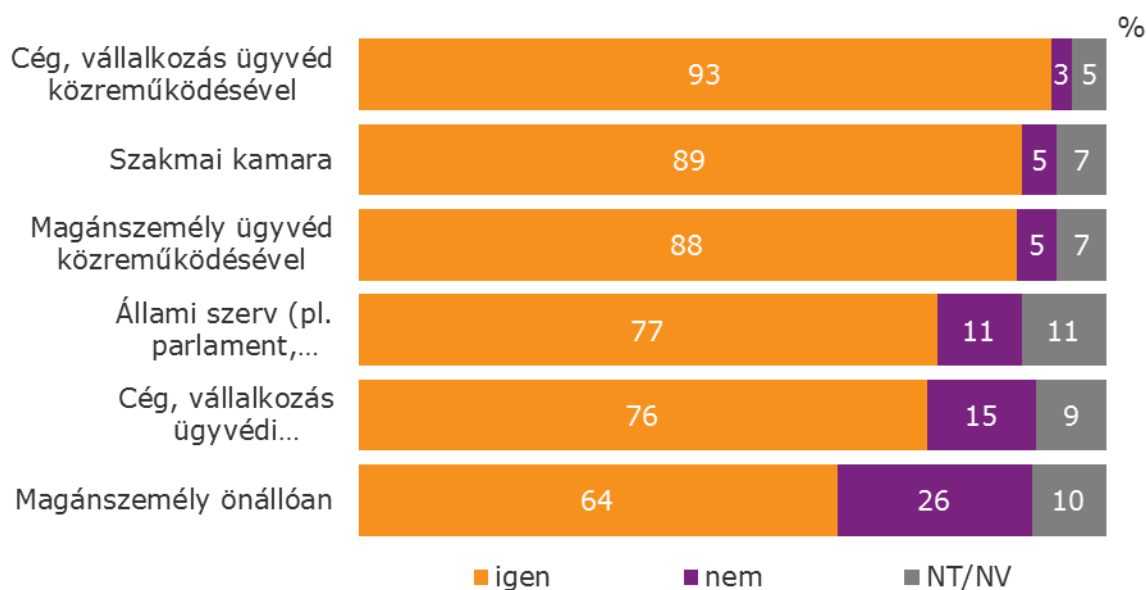
## 5.4. A GVH működésének ismerete

### 5.4.1. A kapcsolatfelvételi módok ismerete

Szinte minden megkérdezett gazdasági újságíró tudja, hogy ügyvédi közreműködéssel a vállalkozások (93%) vagy magánszemélyek (88%), illetve a szakmai kamarák (89%) panasszal, észrevétellel fordulhatnak a GVH-hoz.

## Kapcsolatfelvétel a GVH-val panasz, észrevétel esetén

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



Részlet: Teljes minta N=150

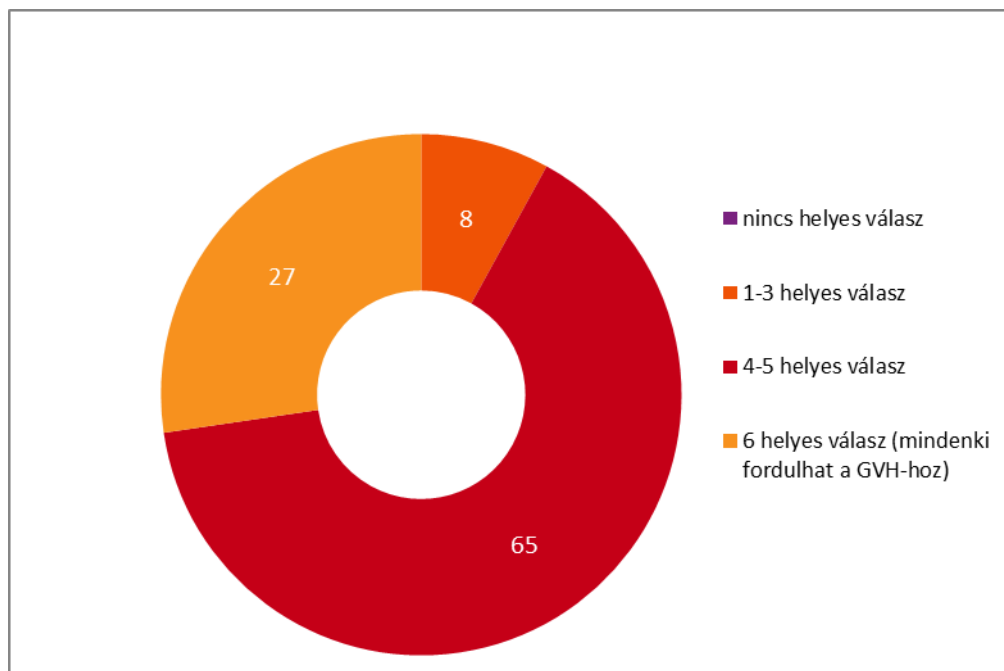
A magánszemélyekről a gazdasági újságírók 22%-a, a vállalkozásokról pedig 14% véli úgy tévesen, hogy csak ügyvédi közreműködéssel fordulhatnak a GVH-hoz.

