



2010-ES KOMPLEX VERSENYKULTÚRA
FELMÉRÉS
A VÁLLALKOZÁSOK VEZETŐINEK KÖRÉBEN

Budapest, 2010. október 21.

Tartalomjegyzék

1. Bevezető.....	6
1.1. A kutatás módszere.....	6
1.2. A minta megbízhatósága	7
1.3. A kérdőív.....	7
1.4. A minta összetétele	8
2. Verseny-attitűd, gyakorlati piactudatosság.....	9
3. A versenyhelyzet értékelése	15
3.1. A verseny erőssége vállalkozói szemmel	15
3.2. A piaci versennyel kapcsolatos problémák percepciója	17
4. A Versenytörvény ismerete	20
4.1. A Versenytörvény általános ismerete.....	20
4.2. A saját vállalat viszonya a Versenytörvényhez	20
4.3. A Versenytörvény részletes ismerete.....	23
4.3.1 Ismeretek a Versenytörvény céljáról.....	23
4.3.2 Ismeretek a Versenytörvény tartalmáról	26
4.3.3 Ismeretek a Versenytörvény megsértésének következményeiről	30
4.3.4 Összesített ismereti mutató	31
4.4. A versenyszabályozás értékelése.....	32
5. A GVH ismertsége, megítélése	33
5.1. A GVH általános ismertsége	33
5.2. A GVH működésének ismerete.....	35
5.3. A GVH megítélése	39
6. Az EU tagság hatása a versenyszabályozásra.....	44

Vezetői összefoglaló

A Gazdasági Versenyhivatal Versenykultúra Központja megbízásából a MASMI Hungary Piackutató Intézet felmérést végzett több célcsoportban, köztük a magyarországi vállalkozások képviselőinek körében. A kutatás célja az volt, hogy feltérképezzük a vállalatok vezetőinek ismereteit, véleményét a Versenytörvénnyel, a GVH-val és általában a magyar versenyszabályozással, illetve piaci helyzettel kapcsolatban.

Az adatfelvétel 300 fős mintán, 15 perces kérdőívet alkalmazó, telefonos megkérdezéssel történt 2010 szeptemberében.

Versenyattitúd és gyakorlati piactudatosság

- A magyarországi vállalkozások vezetőinek közel kétharmada a piaci versenyt preferálja az állami szabályozással szemben, egyharmaduk szerint az ideális helyzetet az állam és a piaci verseny egyensúlya jelenti, míg mindössze töredékük tartja kívánatosnak az állami beavatkozás nagyobb súlyát, illetve kizárólagosságát.
- Ezzel összhangban van az is, hogy a jelenlegi versenyt a nagy többségük az ideálisnál gyengébbnek gondolja. A három vizsgált területen: a szolgáltatások, élelmiszerek, műszaki és háztartási cikkek piacán ebben a sorrendben csökken azok aránya, akik erőteljesebb versenyt szorgalmaznának az adott piacon.
- Míg a vezetők magánszemélyként többnyire úgy gondolják, hogy Magyarországon a verseny gyengébb az ideálisnál, vállalkozásuk beszerzési piacán már valamivel elégedettebbek a verseny mértékével, az értékesítési piacukon pedig kifejezetten gyengébb versenyt szorgalmaznának.
- A vállalatvezetők relatív többsége (41%) – magánszemélyként – a „változóan piactudatos” fogyasztókhöz tartozik, közel ugyanennyien (38%) bizonyultak „következetesen piactudatos fogyasztónak”, míg minden ötödik megkérdezett a „nem piactudatos” kategóriába esett. A deklarált versenypártiság és a gyakorlati piactudatosság egyidejű vizsgálatából az derül ki, hogy a vállalatok vezetőinek alig egynegyede deklaráltan versenypárti és piactudatos egyszerre.
- A korábbi évek eredményeihez hasonlóan a vállalkozások képviselői a nagyvállalatok, multinacionális cégek érzékelt erőfölényét és a politikának a gazdasági életre gyakorolt befolyását emelték a legfőbb, versennyel kapcsolatos problémák közé.

A versenyszabályozással kapcsolatos ismeretek

- A vállalatok vezetőinek 82%-a hallott már a Versenytörvényről.
- Minden ötödik-hatodik vállalat képviselője állítja azt, hogy nem vagy csak részben vonatkoznak rá a Versenytörvény előírásai: ők leginkább arra hivatkoztak, hogy a cég olyan tevékenységet folytat, vagy olyan szektorba tartozik, amely nem esik a törvény hatálya alá.

- A vállalkozások képviselőinek mindössze 15%-a tudta spontán módon helyesen meghatározni a Versenytörvény célját. A célok ismeretének támogatott vizsgálata során viszont már a héttizedük egyetértett azzal, hogy a Versenytörvény alapvető célja a „gazdasági verseny fenntartása a különböző piacokon”. Ennél jóval kevesebben, a vállalatvezetők valamivel több, mint fele tudta csak helyesen azt, hogy „a fogyasztók tájékozottságának biztosítása” is célja a törvénynek.
- A vállalkozások vezetőinek kétharmada tudja, hogy a Versenytörvény a vállalkozások, cégek gazdasági ügyeire vonatkozóan tartalmaz előírásokat, ugyanakkor csak kilenc százalékuk van tisztában azzal, hogy a törvény – a kérdésben felkínált opciók közül – kizárólag a vállalkozások gazdasági ügyeit érinti.
- Tájékozottabbak voltak a cégek vezetői a Versenytörvény tiltó rendelkezései tekintetében. A vizsgált vállalati magatartások (megállapodás a minimális árról, a fogyasztók megtévesztése, a piac felosztása, rosszul teljesítő beszállító lecserélése erőfölényes pozícióban) mindegyike esetén legalább a háromnegyedik helyesen el tudta dönteni, hogy tiltja-e azt a Versenytörvény vagy sem. Összességében négytizedük adott mind a négy kiemelt magatartás esetén jó választ, és mindössze négy százalékuk felelt helytelenül az összes kérdésre.
- A versenytörvény és a közbeszerzések viszonyával kapcsolatosan, az általános tilalmak (a pályázók közti előzetes ár-, illetve tartalmi egyeztetés a közbeszerzések során) ismertek a válaszadók túlnyomó többsége számára, de azt sokan nem tudják, hogy a versenytörvény nem kötelezi az ajánlatkérőt a legjobb ajánlat kiválasztására.
- Egy több kérdésből képzett ismereti mutató alapján a vállalkozások vezetőinek 21 százaléka ismeri nagyon jól a Versenytörvényt, további 38 százalék ismeri azt elég jól (több jó választ adott, mint rosszat). A törvényt gyakorlatilag egyáltalán nem ismerők aránya 22 százalék.
- Az elmúlt időszakban romlott a versenyszabályozás megítélése a vállalkozások körében. Az elégedetlenség elsősorban abból fakad, hogy túl megengedőnek tartják a szabályozást a vállalkozásokkal szemben (27%). Túl szigorúnak mindössze 7% érzi azt, míg ambivalens véleménye (bizonyos területeken túl szigorú, másokon túl megengedő) minden ötödik vállalatvezetőnek van.

A GVH ismertsége, megítélése

- A vállalatok vezetői közül szinte mindenki hallott már a GVH-ról, viszont csak minden századik megkérdezett érzi magát teljes mértékben tájékozottnak a GVH munkájával, hatáskörével, feladataival kapcsolatban. A legtöbben közepesre osztályozták ismeretük szintjét, közel minden második vállalatvezető pedig bevallottan nem igazán érzi magát tájékozottnak a Versenyhivatal munkájával kapcsolatban.

- A tájékozottság viszonylag alacsony szintje ellenére a cégvezetők nyolctizede vállalkozott arra, hogy értékelje a GVH munkáját; bár az is igaz, hogy a legtöbben semleges osztályzatot adtak. A pozitív és negatív értékelések közül az utóbbiak valamivel nagyobb arányt képviseltek, így az 1-5-ig terjedő skálán számított átlagosztályzat valamivel hármas alatti. A GVH-ról kialakult általános összkép az igazságos döntések, a gazdasági érdekcsoportoktól való függetlenség és a részletes tájékoztatás terén történő megítéléssel van a legszorosabb kapcsolatban.
- Csak minden negyedik vállalatvezető gondolja úgy, hogy a GVH fellépése éppen megfelelő a megbüntetett vállalatok száma és a büntetések mértéke alapján, a relatív többség úgy véli, hogy a GVH inkább engedékeny ezen a téren.

1. Bevezető

A Gazdasági Versenyhivatal Versenykultúra Központja megbízásából a MASMI Hungary Piackutató Intézet felmérést végzett a GVH és a versenyszabályok ismertségéről, megítéléséről a lakosság, valamint a versenyhivatali munka szempontjából kiemelt csoportok (vállalkozások, jogászok, közigazgatási szakemberek, gazdasági újságírók) körében.

A GVH rendszeresen rendel meg közvélemény-kutatásokat e témában. A tanulmányban feltüntetett 2004-es és 2007-es adatok a TÁRKI felméréséből származnak. A jelenlegi kutatás a korábbiakhoz képest frissített, néhány kérdéssel kibővített kérdőívvel, hasonló célcsoportok körében zajlott. Idén a lakosságon, a jogászokon, a vállalkozókon és a gazdasági újságírókon túl önkormányzati és államigazgatási szakembereket is bevontunk a kutatásba, akik egy új, ún. *közigazgatási célcsoport*ban kaptak helyet. A kérdőívek módosításait, illetve az új célcsoport bevonásához kapcsolódó módszertani részleteket a MASMI a GVH munkatársaival együttműködve dolgozta ki.

