

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

Kutatási jelentés

A kutatást a Gazdasági Versenyhivatal megbízásából a TÁRKI Rt. végezte

Kutatásvezető: Sági Matild

A tanulmányt készítette: : Bernát Anikó, Bognár Adrienn

Budapest, 2004. november

Tartalomjegyzék

Vezetői összefoglaló	3
1. Bevezetés.....	5
2. A minta összetétele.....	6
3. A gazdasági újságírók általános attitűdjei a gazdasági versennyel kapcsolatban	7
4. A Versenytörvény ismerete a gazdasági újságírók körében.....	11
5. A Gazdasági Versenyhivatal munkájának ismerete és megítélése a gazdasági újságírók körében	14
6. A versenyjog egyes aspektusainak és a GVH hatáskörének ismerete a gazdasági újságírók körében	17
7. A Gazdasági Versenyhivatal és az Európai Unió.....	20
8. Az újságírók tapasztalatai a Versenytörvényről és a GVH-ról	23

Vezetői összefoglaló

A TÁRKI Rt. 2004 októberében 150 fős mintán telefonos kutatást végzett a gazdasági újságírók körében a Gazdasági Versenyhivatal és a Versenytörvény ismertségéről, ezek megítéléséről. A kutatás főbb eredményei a következők:

- Ü A gazdasági újságírók legnagyobb része a döntően piaci szabályozás híve. A másik jellemző, de az újságíróknak csak egy kisebb csoportja által képviselt álláspont szerint az a jobb, ha a gazdasági folyamatok szabályozásában körülbelül azonos mértékű az állam és a piaci verseny szabályozó hatása. A gazdasági újságírók döntő többsége érzi úgy, hogy egyes ágazatokban erős, másokban viszont gyenge verseny tapasztalható. A verseny kívánatos mértékéről szólva az újságírók fele erősebb versenyt várna, negyedük-ötödüknek viszont éppen megfelelő ennek jelenlegi szintje.
- Ü A gazdasági újságírók elsöprő többsége hallott már a Versenytörvényről, csupán néhányuk nem találkozott még a törvénnyel, illetve 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 törvény. A Versenytörvény céljának ismerete terén vegyes képet kapunk: a gazdasági verseny fenntartását, az erős verseny védelmét helyesen jelölte meg a törvényt ismerő újságírók legtöbbsége, ugyanakkor azt csak a törvényt ismerő gazdasági újságíróknak csak a töredéke tudta, hogy a Versenytörvény célja a fogyasztók tájékozottságának biztosítása is.
- Ü A Gazdasági Versenyhivatalt egyetlen kivétellel minden gazdasági újságíró ismeri és általában a közelmúlt gazdasági versennyel kapcsolatos híreiből (autópálya-építés) illetve általánosabb szinten valamilyen gazdasági versennyel kapcsolatos téma kapcsán hallottak a GVH-ról. A gazdasági újságírók legnagyobb csoportja megfelelőnek tartja a Gazdasági Versenyhivatal munkáját.
- Ü Az újságírók néhány kivétellel jól tudják, hogy bárki, aki vállalkozóként vagy fogyasztóként érdekelt az adott ügyben, fordulhat panasszal vagy észrevétellel a

hivatalhoz. Azonban csak néhányan tudják helyesen azt is, hogy a szakmai kamaráknak is van erre lehetőségük. Két újságíró kivételével minden kérdezett a GVH jogkörébe sorolja a vállalkozások áregyeztetését, összebeszélését. A többség említette azt is, amikor egy vállalkozás gazdasági fölényét kihasználva, termékeit költségeinél alacsonyabb áron kínálja, és ezzel kiszorítja versenytársait; illetve amikor egy vállalkozás megtévesztő módon reklámozza egy termékét.

Ü Az újságírók többsége jól tájékozott a versenyszabályozás EU-s gyakorlatával kapcsolatban, hiszen kétharmaduk helyesen tudja, hogy az unióban is léteznek versenyjogi szabályok, de azok a tagállamok versenyjogával egymást kiegészítve működnek. A gazdasági újságírók szintén kétharmada tisztában van azzal is, hogy az Európai Bizottságnak joga van eljárni bizonyos magyar versenyjogsértések esetén a magyar vállalkozásokkal kapcsolatban. A gazdasági újságírók többsége továbbá jól tudja azt is, hogy az EU a tagállamokban, így Magyarországon is vizsgálhat kartellügyeket, és hogy a GVH nemcsak a magyar verseny törvény, de az EU versenyszabályai alapján is eljárhat. Az újságírók háromnegyede azonban rosszul értesült a GVH határozatainak megtámadásával kapcsolatban, mivel úgy gondolják, hogy erre lehetőség van az Európai Bíróságnál.

Ü A gazdasági újságíróknak a GVH-val és a versenyjoggal kapcsolatos újságírói munkáját vizsgálva kiderült, hogy közülük minden hetedik írt, tudósított havi több alkalommal olyan esetről, ami érinti a GVH-t vagy a Versenytörvényt, és minden hatodik foglalkozott ilyen ügyekkel havi rendszerességgel, míg közel harmaduk a tavalyi évben két-három alkalommal számolt be a médiában versenyjogi ügyről. Versenyhivatali forrásból tájékozódik az ide kapcsolódó ügyekről tavaly legalább egyszer versenyjogi esetről beszámoló gazdasági újságírók fele. Az újságírók fele-kétharmada elégedett a sajtókapcsolatok terén végzett munkával, amit a GVH végez. A Versenyhivatal e-mail-en terjesztett sajtóközleményeit a kérdezett gazdasági újságírók egynegyede megkapja, a Versenyhivatal éves beszámolójával vagy más kiadvánnyal pedig a gazdasági újságírók kétötöde találkozott már.

1. Bevezetés

A TÁRKI Rt. 2004 októberében 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 hírójságok, 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.

Ezt a kutatást már tavaly is elvégeztük. A két évben feltett kérdések legtöbbje megegyezik, így ahol lehet, összehasonlítjuk a 2003-as és a 2004-es 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. 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 149 újságíró mindegyike szokott újságírói munkája során a gazdasági élet híreivel foglalkozni. A válaszoló újságírók közel kétharmada (61%) nagyon gyakran, közel negyede (23%) gyakran, 16%-a pedig ritkán ír gazdasági témákról. A gazdasági élet kérdései mellett a mintába került újságírók közel négyötöde (78%) más témákkal is szokott foglalkozni, egyötödük (22%) viszont csak gazdaságról ír. A mással is foglalkozók közül a legtöbben politikáról írnak még, az újságírók 40%-a ezzel is foglalkozik. A gazdaság mellett kultúrával is foglalkozik a válaszolók harmada (35%), szabadidővel, szórakozással közel egyötödük (18%), sporttal 9%-uk, egyéb témával 36%-uk.

Az újságírók munkahelyeit – lévén ebben a szakmában az átlagosnál jóval jellemzőbb a több helyen való dolgozás – nem kívántuk teljességében felmérni, ezért csak arra kérdeztünk rá, hogy mely médiumtípusban dolgozik a legtöbbet. Tévében és rádióban dolgozik egy-egytedük (12–12%). A tévében, rádióban dolgozók közel azonos arányban dolgoznak közszolgálati adónál (49%) illetve kereskedelmi adónál (51%). Jellemzően a nyomtatott sajtóban dolgozik a kérdezettek többsége. Napilapnak ír a kérdezettek 39%-a, heti/kétheti lapnál 15%-uk, havilapnál vagy folyóiratnál 13%-uk. Elsősorban internetes hírportálnál dolgozik a válaszoló újságírók 8%-a. Nincs információnk ebben a témában a kérdezettek 3%-áról.

Az újságírók médiumának hatókörét tekintve legtöbben országos terjesztésű médiumnál dolgoznak, ez a csoport adja ugyanis az újságírók 74%-át. Regionális (helyi, megyei) lapnak, adónak dolgozik 22%-uk, Magyarországon élő külföldieknek szóló orgánumban pedig 3%-uk. Az újságírók 4%-áról nem rendelkezünk információkkal.

A fentiekén kívül ismerjük még a kérdezettek legalapvetőbb demográfiai adatait: nemüket és korukat. A gazdasági újságírás – mintánk alapján – inkább férfi szakma, legalábbis válaszadóink 62%-a férfi és 38%-a nő. A férfiak mellett a fiatalok felülreprezentáltak még ebben a szakmában, hiszen a minta több, mint felét 40 év alattiak alkotják. A válaszadók 29%-a 18-30 év közötti, harmada (34%) harmincas éveiben jár (30-39 évesek), 15%-a negyvenes (40-49 éves), ötöde (22%) 50 éves vagy idősebb.

3. A gazdasági újságírók általános attitűdjei a gazdasági versennyel kapcsolatban

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

A rendszerváltás éveiben a piacgazdaság mechanizmusai gyakran a maguk 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.