Válaszok aránya	
Magán személy csak ügyvéd közreműködésével	22%
Cég, vállalkozás csak ügyvéd közreműködésével	14%

Hozzávetőlegesen minden negyedik (27%) újságíró van tisztában azzal, hogy panaszával, észrevételével gyakorlatilag bárki fordulhat a GVH-hoz. (Azaz a felsorolt személyek, intézmények mindegyikénél igennel válaszolt).

A válaszadók többsége azonban (65%) úgy véli, hogy a felsoroltak közül csak egy vagy két olyan személy, intézmény van, aki vagy amely nem léphet közvetlenül kapcsolatba a GVH-val.

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



Rázis: Teljes minta N=150

### 5.4.2 A GVH hatáskörének ismerete

Kilenc piaci szituációról kellett eldönteniük a válaszadóknak, hogy azok beletartoz(ná)nak-e a GVH hatáskörébe.

Szinte kivétel nélkül minden megkérdezett gazdasági újságíró (98%) – helyesen – a GVH jogkörébe tartozónak tartja azt az esetet, ha a versenytársak összebeszélnek egymással, és egyeztetik az áraikat. Ez kb. ugyanaz az arány, mint 2010-ben (akkor 97% volt).



## GVH hatásköre



Bázis: Teljes minta N=150

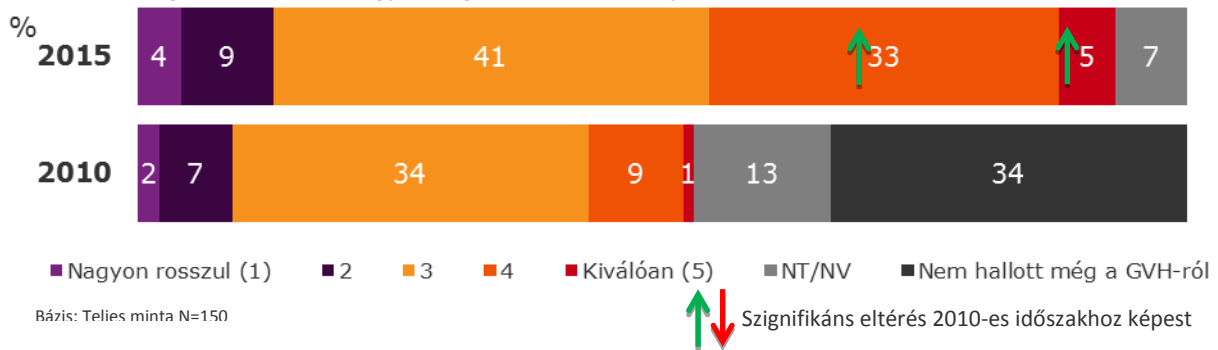
### 5.5. A GVH munkájának megítélése

Csak minden huszadik (5%) újságíró gondolja úgy, hogy a GVH kiválóan végzi a munkáját. Összesen 13%-uk adott kiváló vagy jó, 41% semleges, 38% pedig rossz vagy nagyon rossz értékelést. A GVH munkájának megítélése az átlagosnál (1–5 fokú skálán 3,3) valamelyest kedvezőbb.

Az alkalmazott skálák különbözősége miatt a kapott eredmények ugyan nem hasonlíthatók össze közvetlenül a korábbi hullámok eredményeivel, de az megállapítható, hogy a GVH-t kiválóra minősítők aránya 2010-hez képest 4%-os visszaesést mutat.

## A GVH munkájának megítélése I.

Az Ön megítélése szerint hogyan végzi a GVH a munkáját?

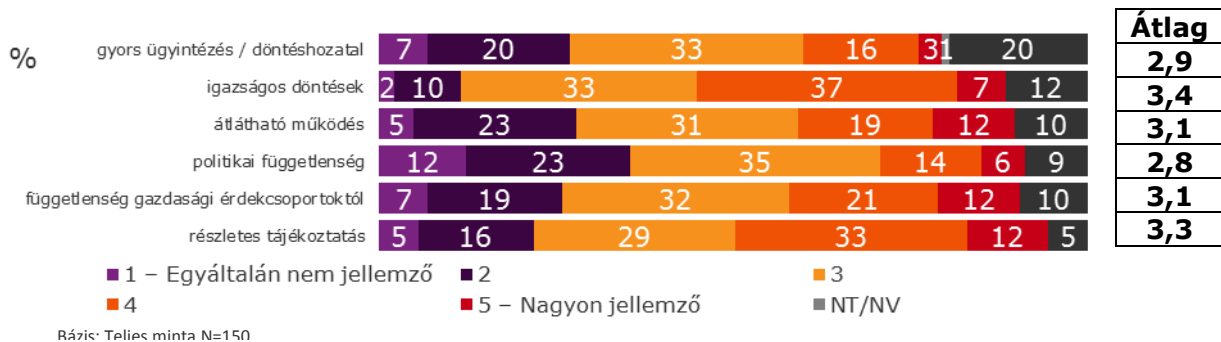


A GVH munkáját különböző szempontok alapján is véleményezniük kellett az újságíróknak. El kellett dönteniük, hogy mennyire jellemzik a hivatalt például a gyors ügyintézés, az igazságos döntések, az átlátható működés stb.

Összességében a vizsgált jellemzők többségében a GVH megítélése közepes. Az átlagok alapján nincs jelentős különbség az egyes szempontok között.

