

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 Zrt. végezte
Kutatásvezető: Balogh Anikó
A tanulmányt készítette: Dencső Blanka**

Budapest, 2007. február

Tartalomjegyzék

Vezetői összefoglaló	3
1. Bevezetés.....	6
2. A minta összetétele.....	7
3. A gazdasági újságírók általános attitűdjei a gazdasági versennyel kapcsolatban	8
5. A Gazdasági Versenyhivatal munkájának ismerete és megítélése a gazdasági újságírók körében	15
6. A versenyjog egyes aspektusainak és a GVH hatáskörének ismerete a gazdasági újságírók körében	18
7. A Gazdasági Versenyhivatal és az Európai Unió.....	21
8. Az újságírók tapasztalatai a Versenytörvényről és a GVH-ról	24

Vezetői összefoglaló

A TÁRKI Zrt. 2007 februárjában 150 fős mintán telefonos kutatást végzett a gazdasági újságírók körében a Gazdasági Versenyhivatal és a Versenytörvény ismertségéről, ezek megítéléséről. A vizsgálat egy korábban végzett kutatás megismétlése, ezért lehetőségünk van a kérdezés azonos módszertana és a kérdőív egyezősége miatt az adatok 2004-es eredményeivel való összehasonlítására. A kutatás főbb eredményei a következők:

- Ø A gazdasági újságírók legnagyobb része a döntően piaci szabályozás híve. A másik jellemző álláspont az újságírók több, mint harmada 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, a kizárólag állami szabályozást, valamint a piaci verseny kizárólagosságát választóké. A gazdasági újságírók döntő többsége érzi úgy, hogy egyes ágazatokban erős, másokban viszont gyenge verseny tapasztalható. Minden gazdasági ágazatban erőteljes versenyt lát a kérdezettek egyötöde, míg ennek ellentétét, azaz hogy egyik ágazatban sincs komoly verseny alacsony százalékuk állítja. A gazdasági újságírók kétharmada erősebb versenyt várna, ötödüknek-hatoduknak viszont éppen megfelelő. Az újságírók elenyésző százaléka ezzel szemben nem szeretnék a jelen állapotokhoz hasonló erősségű versenyt.
- Ø A gazdasági újságírók elsöprő többsége hallott már a Versenytörvényről (92%), csupán 7%-uk nem találkozott még a törvénnyel, nem is hallott róla. Néhány kivétellel minden, a Versenytörvényt ismerő újságíró helyesen tudja, hogy a vállalkozásokra, cégekre, illetve általában a gazdasági élet szereplőire vonatkozó passzusokat tartalmaz a Versenytörvény. A gazdasági verseny fenntartását, az erős verseny védelmét helyesen jelölte meg a törvényt ismerő újságírók legtöbbsége. Azonban a másik helyes választ, miszerint a Versenytörvény célja a fogyasztók tájékozottságának biztosítása, csak a törvényről már valaha hallók negyede tudta.
- Ø A Gazdasági Versenyhivatalt egyetlen kivétellel minden gazdasági újságíró ismeri. A gazdasági újságírók mintegy kétharmada (58%) az autópálya-építés kapcsán hallott a

Gazdasági Versenyhivatalról. Magas az aránya azoknak, akik valamely megtevesztő reklám kapcsán értesültek a hivatal munkájáról. A gazdasági újságírók többsége megfelelőnek tartja a Gazdasági Versenyhivatal munkáját. Az elmúlt 3 évben jelentős mértékben nőtt azok száma, akik megfelelőnek tartják és csökkent azok aránya, akik nincsenek megelégedve a GVH tevékenységével.

- Ø Az újságírók néhány kivétellel jól tudják, hogy bárki, aki vállalkozóként vagy fogyasztóként érdekelt az adott ügyben, fordulhat panasszal, észrevétellel a hivatalhoz. Az újságírók 97%-a a GVH jogkörébe sorolja a vállalkozások áregyeztetését, összebeszélését. A többség említette azt is, amikor egy vállalkozás megtevesztő módon reklámozza egy terméket; illetve amikor egy vállalkozás gazdasági fölényét kihasználva, termékeit költségeinél alacsonyabb áron kínálja, és ezzel kiszorítja versenytársait. A gazdasági újságírók több, mint kétharmada tartja versenyhivatali ügynek azt, ha egy vállalkozás nem ad elég információt a termékről a fogyasztó számára.
- Ø Az újságírók mintegy felére lehet azt mondani, hogy jól tájékozott a versenyszabályozás EU-s gyakorlatával kapcsolatban. A gazdasági újságírók több, mint fele helyesen tudja, hogy az EU-ban is léteznek versenyjogi szabályok, de azok a tagállamok versenyjogával egymást kiegészítve működnek. Az újságírók negyede azonban rosszul tudja ezt, mivel azt állítják, hogy léteznek EU-s versenyjogi szabályok és teljesen átveszik a tagállami versenytörvények szerepét. A gazdasági újságírók kétharmada tisztában van azzal is, hogy az Európai Bizottságnak van joga eljárni bizonyos magyar versenyjogsértések esetén a magyar vállalkozásokkal kapcsolatban. Tíz újságíróból hét rosszul értesült a GVH határozatainak megtámadásával kapcsolatban.
- Ø A gazdasági újságírók közül minden harmadik írt, tudósított havi több alkalommal olyan esetről, ami érinti a GVH-t vagy a Versenytörvényt, ötödük viszont egyáltalán nem foglalkozott tavaly ilyen ügyel. Versenyhivatali forrásból tájékozódik az ide kapcsolódó ügyekről a tavaly legalább egyszer versenyjogi esetről beszámoló gazdasági újságíró több, mint kétharmada, a harmadik harmad azonban más forrásból szerzi értesüléseit. A versenyhivatali forrásból tájékozódók leginkább a GVH honlapját keresik fel. A nem versenyhivatali, hanem más forrásból tájékozódók fele

tájékozódik a hírügynökségek közleményeiből, míg negyede az internetes honlapokról. A 2004-es kutatás eredményeihez képest jelentősen nőtt azok száma, akik elégedettek a Versenyhivatal munkájával a sajtókapcsolatok területén, és emellett csökkent azok száma, akik ezt gyengének minősítik. A Versenyhivatal e-mail-en terjesztett sajtóközleményeit a kérdezett gazdasági újságírók egynegyede megkapja, háromnegyede viszont nem. A Versenyhivatal éves beszámolójával a gazdasági újságírók kevesebb, mint egyharmada találkozott már. A gazdasági újságírók közel negyede találkozott már a Versenytükrös c. kiadvánnyal, vagy a Versenyhivatal egyéb sajtótermékkel.

1. Bevezetés

A TÁRKI Rt. 2007 februárjában 150 fős mintán telefonos kutatást végzett a Gazdasági Versenyhivatal megrendelésére a gazdasági újságírók körében a GVH 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 hírujságok, Magyarországon megjelenő idegen nyelvű lapok, hírügynökségek), és ezeknél hívtunk fel az orgánium 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 kutatás egy korábbi kutatássorozat megismétlése. A kutatássorozat 2002 és 2004-ben zajlott. Az eltelt 3 év és az összehasonlítás kritériumai miatt tanulmányunkban a legutolsó év adataival, azaz a 2004-es eredményekkel hasonlítjuk össze az ideieket. 2004-ben feltett kérdések legtöbbje megegyezik a 2007-essel, így ahol lehet, összehasonlítjuk ezeket az eredményeket. Jelen 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 ez az alapadatok megoszlását ismerve szükséges. A részletesebb elemzés adatai a *Függelékben* található.

2. A minta összetétele

A mintát alkotó 151 újságíró mindegyike szokott újságírói munkája során a gazdasági élet híreivel foglalkozni. A válaszoló újságírók több, mint fele (55%) nagyon gyakran, közel harmada (29%) gyakran, 15%-a pedig ritkán ír gazdasági témákról. A gazdasági élet kérdései mellett a mintába került újságírók közel háromnegyede (73%) más témákkal is szokott foglalkozni, 14%-uk viszont csak gazdaságról ír. A mással is foglalkozók közül a legtöbben politikáról írnak még, az újságírók 68%-a ezzel is foglalkozik. A gazdaság mellett kultúrával is foglalkozik a válaszolók kétharmada (60%), szabadidővel, szórakozással közel egynegyedük (25%), sporttal 21%-uk, egyéb témával 17%-uk. A 2004-es adatokhoz képest politikával 28 százalékponttal, kultúrával 25 százalékponttal, míg szabadidő és/vagy szórakozás témakörével 12 százalékponttal többen foglalkoznak az újságírók 2007-ben.

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 dolgozik egyötödük (20%), míg rádióban 8%-uk. A tévében, rádióban dolgozók többsége közszolgálati adónál (73%), míg kisebb részük kereskedelmi adónál (27%) dolgozik. Jellemzően a nyomtatott sajtóban dolgozik a kérdezettek többsége. Napilapnak ír a kérdezettek 34%-a, heti/kétheti lapnál 17%-uk, havilapnál vagy folyóiratnál 11%-uk. Elsősorban internetes hírportálnál dolgozik a válaszoló újságírók 7%-a. Elsődlegesen valamelyik hírügynökségnek dolgozók aránya a mintában 3%.

Az újságírók médiumának hatókörét tekintve legtöbben országos terjesztésű médiumnál dolgoznak, ez a csoport adja ugyanis az újságírók 60%-át. Regionális (helyi, megyei) lapnak, adónak dolgozik 36%-uk, Magyarországon élő külföldieknek szóló orgánumban pedig 4%-uk. A 2004-es mintához képest az ideiben, magasabb arányban képviseltetik magukat a regionális újságírók.

A fentiekén kívül ismerjük még a kérdezettek legalapvetőbb demográfiai adatait: nemüket és korukat. A gazdasági újságírás – mintánk alapján – inkább férfi szakma, legalábbis válaszadóink 67%-a férfi és 33%-a nő. A férfiak mellett a fiatalok felülreprezentáltak még ebben a szakmában, hiszen a minta felét 40 év alattiak alkotják. A válaszadók 14%-a 18-30 év

közötti, harmada (35%) harmincas éveiben jár (30-39 évesek), 28%-a negyvenes (40-49 éves), míg ötöde (23%) 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 légyeres térbe érkezett a rendszerváltással, de mindenképpen új minőségben, a fogalom által felölelt jelentéstartomány egészen 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 nyersességében 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.