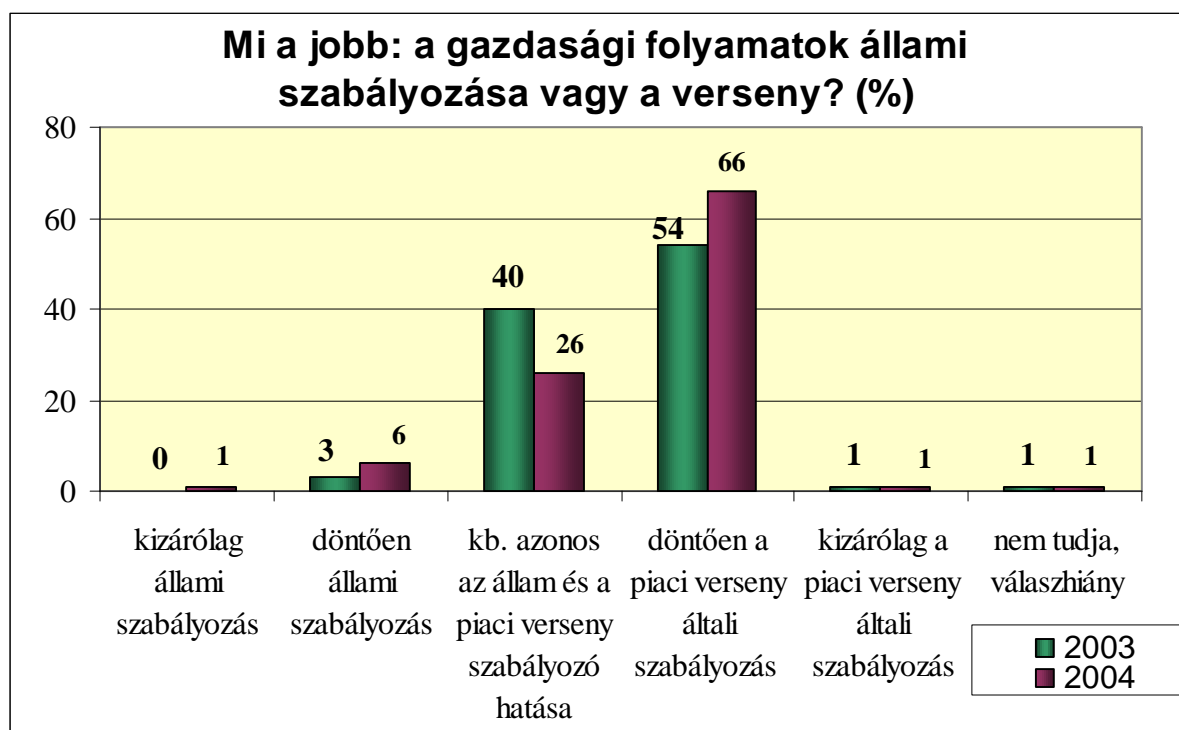
Kérdésünkben az állami szerepvállalás mértékét egy olyan árnyaltabban megfogalmazott dichotómiával jelenítettük meg, amelyben az állami beavatkozás fontosságát az árak, bérek szabályozásával, a verseny prioritását pedig a kereskedők, termelők versenyével jelenítettük meg. A válaszokat egy olyan skálán vártuk, amely ennek a dimenzióknak különböző pontjait ragadja meg. **A gazdasági újságírók legnagyobb része, kétharmada (66%) a döntően piaci szabályozás híve. A másik jellemző álláspont az újságírók negyede (26%) 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 (6%), valamint a piaci verseny**

kizárólagosságát választóké (1%). További 1%-nyian nem tudtak választ adni a kérdésre. (1. ábra)

A tavalyi kutatáshoz képest 12 százalékponttal nőtt azok aránya, akik azt nyilatkozták, hogy döntően a piac szabályozására lenne szükség. Ezzel szemben jelentősen zsugorodott az a csoport, aki azt vallja, hogy a gazdaság szabályozásában a legjobb út a piac és az állam kiegyenlített szerepvállalása. A többi nézettípust vallók tábora nem változott érdemben.

Az egyes újságírócsoportok között nincs statisztikailag is kimutatható különbség a válaszok megoszlásában.

1. ábra

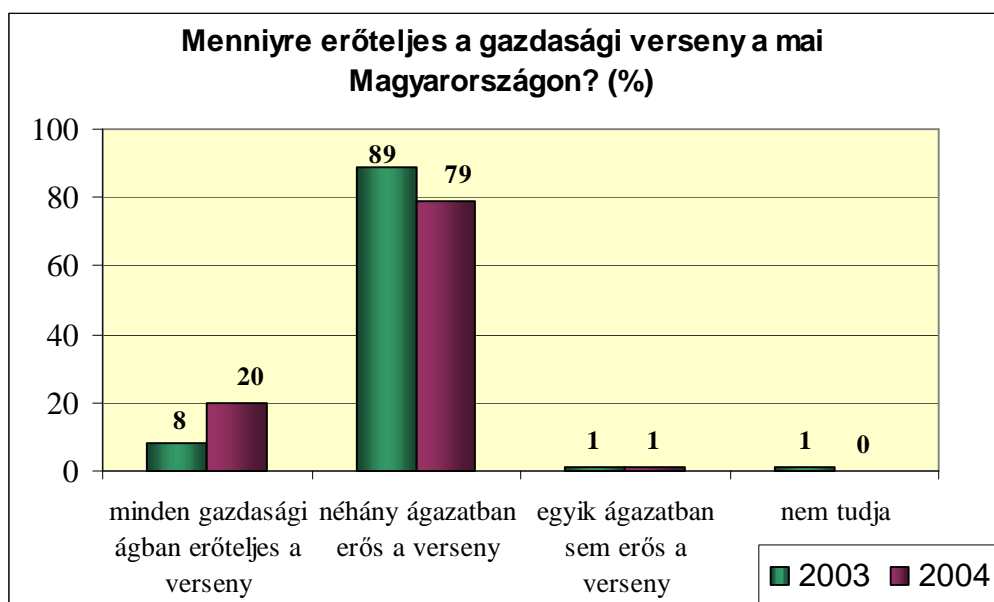


A magyarországi gazdasági verseny jelen állapotáról alkotott véleményeket két kérdéssel kívántuk felmérni: az egyik a verseny penetrációjára, a másik a verseny erőteljes vagy gyenge voltára utal. Előbbi esetben azt kérdeztük, hogy a kérdezett **mennyire ítéli erőteljesek a gazdasági versenyt ágazati 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 (79%) 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 1%-uk állítja. (2. ábra)

Az egy évvel korábbi 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 minden ágazatban erős a verseny.

2. ábra



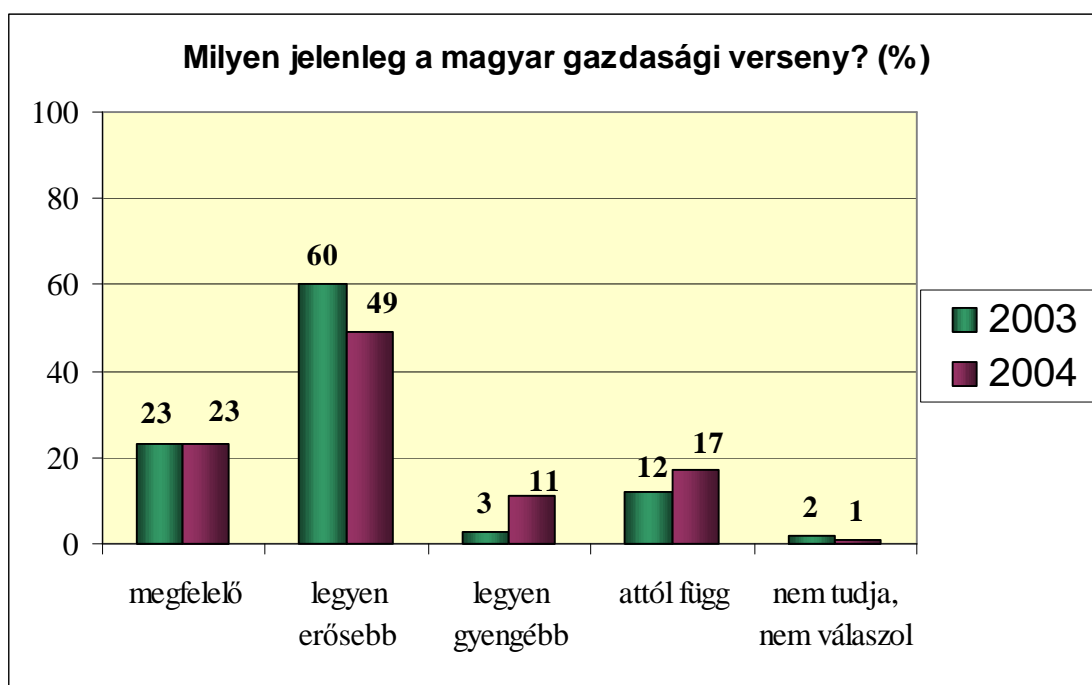
Ebben a kérdésben csak egyetlen szempont differenciálja a véleményeket, mégpedig az, hogy az adott újságíró munkája során milyen gyakran foglalkozik a gazdasági élet híreivel. Azok, akik gyakran foglalkoznak a gazdasági élettel, az átlaghoz képest alacsonyabb arányban képviselik azt az álláspontot, miszerint vannak olyan ágazatok, amelyekben erős verseny tapasztalható, másokban viszont nem. Emellett a másik két véleményt az átlagosnál alacsonyabb arányban osztották.

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. **Majdnem felük (49%) erősebb versenyt várna, negyedük-ötödüknek (23%) viszont éppen megfelelő. Egytizedük (11%) ezzel szemben nem szeretnék a jelen állapotokhoz hasonló erősségű versenyt.** A

gazdasági újságírók 17%-a 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 kérdésről. (3. ábra)

A két évben végzett vizsgálatot összehasonlítva mindkettőben látható az erősebb versenyt várók dominanciája, ám ennek mértéke csökkent, nőtt viszont a gyengébb gazdasági versenyt igényelők aránya, mindeközben a jelenlegi helyzettel elégedettek aránya ugyanolyan maradt.