## A GVH munkájának megítélése II.

Kérem, értékelje egy ötfokú skálán azt, hogy Ön szerint mennyire jellemzőek a következő állítások a GVH-ra



Korrelációelemzés segítségével vizsgáltuk, hogy mennyire szorosan kötődnek a fent bemutatott jellemzők a GVH általános megítéléséhez, azaz mely területeken kialakult percepciók mentén formálódik az általános vélemény.

A GVH-ról az újságírókban kialakult általános kép egyértelműen a gazdasági érdekcsoportoktól való függetlenség terén történő megítéléssel

van a legszorosabb kapcsolatban, de viszonylag jelentős szerepet kap a politikai függetlenség és a gyors ügyintézés/döntéshozatal is.

	Korrelációs együtthető ( $r$ )	Fontossági sorrend	Teljesítmény (átlag 1-5-ig skálán)	A teljesítmény sorrendje
Függetlenség gazdasági érdekcsoportoktól	0,558	1.	3,13	3.
Politikai függetlenség	0,413	2.	2,77	6.
Gyors ügyintézés / döntéshozatal	0,408	3.	2,86	5.
Igazságos döntések	0,369	4.	3,42	1.
Átlátható működés	0,307	5.	3,11	4.
Részletes tájékoztatás	0,207	6.	3,30	2.

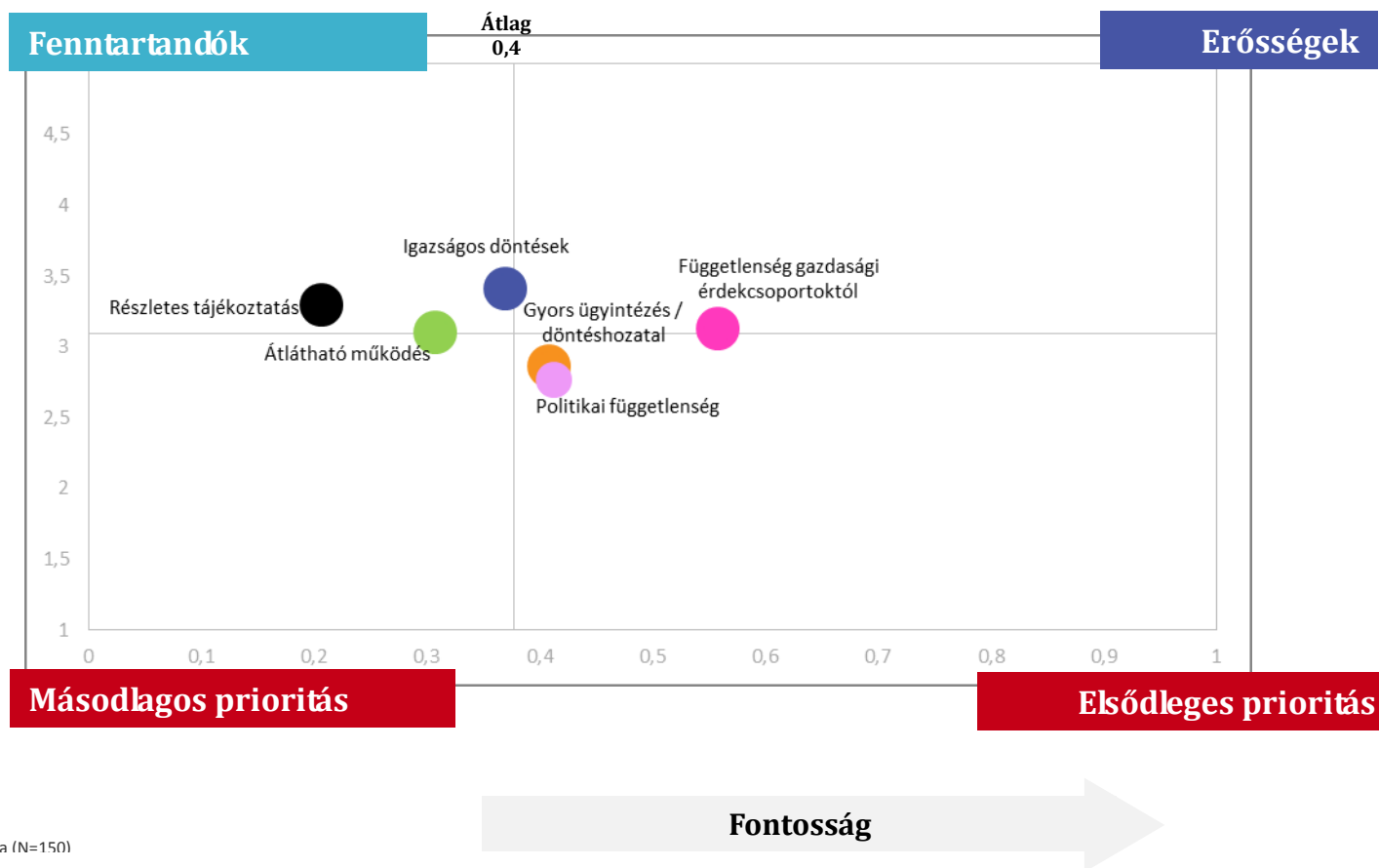
Egy úgynevezett imázstérképen együtt jelenítettük meg az egyes jellemzők fontosságát, illetve a GVH (érezelt) teljesítményét e jellemzők szerint. Az ábrát négy területre osztja a két mutató (fontosság és teljesítmény) középértékénél húzott vonal. A felső két szegmensben vannak a jobban teljesítő elemek, az alsókban a gyengébbek. A jobb oldalon találjuk a fontosabb jellemzőket, a bal oldalon a kevésbé fontosakat.

