

## **A GAZDASÁGI VERSENYHIVATAL MUNKÁJÁNAK ISMERTSÉGE, ELJÁRÁSOK, ÜGYEK ISMERETE A LAKOSSÁG KÖRÉBEN**

### **A 2008. ÉVI FELMÉRÉSEK EREDMÉNYEINEK ÖSSZEFOGLALÁSA**

1. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban GVH) évek óta törekszik arra, hogy felmérje a versenyszabályok ismertségének alakulását, a GVH munkájával kapcsolatos véleményeket, valamint a versenyjogi ismeretek pontosságát. A korábbi évektől eltérően 2008-ban csak egy célcsoport, a lakosság körében a GVH lezárt, jelentősebb eljárásainak, valamint versenypártolási akcióinak „ismertségének” és azok megítélésének vizsgálatára rendelt meg egy több hullámból álló kérdőíves felmérést. A három adatfelvételi hullám során a kutatás fókuszában a (I) a hivatal ismertsége, munkájának megítélése, (II) ügyismeret, versenypártolási tevékenység ismerete, valamint (III) a piaci versennyel kapcsolatos attitűdök és a fogyasztói tudatosság szintje állt.

2. A kutatást a Szonda-Ipsos Piackutató Intézet végezte 1500 fős mintán, személyes kérdezéssel, omnibusz kutatás keretében. A minta reprezentatív, a legfontosabb társadalmi-demográfiai mutatók szerint (nemek, életkori csoportok, iskolai végzettség, lakóhelytípus) megfelel a teljes 18 éven felüli népesség összetételének.

3. A kutatás kérdőíve az egyes adatfelvételi hullámok során némileg finomodott, a GVH-ra és a lezárt ügyek ismeretére vonatkozó kérdések mellett az egyes piaci magatartásokkal kapcsolatos attitűdkérdések is helyet kaptak.<sup>1</sup> A hivatal ügyeire a júniusi és az októberi felmerésben - az első, márciusi adatfelvételi hullámmal ellentétben - támogatott módon kérdeztek rá, helyes és helytelen válaszok megadásával. A kérdőívek kialakításából adódóan, a kérdések nagy részét illetően lehetőség nyílik a három adatfelvételi hullám során kapott eredmények összehasonlítására.

4. A kutatás főbb eredményei az alábbiak szerint összegezhetők.

#### **I. A GVH és feladatainak ismertsége, értékelése**

5. A 2008-as ügyismereti kutatás mindhárom hullámának eredményei megerősítik, amit korábbi kutatásokból is láthattunk, hogy a lakosság fele hallott a GVH-ról. A GVH feladatkörével kapcsolatos ismereteket, illetve a hivatal munkájával való elégedettséget a válaszadók ezen 50%-a körében mérték fel.

6. A hivatalról szerzett információk forrása az általános médiafogyasztási szokások szerint alakul: a válaszadók többsége (70-90%-a) a televíziót jelölte meg, míg a rádiót és a nyomtatott sajtót (hullámonként erősen szóródóan) 10-25% említette. Ezekén túl azonban nincs más jelentős, 10%-ot elérő tájékoztató csatorna (például GVH honlap, Internet, ismerősök).

7. A GVH-t ismerők 30-40%-a legalább havonta egyszer-kétszer hall a versenyhivatalról, de a mintában hasonlóan jelentős arányban voltak olyanok is, akik csak negyedévente (15-29%) és még többen, akik ennél ritkábban (28-39%).

8. A GVH-val kapcsolatos ismereteiket önállóan is összefoglaló válaszadók közül (a megkérdezettek fele) spontán módon a legtöbben a vizsgálatok lefolytatását (13-26%), a büntetést és bírságolást (12-15%), illetve az egyes eljárás alá vont cégeket (7-16%) említették. Előre megadott válaszok segítségével már jóval többen mondták, hogy a GVH feladata a tiszta verseny biztosítása. A

---

<sup>1</sup> Ez az oka annak, hogy egyes kérdéseknél csak egy vagy két adatfelvétel eredményeit ismertettük.

lakosság mintegy tizedének tévesek az ismeretei, úgy gondolja például, hogy a közbeszerzési pályázatok elbírálása vagy a cégek versenyeztetése is a hivatal feladatkörébe tartozik.