3. ábra

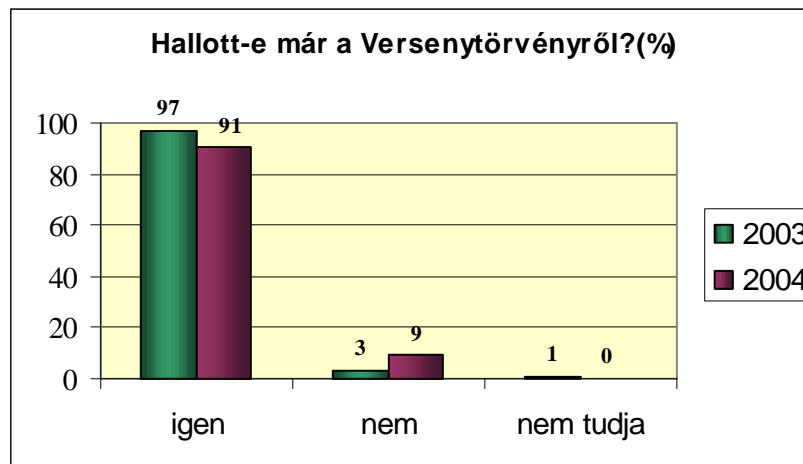


A válaszokat csak az differenciálja valamelyest, hogy az újságírók milyen gyakran foglalkoznak a gazdasági élet eseményeivel: Azok, akik ritkábban foglalkoznak ezzel, az átlagoshoz képest nagyobb arányban tartják túl erősnek a versenyt.

4. A Versenytörvény ismerete a gazdasági újságírók körében

A gazdasági újságírók elsöprő többsége hallott már a Versenytörvényről (91%), csupán 9%-uk nem találkozott még a törvénnyel, nem is hallott róla. Az idei adatfelvétel során némileg kevesebb olyan újságíró került a mintánkba, aki hallott már a Versenytörvényről. (4. ábra)

4. ábra

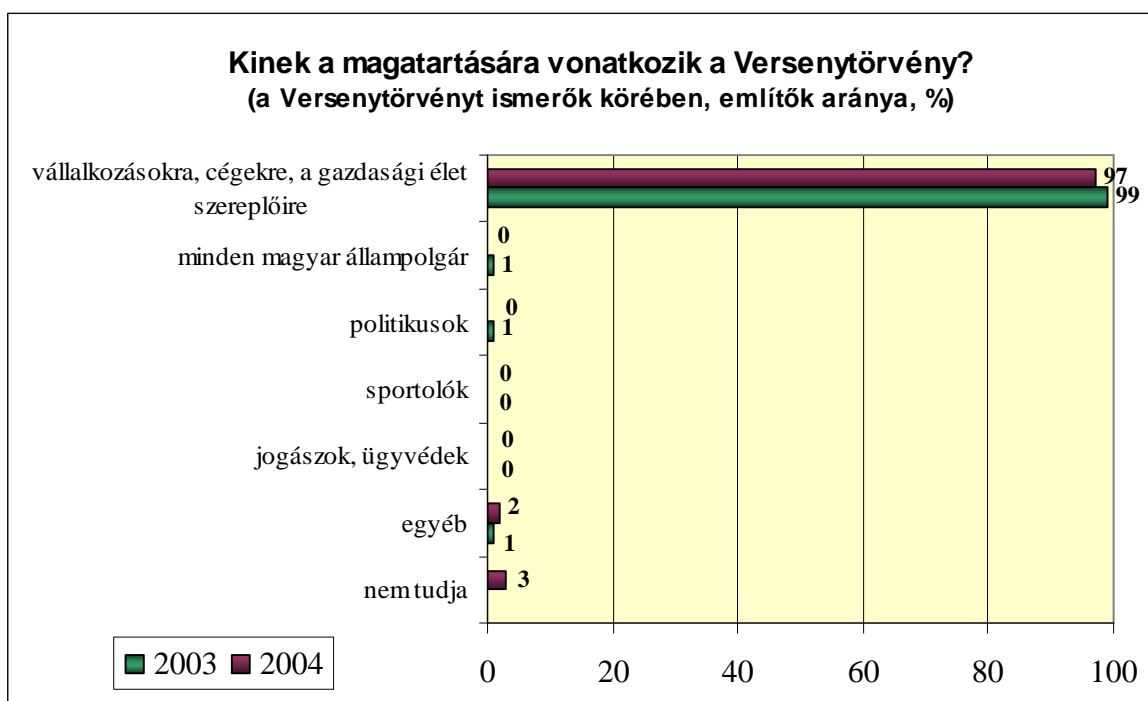


Minél gyakrabban foglalkozik valamely újságíró munkája során a gazdasági élet híreivel, annál valószínűbb, hogy hallott már a Versenytörvényről. Az e témával nagyon gyakran foglalkozó újságírók szinte mindegyike (97%), a gyakran foglalkozók 88%-a, míg a csupán ritkán foglalkozók 75%-a nyilatkozta, hogy ismeri ezt a törvényt legalább hallomás szintjén. A férfiak némileg tájékozottabbak a törvénnyel kapcsolatban, hiszen 96%-uk hallott róla, míg a nőknél ez az arány csupán 84%. Más tényező szerint nem alakulnak ki olyan újságírói csoportok, amelyekben átlagon aluli vagy felüli lenne a törvényt ismerők illetve nem ismerők aránya, aminek az az oka, hogy rendkívül magas a teljes mintában a Versenytörvény ismertsége.

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=132). 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 többi válaszlehetőséget csak egy-két újságíró jelölte meg, többet pedig egyikük sem. (5. ábra) A válaszoknak ez a szélsőséges polarizáltsága okozza, hogy az egyes újságírói csoportok között nem lehet különbséget tenni az alapján, hogy tisztában vannak-e azzal vagy sem, hogy kire, mire vonatkozik a Versenytörvény. A tavalyi kutatáshoz képest érdemi változást nem regisztrálhatunk ebben a kérdésben.

5. ábra

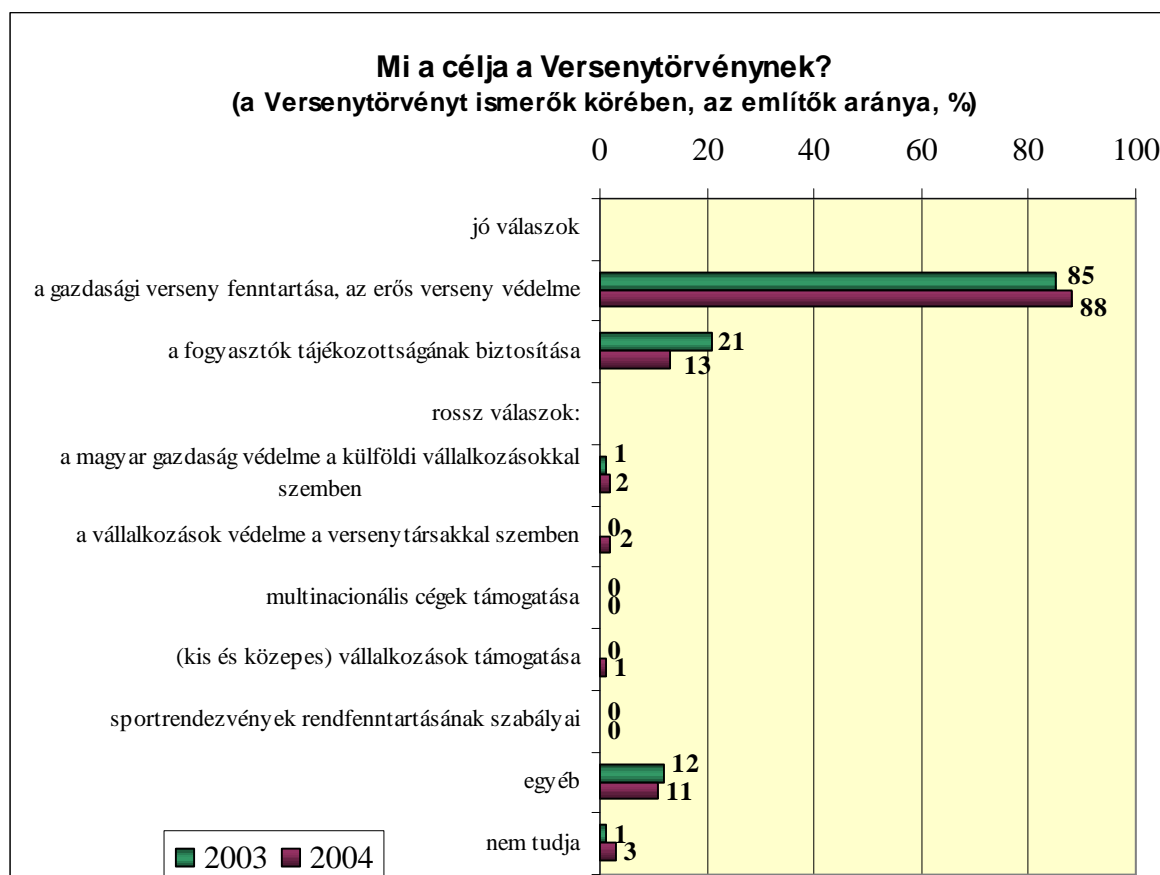


A Versenytörvény céljának ismerete terén helyes választ adók aránya alapján vegyes képet kapunk. **A gazdasági verseny fenntartását, az erős verseny védelmét helyesen jelölte meg a törvényt ismerő újságírók legtöbbsége (88%).** A másik helyes választ, miszerint a Versenytörvény célja a fogyasztók tájékoztatásának biztosítása, csak a törvényről már valaha hallók 13%-a tudta. A Versenytörvény céljának csak néhány újságíró jelölt olyasmit,

aminek szabályozása valójában nem a Versenytörvény feladata. 11%-nyian egyéb választ adtak. (6. ábra)

Az idei adatfelvétel eredményei összeesengenek a tavalyiakkal, bár az a különbség azért megemlíthető, hogy a fogyasztók tájékozottságának biztosítására irányuló törvényi szándékot idén 8 százalékponttal kevesebben nevezték meg, mint tavaly.