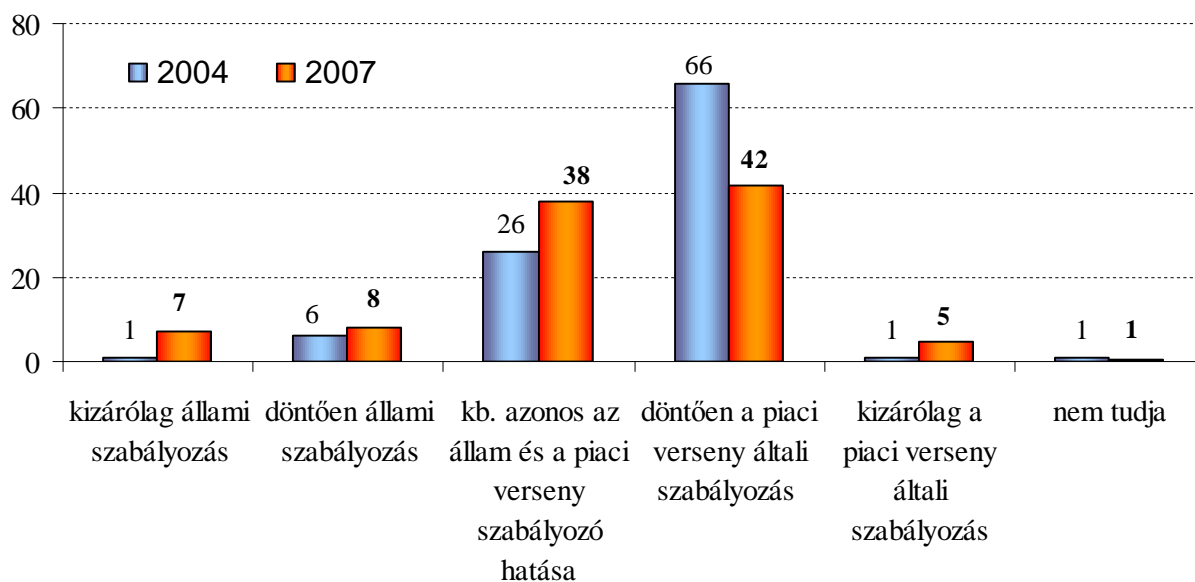
Kérdésünkben az állami szerepvállalás mértékét egy olyan árnyaltabban megfogalmazott dichotómiával jelenítettük meg, amelyben az állami beavatkozás fontosságát az árak, bérek szabályozásával, a verseny prioritását pedig a kereskedők, termelők versenyével mértük fel. A válaszokat egy olyan skálán vártuk, amely ennek a dimenziónak különböző pontjait ragadja meg. **A gazdasági újságírók legnagyobb része, 42%-a a döntően piaci szabályozás híve. A másik jellemző álláspont az újságírók több, mint harmada (36%) 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 (8%), a kizárólag állami szabályozást (7%), valamint a piaci verseny kizárólagosságát választóké (5%). További 1%-nyian nem tudtak választ adni a kérdésre. 2004-hez képest idei eredményeink azt mutatják, hogy jelentős mértékben (24 százalékpontot) csökkent azok aránya, akik szerint az a jobb, ha döntően a piaci verseny általi szabályozás érvényesül, ezzel szemben jelentősen nőtt az a csoport (12 százalékpontnyit), aki azt vallja, hogy a gazdaság szabályozásában a legjobb út a piac és az állam kiegyenlített szerepvállalása. (1. ábra)

A férfiak és akik elmondásuk szerint nagyon gyakran foglalkoznak a gazdasági élet híreivel, azok az átlagosnál magasabb arányban vélik úgy, hogy az a jó, ha döntően a piaci verseny szabályozza a gazdasági folyamatokat (rendre 48%–55%).

1. ábra

Mi a jobb: a gazdasági folyamatok állami szabályozása vagy a verseny? (%)



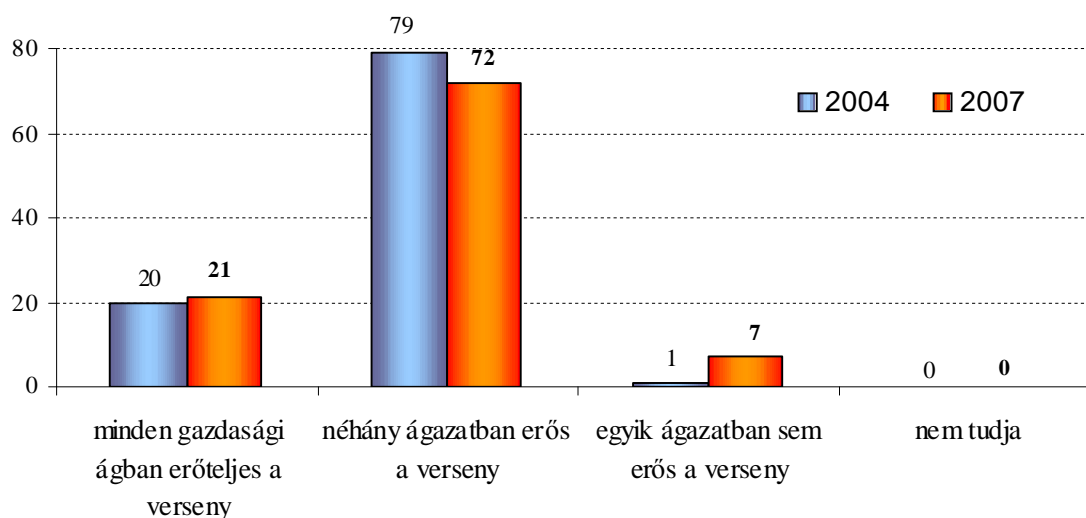
A magyarországi gazdasági verseny jelen állapotáról alkotott véleményeket két kérdéssel kívántuk felmérni: az egyik a verseny penetrációjára, a másik a verseny erőteljes vagy gyenge voltára utal. Előbbi esetben azt kérdeztük, hogy a kérdezett **mennyire ítéli erőteljesek a gazdasági versenyt ágazati 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 (72%) érzi úgy, hogy egyes ágazatokban erős, másokban viszont gyenge verseny tapasztalható. Minden gazdasági ágazatban erőteljes versenyt lát a kérdezettek egyötöde, míg ennek ellentétét, azaz hogy egyik ágazatban sincs komoly verseny, csak 7%-uk állítja. (2. ábra)

A 2004-es adatfelvételhez képest csökkent a domináns csoport aránya, azaz akik azt állítják, hogy némely gazdasági ágazatban erős, némelyikben viszont gyenge a gazdasági verseny. Ezzel ellentétben nőtt azon válaszadók aránya, akik szerint egyik ágazatban sem erős a verseny.

2. ábra

Mennyire erőteljes a gazdasági verseny a mai Magyarországon?



Ebben a kérdésben az differenciálja a véleményeket, hogy az adott újságíró munkája során milyen gyakran foglalkozik a gazdasági élet híreivel. Azok, akik gyakran foglalkoznak a gazdasági élettel, az átlaghoz képest magasabb arányban képviselik azt az álláspontot, miszerint vannak olyan ágazatok, amelyekben erős verseny tapasztalható, másokban viszont nem (82%). Valamint az is szignifikáns különbséget mutat, hogy akik szerint az a jobb, ha kizárólag az állam szabályozza a gazdasági folyamatokat, azok az átlagosnál magasabb arányban mondják azt, hogy a mai Magyarországon a gazdaság minden ágazatában erőteljes verseny van (73%). Akik pedig a gazdasági folyamatok döntően piaci verseny általi

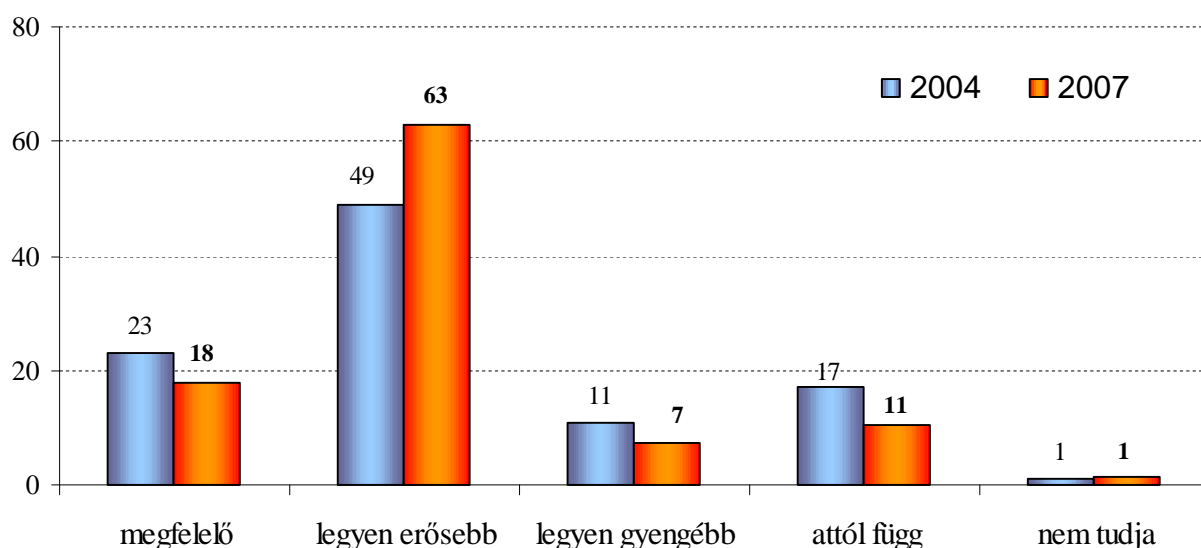
szabályozása mellett teszik le voksukat, azok nagyobb részben mondják azt, hogy van ahol erős a gazdasági verseny, és van ahol nem (83%).

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. **Kétharmaduk (63%) erősebb versenyt várna, ötödüknek-hatoduknak (18%) viszont éppen megfelelő. Az újságírók 7%-a ezzel szemben nem szeretnék a jelen állapotokhoz hasonló erősségű versenyt.** A gazdasági újságírók tizede 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. 1%-uknak nincs véleménye erről a kérdéstről. (3. ábra)

A 2004-ben végzett vizsgálattal összehasonlítva látható, hogy nőtt az erősebb versenyt várók dominanciája, csökkent viszont a gyengébb gazdasági versenyt igényelők aránya és a jelenlegi helyzettel elégedettek aránya.

3. ábra

Milyen jelenleg a magyar gazdasági verseny?