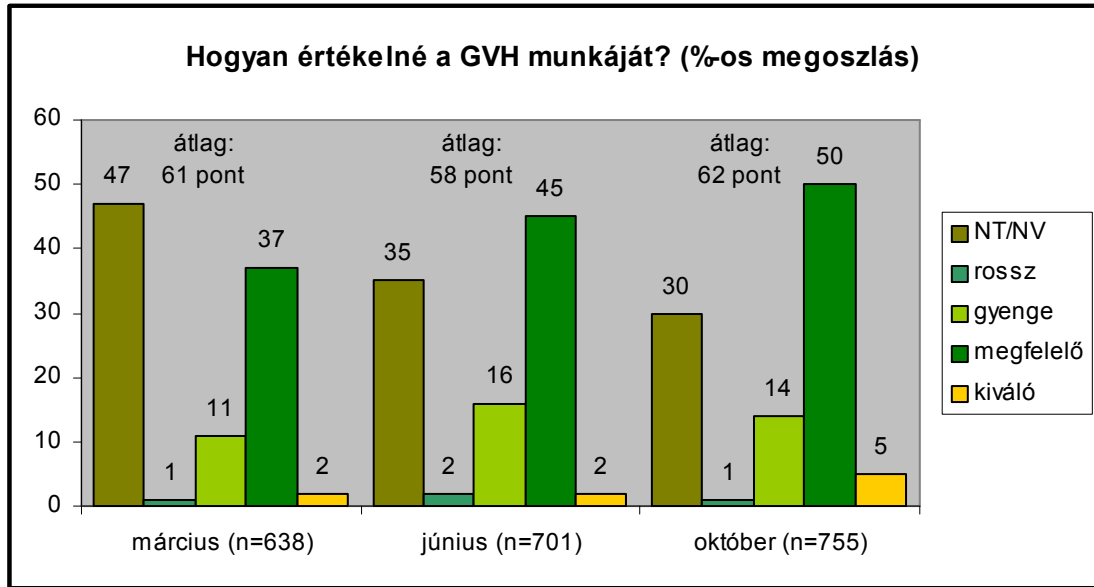
9. Irányított kérdés segítségével (három helyes és négy helytelen választási lehetőség) a válaszadók 20-23%-a tudta pontosan meghatározni a GVH feladatait (csak a helyes válaszokat jelölte meg), de elmondható, hogy a helyes válaszokat egyébként is nagyobb arányban jelölték meg, mint a helyteleneket (az előbbiek 67-84% között szóródtak, míg az utóbbiak 32-48% között). Ezt a kérdést azok a résztvevők is megválaszolták, akik korábban úgy nyilatkoztak, hogy még nem hallottak a GVH-ról: közülük 10% találta el pontosan a hivatal tényleges feladatait.

**Ön hogy tudja a következő lehetőségek közül, melyek a Gazdasági Versenyhivatal feladatai?**

(azok körében, akik már hallottak a Gazdasági Versenyhivatalról)

|   | Június<br>(n=701)              | Október<br>(n=755) |
|---|--------------------------------|--------------------|
|   | feladatként<br>választotta (%) |                    |
| a gazdasági verseny védelme                                   | 77                             | 84                 |
| a megtévesztő tájékoztatások elleni fellépés                  | 67                             | 77                 |
| a vállalatok összejátszásának feltárása                       | 71                             | 76                 |
| a magyar gazdaság védelme a külföldi vállalkozásokkal szemben | 42                             | 48                 |
| a boltok élelmiszerbiztonsági követelményeinek ellenőrzése    | 32                             | 40                 |
| az Európai Unió pályázatok kiírása                            | 39                             | 38                 |
| a kis- és középvállalkozások támogatása                       | 33                             | 34                 |

10. A válaszadók fele-kétharmada értékelte az előre megadott négyfokozatú skálán a GVH munkáját. Az eredmények alapján a hivatal jó megítélését lehet feltételezni: csupán 1-2% adta a leggyengébb minősítést (rossz), 11-16% eggyel jobbat (gyenge), 37-50% értékelte „megfelelő”-re és 2-5% kiválóra. 0-100-as skálára átszámítva mindhárom adatfelvétel során átlagosan 60 pont körüli eredményt kaptunk.



11. A GVH megítélése hét (öt pozitív és két negatív tartalmú) előre megadott állítással való egyetértés / egyet nem értés alapján is alapvetően jónak mondható. Azzal az állítással például, hogy a GVH jó célokért dolgozik, a válaszadók 61-67%-a értett egyet, míg csak 2-5% nem. A további pozitív állításokkal (a GVH „szakmailag megalapozott döntéseket hoz”; „tevékenysége rokonszenves számomra”; „határozottan fellép, amikor teheti”) általában 40-50% egyetértett, míg csak 5-10% nem. Ugyanakkor 20-23% szerint lehet gyakran hallani a versenyhivatalról és 26-35% szerint nem. A két negatív állítás közül, azaz „alacsonyabb bírságokat szab ki, mint kellene” és „egy bürokratikus állami intézmény a sok közül”, az elsőt az év folyamán minden alkalommal többen értettek egyet (35-40%), mint ahányan nem (6-12%). Viszont kevesen gondolják, hogy a GVH egy bürokratikus állami szerv lenne (13-19%), a válaszadók harmada pedig nem ért egyet ezzel az állítással (33-38%).