6. ábra



A nyomtatott és elektronikus sajtóban dolgozók jóval tájékozottabban az internetes folyóiratnál, hírportálnál dolgozó kollégáiknál annak megítélésében, hogy a versenytörvény fő célja a gazdasági verseny fenntartása. Ugyanez mondható el az országos terjesztésű lapnál dolgozókról is. A másik helyes válaszlehetőséget, miszerint a törvény a fogyasztók tájékozottságának biztosítását is céljának tekinti, az újságírói csoportok közül csupán a legfiatalabbak (18-29 évesek) ismerték az átlagosnál nagyobb arányban.

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

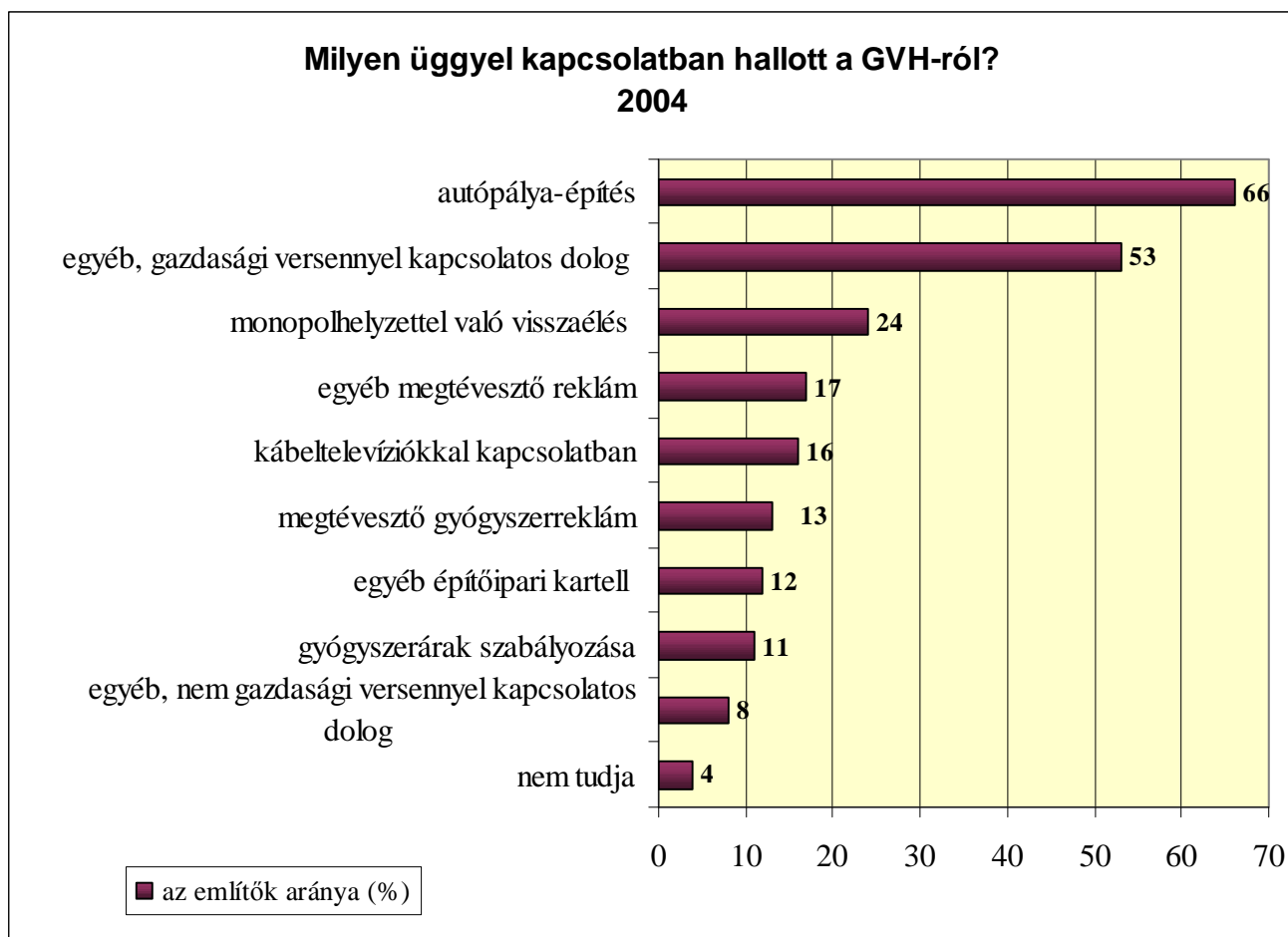
A Gazdasági Versenyhivatalt egyetlen kivétellel minden gazdasági újságíró ismeri (99%). Tehát a GVH ismertsége majdnem teljes körű a gazdasági újságírók alkotta mintában.

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

A gazdasági újságírók kétharmada (66%) az autópálya-építés kapcsán hallott a Gazdasági Versenyhivatalról, negyedük (24%) pedig monopolhelyzettel való visszaélés kapcsán. 17%-nyian (egyéb, nem gyógyszerrel kapcsolatos) megtévesztő reklámot idéztek fel, 16%-nyian kábeltelevízióval kapcsolatos ügyre emlékeztek, 13%-nyian pedig megtévesztő gyógyszerreklámot említettek. 12%-nyian idéztek fel építőipari kartellel kapcsolatos ügyet, s ennél egy százalékkal kevesebben említették a gyógyszerárak szabályozását. Egyéb, gazdasági versennyel kapcsolatos témát 53% említett, más, nem gazdasági versennyel összefüggő ügyet pedig 8%. A kérdezettek 4% nem tudja felidézni, hogy milyen eset kapcsán találkozott már a GVH nevével. (7. ábra)

Mivel tavaly más olyan témák voltak központban, amelyekkel a Versenyhivatal foglalkozott, természetes, hogy idén az egy évvel korábbitól különböző témákat is említettek az újságírók, s a tavaly már elhangzott ügyek is más arányban kerültek említésre.

7. ábra



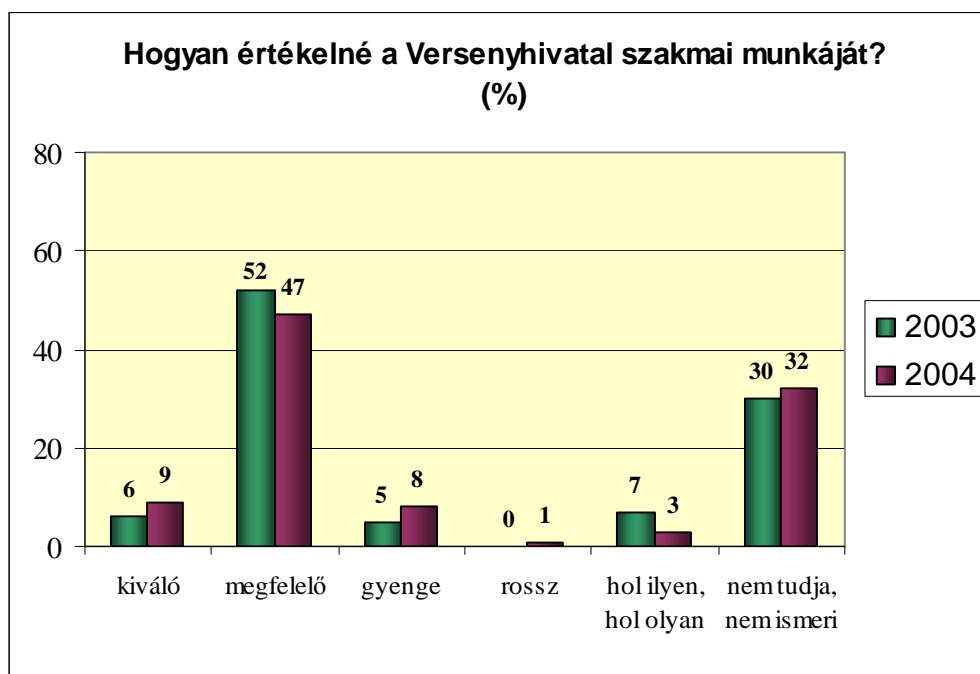
Azok, akik csak ritkán foglalkoznak a gazdasági élet kérdéseivel munkájuk során, nagyobb arányban nem tudtak válaszolni arra, hogy milyen ügyel kapcsolatban hallottak a Versenyhivatal munkájáról. Ezzel szemben a gazdasági témákkal nagyon gyakran foglalkozók tudtak leginkább felsorolni olyan eseteket, amelyek kapcsán hallottak a Hivatal munkájáról. Az építőipari kartellek ügyeit az átlagoshoz képest nagyobb arányban említették azok az újságírók, akik szinte csak a gazdasággal kapcsolatos témákról szoktak írni. A többi konkrét témát illetően nem tudunk meghatározni olyan újságírói csoportokat, akik felül- vagy alulreprezentáltak lennének a témák említésében.

A gazdasági újságírók többsége (47%) megfelelőnek tartja a Gazdasági Versenyhivatal munkáját. 9%-uk szerint kiváló, 8%-uk szerint gyenge, 3%-uk megítélése szerint pedig változó a GVH tevékenysége. Igen jelentős a válasznélküliek aránya: a gazdasági újságírók

harmada (32%) azzal tért ki a válaszadás elől, hogy nem ismeri eléggé a hivatal munkáját ahhoz, hogy megítélhesse. (8. ábra)

A tavalyi kutatáshoz képest nincs jelentős változás a Versenyhivatal szakmai munkájának megítélésében, bár az megfigyelhető, hogy csökkent azok száma, akik megfelelőnek tartják tevékenységüket, de ezt kompenzálja, hogy hajszálnyival nőtt azok aránya, akik kiválónak minősítik a GVH szakmai munkáját.