Ez alapján a jobb felső területen helyezkednek el a GVH erősségei közül azok, amelyek egyúttal fontosak is. Ide egy tényező került a gazdasági újságírók esetén: a függetlenség a gazdasági érdekcsoportoktól. Meg kell jegyezni azonban, hogy ez a tényező nagyon közel esik az átlaghoz. Egy jellemző került az ábra bal alsó negyedébe, a másodlagos prioritások közé (gyenge teljesítmény, de kevésbé is fontos): az átlátható működés, azonban ez az érték is az átlaghoz közeli. Az összes többi tényező a fenntartandó attribútumok közé került, vagyis kevésbé fontosak, de a GVH megítélése e szempontok szerint is kedvező.

A jobb alsó negyedbe került a gyors ügyintézés/döntéshozatal, illetve a politikai függetlenség, ez azt mutatja, hogy ez fontos tényező, és a GVH megítélése némileg kedvezőtlenebb a gazdasági újságírók körében.

## A GVH imázstérképe

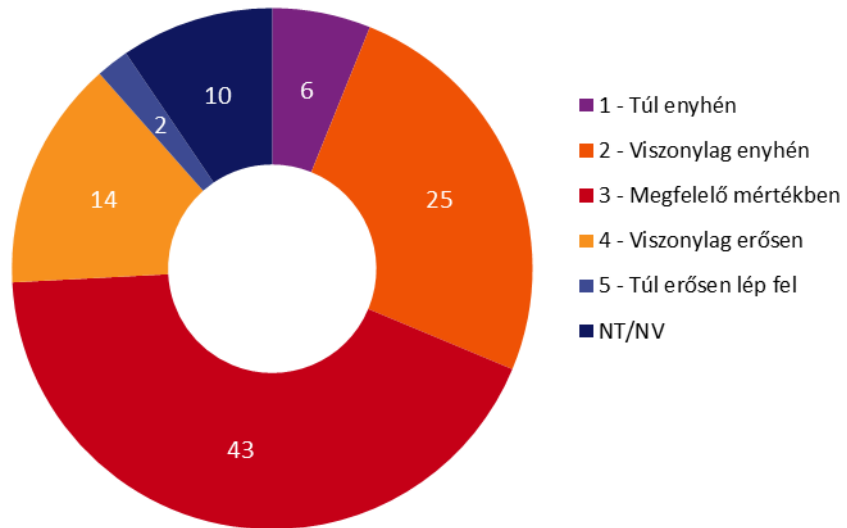
Ön szerint mennyire jellemzők a következő állítások a GVH-ra?



Bázis: Teljes minta (N=150)

Az idei felmérés is kitért a GVH „szigorúságával” kapcsolatos véleményekre is. A megkérdezettek 10%-a nem tudja minősíteni a versenyhivatalt ebből a szempontból. A gazdasági újságírók többsége úgy véli, hogy a GVH fellépése pont megfelelő a megbüntetett vállalatok száma és a büntetések mértéke alapján (43%). Majdnem minden harmadik gazdasági újságíró (31%) tartja a GVH-t inkább engedékenynek (viszonylag vagy túl enyhén lép fel), és 16% gondolja úgy, hogy a GVH inkább erősen lép fel az ilyen esetekben.

### A GVH munkájának megítélése III.



Bázis: Teljes minta N=150

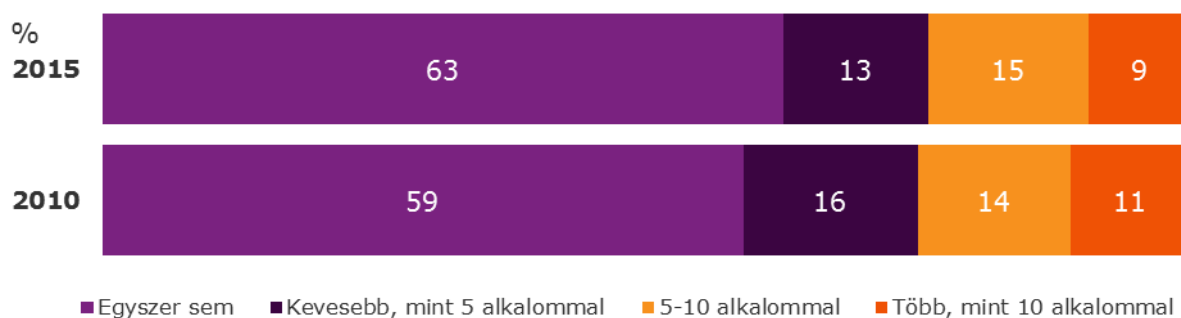
## 6. A GVH-val kapcsolatos újságírói tapasztalatok

A felmérés kitért arra is, hogy milyen konkrét tapasztalataik vannak a gazdasági újságíróknak a GVH-val, illetve a Versenytörvénnyel kapcsolatban. Vizsgáltuk, hogy milyen gyakran írnak, tudósítanak ilyen esetekről, milyen forrásokból szerzik be az információikat, és azt is, hogy mennyire elégedettek a GVH-val a sajtókapcsolatok terén.