## II. A GVH ügyeinek és versenypártolási tevékenységének ismerete, értékelése

12. A GVH eljárásaival és versenypártolási tevékenységével kapcsolatos ismeretekre nemcsak azoknál kérdeztünk rá, akik hallottak már a hivatalról, hanem minden válaszadónál. Először segítség nélkül, maguktól kellett említeniük GVH eseteket, illetve adott témában a hivatal által megfogalmazott versenypártolási célú javaslatokat, majd egy előre megadott listából választották ki az általuk ismert ügyeket, és a további kérdések már csak ezekre vonatkoztak (ez utóbbi, támogatott kérdés feltételére csak a második és a harmadik hullámban került sor).

13. A GVH tevékenységének ismerete meglehetősen rossz képet mutat;<sup>2</sup> a lakosság 81%-a önmagától nem tud egyetlen ügyet sem felidézni, versenypártolást pedig spontán módon senki nem említett. A válaszadók nagyobb arányban egyedül az autópálya / útépítő kartellekre emlékeztek (az említések 32-40%-át teszi ki), a többi említett ügy (hipermarketek akciós reklámújságjai, személyi vagy lakáshitel, illetve hitelkártya és mobilszolgáltatók díjcsomag ajánlatai) legfeljebb 5%-ot ért el. Az ügyek közül ismertségben a közéleti vonatkozásai miatt nagyobb visszhangot kiváltó vagy az ismertebb személyiségeket is érintő eljárások emelkednek ki. Az önállóan említett ügyekről a válaszadók kevés értékelhető információt tudtak elmondani.

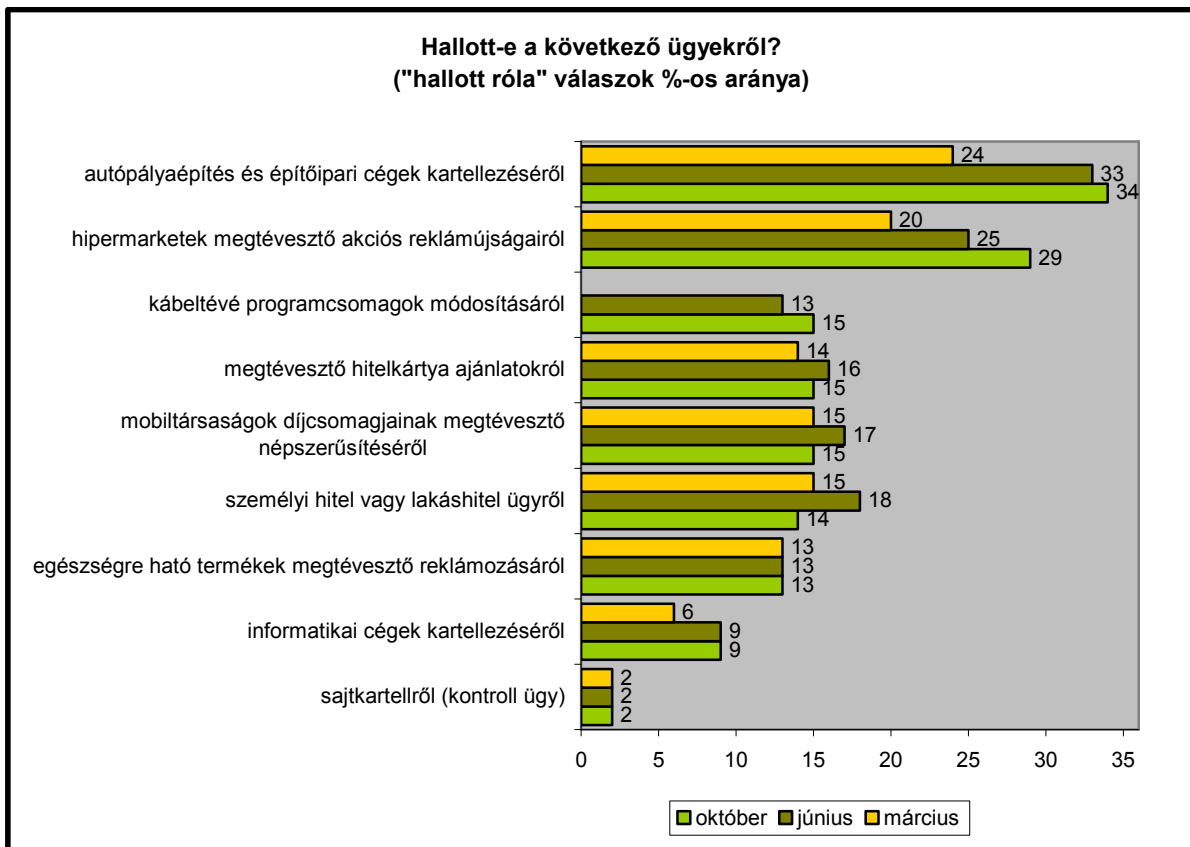
14. Az ügyek ismertségéről alkotott kép javul, ha a kérdést támogatott formában kapják a résztvevők. A támogatott forma jelen esetben azt jelentette, hogy nyolc valós, korábbi GVH ügy vagy ügycsoport, illetve egy kitalált ügy közül kellett a kérdezettnek kiválasztania, hogy melyikről hallott,