8. ábra



Akik munkájuk során nagyon gyakran foglalkoznak a gazdasági élet kérdéseivel, azok az átlagosnál magasabb arányban (57%) értékelik megfelelőnek 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

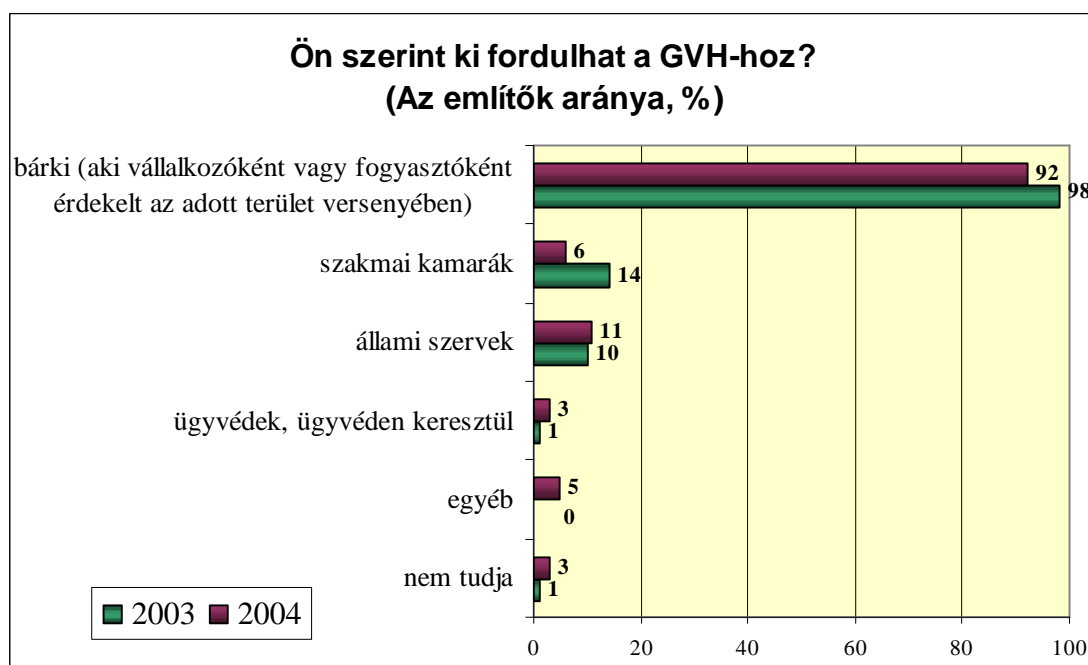
A GVH tevékenységét alapvetően meghatározza az, hogy elérnek-e hozzá azok az ügyek, amelyek a tevékenységi körébe tartoznak. Ebből a szempontból igen jelentős kérdés, hogy az ilyen ügyeket a társadalom felé közvetítők, azaz a gazdasági újságírók hogyan tudják, ki fordulhat a Versenyhivatalhoz panasszal. 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 (92%) jól tudják, hogy bárki, aki vállalkozóként vagy fogyasztóként érdekelt az adott ügyben, fordulhat panasszal, észrevétellel a hivatalhoz. Azonban 6%-nyian tudták csupán helyesen azt is, hogy a szakmai kamaráknak is van erre lehetőségük.** 11%-nyian az állami szerveket, 3%-nyian pedig az ügyvédeket (ügyvédi közvetítésként közbenjárva) (is) a Gazdasági Versenyhivatal „ügyfeleinek” tekintik, helytelenül. (9. ábra)

Jelen kutatásunkban némileg kevesebben vannak azok, akik helyesen tudják, hogy kik fordulhatnak a Versenyhivatalhoz. Kevesebben említették a szakmai kamarákat és azt is, hogy bárki, aki vállalkozóként vagy fogyasztóként érdekelt az adott terület versenyében megkeresheti a Gazdasági Versenyhivatalt.

9. ábra



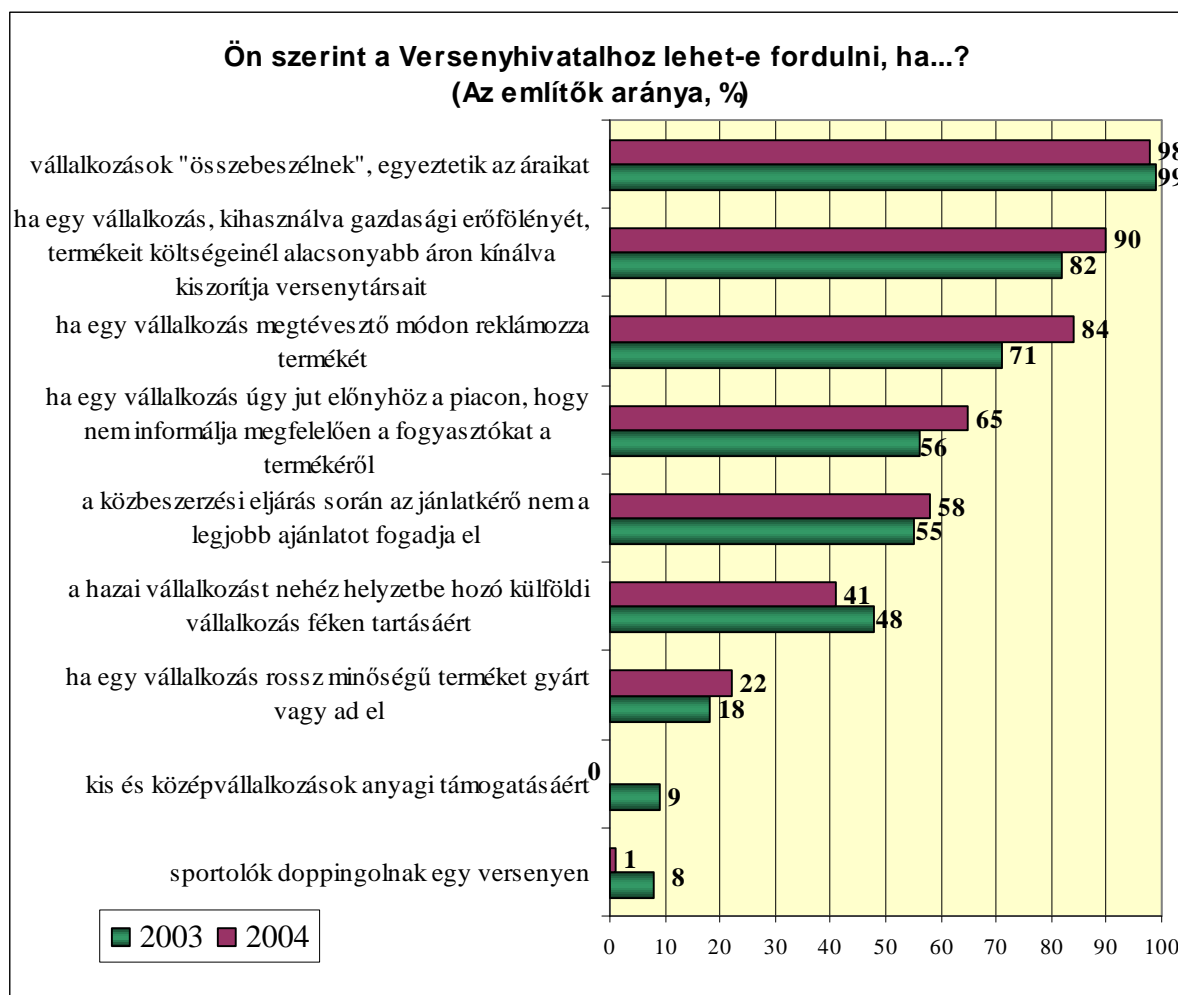
A nyomtatott sajtóban dolgozó újságírók között felülreprezentáltak azok, akik jól tudják, hogy a szakmai kamarák fordulhatnak a GVH-hoz észrevétellel, panasszal: a nyomtatott sajtóban dolgozók egytizede rendelkezik helyes ismeretekkel. Az internetes hírportálnál, internetes folyóiratnál dolgozók viszont az átlagosnál kisebb arányban tudták ezt jól, és közülük többen nem tudtak válaszolni kérdésünkre.

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. **Két újságíró kivételével minden kérdezett a GVH jogkörébe sorolja a vállalkozások áregyeztetését, összebeszélését. A többség említette azt is, amikor egy vállalkozás gazdasági fölényét kihasználva, termékeit költségeinél alacsonyabb áron kínálja, és ezzel kiszorítja versenytársait (90%); illetve amikor egy vállalkozás megtévesztő módon reklámozza egy termékét (84%). A gazdasági újságírók kétharmada (65%) 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 (58%). A kérdezettek közel fele 41%-a fordulna a Versenyhivatalhoz annak érdekében, hogy egy hazai vállalkozást nehéz helyzetbe hozó külföldi vállalkozást féken tartsanak. Minden negyedik-ötödik újságíró (22%) 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, senki nem választotta, viszont a sportversenyen való doppingolást ketten a versenyhivatal kompetenciájába sorolták. (10. ábra)

A tavalyi kutatáshoz képest három esetben is nőtt a helyes választ adók aránya. Most már többen tudják 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. 11 százalékponttal többen rendelkeznek megfelelő ismerettel azzal kapcsolatban is, hogy ha egy vállalkozás úgy jut előnyhöz a piacon, hogy nem informálja megfelelően a fogyasztókat termékeiről, a Versenyhivatalhoz lehet fordulni. Csökkent 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