A kutatás fókuszában az alábbi témakörök állnak:

- versennyel kapcsolatos attitűd és fogyasztói attitűd
- verseny a saját iparágban (vállalkozóknál)
- a Verseny törvény ismertsége általában és részleteiben
- a GVH ismertsége, a GVH feladatainak illetve hatáskörének ismerete, munkájának megítélése
- az EU tagság hatása a versenyszabályozásra

Ez a tanulmány a Magyarországon tevékenykedő vállalkozások képviselőinek válaszai alapján készült.

1.1. A kutatás módszere

Az adatfelvétel módja:	telefonos interjúk (CATI)
Az adatfelvétel ideje:	2010. szeptember 9-24.
Alapsokaság:	a magyarországi társas vállalkozások
Minta:	300 vállalkozás, ebből: <ul style="list-style-type: none">• 100 kisvállalkozás (1-9 fős)• 100 közepes vállalkozás (10-49 fős)• 100 nagyvállalat (50 fős és nagyobb)

A vállalkozói mintában három cégméret-szegmensben készítettünk egyenlő számú interjút, vagyis a mintavétel során (a korábbi kutatásokhoz hasonlóan és az ajánlatkérésrel összhangban) aránytalan rétegezést használtunk. Az egyes vállalati szegmenseken belül egyszerű (statisztikai) véletlen mintavétellel választottuk ki a mintába kerülő

vállalkozásokat egy teljeskörű listából, így biztosítva a szegmenseken belüli reprezentatív mintát. Fel kell hívnunk azonban a figyelmet arra, hogy a teljes minta összetétele – az aránytalan rétegezés miatt – eltér az alapsokaság összetételétől, mivel a valóságban a kisvállalkozások aránya nagyobb, a nagyvállalatoké pedig kisebb, mint a mintában. A teljes mintára vonatkozó megállapítások tehát nem vetíthetők rá automatikusan az alapsokaságra (mert a bemutatott eredményekben a nagyobb vállalatok vezető szakembereinek véleménye nagyobb súllyal esik latba), viszont az előző hullámok adataival összehasonlíthatók. A cégméret szegmensekre vonatkozó eredmények ugyanakkor reprezentatívak, ezért ezeket minden esetben bemutatjuk a teljes minta eredményei mellett.

Az interjúalanyok a kisebb vállalkozások esetén a tulajdonosok vagy ügyvezető igazgatók, nagyobb cégeknél pedig a gazdasági vezetők vagy gazdasági döntésekben részt vevő vezetők lehettek.

1.2. A minta megbízhatósága

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

A teljes mintát tekintve (N=300), 95%-os megbízhatósági szinten $\pm 5,8\%$, az egyes részmintákat tekintve (N=100 esetén) $\pm 9,8\%$ konfidencia-intervallummal számolhatunk az elemzés során, azaz az értékelésnél 95%-os biztonsággal állíthatjuk, hogy a kapott eredmény maximum ekkora mértékben térhet el a célcsoport egészének véleményétől.

1.3. A kérdőív

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

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

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

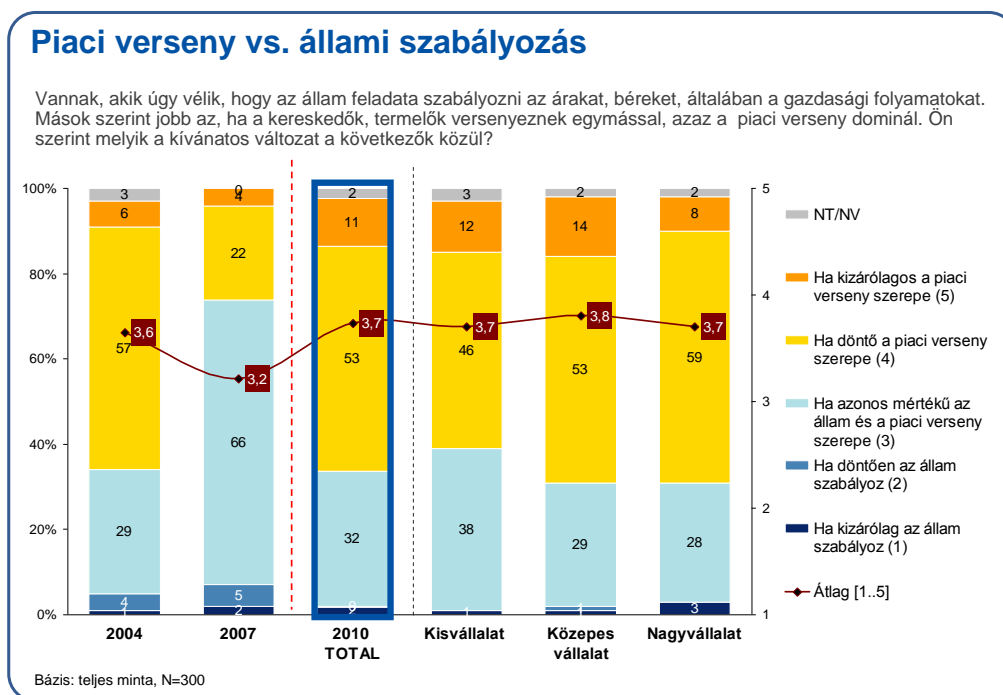
1.4. A minta összetétele

CÉGDEMOGRÁFIA		Elemzés	Részarány
Cégméret	Kisvállalat (1-9 fő)	100	33%
	Közepes (9-49 fő)	100	33%
	Nagyvállalat (50 fő felett)	100	33%
Ágazat	Ipar	126	42%
	Mezőgazdaság	25	8%
	Szolgáltatás	80	27%
	Kereskedelem	69	23%
Nettó árbevétele (2009)	50 millió Ft alatt	61	20%
	50-200 millió Ft	65	22%
	200-1000 millió Ft	81	27%
	1 milliárd Ft felett	61	20%
	NT/NV	32	11%
Székhely	Budapest	76	25%
	Megyeszékhely	71	24%
	Egyéb város	109	36%
	Község	44	15%
A VÁLASZADÓK JELLEMZŐI			
Beosztás	Tulajdonos és cégvezető	19	6%
	Tulajdonos	55	18%
	Ügyvezető igazgató / cégvezető	121	40%
	Ügyvezető helyettes	8	3%
	Gazdasági vezető	76	26%
	Egyéb vezető	21	7%
Nem	Férfi	193	64%
	Nő	107	36%
Kor	20-39 éves	62	21%
	40-49 éves	86	29%
	50-59 éves	93	31%
	60 éves vagy afelett	57	19%
	NV	2	1%
ÖSSZESEN		300	100%

2. Verseny-attitűd, gyakorlati piactudatosság

A megkérdezett vállalkozók, cégvezetők többsége (64%) a piaci versenyt preferálja az állami szabályozással szemben, bár ezen belül a teljesen szabad, állami beavatkozástól mentes versenyt csak alig több mint egytizedük (11%) tartaná kívánatosnak. Egyharmaduk (32%) szerint az ideális helyzetet az állam és a piaci verseny egyensúlya jelenti, míg mindössze 2% tartja kívánatosnak az állami beavatkozás nagyobb súlyát, illetve kizárólagosságát.

Az idei eredmények nagyjából a 6 évvel korábbiakra emlékeztetnek. A három évvel ezelőtti felmérés adatai szerint viszont akkor az állam és a piac szerepének kiegyensúlyozottságát tartotta a többség kívánatosnak¹.



Az 5 fokozatú skálán (ahol az 1-es jelenti a kizárólagos állami szabályozást, az 5-ös pedig a teljesen szabad piaci versenyt) mért eredményekből számolt átlagok alapján a közepes vállalkozások a leginkább versenypártiak. Ha a 4-es vagy 5-ös skálaértékeket választók részarányát (TOP2Box) vesszük alapul, a kisvállalkozásokat tekinthetjük a legkevésbé versenypártiaknak. A cég egyéb jellemzői közül csak a településtípus mutatott

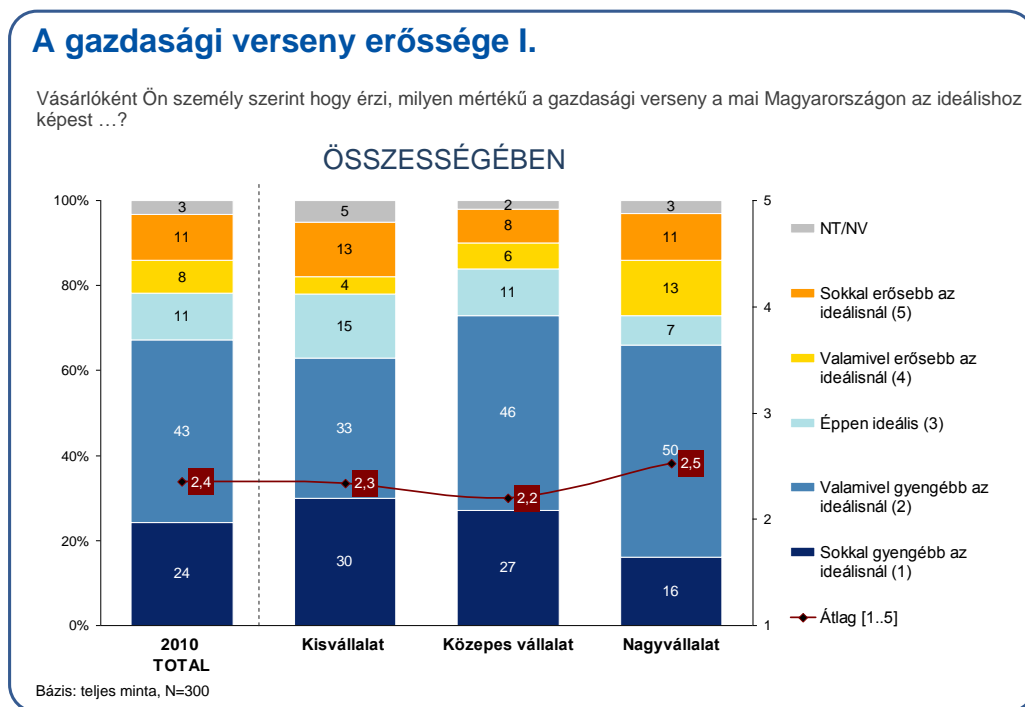
¹ Az egyes hullámok eredményeinek összehasonlításakor sok esetben tapasztalható ún. „trendtörés” a 2007-es felmérési hullámnál, azaz az idei eredmények nagyobb összhangban vannak a 2004-es adatokkal, mint a 2007-esekkel. Mivel ez a trendtörés számos olyan mutatónál is jelentkezett, amelyek a gyakorlatban ritkán változnak ilyen időtávokon (és ilyen irányokba), nem zárható ki az, hogy a 2007-es eredmények mozgásai jelentős részben a mintavételből eredő következmények. Kérjük tehát, hogy az eredmények értelmezésénél ezt a lehetőséget is tartsa szem előtt az olvasó.