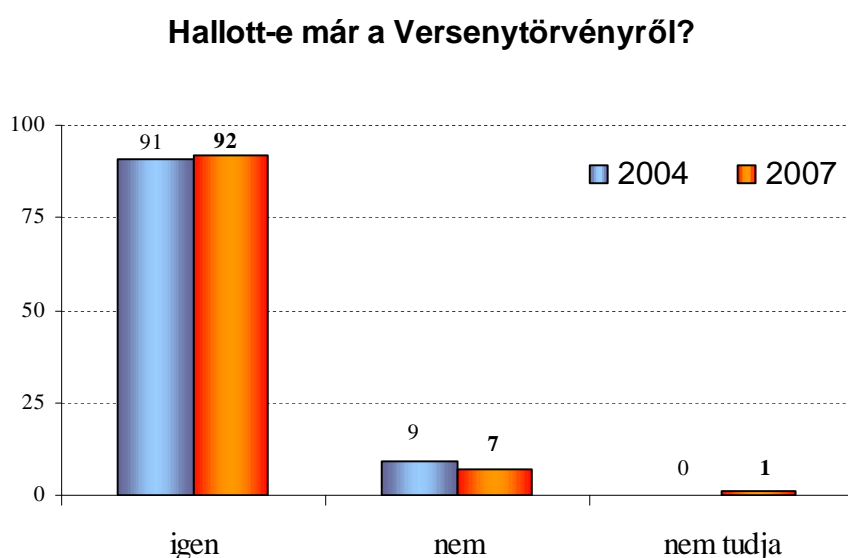


A válaszokat lényegesen semmi sem differenciálja, tehát nincs jellemző vonása annak, hogy az újságírók közül kik tartják túl erősnek vagy gyengének a versenyt.

4. A Versenytörvény ismerete a gazdasági újságírók körében

A gazdasági újságírók elsöprő többsége hallott már a Versenytörvényről (92%), csupán 7%-uk nem találkozott még a törvénnyel, nem is hallott róla. 2004-hez képest az idei adatfelvétel során ugyanannyi újságíró került a mintánkba, aki hallott már a Versenytörvényről. (4. ábra)

4. ábra



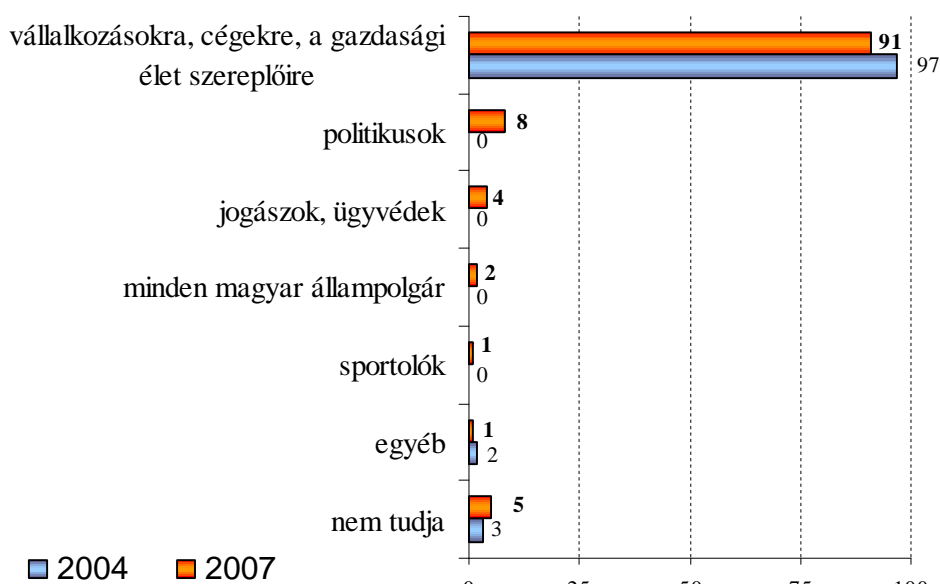
A Versenytörvény ismeretében különbség abban tapasztalható, hogy az országos médiumok újságírói nagyobb arányban hallottak a törvényről (96%), mint a regionális lapoknál illetve adóknál dolgozók (88%). Más tényező szerint nem alakulnak ki olyan újságírói csoportok, amelyekben átlagon aluli vagy felüli lenne a törvényt ismerők, illetve nem ismerők aránya, aminek az oka az, hogy rendkívül magas a teljes mintában a Versenytörvény ismertsége.

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=131). 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. **Néhány kivétellel minden, a Versenytörvényt ismerő újságíró helyesen tudja, hogy a vállalkozásokra, cégekre, illetve általában a gazdasági élet szereplőire vonatkozó passzusokat tartalmaz a Versenytörvény.** A törvényt ismerő újságírók 8%-a gondolja úgy, hogy a politikusokra is vonatkozik a Versenytörvény. A többi válaszlehetőséget az újságírók 1-2 %-a jelölte meg mindössze. (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. A 2004-es kutatáshoz képest 6 százalékpontot esett azok aránya, akik a jó választ adták meg erre a kérdésünkre.

5. ábra

**Kinek a magatartására vonatkozik a
Versenytörvény?**
(a Versenytörvényt ismerők körében, említők aránya, %)



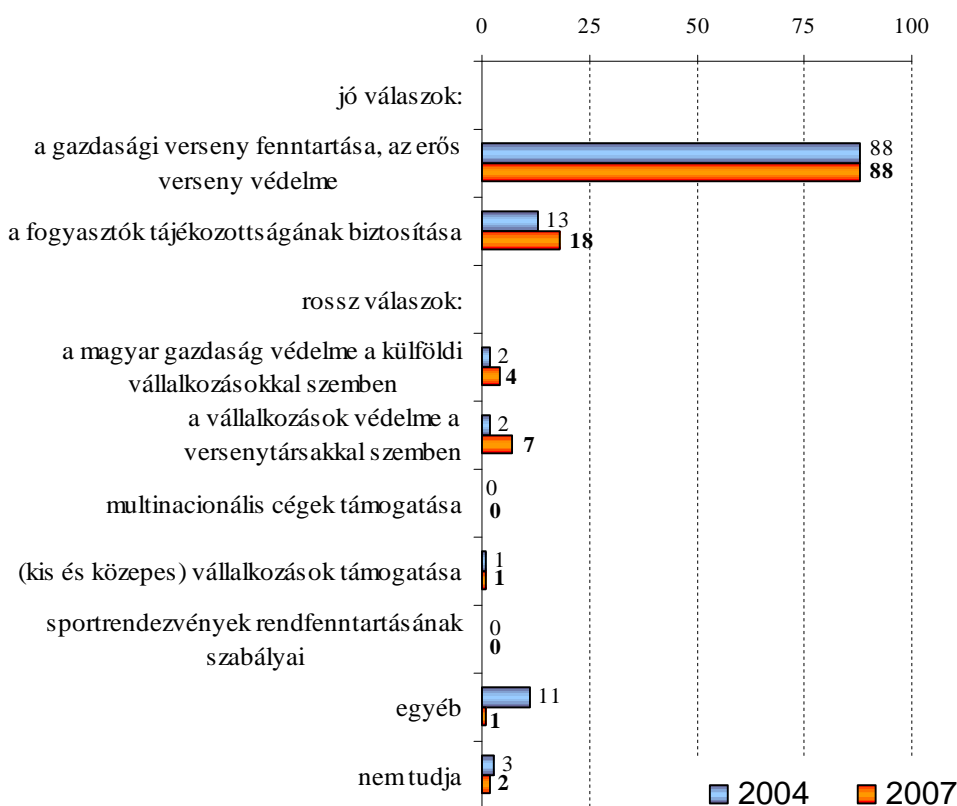
A Versenytörvény céljának ismerete terén helyes választ adók aránya alapján vegyes képet kapunk. **A gazdasági verseny fenntartását, az erős verseny védelmét helyesen jelölte meg a törvényt ismerő újságírók legtöbbször (88%).** A másik helyes választ, miszerint a Versenytörvény célja a fogyasztók tájékoztatásának biztosítása, csak a törvényről már valaha hallók 18%-a tudta. A Versenytörvény céljaiba a törvényt ismerő újságírók 7%-a

gondolja, hogy beletartozik a vállalkozások védelme a versenytársakkal szemben, minden esetre csak néhány újságíró jelölt olyasmit, aminek szabályozása valójában nem a Versenytörvény feladata. (6. ábra)

Az idei adatfelvétel eredményei összecsengenek a tavalyiakkal, bár az a különbség azért megemlítenő, hogy a fogyasztók tájékoztatásának biztosítására irányuló törvényi szándékot a 2004-es vizsgálathoz képest idén 5 százalékponttal kevesebben neveztek meg.

6. ábra

Mi a célja Versenytörvénynek?
(a Versenytörvényt ismerők körében, az említők aránya, %)



Azt, hogy a versenytörvény fő célja a gazdasági verseny fenntartása az újságírói csoportok közül csupán a legfiatalabbak (18-29 évesek) ismerték az átlagosnál alacsonyabb arányban. A többi vonatkozásban nem tapasztaltunk szignifikáns eltérést a csoportok között.

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

A Gazdasági Versenyhivatalt egyetlen kivétellel minden gazdasági újságíró ismeri (99%). Tehát a GVH ismertsége majdnem teljes körű a gazdasági újságírók alkotta mintában.

A Gazdasági Versenyhivatal az utóbbi időben számos versenyjogi, versenypolitikai ügygel 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.