7. A Gazdasági Versenyhivatal és az Európai Unió

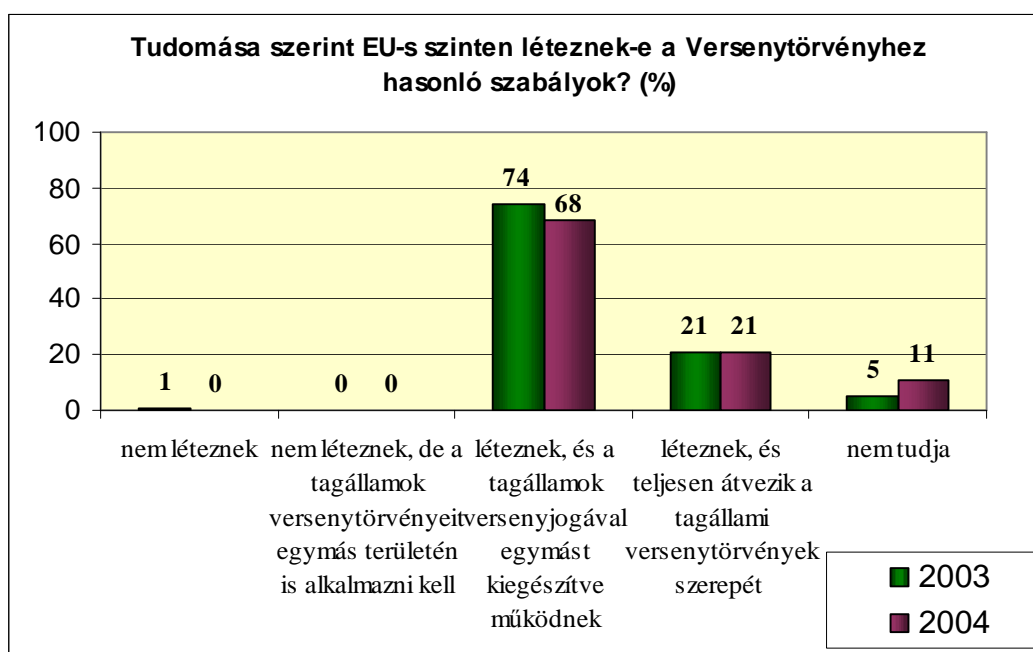
A kutatás során kitértünk arra is, hogy a gazdasági újságírók mennyire tájékozottak abban, hogy milyen változásokat okoz a versenyszabályozásban az EU-csatlakozás.

Az újságírók többsége jól tájékozott a versenyszabályozás EU-s gyakorlatával kapcsolatban. Megkérdeztük ugyanis, hogy a kérdezett tudomása szerint Európai Unió szinten léteznek-e a Versenytörvényhez hasonló szabályok. A gazdasági újságírók kétharmada (68%) helyesen tudja, hogy az EU-ban is léteznek versenyjogi szabályok, de azok a tagállamok versenyjogával egymást kiegészítve működnek. Az újságírók ötöde (21%) azonban rosszul tudja ezt, mivel azt állítják, hogy léteznek EU-s versenyjogi szabályok és az EU alkotmányának hatályba lépésekor átveszik a tagállami versenytörvények szerepét. 11%-nyian nem tudtak véleményt nyilvánítani.(11. ábra)

A tavalyi évhez képest a főbb tendencia ugyanaz: a többség jól informált az EU-s versenyjogi szabályok és a hazai szabályok kapcsolata területén, ám jelen kutatásunkban némileg alacsonyabb ezek aránya, a válaszolni nem tudóké viszont magasabb lett.

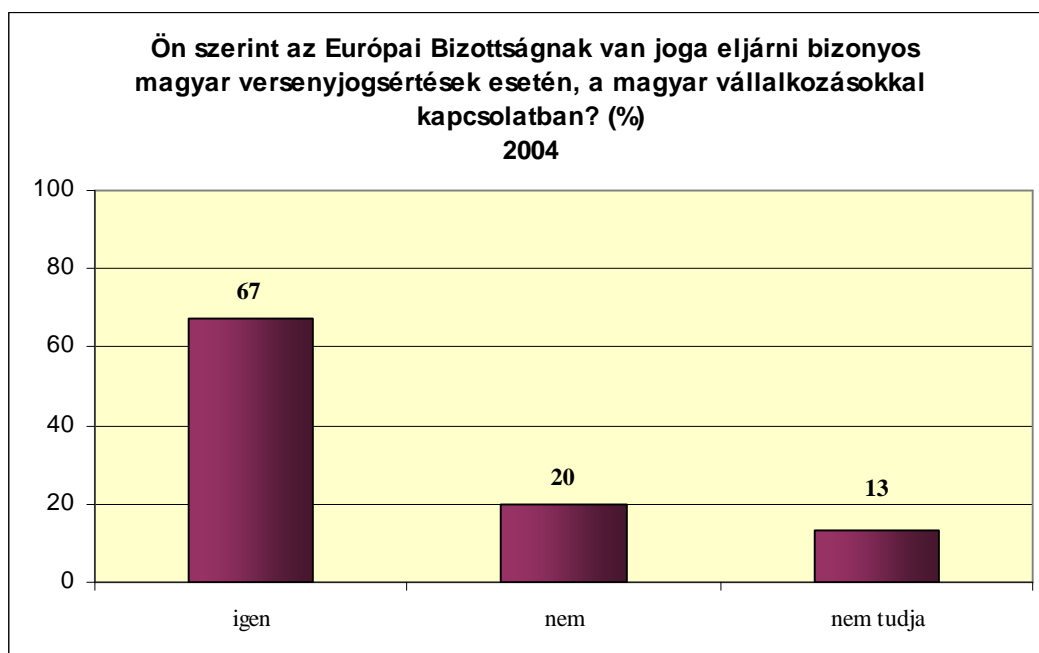
Az egyes újságírócsoportok között nincs statisztikailag is kimutatható különbség abban, hogy mennyire tájékozottak ebben a kérdésben.

11. ábra



A gazdasági újságírók kétharmada (67%) tisztában van azzal is, hogy az Európai Bizottságnak van joga eljárni bizonyos magyar versenyjogsértések esetén a magyar vállalkozásokkal kapcsolatban. Az újságírók egyötöde ennek ellentétét állította, míg 13%-uk nem tudott állást foglalni a kérdésben. Az egyes újságírói csoportok között nem lehet különbséget tenni az alapján, hogy mennyire tájékozottak e kérdésben. Mivel ez a kérdés nem szerepelt a tavalyi kutatásban, így az összehasonlítás csak a következő kutatás alkalmával valósulhat meg.

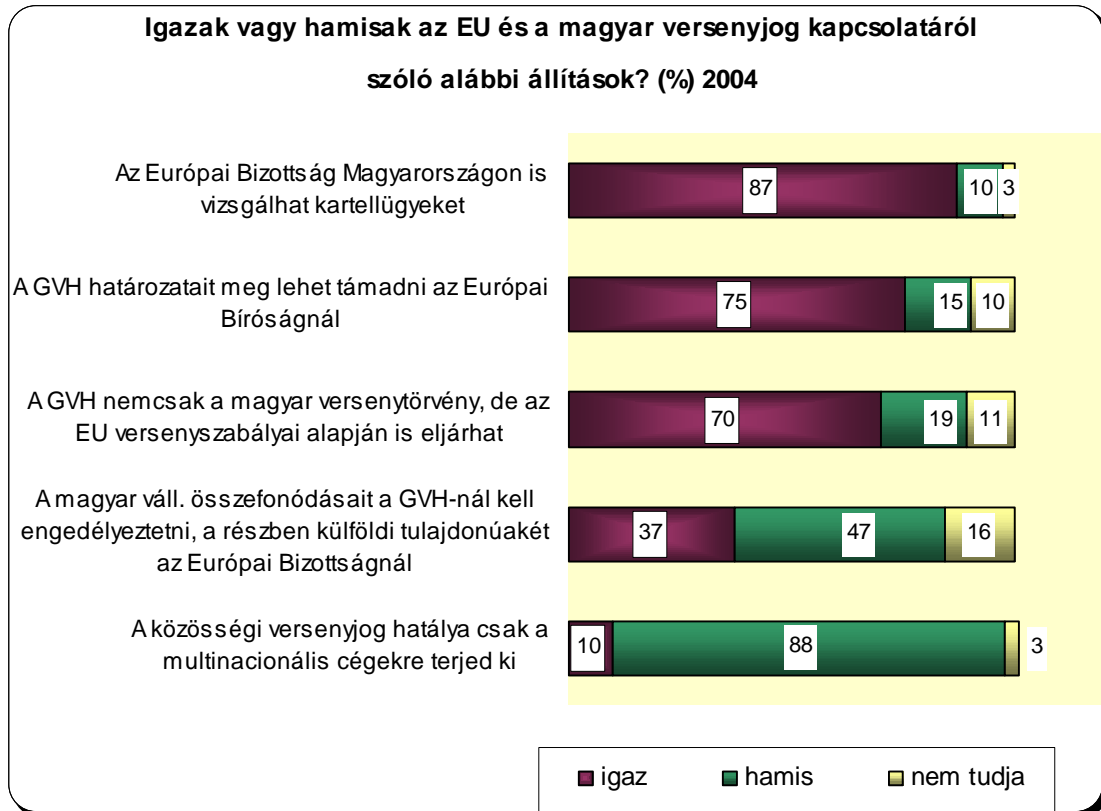
12. ábra



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 (87%), és hogy a GVH nemcsak a magyar versenytörvény, de az EU versenyszabályai alapján is eljárhat (70%). Az újságírók háromnegyede azonban rosszul értesült a GVH határozatainak megtámadásával kapcsolatban, mivel úgy gondolják, hogy erre lehetőség van az Európai Bíróságnál. A jogásztársadalom több, mint egyharmada (37%) 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. Azt azonban már**

csak a jogászoknak egy nagyon szűk csoportja (10%) képzei, hogy közösségi versenyjog hatálya csak a multinacionális cégekre terjedne ki.