A felmérésben közreműködött gazdasági újságírók 37%-a írt vagy tudósított az elmúlt 12 hónapban olyan eset(ek)ről, amely(ek)ben szerepe volt a GVH-nak.

### Újságírói tapasztalat

Írt vagy tudósított Ön olyan esetről az elmúlt 12 hónapban, amelyben szerepe volt a GVH-nak vagy a Versenytörvénynek?



Bázis: Teljes minta N=150

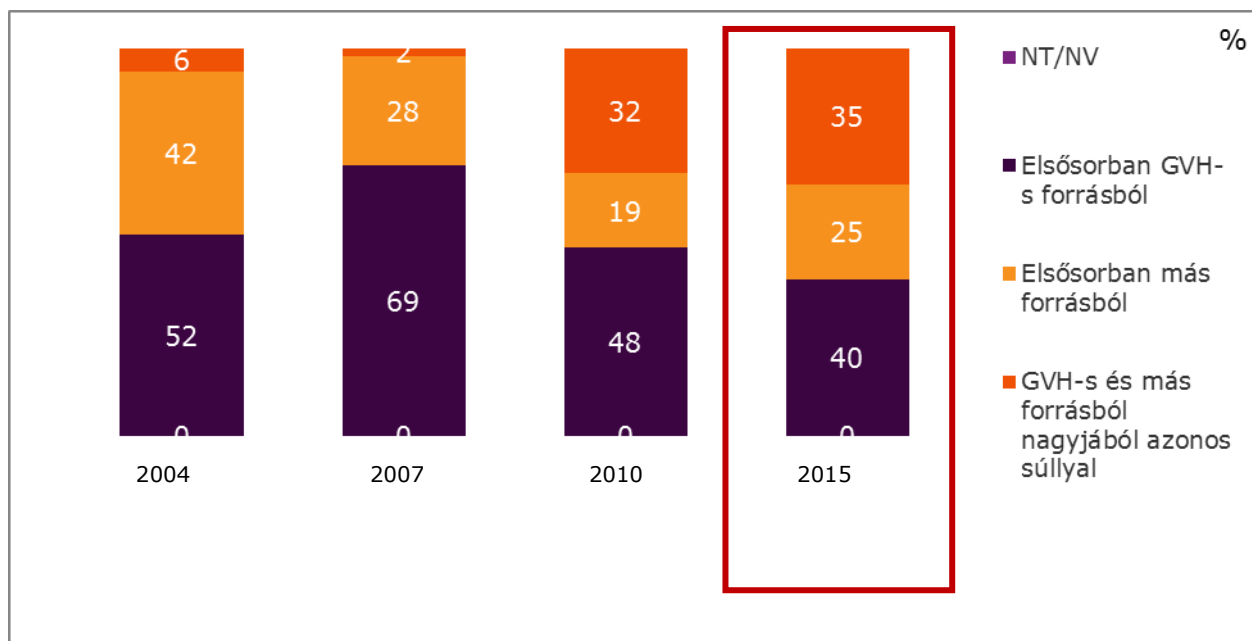
Azok közül az újságírók közül, akik írtak/tudósítottak GVH-s vagy Versenytörvénnyel kapcsolatos ügyekről, legtöbbször (40%) elsősorban GVH-s forrásokat használ a tájékozódáshoz. Minden negyedik (25%) újságíró fordul inkább más, nem GVH-s forrásokhoz, míg minden harmadik (35%) azt állítja, az ilyen témájú sajtóanyagok elkészítésekor azonos súllyal támaszkodik GVH-s és nem GVH-s forrásokra is.

A 2010-es felmérés vizsgálta ezt a témakört pontosan ilyen kérdés feltevésével. Ez alapján megállapítható, hogy a GVH-s és a nem GVH-s forrásokra támaszkodók aránya jelentősen nem változott a 2010-ben mérthez képest (2010: 48% és 32%; 2015: 40% és 35%), ha csak azokat vesszük

bázisnak, akik egyértelmű preferenciával rendelkeznek a két típusú információforrásra vonatkozóan.

## Az újságírók forrásai I.

Amikor Ön a GVH-val vagy a Versenytörvénnyel kapcsolatos témáról tudósít, akkor elsősorban GVH-s forrásokból szerzi az információit vagy elsősorban más forrásokból?



Bázis: Akik írtak vagy tudósítottak olyan esetről az elmúlt 12 hónapban, amelyben szerepe volt a GVH-nak, vagy a Versenytörvénynek. N=57

A versenyhivatali forrásból tájékozódó gazdasági újságírók a GVH-tól kapott sajtóközleményeket és a GVH honlapját használják információforrásként a legnagyobb arányban (81%, illetve 72%). 65% pedig fel szokta keresni a GVH-s sajtófőnököt.

Az elsődlegesen használt információforrás a legtöbbjükénél a GVH honlapja (40%), vagy felkeresnek valakit a GVH-ból (szintén 40%). 12%-uk a GVH sajtófőnökéhez szokott fordulni, 8%-uk pedig a sajtótájékoztatókat jelölte meg.