összefüggést ezzel a kérdéssel: a községekben működő vállalkozások jobban igényelnék az állami szabályozást, mint a városiak. ,

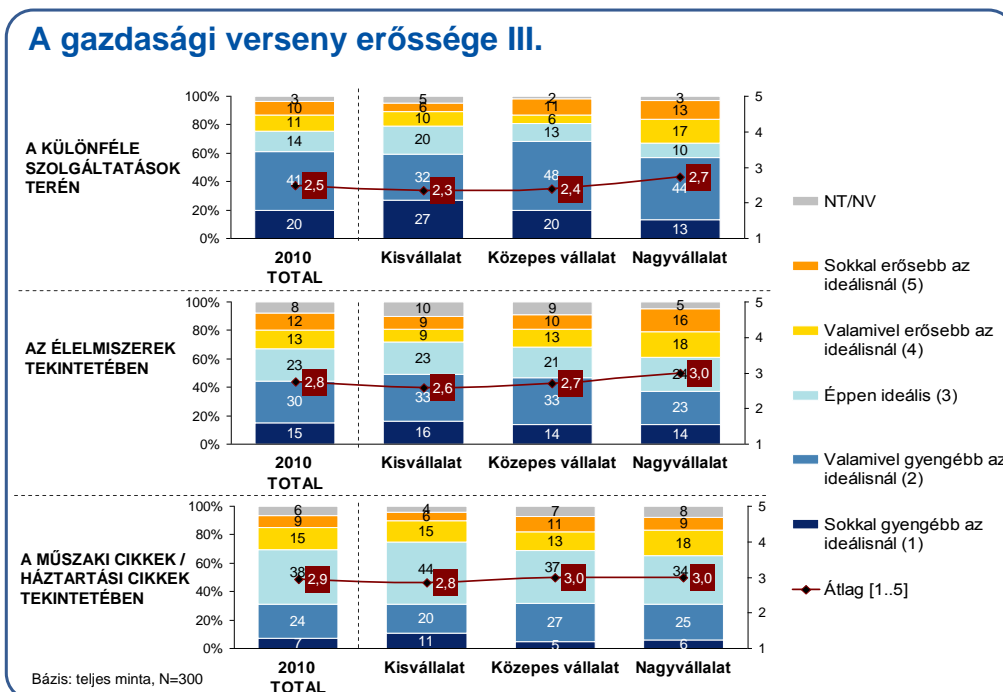
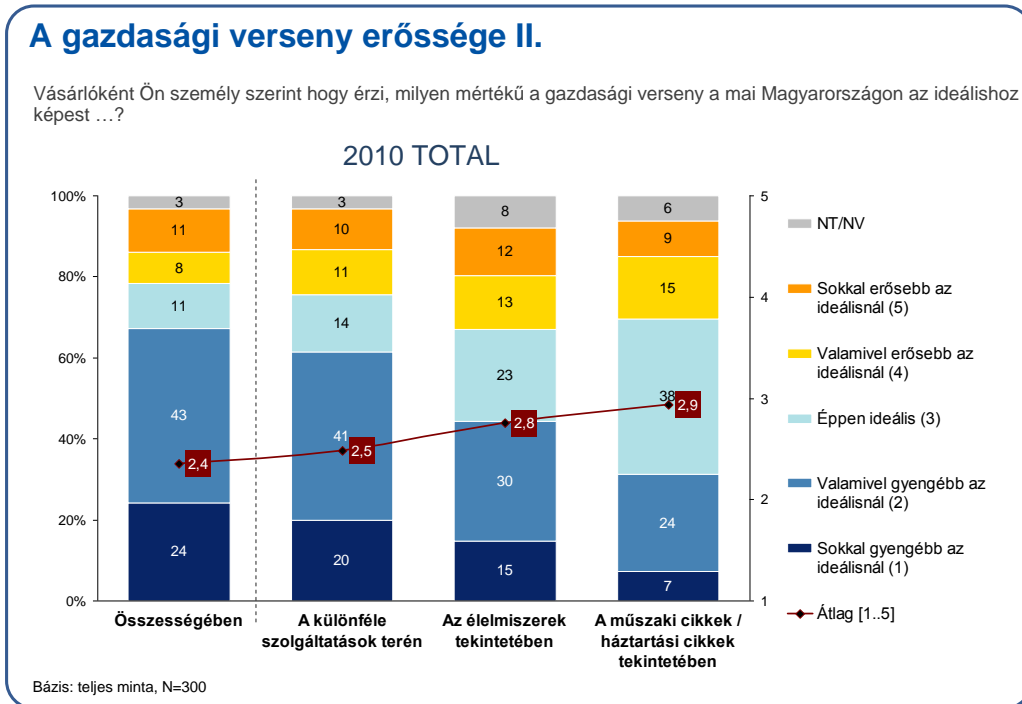
A vállalkozások képviselőinek alig több mint egytizede (11%) érzékeli magánemberként, vásárlóként ideális mértékűnek a versenyt. A nagy többség az ideálisnál gyengébbnek gondolja azt: egynegyedük (24%) szerint sokkal gyengébb, 43%-uk szerint valamivel gyengébb. Mindössze minden ötödik érzi úgy, hogy a verseny erősebb a kívánatosnál.

A közepes vállalkozások vezetői ebben a tekintetben is versenypártibbnak bizonyultak a kisebb és a nagyobb cégekénél, ők igényelnének leginkább a jelenleginél (legalább valamivel) erősebb versenyt. Ezzel együtt a sokkal erősebb versenyt sürgetők aránya a cégméret növekedésével csökken.

A korábbi hullámokban szerepelt egy hasonló kérdés („Véleménye szerint megfelelő mértékű a gazdasági verseny a mai Magyarországon, erősebb verseny kellene, vagy nem kellene ilyen erős verseny?”), de mivel mind a kérdés szövege, mind a válaszlehetőségek száma és megfogalmazása különbözött a jelenlegitől, csak óvatos összehasonlításra van lehetőségünk. 2007-ben a mostanihoz hasonló arányban (41%) tartották megfelelő intenzitásúnak a versenyt, 2004-ben viszont jóval kevesebben (27%). Míg három éve nagyjából kiegyenlített volt a túl erős és túl gyenge versenyt érzékelők aránya, hat évvel ezelőtt többen mondták azt, hogy nem kellene ennyire erős verseny, azaz az eredmények időbeli alakulása arra enged következtetni, hogy a vállalkozások vezetői egyre inkább versenypártiak.