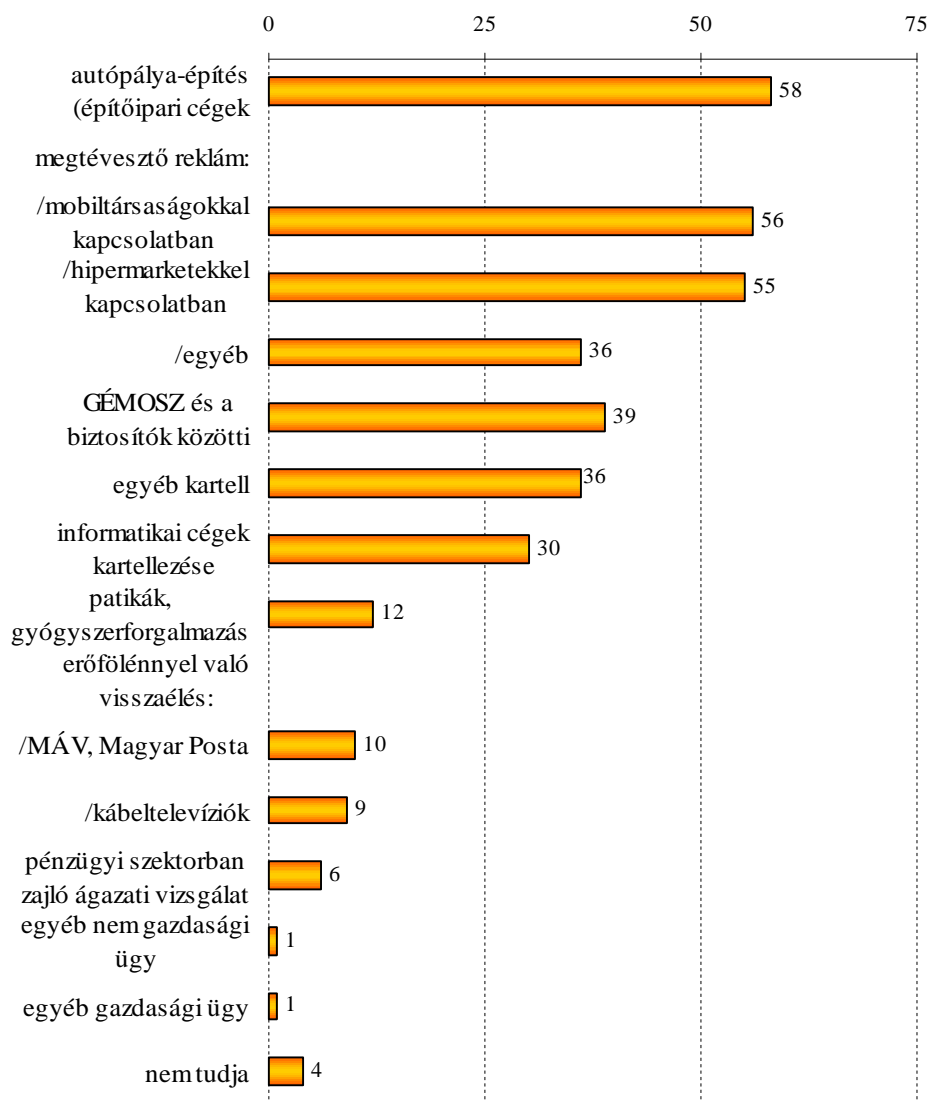
A gazdasági újságírók mintegy kétharmada (58%) az autópálya-építés kapcsán hallott a Gazdasági Versenyhivatalról. Az újságírók leginkább valamely megtévesztő reklám kapcsán ismerik a Gazdasági Versenyhivatal munkáját, hiszen 56%-nyian a mobiltársaságok díjsomagjainak népszerűsítése kapcsán említettek ilyen reklámot (T-Mobile, Pannon, Vodafon), 55%-nyian hipermarketekkel kapcsolatos ügyre emlékeztek (Tesco, Auchan, Cora), 36%-nyian pedig egyéb megtévesztő reklámot idéztek fel (Hild életjáradék, Norbi Fitness, Danone, Coca Cola). A Versenytörvényt ismerő újságírók 39%-a hallott a Versenyhivatal munkájáról a Gépjármű Márkakereskedők Országos Szövetsége (GÉMOSZ) és a biztosítók közötti megállapodások (Allianz, Generali) kapcsán. Az informatikai cégek kartellezése ügyében az újságírók ezen csoportjának 30%-a, míg az egyéb kartellekkel kapcsolatban 36%-a hallott a Versenyhivatal munkájáról, míg a patikák és a gyógyszerforgalmazás kapcsán 12%-uk. Minden tizedik újságíró tudja, hogy a Versenyhivatal közbelépett, mikor erőfölénnyel való visszaélést tapasztaltak. Egyéb, gazdasági versennyel kapcsolatos témát 1% említett, más, nem gazdasági versennyel összefüggő ügyet szintén 1%. A kérdezettek 4% nem tudja felidézni, hogy milyen eset kapcsán találkozott már a GVH nevével. (7. ábra)

Mivel 2004-ben más olyan témák voltak központban, amelyekkel a Versenyhivatal foglalkozott, természetes, hogy idén a korábitól különböző témákat is említettek az újságírók, s az akkor már elhangzott ügyek is más arányban kerültek említésre.

7. ábra

Milyen ügyel kapcsolatban hallott a Versenyhivatal munkájáról?

(a Versenytörvényt ismerők körében, említők aránya, %)



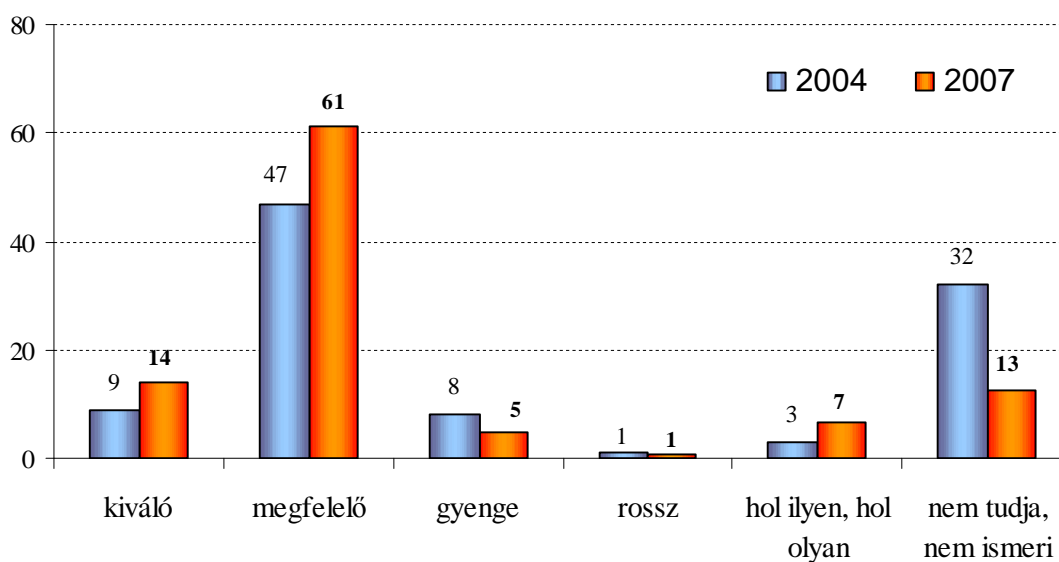
Azok, akik csak ritkán foglalkoznak a gazdasági élet kérdéseivel munkájuk során, nagyobb arányban nem tudtak válaszolni arra, hogy milyen ügyel kapcsolatban hallottak a Versenyhivatal munkájáról. Ezzel szemben a gazdasági témákkal nagyon gyakran foglalkozók tudtak leginkább felsorolni olyan eseteket, amelyek kapcsán hallottak a Hivatal munkájáról. Jellemzően az elektronikus médiumoknál (televízió, rádióadó) dolgozók nagyobb arányban tudtak felsorolni konkrét ügyet a Versenyhivatal munkájával kapcsolatban, mint a nyomtatott médiumoknál, hírügynökségeknél dolgozók vagy az internetes újságírók.

A gazdasági újságírók többsége (61%) megfelelőnek tartja a Gazdasági Versenyhivatal munkáját. 14%-uk szerint kiváló, 5%-uk szerint gyenge, 1%-uk szerint rossz, míg 7%-uk megítélése szerint pedig változó a GVH tevékenysége. A gazdasági újságírók 13%-a azzal tért ki a válaszadás elől, hogy nem ismeri eléggé a hivatal munkáját ahhoz, hogy megítélhesse. (8. ábra)

A 2004-es kutatáshoz képest jelentős változás érzékelhető a Versenyhivatal szakmai munkájának megítélésében, hiszen az elmúlt 3 évben jelentős mértékben nőtt azok száma, akik megfelelőnek tartják és csökkent azok aránya, akik nincsenek megelégedve a GVH tevékenységével. Harmadára csökkent azok aránya, akik azért nem értékelték a Versenyhivatal munkáját, mert nem ismerik eléggé jól annyira azt, hogy érdemben válaszolhassanak kérdésünkre.

8. ábra

Hogyan értékelné a Versenyhivatal munkáját?



Akik munkájuk során nagyon gyakran foglalkoznak a gazdasági élet kérdéseivel, azok az átlagosnál magasabb arányban (23%) értékelik kiválónak a GVH-ban folyó munkát. Minél gyakrabban foglalkoznak az újságírók ilyen témákkal annál nagyobb valószínűséggel tudták érdemben értékelni a Versenyhivatal munkáját.

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 őrködjön a gazdasági verseny tisztasága felett, ellenőrizze azt, hogy a cégek betartják-e a Verseny törvény előírásait.”

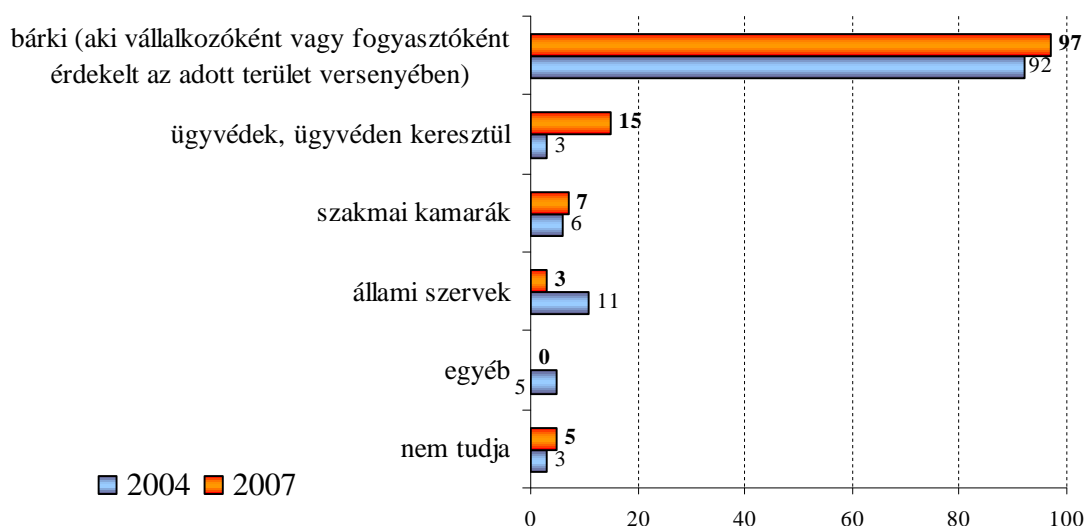
Az ismertető után pedig megkérdeztük, hogy a kérdezett szerint ki fordulhat a GVH-hoz panasszal. Ebben a kérdésben több választ is lehetett adni. **Az újságírók néhány kivétellel (97%) jól tudják, hogy bárki, aki vállalkozóként vagy fogyasztóként érdekelt az adott ügyben, fordulhat panasszal, észrevétellel a hivatalhoz. Azonban 7%-nyian tudták csupán helyesen azt is, hogy a szakmai kamaráknak is van erre lehetőségük.** 3%-nyian az állami szerveket, míg 15%-nyian pedig az ügyvédeket (ügyvédi közvetítésként közbenjárva) (is) a Gazdasági Versenyhivatal „ügyfeleinek” tekintik, helytelenül. (9. ábra)

A 2004-es kutatáshoz képest idén 5 százalékpontot nöött azok száma, akik helyesen tudják, hogy kik fordulhatnak a Versenyhivatalhoz, azonban többen vannak azok is, akik helytelenül az ügyvédeket, az ügyvéden keresztüli érdekérvényesítés lehetőségét is említették.