13. ábra



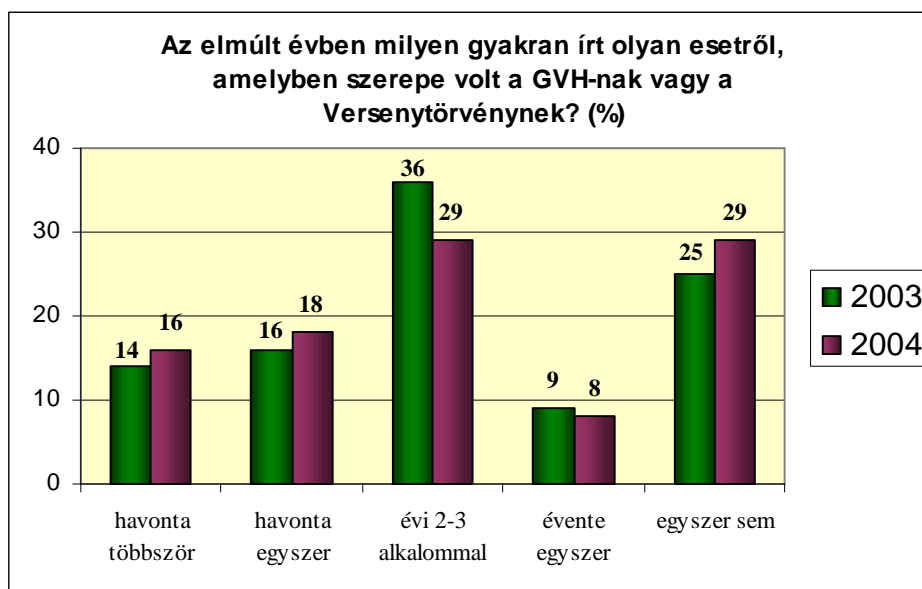
A nyomtatott sajtónál dolgozók tudják legnagyobb arányban: a GVH az EU versenyszabályait is alkalmazhatja munkája során: e csoport 76%-a tudta, hogy ez így van, szemben az elektronikus médiumnál dolgozók 49%-ával.

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 hetedik (16%) írt, tudósított havi több alkalommal olyan esetről, ami érinti a GVH-t vagy a Versenytörvényt, és 18%-a foglalkozott ilyen ügyekkel havi rendszerességgel. Közel harmaduk (29%) a tavalyi évben két-három alkalommal számolt be a médiában versenyjogi ügyről. Tízből egy újságíró csak egyetlen alkalommal készített anyagot orgánuma számára a gazdasági versennyel kapcsolatban (8%). A gazdasági újságírók 29%-a viszont egyáltalán nem foglalkozott tavaly olyan ügyel, ami a GVH-val vagy a Versenytörvénnyel kapcsolatos. A tavalyi és idei kutatásban kapott eredmények csupán abban térnek el egymástól, hogy idén az újságírók alacsonyabb aránya nyilatkozta, hogy évi néhány alkalommal ír olyan esetről, melyben szerepe van a GVH-nak vagy a Versenytörvénynek. (12. ábra)

12. ábra

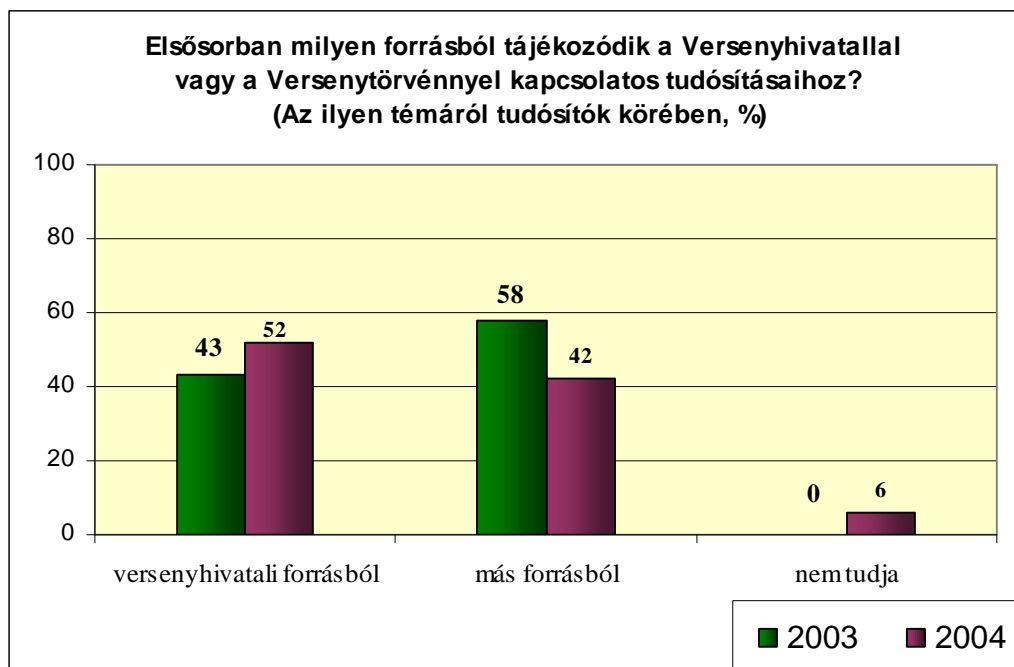


Plauzibilis összefüggés, hogy a gazdasági témával nagyon gyakran foglalkozó újságírók között felülreprezentáltak azok, akik tavaly havonta legalább egyszer írtak versenyjogi kérdésekről, és azok is az átlagosnál magasabb arányban (28%) vannak ebben a legaktívabb csoportban, akik a gazdaág mellett más témával nem foglalkoznak.

Akik tavaly legalább egyszer írtak, tudósítottak versenyjogi esetről, azokról megkérdeztük azt is, hogy honnan szerzi be azokat az információkat, amelyek alapján a Versenyhivatallal vagy a Versenytörvénnyel kapcsolatos témáról ír (N=104). **Versenyhivatali forrásból tájékozik az ide kapcsolódó ügyekről a tavaly legalább egyszer versenyjogi esetről beszámoló gazdasági újságírók 52%-a, más forrásból szerzi értesüléseit 42%-uk.** (13. ábra)

A tavalyi kutatás során a két forrásból való tájékozódás aránya éppen fordított volt: 2003-ban az újságírók többsége (58%) nem versenyhivatali forrásból tájékozódott tudósításaihoz.

13. ábra

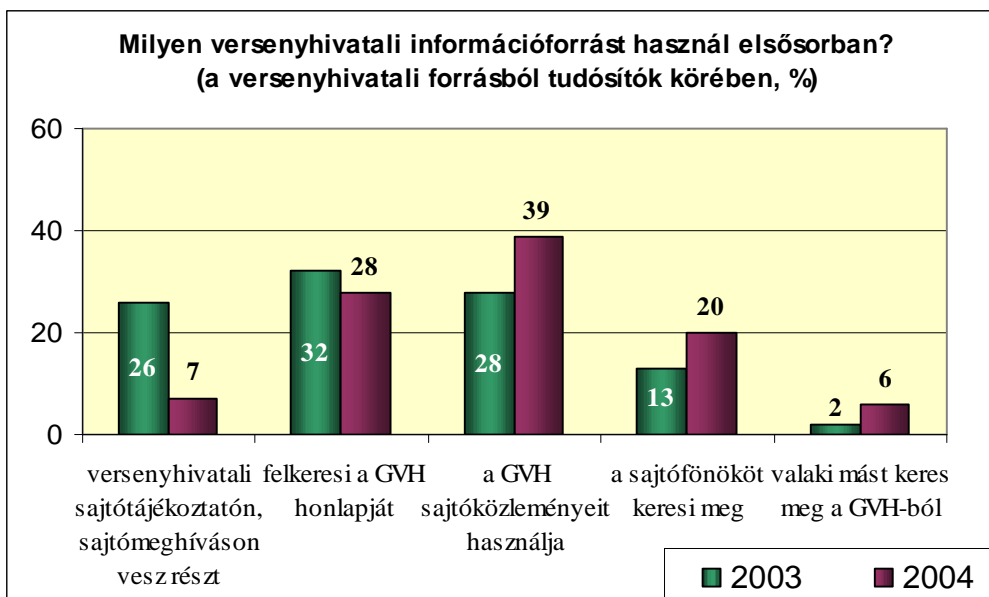


Az egyes újságírócsoportok között nincs statisztikailag is kimutatható különbség abban, hogy melyik forrást használják munkájuk során.

A versenyhivatali forrásból tájékozódók (N=54) leginkább a GVH sajtóközleményeit használják (39%), illetve a GVH honlapját veszik igénybe (28%), de jelentős még azok aránya is (20%), akik a sajtófőnököt keresik meg. Kevesebben, 7%-nyian vesznek részt sajtótájékoztatón, sajtómeghíváson, és csak 6%-nyian keresnek meg valaki mást a hivataltól. (14. ábra)

A tavalyi kutatáshoz képest jelentősen átrendeződött a versenyhivatali információforrások használatának struktúrája. 2003-ban a legtöbben (32%) a GVH honlapját vették igénybe ilyen esetekben, idén viszont ez már csak a második leggyakrabban használt információforrás. 11 százalékponttal nőtt viszont azok aránya, akik a GVH sajtóközleményeit használják tudósításaikhoz. A sajtótájékoztatókon, sajtómeghívásokon való részvétel ugrásszerű csökkenése figyelhető meg, míg nőtt a sajtófőnököt megkeresők aránya.