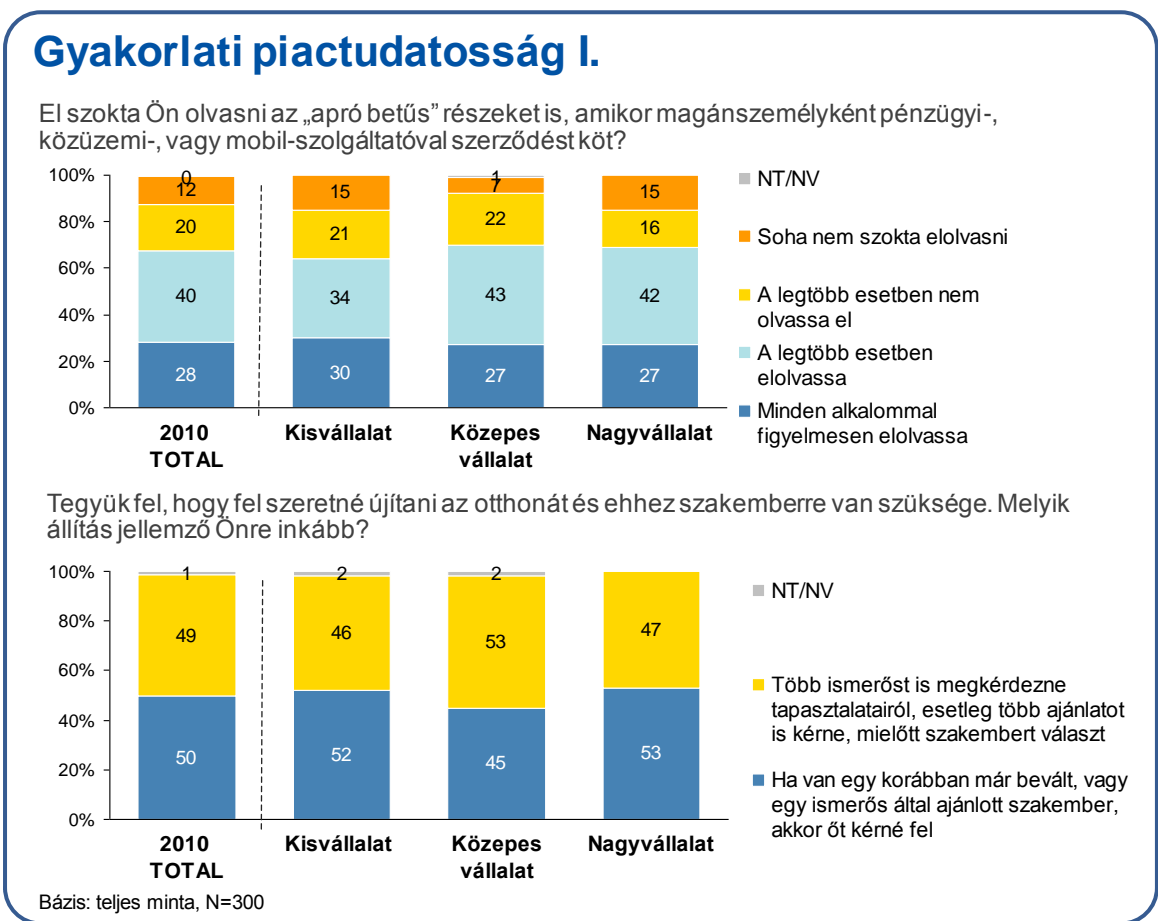
A verseny erősségének megítéléséről nemcsak összességében kérdeztük a vállalkozások képviselőit, hanem három konkrét terület – szolgáltatások, élelmiszerek, műszaki és háztartási cikkek – tekintetében is. E három terület közül a szolgáltatások területén érzik a leggyengébbnek a versenyt a vállalkozók mindhárom cégméret szegmensben. A legtöbben a műszaki cikkek versenyére mondták azt, hogy éppen ideális (a teljes minta 38, a kisvállalkozások 44%-a).



A gyakorlati piactudatosságot – vagyis azt, hogy a válaszadó konkrét (bár hipotetikus) élethelyzetekben, fogyasztóként hogyan viselkedne, mennyire alaposan tájékozódna, illetve mennyire alapozna a versenyre – két kérdés vizsgálta. Az egyik arra kérdezett rá, hogy milyen gyakran olvassa el az „apró betűs részeket” a szerződéskötéseknél (gyakorlati tájékozódás), a másik pedig a lakásfelújítást végző szakember kiválasztásának módjához kapcsolódóan, a versennyel összefüggő attitűdöt kívánta felmérni.

A vezetők 68%-a állította azt, hogy az esetek túlnyomó többségében el szokta olvasni az „apró betűs” részeket is, amikor magánszemélyként szerződést köt valamilyen szolgáltatóval, minden második megkérdezett (49%) pedig úgy nyilatkozott, hogy lakásfelújítás esetén több forrásból is érdeklődne, mielőtt döntene egy szakember mellett.

Mindössze 12% azoknak az aránya, akik soha nem olvassák el az apró betűs részeket a szerződéskötések során, és ez az arány a közepes vállalatok képviselőinek körében még alacsonyabb (7%).

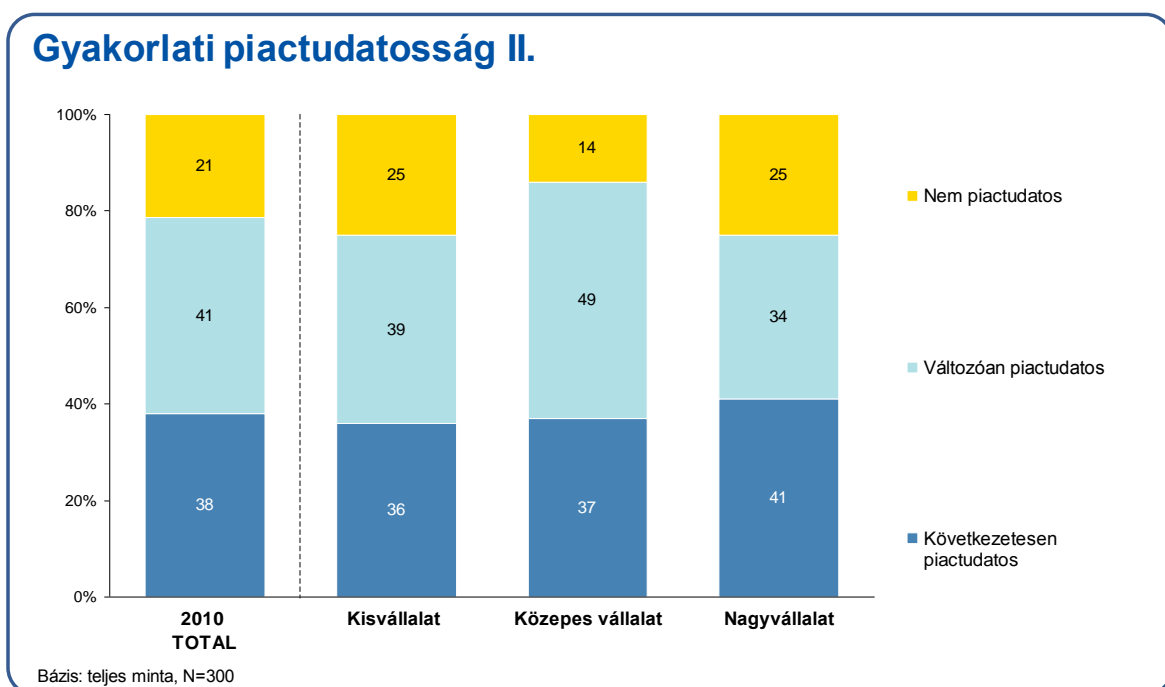


A vállalkozások képviselőit – a fenti két kérdésre adott válaszaik alapján – három, a gyakorlati piactudatosság szerint kialakított csoportba soroltuk:

- Következetesen piactudatos fogyasztók: akik a legtöbb esetben, vagy minden alkalommal elolvassák az „apró betűs” részeket és a szakemberválasztásnál is alternatívákban gondolkoznak (vagyis a gyakorlatban is élnek a piactudatosság lehetőségeivel).
- Változóan piactudatos fogyasztók: akik vagy (a legtöbb esetben / minden alkalommal) elolvassák az „apró betűs” részeket, vagy a szakemberválasztás előtt alternatívákban gondolkoznak.
- Nem piactudatos fogyasztók: akik magánszemélyként nem próbálnak élni a verseny piacok adta lehetőséggel, illetve nem mutatnak igényt az ezeken szükséges alaposabb tájékozódásra a két kiválasztott fogyasztói döntési helyzetben; azaz többnyire nem olvassák el az apró betűs részeket a szerződéseknél, és nem keresik az alternatívákat a szakemberek kiválasztása során.

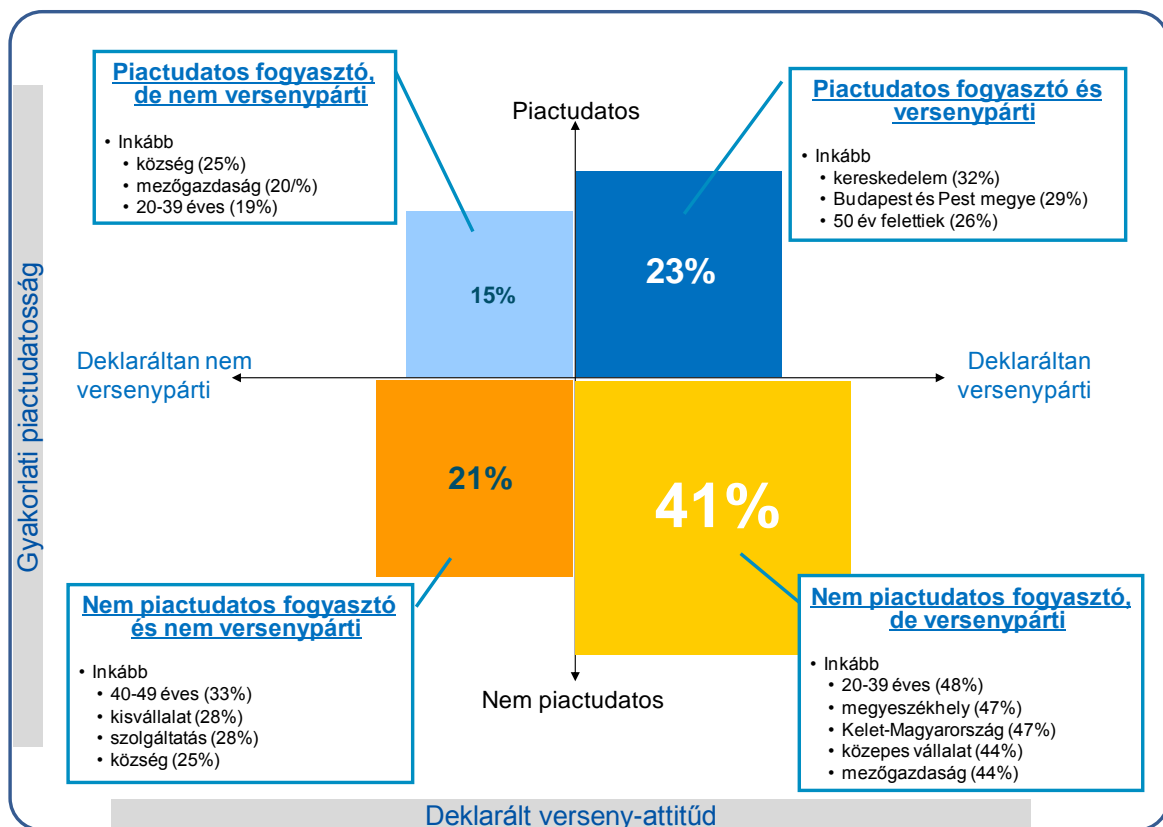
A vállalkozások vezetőinek relatív többsége (41%) a „változóan piactudatos” fogyasztók közül került ki, és majdnem ugyanennyien (38%) bizonyultak „következetesen piactudatos” fogyasztónak, míg minden ötödik megkérdezett a „nem piactudatos” kategóriába esett. Az átlagosnál kevesebb „nem piactudatos” fogyasztóval találkoztunk a közepes vállalatok képviselőinek körében (14%).