9. ábra

Ön szerint ki fordulhat a GVH-hoz?

(Az említők aránya, %)



Az elektronikus sajtóban (rádióadóknál, regionális vagy országos televízióknál) dolgozó újságírók között felülreprezentáltak azok, akik jól tudják, hogy a szakmai kamarák fordulhatnak a GVH-hoz észrevétellel, panasszal: az elektronikus sajtóban dolgozók 14%-a rendelkezik helyes ismeretekkel. A nyomtatott médiumoknál dolgozók viszont az átlagosnál kisebb arányban tudták ezt jól, 97%-uk nem választotta ezt a lehetőséget.

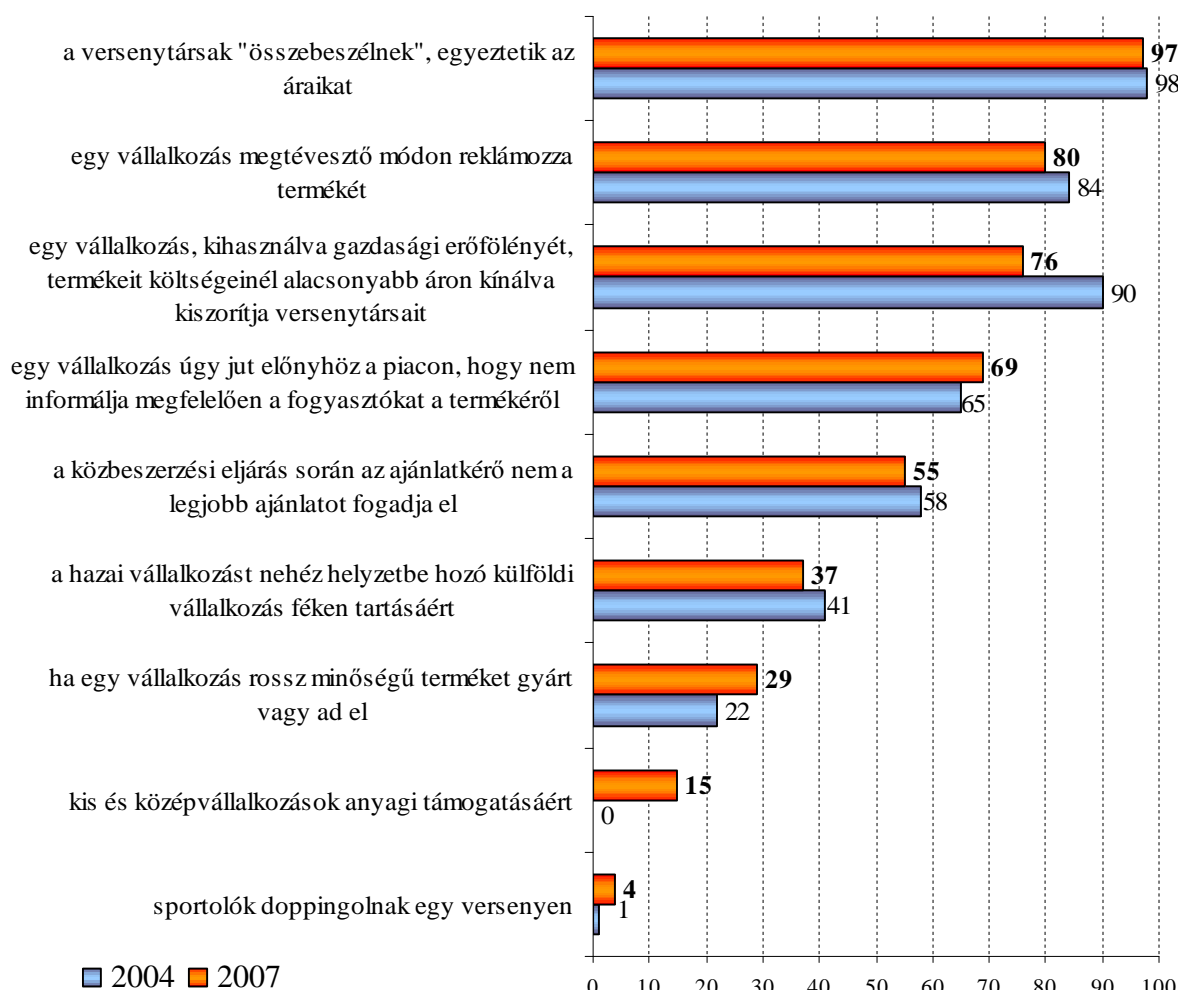
A versenyjoggal és a GVH jogkörével kapcsolatos ismeretek mélyebb feltérképezésének érdekében felsoroltunk a gazdasági versennyel kapcsolatos, vagy arra emlékeztető gazdasági jelenségeket, és arra kértük válaszadóinkat, hogy mondják meg: adott esetben lehet-e a Versenyhivatalhoz fordulni. **Az újságírók 97%-a a GVH jogkörébe sorolja a vállalkozások áregyeztetését, összebeszélését.** A többség említette azt is, amikor egy vállalkozás megtévesztő módon reklámozza egy termékét (80%); illetve amikor egy vállalkozás gazdasági fölényét kihasználva, termékeit költségeinél alacsonyabb áron kínálja, és ezzel kiszorítja versenytársait (76%). A gazdasági újságírók több, mint kétharmada (69%) tartja versenyhivatali ügynek azt, ha egy vállalkozás nem ad elég információt a termékről a fogyasztó számára. A kérdezettek több, mint fele a közbeszerzési eljárás szabályainak be nem tartását is ide sorolja (55%). A kérdezettek közel fele 37%-a fordulna a Versenyhivatalhoz annak érdekében, hogy egy hazai vállalkozást nehéz helyzetbe hozó külföldi vállalkozást féken tartsanak. Minden harmadik újságíró (29%) úgy véli, hogy rossz minőségű termék gyártása vagy eladása is GVH kompetenciájába tartozik. A

további két fals opció közül azt, hogy a kis és középvállalkozók anyagi támogatásért fordulhatnak a Versenyhivatalhoz, a kérdezettek 15%-a választotta, és 4%-nyian a sportversenyen való doppingolást is a versenyhivatal kompetenciájába sorolták. (10. ábra)

A 2004-es kutatáshoz képest a sorrend nem változott, azonban csökkent a helyes választ adók aránya. Idén kevesebben tudták azt, hogy a versenyhivatalhoz lehet fordulni, ha egy vállalkozás kihasználva gazdasági erőfölényét, termékeit költségeinél alacsonyabb áron kínálva kiszorítja versenytársait a piacról, s azt is, hogy versenyellenes, ha egy vállalkozás azáltal jut előnyhöz a piacon, hogy megtévesztő módon reklámozza termékét. Nőtt azonban azok aránya, akik megfelelő ismerettel rendelkeznek azzal kapcsolatban, hogy ha egy vállalkozás úgy jut előnyhöz a piacon, hogy nem informálja megfelelően a fogyasztókat termékeiről, a Versenyhivatalhoz lehet fordulni. Nőtt viszont azoknak a rossz választ adóknak az aránya, akik úgy vélik, hogy a hazai vállalkozást nehéz helyzetbe hozó külföldi vállalkozás féken tartása a versenyhivatal kompetenciájába tartozik.

10. ábra

Ön szerint a Versenyhivatalhoz lehet-e fordulni, ha...?
(Az említők aránya, %)



7. A Gazdasági Versenyhivatal és az Európai Unió

A kutatás során kitértünk arra is, hogy a gazdasági újságírók mennyire tájékozottak abban, hogy milyen változásokat okoz a versenyszabályozásban az EU-csatlakozás.

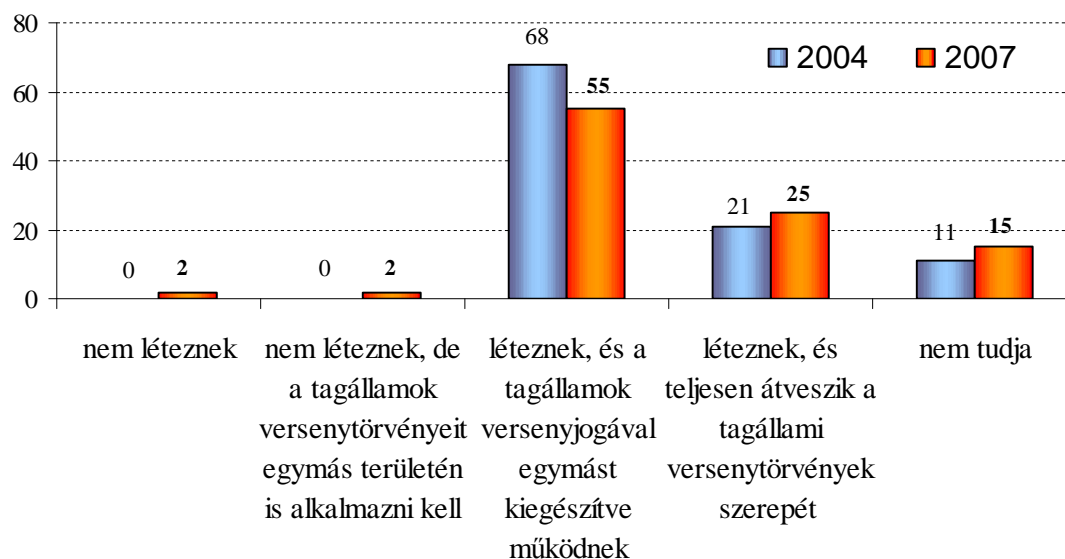
Az újságírók mintegy felére lehet azt mondani, hogy jól tájékozott a versenyszabályozás EU-s gyakorlatával kapcsolatban. Megkérdeztük ugyanis, hogy a kérdezett tudomása szerint Európai Uniós szinten léteznek-e a Versenytörvényhez hasonló szabályok. A gazdasági újságírók több, mint fele (55%) helyesen tudja, hogy az EU-ban is léteznek versenyjogi szabályok, de azok a tagállamok versenyjogával egymást kiegészítve működnek. Az újságírók negyede (25%) azonban rosszul tudja ezt, mivel azt állítják, hogy léteznek EU-s versenyjogi szabályok és teljesen átveszik a tagállami versenytörvények szerepét. 15%-nyian nem tudtak véleményt nyilvánítani.(11. ábra)