<sup>2</sup> Ezt azonban más megvilágításba helyezi, hogy a lakosság tájékozottsága hasonló kérdésekben ugyanezen a szinten mozog.

illetve annak mi volt a tárgya (itt is több előre megadott lehetőség közül lehetett választani), hogyan zárult (büntetés és bírság, kötelezettségvállalás vagy jogsértés hiánya) és milyen cégeket érintett (ez az utóbbi nyitott kérdés volt).

15. A válaszadók 38-48%-a emlékezett legalább egy ügyre, márciustól októberig növekvő arányban, viszont 26-34% több ügyről is hallott. Ahogy a spontán említéseknel is, a támogatott ügyismeretnél is kiemelkedő az autópálya kartellek említése (24-34%). Ezen kívül egyedül a hipermarketek akciós reklámújságaival kapcsolatos ügyekről tettek 20% felett említést a három fordulóban (20-29%). A többi hat esetre általában 15% körüli arányban véltek emlékezni a válaszadók, de az informatikai cégek kartellezéséről 10%-nál is kevesebben hallottak. Pozitív tapasztalat, hogy a kakukktójásként bekerült sajtukartellt csak elhanyagolható, 2% körüli arányban választották ki.

16. Azon válaszadók közül, akik hallottak egy ügyről, annak tárgyára és lezárására vonatkozóan sokszor a felének nem helyes az ismerete. Kivételek ez alól az ismertebb ügyek (útépítő kartellek, akciós újságok), ahol kevesebb a téves információ (30-40%). Az érintett cégek megnevezése szintén erősen szóródik (5-50% között).