Az átlagosnál magasabb a részaránya a „következetesen piactudatos” fogyasztóknak a kereskedelmi, illetve a budapesti cégek körében (48%, illetve 45% vs. 38%). A „nem piactudatos” fogyasztók a szolgáltatási szektorban felülreprezentáltak (28%).



E két dimenziót – azaz a versenyhez való „elvi” hozzáállást és a gyakorlatban tanúsított piactudatosságot – együttesen is vizsgáltuk. A gyakorlati piactudatosságot a korábbiakban már definiáltuk². A „deklaráltan versenypárti” kategóriába tartozás feltétele az, hogy a válaszadó kívánatosnak tartsa a piaci verseny dominanciáját, azaz azt, hogy kizárólagos vagy döntő legyen a piaci verseny szerepe a gazdasági folyamatokban.

A vállalatvezetőket e két dimenzió alapján négy különböző csoportba lehet besorolni. Ezt a következő ábra szemlélteti. A válaszadók közel egynegyede (23%) egyszerre deklaráltan versenypárti és piactudatos fogyasztó. 15%-ukra jellemző a piactudatos fogyasztói magatartás, de nem jellemző a deklarált versenypártiság, 41%-uk pedig csak versenypártinak mondható, piactudatos fogyasztónak nem. A cégvezetők ötöde (21%) se nem piactudatos, se nem versenypárti, mely attitűd a kisvállalatok vezetőire (28%) a leginkább jellemző.



² Ebben a felosztásban az egyszerűség kedvéért összevontuk a „változóan piactudatos” és a „nem piactudatos” kategóriákat, és „piactudatos” fogyasztónak csak a „következétesen piactudatosakat” neveztük (akik az apró betűs részeket is elolvassák és a szakemberválasztásnál is alternatívákban gondolkodnak).

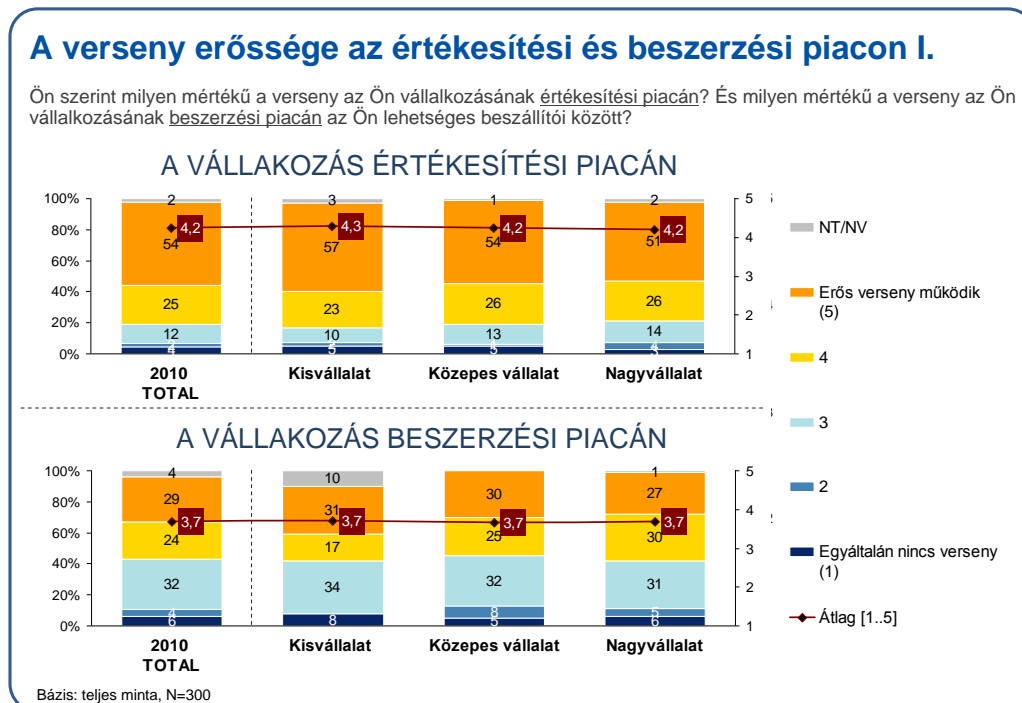
3. A versenyhelyzet értékelése

Az általános, magyarországi versenyhelyzet megítéléséről már kaptunk egyfajta képet a korábbi fejezetben. A jelen fejezet áttekinti, hogy a vállalatok vezetői miként ítélik meg a versenyt a vállalatukat közvetlenül érintő piaci környezetben (a saját beszerzési és értékesítési piacukon), illetve, hogy mely, a piaci versennyel kapcsolatos problémák tűnnek a legsúlyosabbaknak a vezetők számára.

3.1. A verseny erőssége vállalkozói szemmel

Általánosan megállapítható, hogy a vállalatok képviselői cégmérettől és egyéb cégdemográfiai jellemzőktől függetlenül a saját értékesítési piacukon sokkal erősebbnek érzik a versenyt (átlag: 4,2), mint a beszerzési piacukon (átlag:3,7).

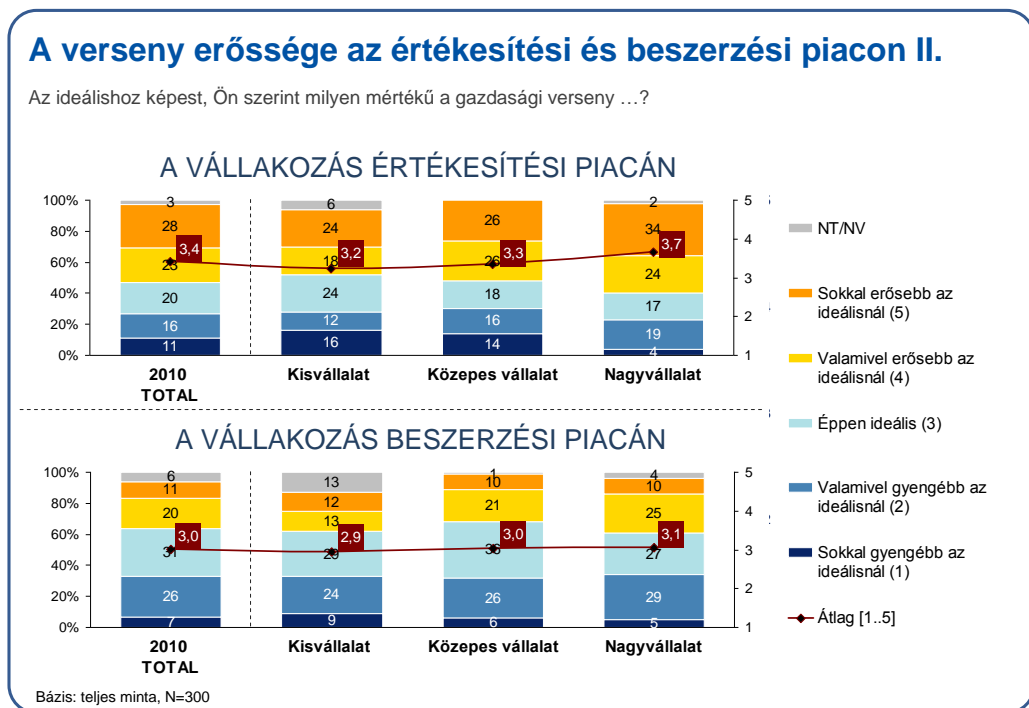
A korábbi kutatások ezt a kérdést 3 fokozatú skálán mérték, ezért korlátozott az összehasonlítás lehetősége. A vállalkozás értékesítési piacán 2007-ben 76%, 2004-ben 81% érzékelt erős versenyt (ami nem tér el jelentősen a jelenlegi 4-es és 5-ös értékelések összegétől, a 79%-tól). A beszerzési piacon korábban is jellemző volt, hogy ennél gyengébbnek érezték a versenyt a vállalkozók: 3 éve 64%, 6 éve 55% tartotta erősnek a versenyt ezen a területen (a jelenlegi TOP2box érték, 53%).