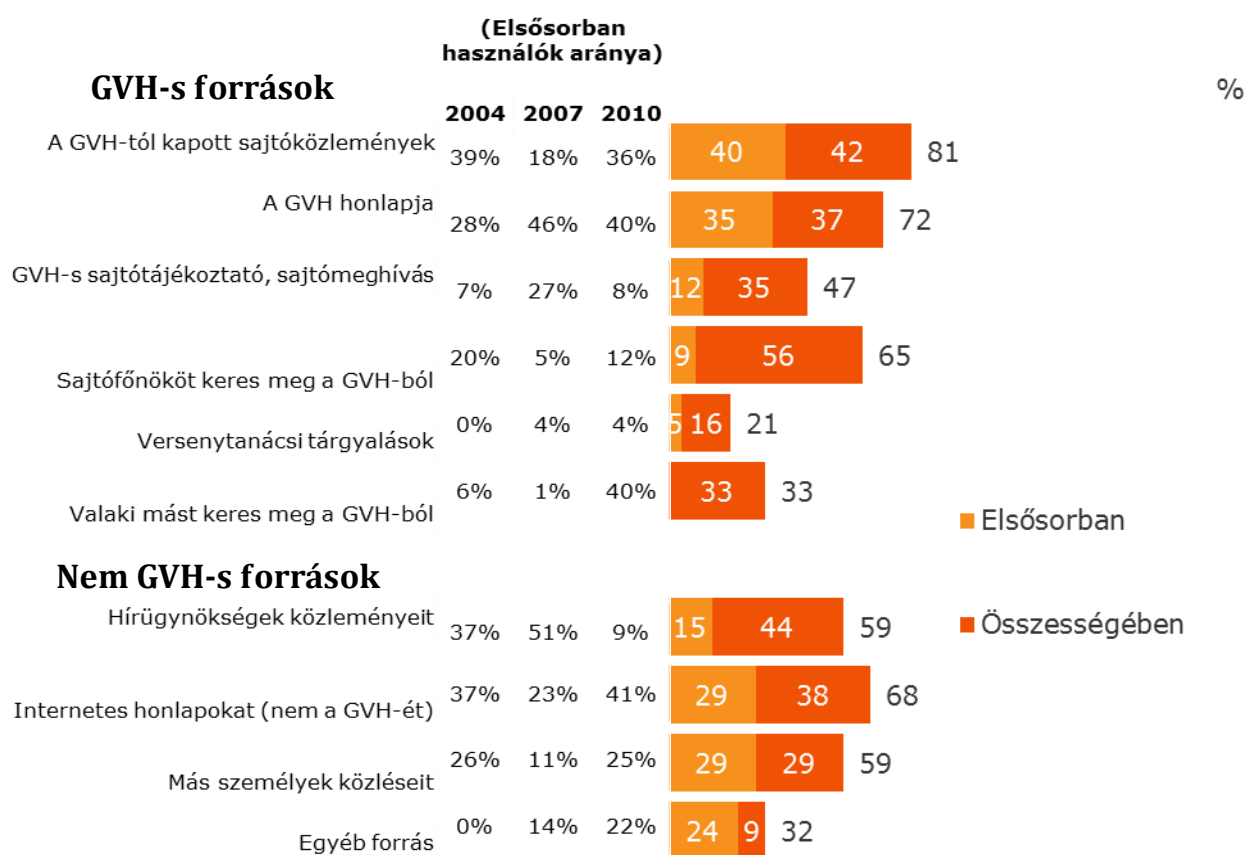
2010-hez képest változás, hogy mint olyan, hogy valakit megkeresnek a GVH-ból elsődleges információforrásként, gyakorlatilag megszűnt.

A nem versenyhivatali forrásból tájékozódók leginkább a különféle internetes honlapokat használják forrásként (68%). Minden második újságíró épít a hírügynökségek (59%), illetve más személyek (szintén 59%) közléseire.

2010-hez képest csökkent azok aránya, akik a nem GVH-s források közül az internetes honlapokat jelölték meg elsődleges forrásként (2004: 37%; 2007: 23%; 2010: 41%; 2015: 29%).

## Az újságírók forrásai II.

Melyik GVH-s / nem GVH-s információforrást használja Ön elsősorban? És milyen GVH-s /nem GVH-s információforrásokat használ még?