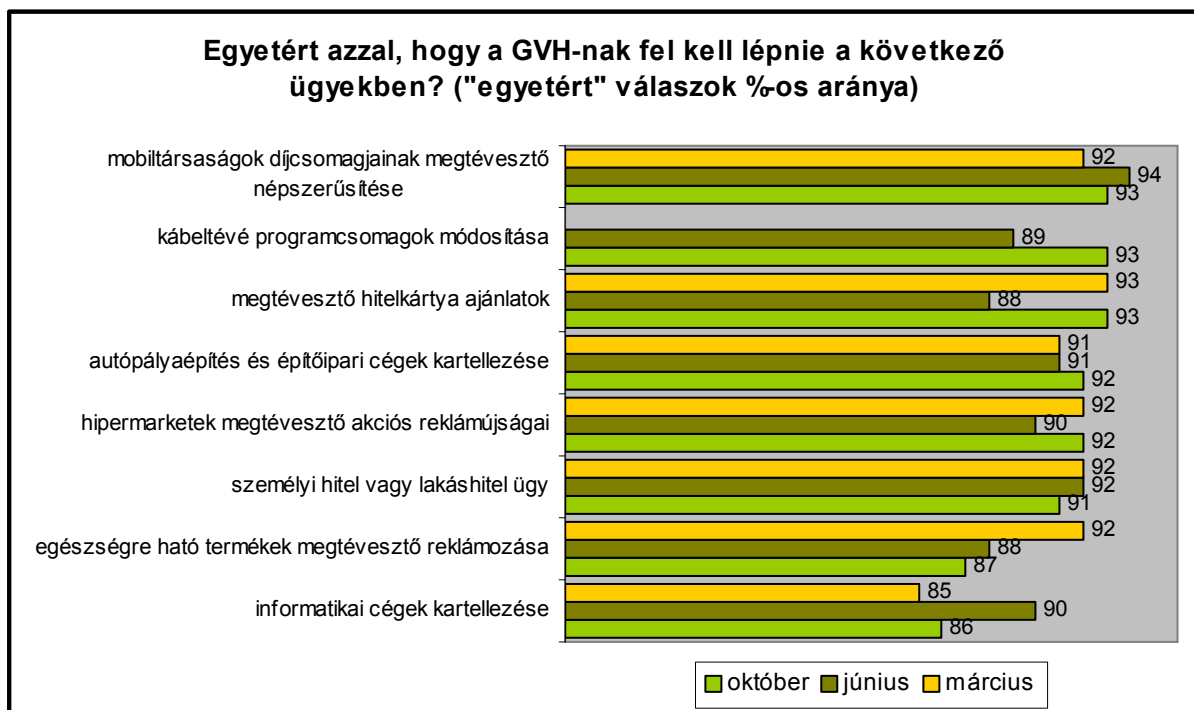


17. A versenypártolási tevékenység támogatott ismeretének felmérése a márciusi, első adatfelvételi hullámban a bankszektorban indított ágazati vizsgálatra és a gyógyszerpiaccal kapcsolatos javaslatokra, míg júniusban és októberben az energiaszektor piacnyitásával és a bankok egyoldalú szerződésmódosításával kapcsolatos javaslatokra vonatkozóan tartalmazott kérdéseket. A márciusi adatfelvétel során mindkét témában mindössze a megkérdezettek 7-8%-a válaszolta azt, hogy hallott róla, de míg az banki ágazati vizsgálat céljait egyáltalán nem ismerték, a gyógyszerpiaci liberalizációs célokat minden harmadik válaszadó említette (azok közül, akik már hallottak róla). A bankok egyoldalú szerződésmódosításaival kapcsolatos javaslatokról a lakosság döntő többsége (86-89%-a) nem hallott, azonban a megadott a lehetőségek közül a tevékenységet ismerők nagy része (76-83%-a) helyesen választotta ki, hogy mire vonatkoztak a GVH javaslatai. Az energiapiac szabályozására tett

javaslatokról szintén igen kevesen hallottak (84-86% nem ismeri ezeket), és közülük kb. 40% tudta helyesen kiválasztani, hogy mi volt a javaslatok lényege.

18. A válaszadók minden ügy és versenypártolási tevékenység esetében megjelölhették, hogy honnan hallottak róla, azonban mintegy 25-30%-uk nem emlékezett az információforrásra. A második és a harmadik hullám adatai szerint is a TV a legfontosabb tájékoztató csatorna mind az ügyek, mind a versenypártolási tevékenység esetében (a júniusi felmérésben 50-60%-os említési aránnyal szerepelt, októberben pedig a legtöbb ügy esetében a válaszadók 70-80%-a említette). Októberben a rádió (15-20%) és a nyomtatott sajtótermékek (11-24%) kapták a második és a harmadik legtöbb említést. Júniusban viszont egyik ügynél sem haladta meg említési arányuk a 10%-ot, és legtöbbször nem is kerültek a három legjellemzőbb forrás közé (család, barátok, munkahely a legtöbb esetben „előrébb végzett”). Ezek alapján elmondható, hogy a hivatallal kapcsolatos információk forrásait illetően a TV a meghatározó, a rádió és a nyomtatott sajtó jelentősége bizonytalanabb.

19. A kérdőív a válaszadó GVH ügyeiről és versenypártolási tevékenységéről alkotott véleményére vonatkozóan is tartalmazott kérdéseket. Az eredmények azt mutatják, hogy akik hallottak a GVH egyes ügyeiről, szinte mindannyian egyetértenek azzal, hogy a versenyhivatal fellépjen hasonló esetekben. A három felmérés során egyetlen üggyel kapcsolatban sem volt alacsonyabb az egyetértők aránya 85%-nál. Ezzel szemben az említett versenypártolási tevékenységekkel már csak 45-62% ért egyet, amit azonban részben magyarázhat az ezeken a területeken való alacsonyabb szintű tájékozottság is (a válaszadók közel harmada bizonytalan a javaslatok megítélésében).