A 2004-es eredményekhez képest az újságírók helyes informálódása csökkent az EU-s versenyjogi szabályok és a hazai szabályok kapcsolata területén. 2007-ben magasabb az újságírók körében a válaszolni nem tudók száma, valamint a helytelen választ adóké is, ellenben 11 százalékpontot csökkent azok aránya, akik helyesen tudják, hogy léteznek EU-s szinten is a Versenytörvényhez hasonló szabályok, és a tagállamok versenyjogával egymást kiegészítve működnek.

Az egyes újságírócsoportok között statisztikailag is kimutatható különbség abban van, hogy akik gyakran foglalkoznak a gazdasági élet híreivel, azok tájékozottabbak ebben a kérdésben (73%).

11. ábra

Tudomása szerint EU-s szinten léteznek-e a Versenytörvényhez hasonló szabályok? (%)

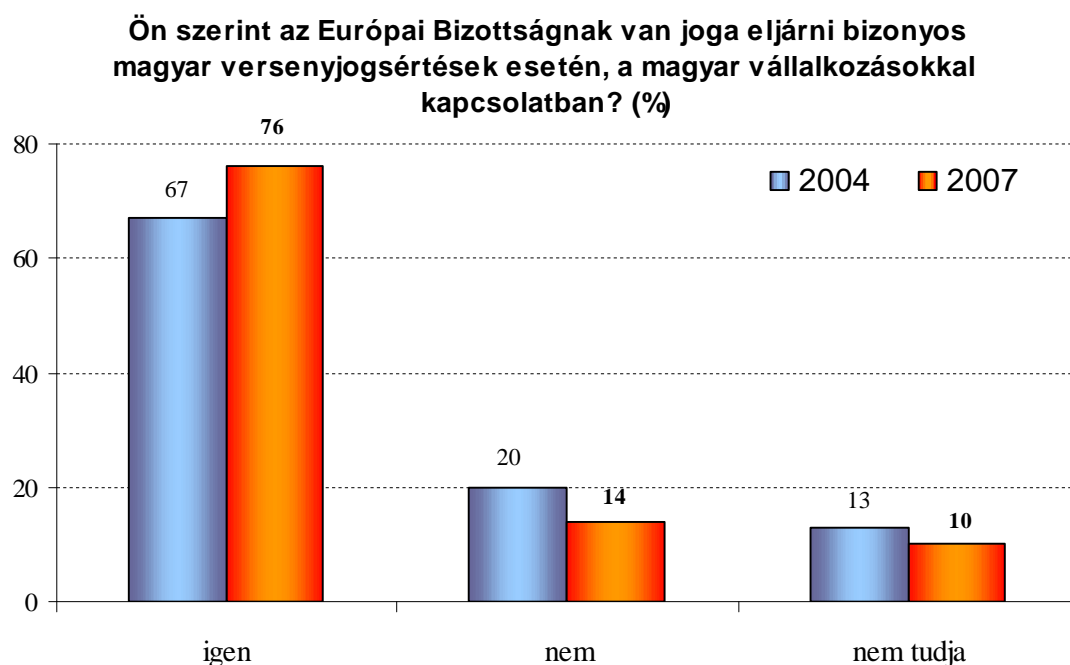


A gazdasági újságírók kétharmada (76%) tisztában van azzal is, hogy az Európai Bizottságnak van joga eljárni bizonyos magyar versenyjogsértések esetén a magyar vállalkozásokkal kapcsolatban. Az újságírók 14%-a ennek ellentétét állította, míg tizedük nem tudott állást foglalni a kérdésben.

Idén 9 százalékponttal többen tudták, mint 3 évvel ezelőtt, hogy az Európai Bizottságnak van joga eljárni bizonyos magyar versenyjogsértések esetén a magyar vállalkozásokkal kapcsolatban, ezzel szemben csökkent az ezzel ellentétes véleményen lévők száma.

Az egyes újságírói csoportok között nem lehet különbséget tenni az alapján, hogy mennyire tájékozottak ebben a kérdésben.

12. ábra

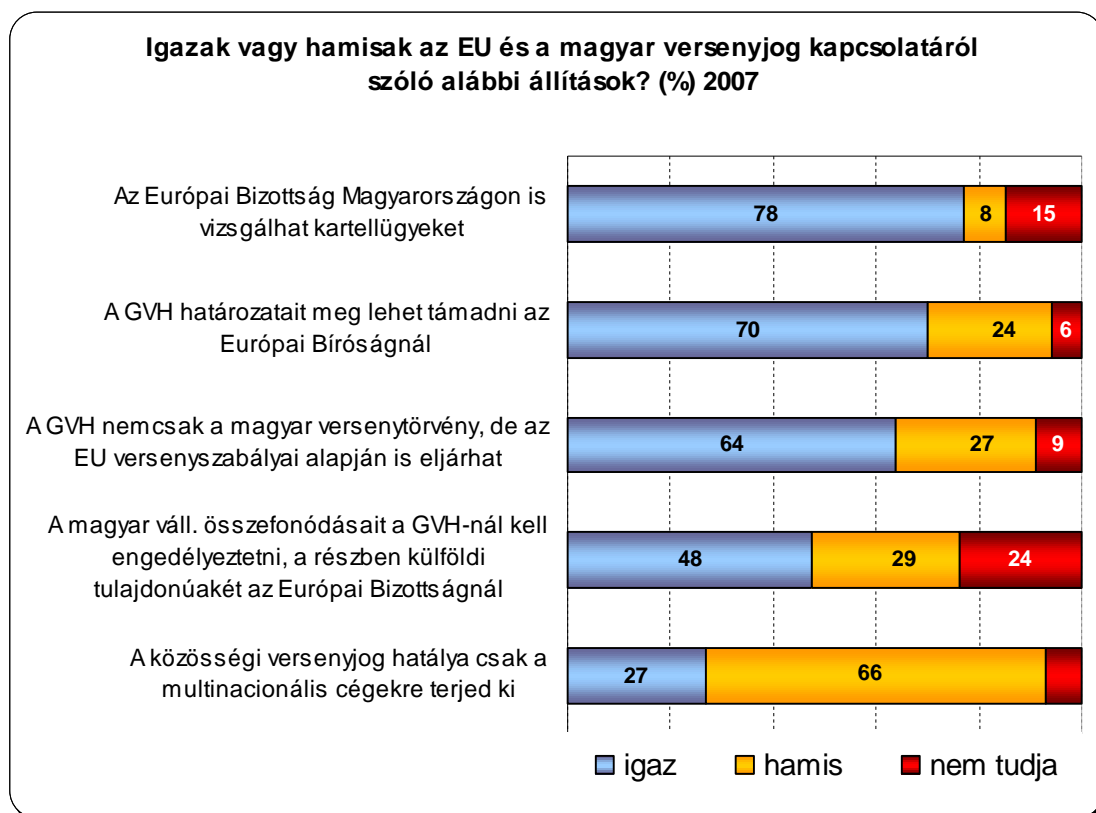


Végül néhány állítás segítségével azt teszteltük, hogy a csatlakozás után mit is tudnak az újságírók a magyar versenyjog és az EU kapcsolatáról. **A gazdasági újságírók többsége jól tudja, hogy az EU a tagállamokban, így Magyarországon is vizsgálhat kartellügyeket (78%), és hogy a GVH nemcsak a magyar versenytörvény, de az EU versenyszabályai alapján is eljárhat (64%). Tíz újságíróból hét azonban rosszul értesült a GVH határozatainak megtámadásával kapcsolatban,** mivel úgy gondolják, hogy erre lehetőség van az Európai Bíróságnál. Az újságíró társadalom közel fele (48%) abban sem ismeri helyesen az EU-csatlakozás utáni versenyjogi szabályozást, hogy helytelenül úgy véli, hogy míg a magyar vállalatok összefonódásait a GVH-nál kell engedélyeztetni, addig a legalább

részben külföldi tulajdonú vállalatokét az Európai Bizottságnál. Az újságírók harmada (27%) gondolja úgy, hogy a közösségi versenyjog hatálya csak a multinacionális cégekre terjed ki.

A 2004-es kutatás eredményeihez képest az újságírók körében csökkent az állításokra helyes választ adók aránya.

13. ábra



Az egyes újságírói csoportok között nem lehet különbséget tenni az alapján, hogy mennyire tájékozottak ebben a kérdésben.