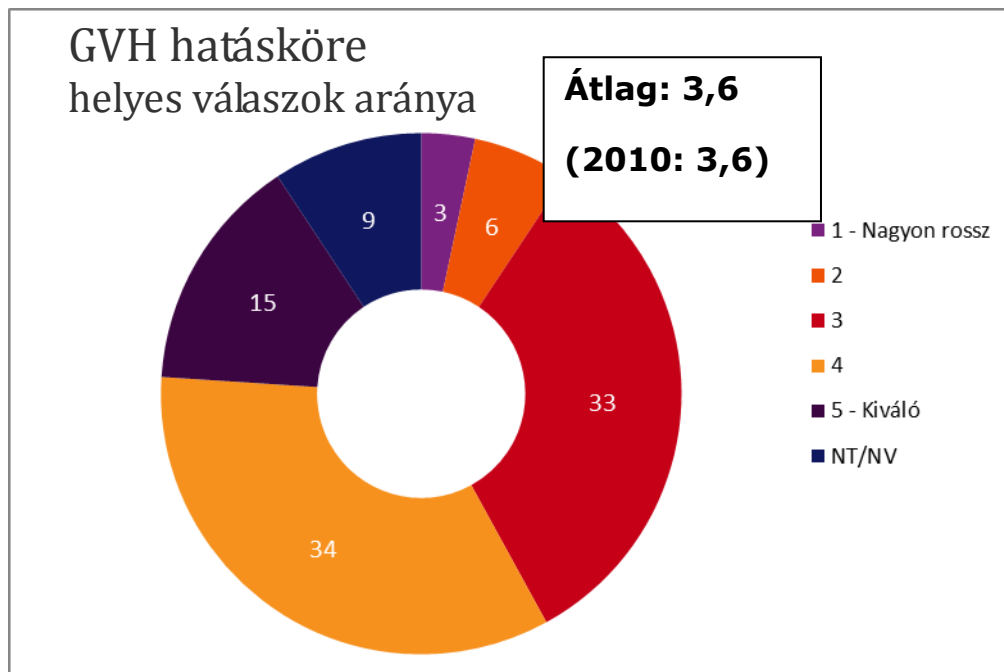


Bázis: Akik használtak GVH-s forrást. N=43

A sajtókapcsolatok terén a GVH megítélése inkább pozitív: körülbelül minden második gazdasági újságíró elégedett (TOP2Box: 49%), minden harmadik értékelte közepesre, és csak 9% gondolja úgy, hogy a GVH ebből a szempontból rosszul vagy nagyon rosszul teljesít. Az újságírók 9%-a nem tudta értékelni a GVH sajtókapcsolati teljesítményét.

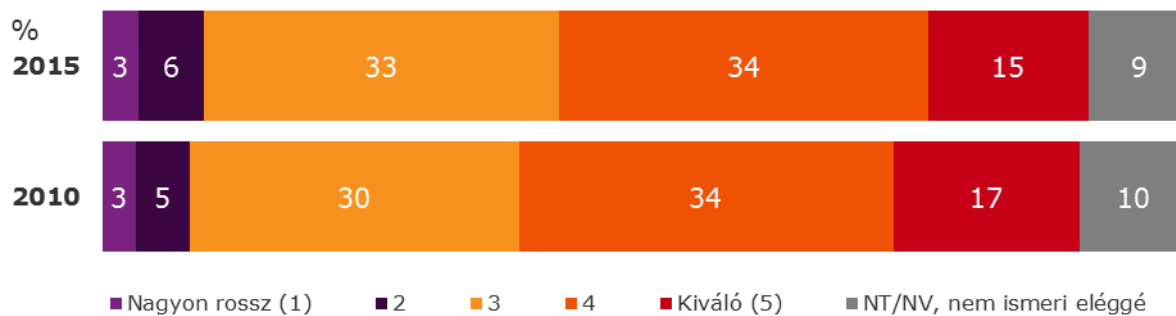


**A korábbi hullám (2010) eredményével összehasonlítva megállapítható, hogy jelentős változás nem történt ebben a kérdésben.**



## A GVH munkájának megítélése a sajtókapcsolatok terén

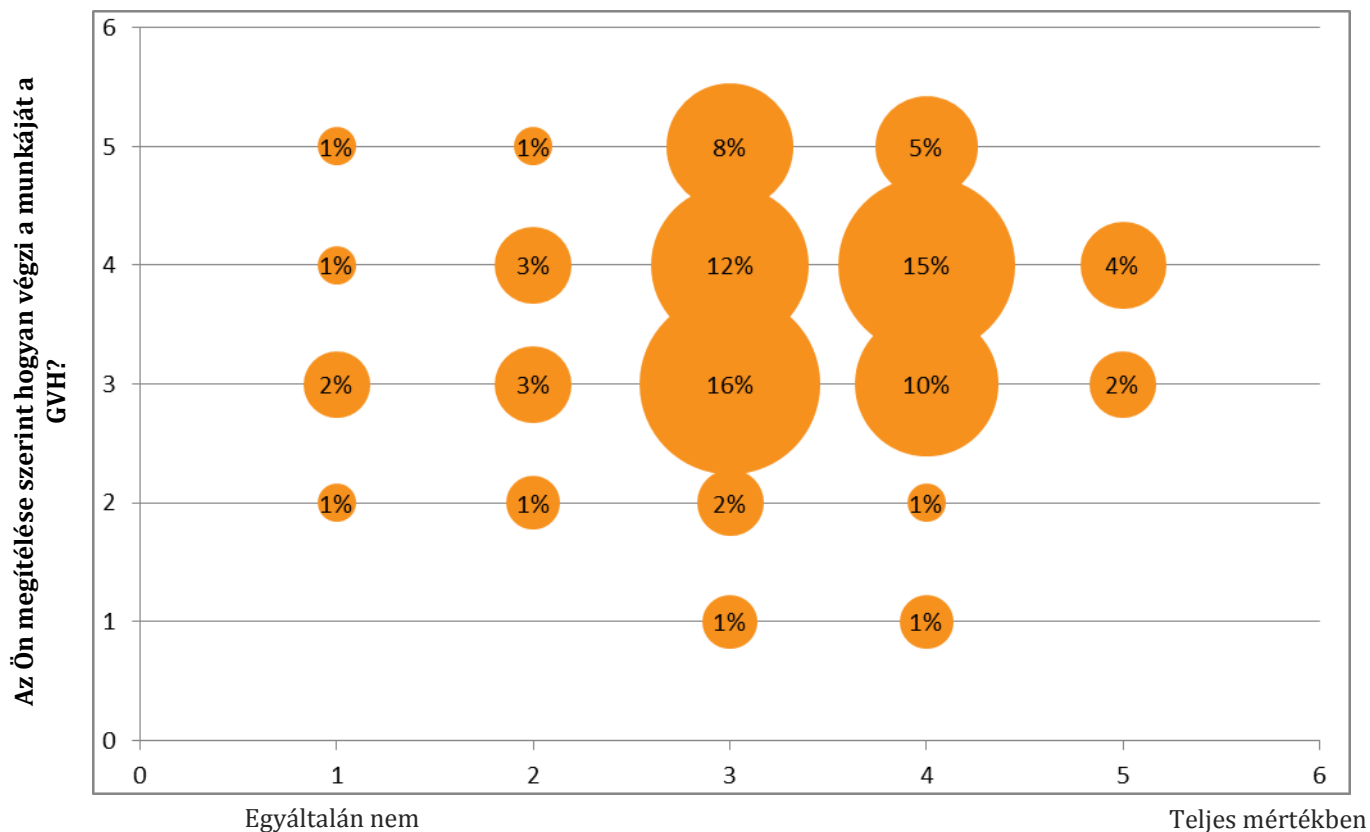
Hogyan értékelné Ön a GVH munkáját a sajtókapcsolatok terén?