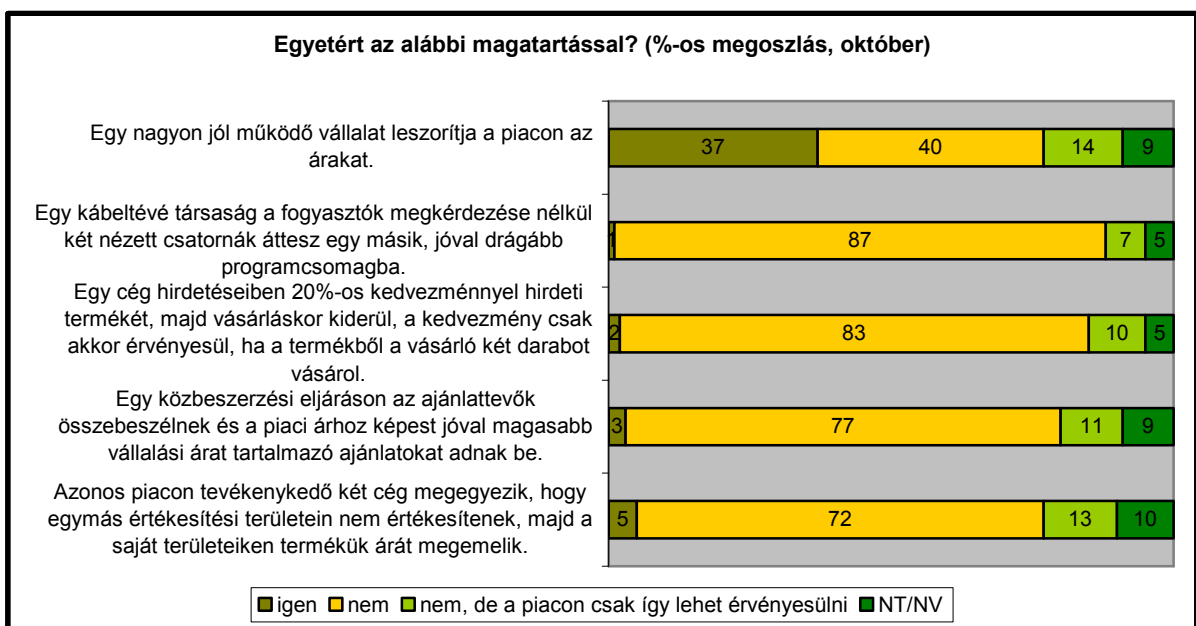
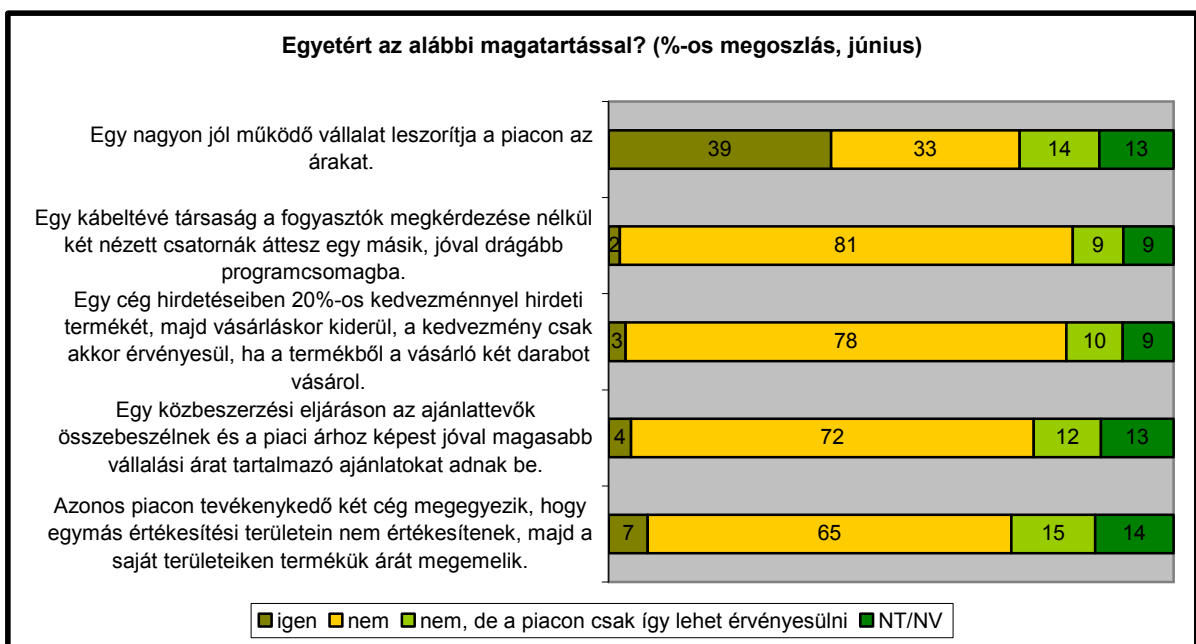