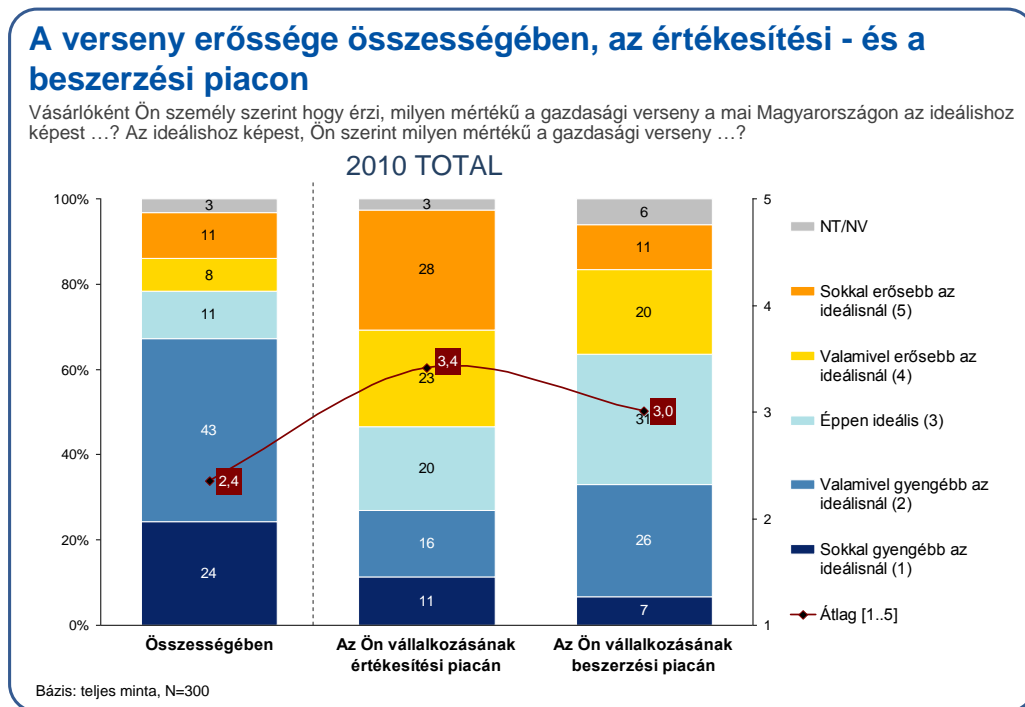
A vállalatok képviselőinek fele (51%) látja úgy, hogy a saját értékesítési piacán az ideálisnál erősebb a verseny, míg csak kevesebb, mint minden harmadik (31%) véli ugyanezt a beszerzési piacáról. Megfigyelhető tehát egyfajta „részhajló” attitűd a vállalkozók képviselőinél: a saját értékesítési területen kevésbé hiányolják az erősebb versenyt, mint az őket kiszolgáló beszállítói piacon.

A nagyvállalatok képviselői közül sokkal többen (58%) nyilatkozták azt, hogy az ideálisnál erősebb jelenleg a verseny az értékesítési piacukon, mint tették azt a kisvállalatok képviselői (42%). Bár a kapott eredmény az alkalmazott skálák különbözősége miatt nem hasonlítható össze direkt módon, a tendencia ellentmond a 2007-ben tapasztaltaknak: akkor a vállalat mérete és a versenyt az ideálisnál erősebbnek érzők részaránya fordított összefüggést mutatott.

A községekben működő vállalkozások képviselői a nagyvárosiakhoz képest sokkal nagyobb arányban érzik a versenyt az ideálisnál gyengébbnek az értékesítési piacukon.



Összegezve tehát: míg a vezetők általánosan, magánszemélyként úgy gondolják, hogy Magyarországon a verseny valamelyest gyengébb az ideálisnál (átlag: 2,4), a saját beszerzési piacukon (átlagban) már valamivel elégedettebbek a verseny mértékével (3,0), az értékesítési piacukon pedig kifejezetten gyengébb versenyt szorgalmaznának (3,4).



3.2. A piaci versennyel kapcsolatos problémák percepciója

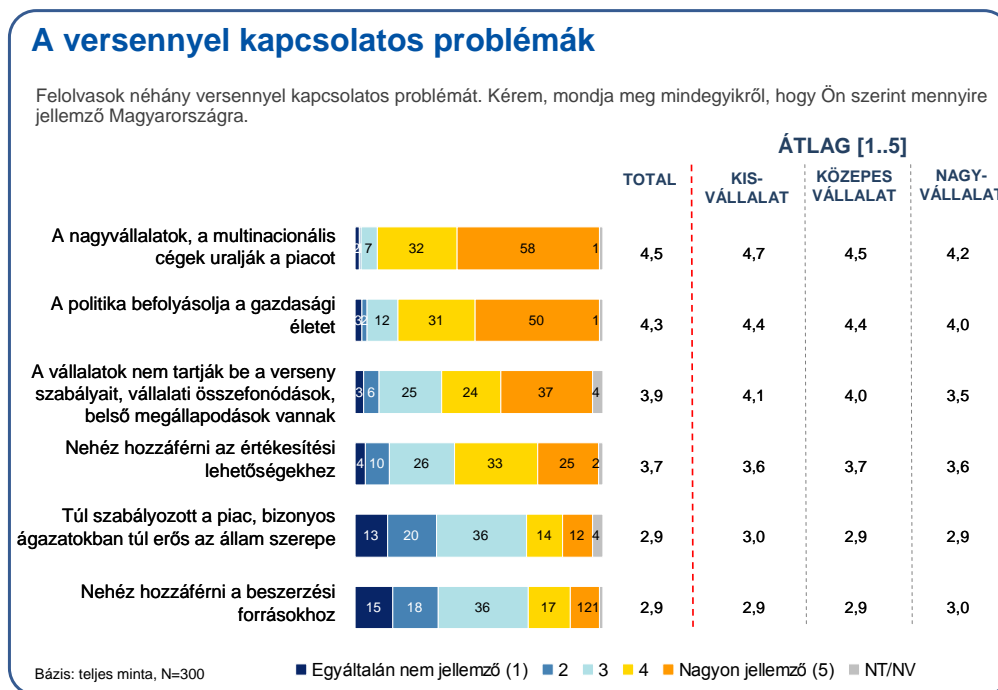
A korábbi évek eredményeihez hasonlóan a vállalatok képviselői továbbra is a nagyvállalatok, a multinacionális cégek érzékelt erőfölényét és a politikának a gazdasági életre gyakorolt befolyását emelték a legfőbb problémák közé. Az előbbit 90%-uk, az utóbbit pedig 81%-uk tartotta inkább vagy nagyon jellemző, versennyel kapcsolatos problémának.

Jóval lemaradva követi ezeket 3. helyeztként az, hogy „a vállalatok nem tartják be a verseny szabályait, vállalati összefonódások, belső megállapodások vannak” (t2b: 61%³), illetve, 4. helyen az, hogy nehéz hozzáférni az értékesítési lehetőségekhez (58%). Ugyanakkor a válaszadók csak kevesebb, mint egyharmada tartotta jellemzőnek azt, hogy „túl szabályozott a piac, bizonyos ágazatokban túl erős az állam szerepe” (26%), illetve hogy „nehéz hozzáférni a beszerzési forrásokhoz” (29%).

A problémák rangsora a három cégméret szegmensben azonosan alakul. Az egyetértés mértéke ugyanakkor jelentősen alacsonyabb a két legfőbb, piaci versennyel kapcsolatos problémával kapcsolatban a nagyvállalatok vezetői körében: ők – igaz nem véletlenül –

³ TOP2box érték: inkább vagy nagyon jellemző, a versennyel kapcsolatos problémának tartja.

kisebb arányban tartják jellemzőnek a nagyvállalatok, multinacionális cégek uralmát, illetve a politika gazdaságra gyakorolt (negatív) befolyását, mint a kisebb vállalatok képviselői.



A versennyel kapcsolatosan észlelt problémák sorrendje hasonlóképpen alakult idén is, mint a megelőző két kutatási hullámban. A legjellemzőbb gondnak 2004 óta a nagy, multinacionális vállalatok dominanciáját tartják, a beszerzési forrásokhoz való hozzájutás pedig 2007 óta szerepel a lista végén.

Versennyel kapcsolatos problémák sorrendje			
Bázis: teljes minta	2004	2007	2010
A nagyvállalatok, a multinacionális cégek uralják a piacot	1	1	1
A politika befolyásolja a gazdasági életet	2	3	2
A vállalatok nem tartják be a verseny szabályait, vállalati összefonódások, belső megállapodások vannak	3	4	3
Nehéz hozzáférni az értékesítési lehetőségekhez	5	2	4
Túlszabályozott a piac, bizonyos ágazatokban túl erős az állam szerepe	6	5	5
Nehéz hozzáférni a beszerzési forrásokhoz	4	6	6

Az egyéb, versennyel kapcsolatos problémák között a korrupciót említették a legtöbben: közel minden tizedik válaszadó mondta, hogy a felsoroltakon kívül ezt még komoly, versennyel kapcsolatos problémának tartja.