Bázis: Teljes minta N=150

Korrelációelemzés segítségével vizsgáltuk, hogy van-e összefüggés aközött, hogy mennyire elégedett egy gazdasági újságíró a GVH munkájával általában, és hogy mennyire elégedett vele a sajtókapcsolatok terén. Ez alapján azt látjuk, hogy nagyobb a valószínűsége annak, hogy egy újságíró általában elégedett a GVH munkájával, ha elégedett vele a sajtókapcsolatok terén.

## A GVH megítélése általánosan és a sajtókapcsolatok terén



**Az Ön megítélése szerint hogyan végzi a munkáját a GVH a sajtókapcsolatok terén?**

Rázis: Teljes minta N=150

A GVH e-mailen terjesztett sajtóközleményei a megkérdezett gazdasági újságírók harmadához (34%) jutnak el.

A GVH éves beszámolójával az újságírók 31%-a, a Versenytükör című kiadvánnyal 28%-a, egyéb GVH-s kiadvánnyal pedig minden negyedik (25%) találkozott már.

A 2010-es eredményekhez képest jelentős változás nem történt ebben a kérdésben.

## A GVH közleményeinek ismertsége



Bázis: teljes minta. N=150

## 7. Az EU-tagság hatása a versenyszabályozásra

A magyar és EU-s versenyjog kapcsolatára vonatkozó ismereteket előre megfogalmazott igaz/hamis állítások segítségével is vizsgáltuk.

A gazdasági újságírók 85%-a tisztában van azzal, hogy az Európai Bizottságnak joga van a tagállamokban, így Magyarországon is kartellügyeket vizsgálni.

Ez nagyjából megegyezik a 2010-es hullám eredményével (83%).

Valamivel több, mint kétharmaduk gondolja, úgy (helyesen), hogy a GVH az EU versenyszabályai alapján is eljárhat (73%).

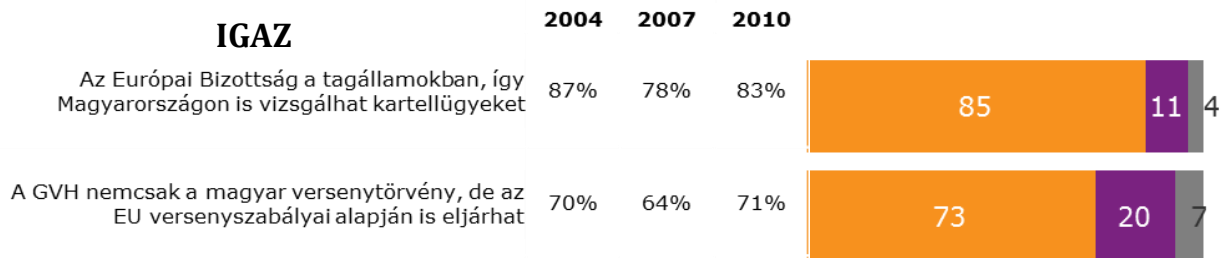
Az általunk megfogalmazott valótlan állítások közül azt, hogy a közösségi versenyjog csak a multinacionális vállalatokra terjed ki, a gazdasági újságírók túlnyomó többsége (80%) – helyesen – elutasította. Jóval kisebb arányú (43%, illetve 13%) volt a helyes választ adók aránya a másik két „hamis” állítás kapcsán.

## A magyar versenyjog és az EU I.

(Igen válaszok aránya)

%

### IGAZ



### HAMIS