### III. A piaci versennyel kapcsolatos attitűdök és a fogyasztói tudatosság

20. A nem közvetlenül a GVH-ra, illetve a hivatal ügyeire vonatkozó (nemcsak a GVH-t ismerők, hanem mindenki számára feltett) kérdések elsősorban a különböző piaci magatartásformák megítélésére és a fogyasztói tudatosságra vonatkoztak. Az előbbieket csak a második és a harmadik adatfelvételnél alkalmazott kérdőívben szerepeltek, négy esetben nem megengedett piaci magatartásformákról (piacfelosztás, összejárás és áremelés közbeszerzési eljárás során, megtévesztő akciós hirdetés, kábeltévé programcsomag módosítása a fogyasztók megkérdezése nélkül), egy esetben pedig a fogyasztók számára kedvező magatartásról (egy hatékony vállalat

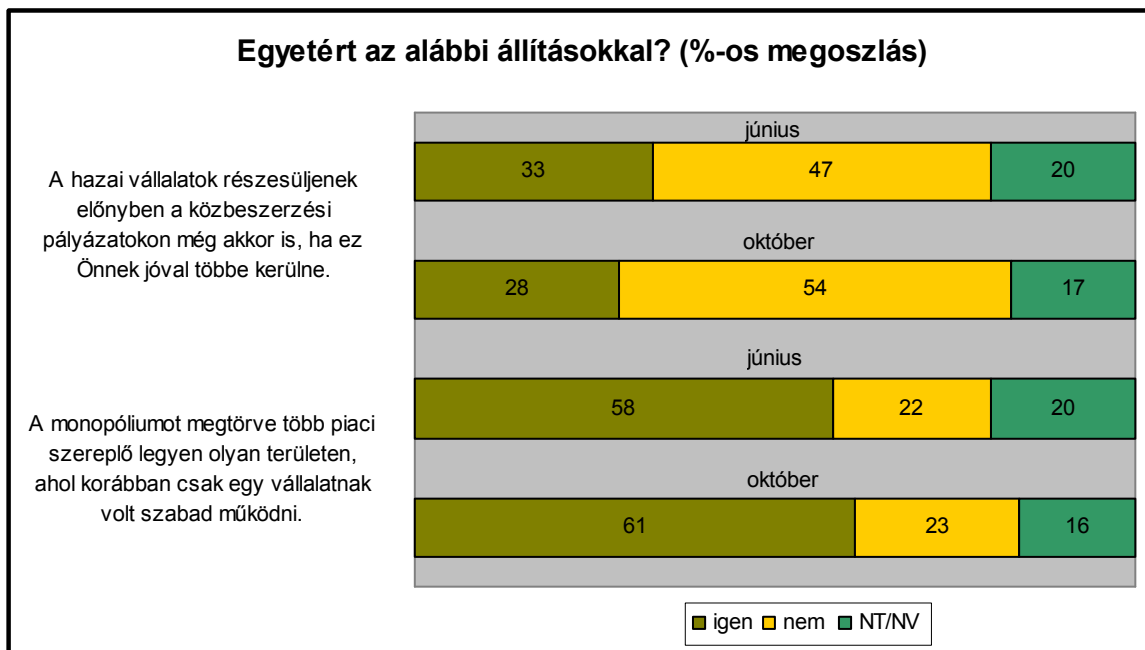
leszorítja a piaci árakat) alkotott véleményre kérdeztek rá. Az egyetértés, egyet nem értés, illetve a nem tudja / nem válaszol válaszlehetőségeken kívül külön egy olyan opció is szerepelt, ami szerint a válaszadó ugyan nem ért egyet az adott magatartással, de úgy gondolja, hogy a piacon csak így lehet érvényesülni.

21. A nem megengedett magatartásformákat a lakosság döntő többsége elutasítja (júniusban 65-81%, októberben 72-87%), ezek közül is legmagasabb arányban a fogyasztók megtévesztését és az egyoldalú szerződmódosítást. Ugyanakkor a válaszadók 10-15%-a, bár nem ért egyet velük, de azt gondolja, a piacon csak ezekkel a meg nem engedett eszközökkel lehet érvényesülni. Az ötödik, fogyasztók számára kedvező piaci magatartással, azaz, amikor egy hatékony vállalat leszorítja a piacon az árakat, a válaszadóknak kevesebb, mint 40%-a értett egyet (37-39%). Nagyságrendileg azonos arányban voltak azok, akik szerint ez helytelen (33-40%), és a válaszok 14%-át tette ki az, hogy „nem ért egyet, de a piacon csak így lehet érvényesülni” (elképzeltető, hogy a válaszadók ezen része félreértette a kérdést).