8. Az újságírók tapasztalatai a Versenytörvényről és a GVH-ról

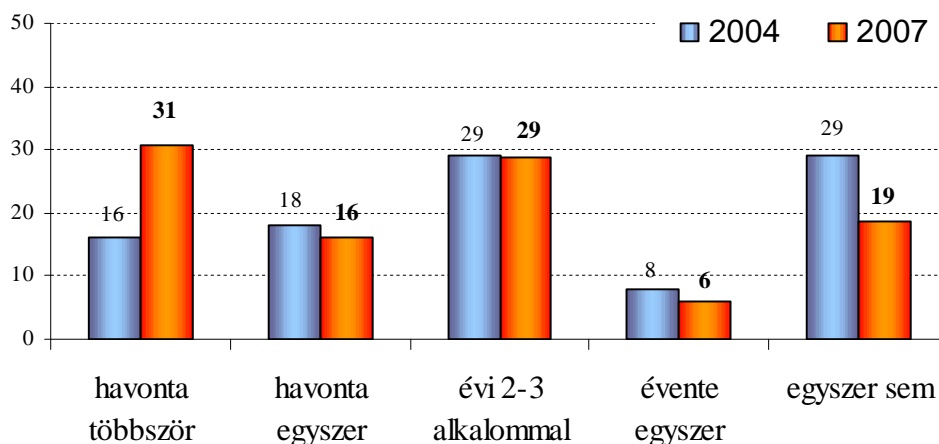
A válaszadó újságírók kiválasztásánál – ahogy már írtuk – alapvető elvárás volt az, hogy az adott újságíró munkája során valamilyen gyakorisággal foglalkozzon gazdasági témákkal, így jutottunk egy olyan mintához, azaz válaszadói csoporthoz, amelyben csak gazdasággal (is) foglalkozó újságírók vannak. Azt azonban még nem tudjuk, hogy a válaszadók milyen kapcsolatban állnak a Versenyhivatallal és a Versenytörvénnyel, mint újságírók, azaz szoktak 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 adja meg a kérdezett azt, hogy milyen rendszerességről ír, tudósít valamilyen formában ilyen esetekről.

A gazdasági újságírók közül minden harmadik (31%) írt, tudósított havi több alkalommal olyan esetről, ami érinti a GVH-t vagy a Versenytörvényt, és 16%-a foglalkozott ilyen ügyekkel havi rendszerességgel. Közel harmaduk (29%) a tavalyi évben két-három alkalommal számolt be a médiában versenyjogi ügyről. A mintába került újságírók 6%-a csak egyetlen alkalommal készített anyagot orgánuma számára a gazdasági versennyel kapcsolatban. A gazdasági újságírók 19%-a viszont egyáltalán nem foglalkozott tavaly olyan ügygel, ami a GVH-val vagy a Versenytörvénnyel kapcsolatos.

A 2004-ben kapott eredményekhez képest 2007-ben az újságírók magasabb aránya nyilatkozta, hogy havi több alkalommal ír olyan esetről, melyben szerepe van a GVH-nak vagy a Versenytörvénynek, valamint 10 százalékponttal kevesebben mondták azt, hogy egyszer sem foglalkoztak ilyen ügygel. (12. ábra)

12. ábra

**Az elmúlt évben milyen gyakran írt olyan esetről,
amelyben szerepe volt a GVH-nak vagy a
Versenytörvénynek?**
(%)

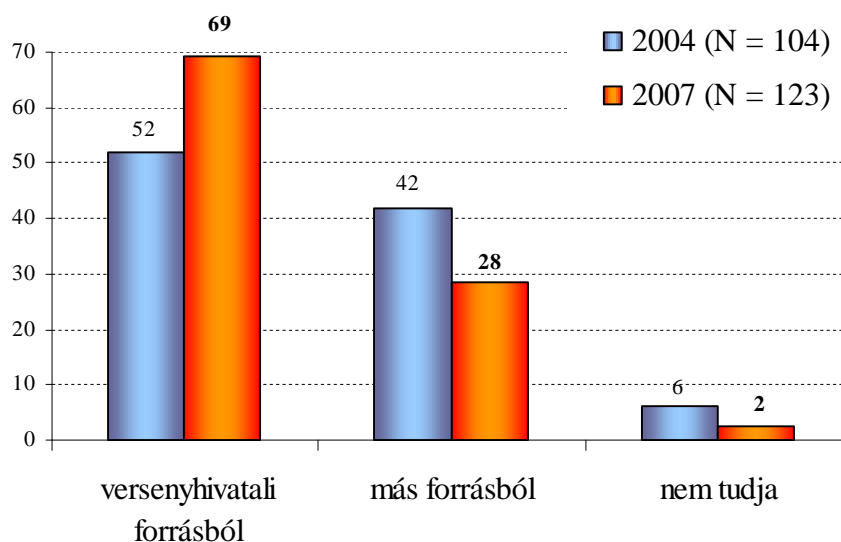


Akik tavaly legalább egyszer írtak, tudósítottak versenyjogi esetről, azoktól megkérdeztük azt is, hogy honnan szerzi be azokat az információkat, amelyek alapján a Versenyhivatallal vagy a Versenytörvénnyel kapcsolatos témáról ír (N=123). **Versenyhivatali forrásból tájékozódik az ide kapcsolódó ügyekről a tavaly legalább egyszer versenyjogi esetről beszámoló gazdasági újságírók 69%-a, más forrásból szerzi értesüléseit 28%-uk.** (13. ábra)

A 2004-es kutatáshoz képest idén 17 százalékponttal többen tájékozódnak versenyhivatali forrásból, míg a nem versenyhivatali forrásból tájékozó újságírók száma 14 százalékpontot csökkent.

13. ábra

**Elsősorban milyen forrásból tájékozódik a Versenyhivatallal vagy a Versenytörvénnyel kapcsolatos tudósításaihoz?
(Az ilyen témáról tudósítók körében, %)**



Az egyes újságírócsoportok között statisztikailag is kimutatható különbség abban van, hogy akik havonta többször írnak a Versenyhivatallal vagy a versenytörvénnyel kapcsolatos témáról, azok leginkább a versenyhivatali forrást használják munkájuk során (89%).

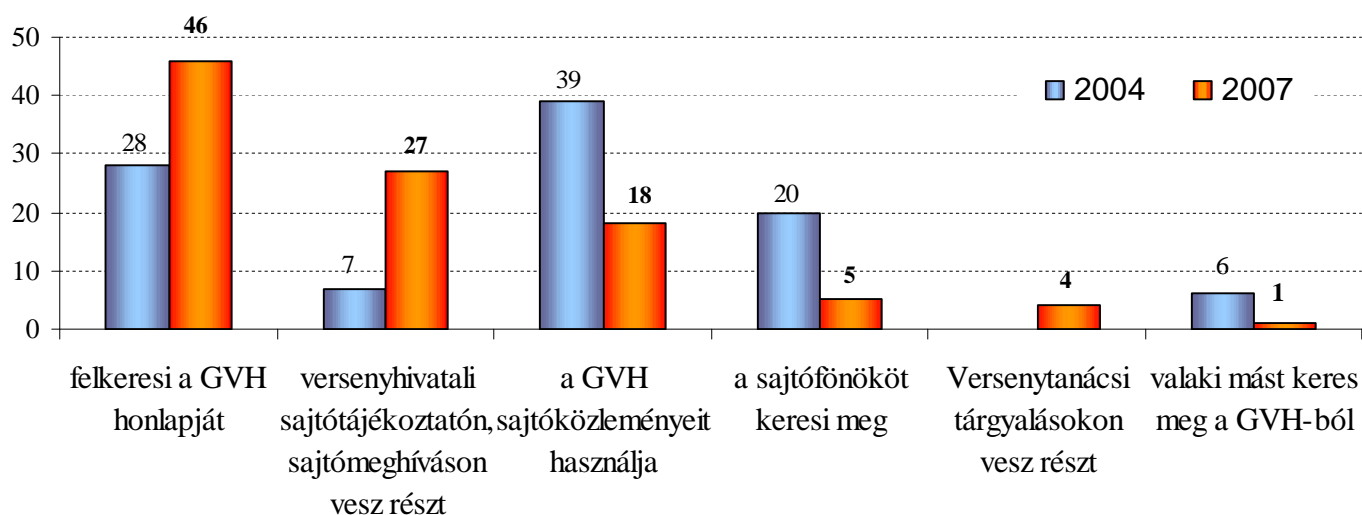
Az is látható az adatokból, hogy minél kevesebbet ír egy újságíró ilyen témában, annál nagyobb a valószínűsége annak, hogy nem versenyhivatali forrásból tájékozódik.

A versenyhivatali forrásból tájékozódók (N=85) leginkább a GVH honlapját keresik fel (46%), míg 27%-nyian vesznek részt sajtótájékoztatón, sajtómeghíváson, illetve a GVH sajtóközleményeit használják fel (18%). Kevesebben, 5%-nyian vannak azok, akik a sajtófőnököt keresik meg ezzel kapcsolatban, 4%-nyian, akik a versenytanácsi tárgyalásokon vesznek részt, és csak 1%-nyian keresnek meg valaki mást a hivataltól. (14. ábra)

A három évvel ezelőtti kutatáshoz képest jelentősen átrendeződött a versenyhivatali információforrások használatának struktúrája. 2007-ben 21 százalékpontot csökkent azok aránya, akik a GVH sajtóközleményeit használják tudósításaikhoz, viszont 18 százalékpontot nöött azoké, akik elsősorban a GVH honlapját keresik fel ilyen esetben, valamint a sajtótájékoztatókon, sajtómeghívásokon való részvétel ugrásszerű növekedése figyelhető meg.

14. ábra

**Milyen versenyhivatali információforrást használ elsősorban?
(a versenyhivatali forrásból tudósítók körében, %)**

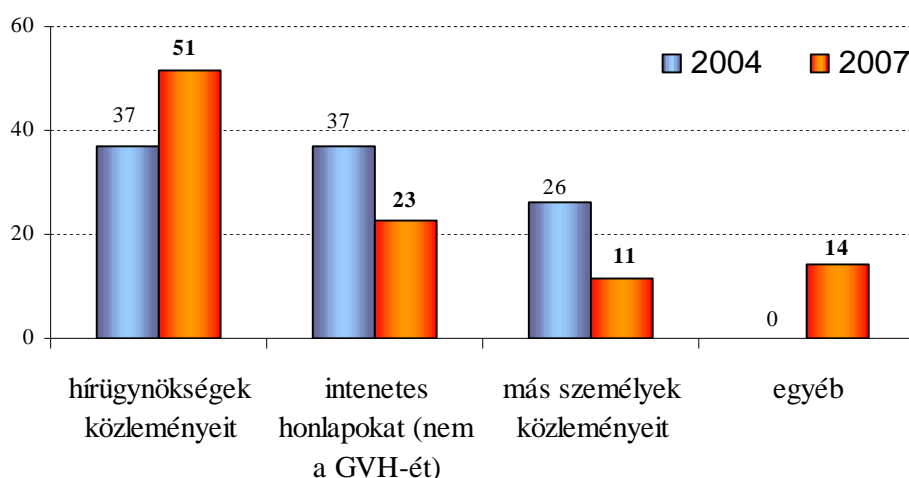


A nem versenyhivatali, hanem más forrásból tájékozódók (N=35) fele (51%) tájékozódik a hírügynökségek közleményeiből, míg negyede az internetes honlapokról (kivéve a GVH honlapját, hiszen ha ezt használja a kérdezett, akkor az versenyhivatali forrásnak tekinthető). Más személyek közléseit 11%-uk jelölte meg információforrásként. Egyéb, nem hivatalos forrásból 14%-nyian értesülnek a Versenyhivatallal vagy a verseny törvénnyel kapcsolatban. Ők azok, akik szakembereket, az ügyben érintetteket keresik fel elsősorban. (15. ábra)

Látható, hogy az előző kérdésekhez hasonlóan a nem versenyhivatali forrásból tájékozódó újságírók információforrás preferenciája jelentős változást mutat a három évvel ezelőtti eredményekhez képest. Itt azonban azt láthatjuk, hogy számottevő mértékben csökkent azok száma, akik internetes honlapokat keresnek fel munkájuk során, és még ennél is nagyobb arányú a változás, igaz, ellentétes irányban a hírügynökségek közleményeit használók körében.