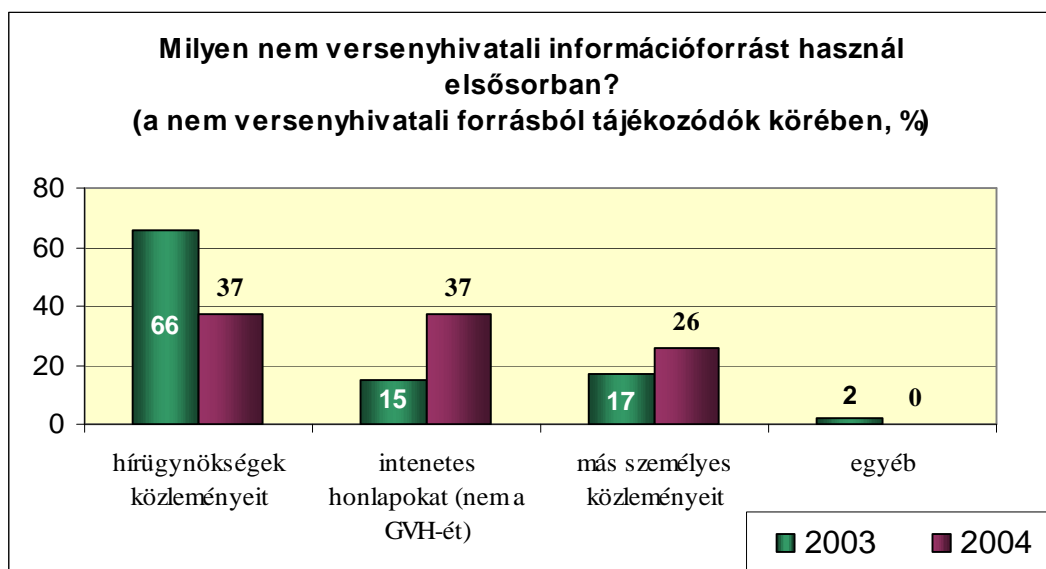
14. ábra



A nem versenyhivatali, hanem más forrásból tájékozódók (N=44) azonos hányada (37-37%) tájékozódik a hírügynökségek közleményeiből, illetve internetes honlapokról (kivéve a GVH honlapját, hiszen ha ezt használja a kérdezett, akkor az versenyhivatali forrásnak tekinthető). Más személyek közléseit 26%-uk jelölte meg információforrásként. (15. ábra)

Látható, hogy az előző kérdésekhez hasonlóan a nem versenyhivatali forrásból tájékozódó újságírók információforrás preferenciája jelentős változást mutat az egy évvel ezelőtti eredményekhez képest. Számottevő mértékben nőtt 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.

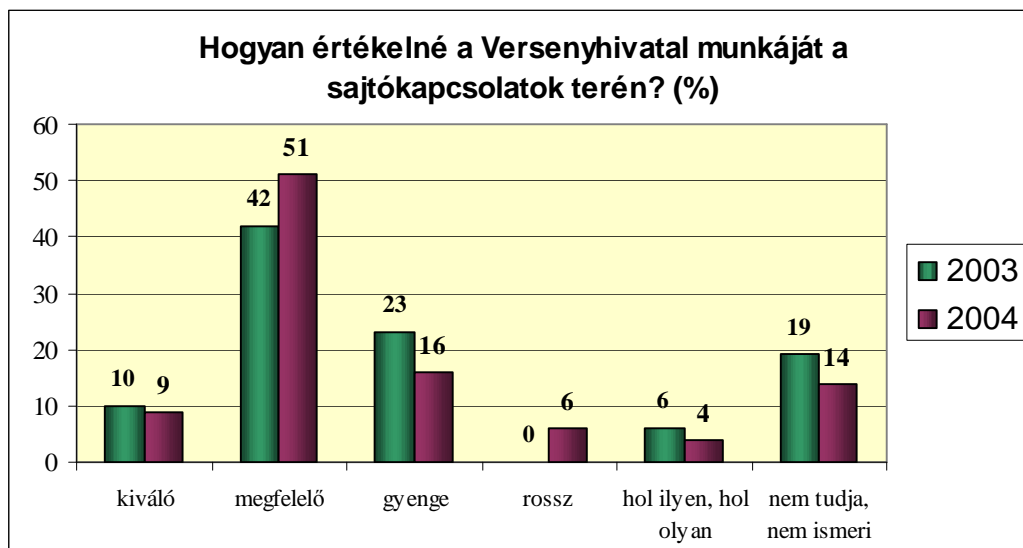
15. ábra



A kutatás végéhez közeledve általános értékelésre kértük fel a gazdasági újságírókat: kikértük véleményüket a Versenyhivatal munkájáról a sajtókapcsolatokkal kapcsolatban. **Az újságírók 60%-a elégedett: 90%-uk kiválónak, 51%-uk megfelelőnek minősítette a GVH munkáját a sajtókapcsolatok terén. Az újságírók 16%-a gyengének találja a sajtókapcsolatok kezelését, rossznak 6%-nyian minősítették. 4%-nyian változónak érzi a sajtókapcsolatokat, 14% pedig nem tudja megítélni.** (16. ábra)

A tavalyi kutatás eredményeihez képest nőtt azok száma, akik elégedettek a Versenyhivatal munkájával a sajtókapcsolatok területén, és emellett csökkent azok száma, akik ezt gyengének minősítik. Ezzel szemben egy évvel ezelőtt egyetlen újságíró sem értékelte kimondottan rossznak a GVH munkáját, míg jelenleg 6%-nyian vélekednek így.

16. ábra

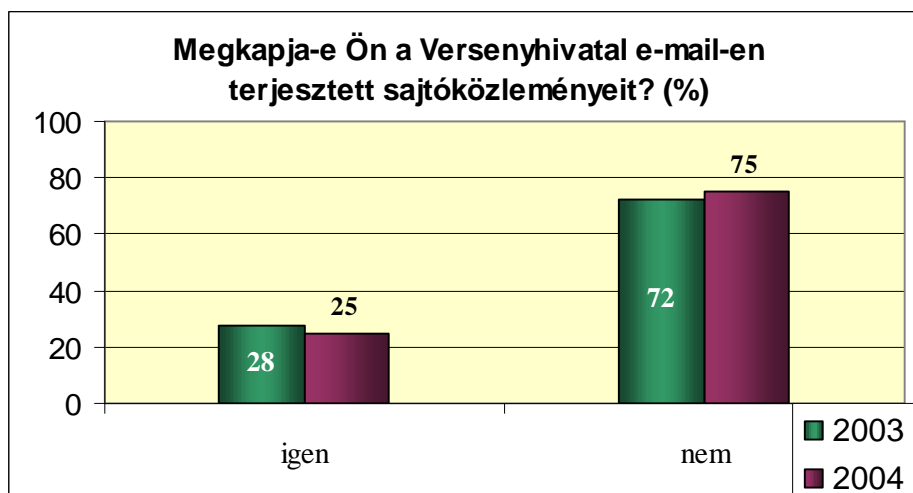


Akik versenyhivatali forrásból szereznek információt munkájukhoz, az átlaghoz képest magasabb arányban (22%) értékelték kiválónak a GVH munkáját. Azok, akik gyakran foglalkoznak gazdasági témákkal felülreprezentáltak azok körében, akik változónak (hol ilyen, hol olyan) tartják a hivatal tevékenységét 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 éves beszámolójával.

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

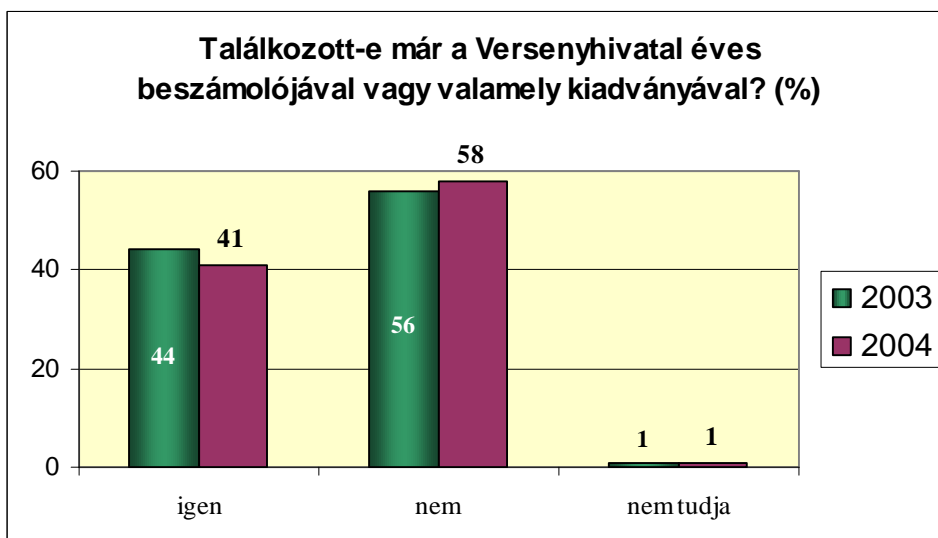
17. ábra



Azok az újságírók, akik havonta többször tudósítottak olyan esetről, amelyben szerepe volt a Gazdasági Versenyhivatalnak, vagy a Verseny törvénynek, a versenyhivatali forrásból tájékozódók, illetve azok, akik nagyon gyakran foglalkoznak gazdasági tartalmú témákkal az átlagosnál magasabb arányban kapják meg ezeket az e-maileket. Ugyanez igaz azokra az újságírókra is, akik internetes hírportálnál vagy internetes folyóiratnál dolgoznak. A többi újságírócsoportban az átlagnak megfelelő az e-mailt kapók és nem kapók aránya.

A Versenyhivatal éves beszámolójával vagy más kiadvánnyal a gazdasági újságírók közel fele (41%) találkozott már, a többiek, 58% még nem. A tavalyi kutatáshoz képest az előző kérdéshez hasonlóan, ebben az esetben sem történt értékelhető változás.

18. ábra



A gazdasági témáról ritkán írók csupán 17%-a látott már versenyhivatali kiadványt, ami jelentősen elmarad az átlagtól. Azok, akik havonta többször tudósítottak olyan esetről, amelyben szerepe volt a Gazdasági Versenyhivatalnak, vagy a Versenytörvénynek felülreprezentáltak azok között, akik találkoztak már ezekkel a kiadványokkal. Más újságírócsoportban nincs kiugróan magas arány ebből a szempontból.