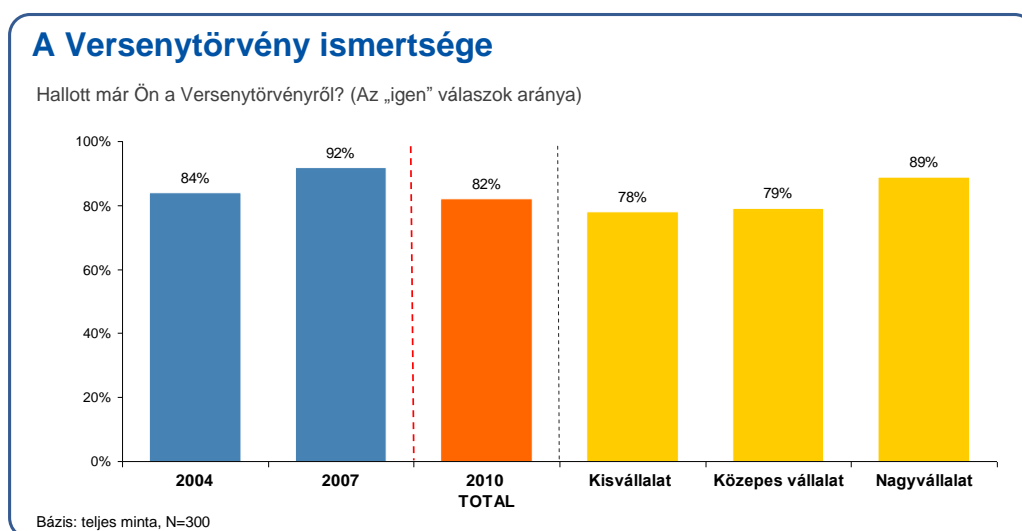
Milyen egyéb, versennyel kapcsolatos problémát tart még jellemzőnek Magyarországon?		
<i>Bázis: teljes minta (N=300)</i>	Említések száma	Százalékos arány
Korrupció	28	9%
Fekete gazdaság	6	2%
A közbeszerzések visszásságai	5	2%
Gyenge szabályozás / állami beavatkozás	5	2%
Túlzott bürokrácia	4	1%
A magyar vállalkozások hátrányban vannak	4	1%
Tisztességtelen piaci magatartás	4	1%
Nincs esélyegyenlőség	4	1%
Protekció	3	1%
A bankok szerepe	3	1%
Fizetési morál, kintlévőségek	3	1%
Túl sok a vállalkozás	2	1%

4. A Versenytörvény ismerete

Az idei felmérés a korábbi hullámokéval nagyrészt megegyező kérdésekkel vizsgálta az ismertséget.

4.1. A Versenytörvény általános ismerete

A vállalatok vezetőinek 82%-a hallott már a Versenytörvényről. Ez az arány a 2004-es eredményhez közelít (akkor 84%-os volt az ismertség), a 2007-es arányhoz képest azonban 10% visszaesést mutat. Szignifikáns eltérés tapasztalható vállalatméret szerint; míg a kis- és közepes vállalatok esetén a törvényt ismerők aránya 78-79%, addig a nagyvállalatok esetében 89%.



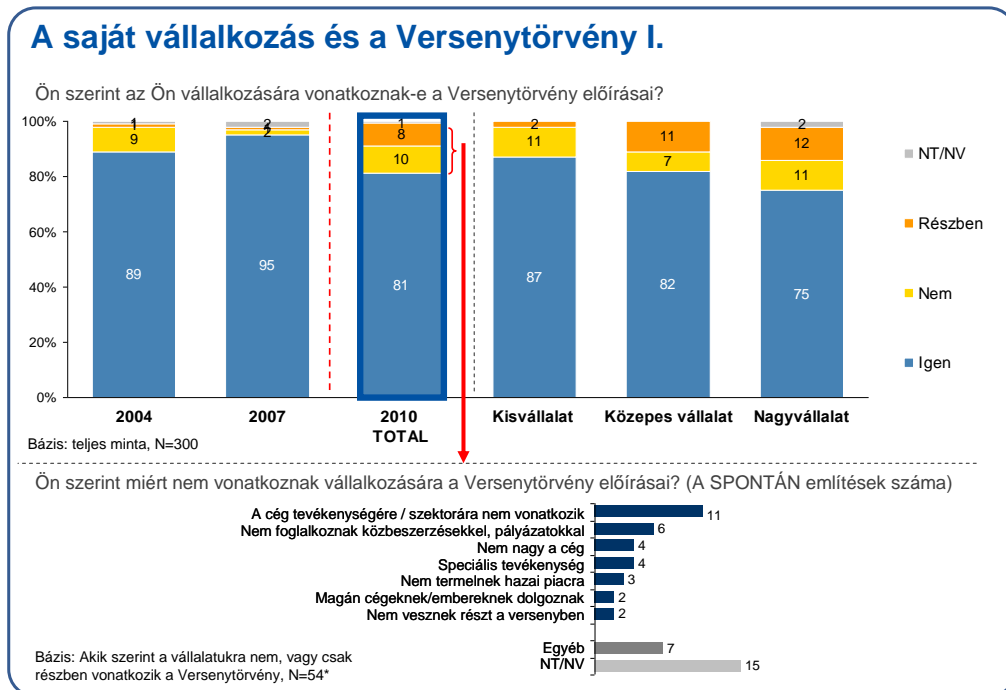
4.2. A saját vállalat viszonya a Versenytörvényhez

Minden ötödik-hatodik vállalat képviselője állítja, hogy nem (10%) vagy csak részben (8%) vonatkoznak rá a Versenytörvény előírásai (holott a versenytörvény hatálya gyakorlatilag minden piaci magatartást tanúsítani képes vállalkozásra kiterjed). A 2004-es és a 2007-es eredményekhez képest is csökkent azon vállalatvezetők aránya, akik úgy tudják, hogy cégük a Versenytörvény hatálya alá esik (81% vs. 89%, illetve 95%).

A nagyvállalatok vezetői az átlagnál kisebb arányban gondolják azt, hogy cégükre vonatkozna a törvény (75%); ez a meglepő tendencia a korábbi hullámokban is tapasztalható volt.

Érdekes továbbá, hogy azok a vezetők is nagy arányban (70%) nyilatkoztak úgy, hogy véleményük szerint cégük a Versenytörvény hatálya alá esik, akik saját bevallásuk szerint még nem is hallottak a törvényről.

Azok, akik nem, vagy csak részben tartják relevánsnak a Versenytörvényt a saját cégükre nézve, leginkább arra hivatkoztak – tévesen –, hogy a cég olyan tevékenységet folytat, vagy olyan szektorba tartozik, amely nem esik a törvény hatálya alá. Többen hivatkoztak arra is (szintén tévesen), hogy azért nem vonatkozik rájuk a törvény, mert nem foglalkoznak közbeszerzésekkel, illetve hogy nem olyan nagy a cég, hogy érintettek lennének⁴. Ezeken kívül olyan alapvető fogalmi zavarokra utaló indokok is elhangzottak, miszerint a cég nem vesz részt a versenyben, ezért nem vonatkozik rá a törvény.

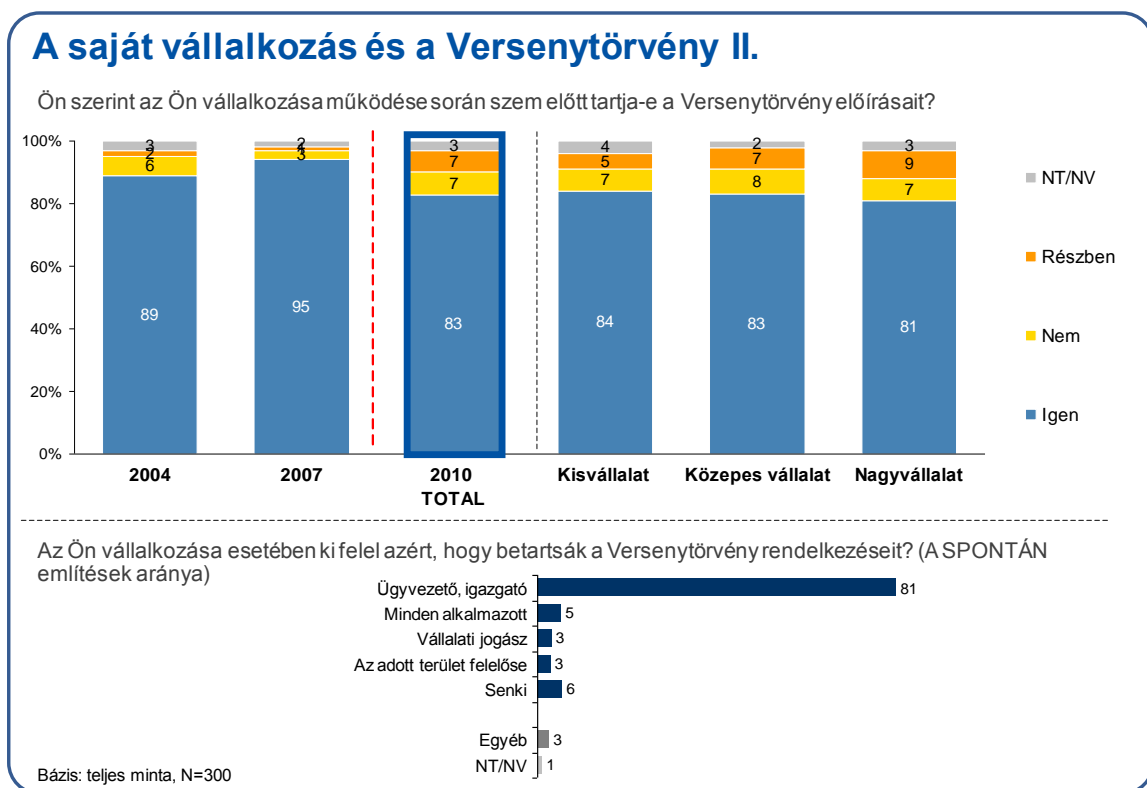


⁴ Az utóbbinak van alapja, de fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolásának tilalma, és különösen a kartell tilalom minden piaci szereplő esetén életszerű tilalom.

A megkérdezettek 83%-a nyilatkozott úgy, hogy véleménye szerint a vállalat szem előtt tartja a Versenytörvény előírásait, 7% pedig azt állította, hogy szerinte csak részben teljesül cégüknél ez a kritérium. Az előző hullámok eredményeihez képest tehát valamelyest csökkent a törvény előírásait szem előtt tartónak gondolt vállalkozások aránya.