15. ábra

Milyen nem versenyhivatali információforrást használ elsősorban?
(a nem versenyhivatali forrásból tájékozódók körében, %)

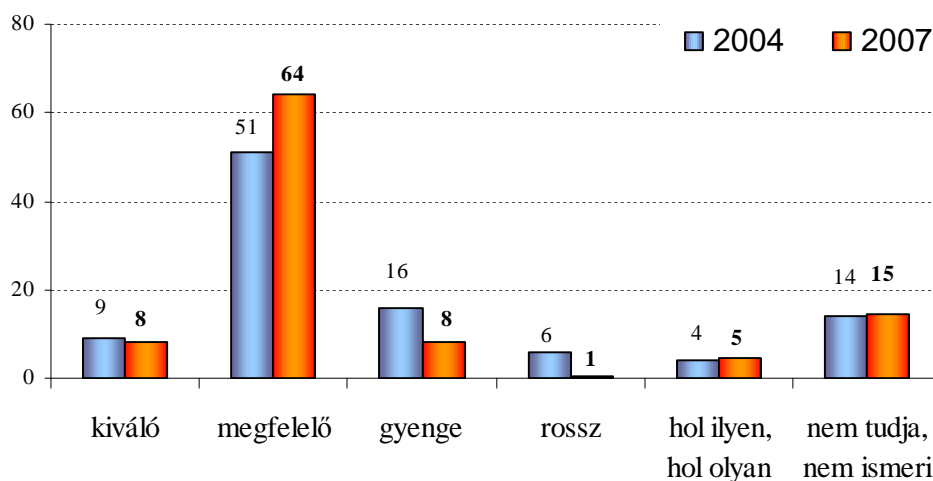


A kutatás végéhez közeledve általános értékelésre kértük fel a gazdasági újságírókat: kikértük véleményüket a Versenyhivatal munkájáról a sajtókapcsolatokkal kapcsolatban. **Az újságírók 72%-a elégedett: 8%-uk kiválónak, 64%-uk megfelelőnek minősítette a GVH munkáját a sajtókapcsolatok terén. Az újságírók 8%-a gyengének találja a sajtókapcsolatok kezelését, rossznak 1%-nyian minősítették. 5%-nyian változónak érzi a sajtókapcsolatokat, 15% pedig nem tudja megítélni.** (16. ábra)

A 2004-es kutatás eredményeihez képest jelentősen nőtt azok száma, akik elégedettek a Versenyhivatal munkájával a sajtókapcsolatok területén, és emellett csökkent azok száma, akik ezt gyengének minősítik.

16. ábra

Hogyan értékelné a Versenyhivatal munkáját a sajtókapcsolatok terén?
(%)



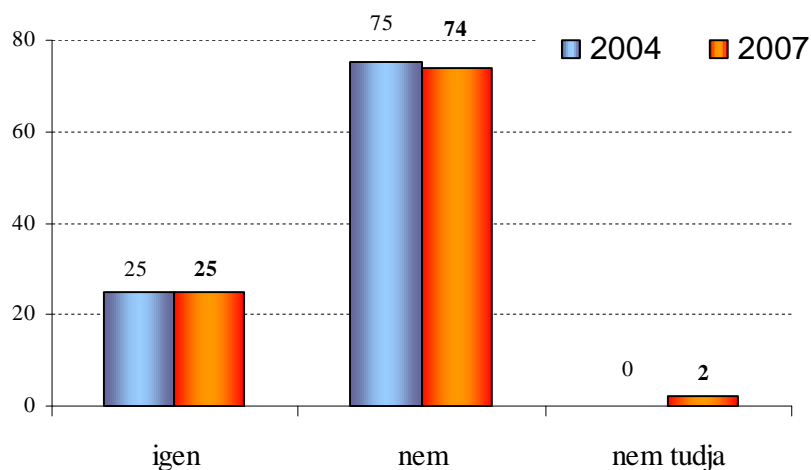
Akik versenyhivatali forrásból szereznek információt munkájukhoz, az átlaghoz képest magasabb arányban (81%) értékelték megfelelőnek a GVH munkáját. Azok, akik (nagyon) gyakran foglalkoznak gazdasági témákkal felülreprezentáltak azok körében, akik kiválónak vagy megfelelőnek tartják a hivatal tevékenységét a sajtókapcsolatok terén.

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

A Versenyhivatal e-mail-en terjesztett sajtóközleményeit a kérdezett gazdasági újságírók egynegyede megkapja, háromnegyede viszont nem. (17. ábra) A három évvel korábbi kutatás eredményeihez képest érdemi változás nem történt e téren.

17. ábra

Megkapja-e Ön a Versenyhivatal e-mail-en terjesztett sajtóközleményeit?
(%)

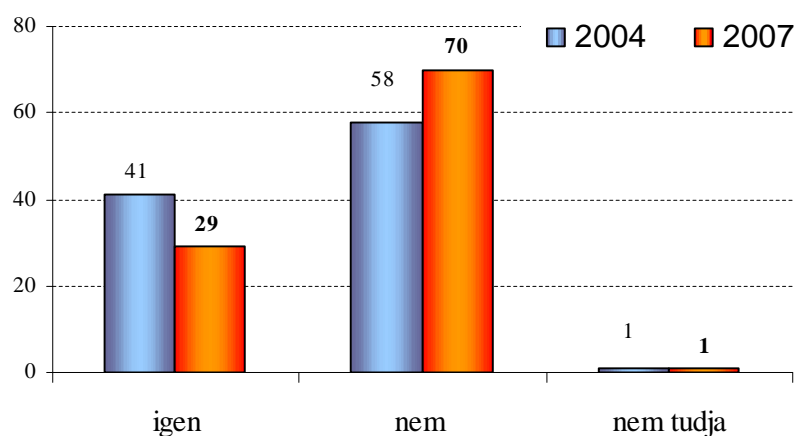


Azok az újságírók, akik ritkán tudósítottak olyan esetről, amelyben szerepe volt a Gazdasági Versenyhivatalnak, vagy a Versenytörvénynek, illetve akik elsősorban nem a versenyhivatali forrásból tájékozódnak az átlagosnál alacsonyabb arányban kapják meg ezeket az e-maileket.

A Versenyhivatal éves beszámolójával a gazdasági újságírók kevesebb, mint egyharmada (29%) találkozott már, a többiek, 70%-nyian még nem. A három évvel ezelőtti kutatáshoz képest jelentős változás történt, hiszen egy 12%-nyi csoport az, akik korábban találkoztak az éves beszámolóval, azonban 2007-ben már nem látták azt a Versenyhivatal munkájáról.

18. ábra

Találkozott-e már a Versenyhivatal éves beszámolójával?
(%)

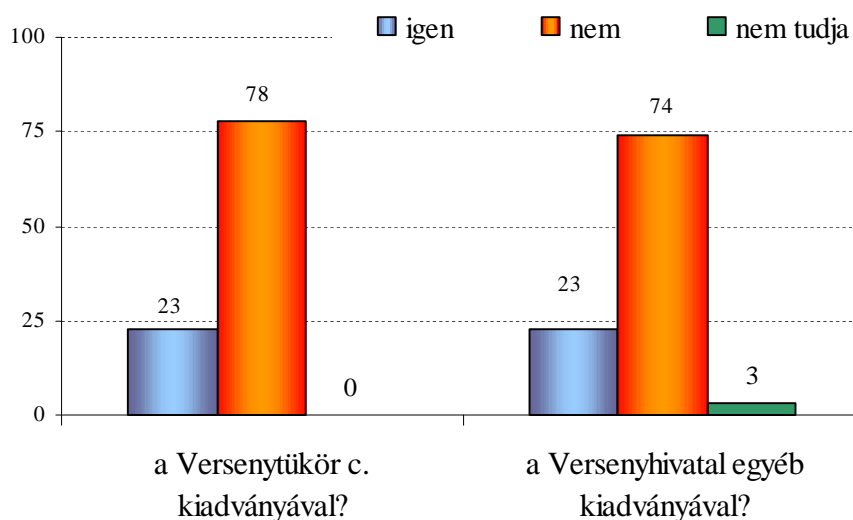


Az elektronikus médiumoknál dolgozók 86%-a nem találkozott még a Versenyhivatal éves beszámolójával, míg ez az arány a nyomtatott sajtó újságírói körében 65%. Azok, akik nagyon gyakran foglalkoznak a gazdasági élet híreivel felülreprezentáltak azok között, akik találkoztak már ezekkel az éves beszámolóval.

A mintába került újságírókat megkérdeztük arról is, hogy találkoztak-e már a Versenyhivatal egyéb kiadványaival is. **A gazdasági újságírók 23-23%-a találkozott már a Versenytükör c. kiadvánnyal, vagy a Versenyhivatal egyéb sajtótermékkel.** (19.ábra) Ez a kérdés korábban nem szerepelt a kutatásban, így az eredményeket ebben az esetben nincs lehetőségünk összehasonlítani a 2004-es adatokkal.

19. ábra

Találkozott-e már a Versenyhivatal...
(%)



Akik elsősorban a versenyhivatali forrásokból tájékozódnak munkájuk során, azok az átlagnál magasabb arányban találkoztak a Versenytükör c. sajtóanyaggal, illetve a hivatal egyéb kiadványaival (rendre: 34%, 31%), mint azok, akik külső forrást vesznek igénybe. Ugyanez jellemző azokra, akik nagyon gyakran foglalkoznak a munkájuk során a gazdasági élet híreivel, körükben magasabb azok száma, akik ismerik a Versenyhivatal egyéb kiadványait is (31%).