22. A nyári és az őszi kérdőívben további két kérdés vonatkozott a lakosság piaci versenyhez való

viszonyulására. Egyrészt arra kellett választ adni, hogy a hazai vállalatok előnybe kerüljenek-e a közbeszerzési pályázatokon, még akkor is, ha ez a lakosság számára nagyobb költségvonzattal jár, másrészt pedig arra, hogy egyetértenek-e a monopóliumok felszámolásával olyan területeken, ahol korábban csak egy vállalatnak volt szabad működni. Ezen két kérdésre kapott válaszok megoszlásából az derül ki, hogy a lakosság egy jelentős része az állami beavatkozások értékelésekor a verseny erősítésén kívüli szempontokat is figyelembe vesz. A hazai vállalatok előnyben részesítésével a válaszadók körülbelül fele (47-54%) nem ért egyet, harmada (28-33%) viszont igen, míg egyötöde (17-20%) nem foglalt állást a kérdésben. Valamivel kevésbé megosztottak a vélemények a monopóliumok felszámolását és a piaci verseny új területre való bevezetését illetően, 58-61% egyetértene ezzel, 22-23% nem, és szintén a kérdezettek ötöde (16-20%) nem állt ki egyik vélemény mellett sem.



23. A fogyasztói tudatosságot a lakosság reklámnézési szokásaival, a GVH ügyeinek erre gyakorolt hatásával, a vásárlási döntéssel és a fogyasztóvédelmi aktivitással kapcsolatos néhány kérdés segítségével mértük. Habár a megkérdezettek többsége (61-74%) szokott reklámokat nézni a televízióban, csak igen kis részükről mondható el, hogy a GVH ügyeinek nyomán jobban odafigyelnének ezekre (azon válaszadóknak, akik a támogatott kérdés segítségével legalább egy ügyre vissza tudtak emlékezni, körülbelül egytizede nyilatkozott úgy, hogy ez befolyásolja a reklámokról alkotott véleményét).

24. A vásárlási döntést megelőzően a többség tudatosnak tekinthető, 55-63%-uk törekszik arra, hogy több szolgáltatást és terméket is összehasonlítsa, míg a vásárlást és egy esetleges negatív tapasztalatot követően már nem jellemző a fogyasztók aktív fellépése: a megkérdezettek csupán elhanyagolható része fordult már valamilyen intézményhez panasszal vagy bejelentéssel. Legtöbbször (3-5%) a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóságot keresték meg, bírósághoz vagy a GVH-hoz a megkérdezettek 1-2%-a fordult.

### Összegzés

25. A három adatfelvétel eredményei szignifikánsan nem térnek el, általában jellemző, hogy az év során a legtöbb mutatót illetően valamelyest javult a GVH és tevékenységének ismertsége a lakosság körében. Összességében elmondható, hogy a megkérdezettek körülbelül fele hallott a GVH-ról, de ők

általában ismerik a legfontosabb feladatait, és úgy vélik, a hivatal megfelelően működik. A hivatalról szerzett információk forrásaként a válaszadók többsége a televíziót jelölte meg.

26. A megkérdezettek a fogyasztó megtévesztéses ügyekről hallottak a leginkább, az erőfölényes ügyekről, fúziókról kevésbé, és az autópálya kartellen kívül a többi kartellügy ismertsége is alacsony. A felmérés azt mutatta, hogy a megkérdezettek között a hivatallal kapcsolatos ügyek tekintetében sok a tévedés, a félinformáció. Megállapítható ugyanakkor az is, hogy azok, akik hallottak a kért ügyek valamelyikéről, az ellenük való fellépést szükségesnek és fontosnak tartják. Ez valamelyest kevésbé igaz a versenypártolási tevékenységekre, melyek ismertsége kifejezetten alacsony (a tevékenységek felsorolásával is csak kb. 15%) és megítélése is kevésbé egyértelmű.

27. Az egyes piaci magatartásformák és a versennyel kapcsolatos attitűdök vizsgálatával kapcsolatosan pozitív tapasztalat, hogy a megkérdezettek döntő többsége a nem megengedett, illetve a nem versenybarát magatartásformákat elutasítja. A fogyasztói tudatosságra vonatkozó eredményeket illetően megállapítható, hogy a GVH eljárásai csak kismértékben tették tudatosabb reklámfogyasztóvá a válaszadókat, továbbá, hogy a magyar felnőtt lakosságra nem jellemző az érdekvédelmi, fogyasztóvédelmi aktivitás.