Ötből négy vállalat esetén a vállalatok képviselői az ügyvezető igazgatót nevezték meg (azaz sokszor saját magukat) mint a Versenytörvény rendelkezéseit betartó/betartató felelőst. Csak minden huszadik esetben kaptuk azt a választ, hogy minden alkalmazott felel azért, hogy a működés a Versenytörvény előírásainak megfeleljen.

Azok körében, akik tisztában vannak azzal, hogy vonatkozik a cégükre a Versenytörvény, 3% bevallottan nem tartja azt szem előtt.



4.3. A Verseny törvény részletes ismerete

Az általános ismertségen túl a vizsgálat arra is kitért, hogy milyen részletes ismereteik vannak a vállalatok vezetőinek a Verseny törvény céljával, tartalmával, hatásköreivel kapcsolatban.

4.3.1 Ismeretek a Verseny törvény céljáról

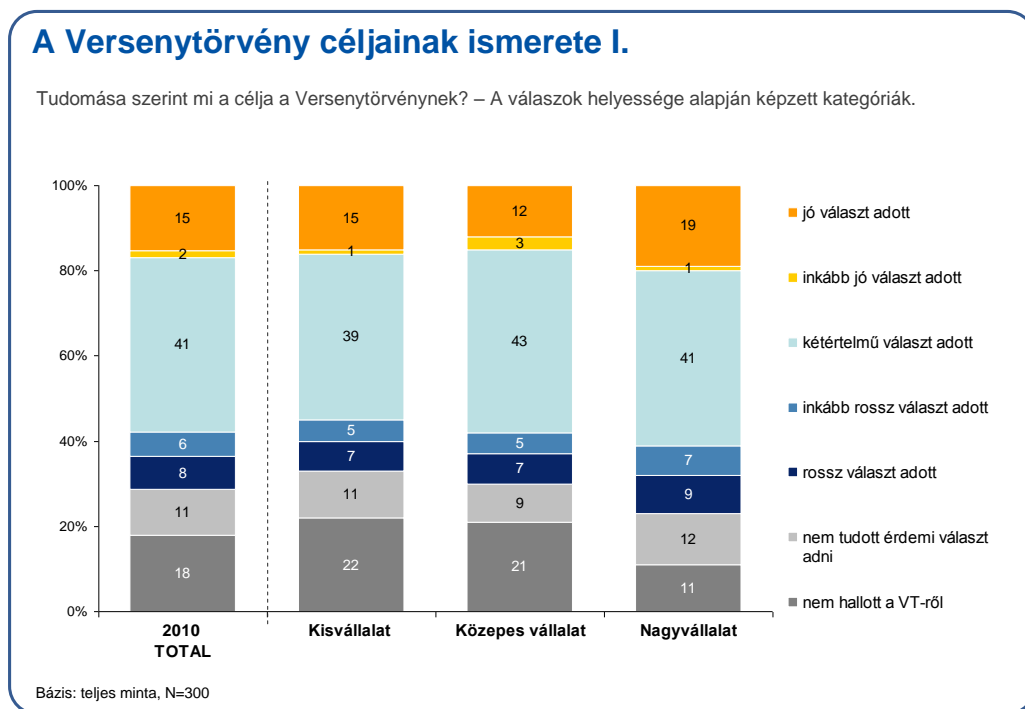
A korábbi kutatásoktól eltérően idén először egy teljesen nyitott, majd egy több állításos, zárt kérdés vizsgálta a Verseny törvény céljára vonatkozó ismereteket. A nyitott kérdés szöveges válaszait utólag kódoltuk, majd ezeket a kódokat a GVH munkatársainak segítségével csoportosítottuk a válasz helyessége alapján 6 kategóriába (jó, inkább jó, kétértelmű, inkább rossz, rossz, illetve semmitmondó válasz).

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

Tudomása szerint mi a célja a verseny törvénynek?		
Bázis: teljes minta (N=300)	Említések száma	Százalékos arány
Egyértelműen helyes válaszok:		
Tisztességtelen piaci magatartás megakadályozása	20	7%
Kartellek, egyeztetések megakadályozása	19	6%
A verseny elősegítése, fenntartása	9	3%
A fogyasztók védelme, jó legyen a fogyasztóknak	6	2%
Győzzön a jobb	3	1%
Visszaélések megakadályozása	1	0%
Jobb termékek, jobb minőség, nagyobb választék	1	0%
Kétértelmű válaszok⁵:		
Tiszta, tisztességes, igazságos verseny biztosítása	33	11%
Esélyegyenlőség biztosítása a piaci szereplőknek	32	11%
Tiszta, tisztességes körülmények megteremtése a piacon	25	8%
Piaci szereplők, folyamatok szabályozása	24	8%
Verseny szabályozása, kontrollálása	18	6%
Etikai szabályok betartatása	8	3%
Inkább rossz válaszok:		
Monopóliumok kialakulásának megakadályozása	8	3%
Túl nagy piaci részesedés, erőfölény megakadályozása	8	3%
Rossz válaszok:		
Szabályozás (általában)	10	3%
Kisebbségi/hazai vállalkozások védelme	7	2%
Korrupció háttérbe szorítása	6	2%
A gazdaság élénkítése, gazdasági helyzet javítása	3	1%
Egyéb rossz válasz	7	2%
Semmitmondó válaszok / NT/NV:		
Törvények, (verseny)szabályok betartatása	9	3%
NT/NV	25	8%

⁵ Ezek a válaszok lehetnek helyesek is, helytelenek is, attól függően, hogy mire gondolt közben a válaszadó.

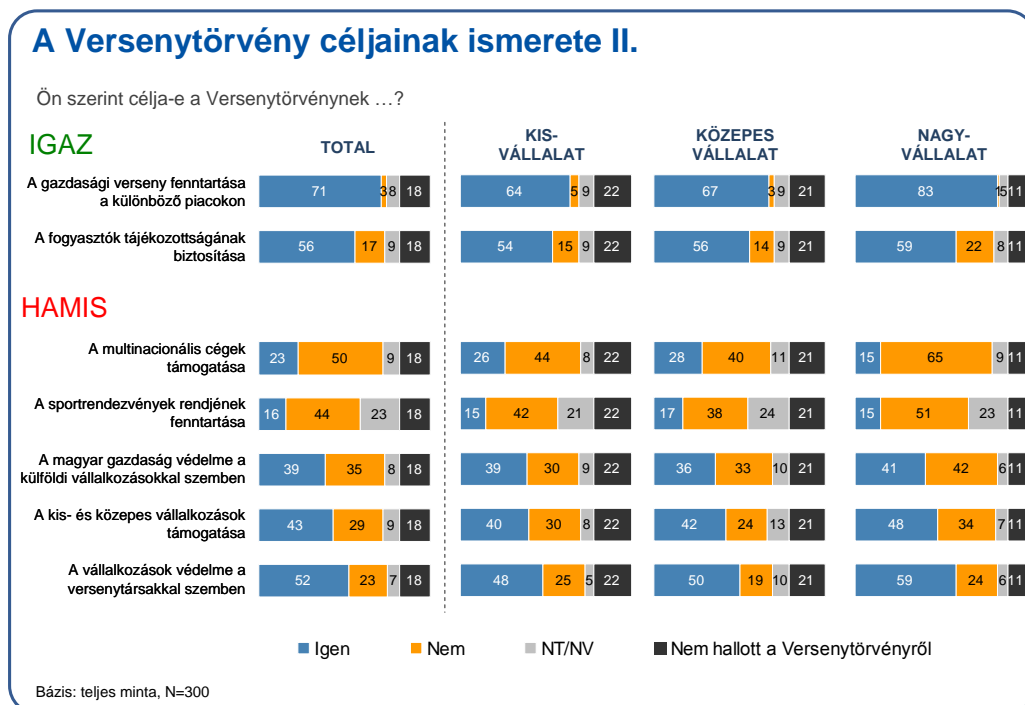
A nyitott kérdésre adott válaszok helyessége alapján csoportokba soroltuk a válaszadókat. Aki többféle választ is adott, az egy köztes kategóriába került⁶. Ennek alapján elmondhatjuk, hogy a vállalkozások képviselőinek mindössze 15%-a van teljes mértékben tisztában a Versenytörvény céljaival. Elég nagy hányaduk (közel 50%) adott csupán részben jó választ erre a kérdésre. A teljesen tájékozatlanok aránya 37%, beleértve azokat is, akik nem tudtak érdemi választ adni, illetve nem is hallottak még a Versenytörvényről.



⁶ Pl. egy jó és egy kétértelmű válasz esetén az „inkább jó”, egy jó és egy rossz válasz esetén a „kétértelmű” kategóriába került.

Az egyes lehetséges célok ismeretének támogatott vizsgálatában a nagy többség (71%) ráérez arra, hogy a Versenytörvény alapvető célja a „gazdasági verseny fenntartása a különböző piacokon”. Ennél jóval kevesebben, a vállalatvezetők valamivel több, mint fele (56%) tudta csak helyesen azt, hogy „a fogyasztók tájékozottságának biztosítása” is célja a törvénynek.

A téves célmeghatározások között is akadtak azonban olyanok, amelyeket sokan igaznak vélték; minden második válaszadó (52%) nyilatkozott úgy, hogy cél a „vállalkozások védelme a versenytársakkal szemben”, illetve több mint kétötödük (43%) gondolja úgy, hogy „a kis- és közepes vállalatok támogatása” is a Versenytörvény céljai között szerepel. A vállalatok képviselői közül minden hatodik még a sportrendezvények rendjének fenntartását is a Versenytörvény céljai közé sorolta.

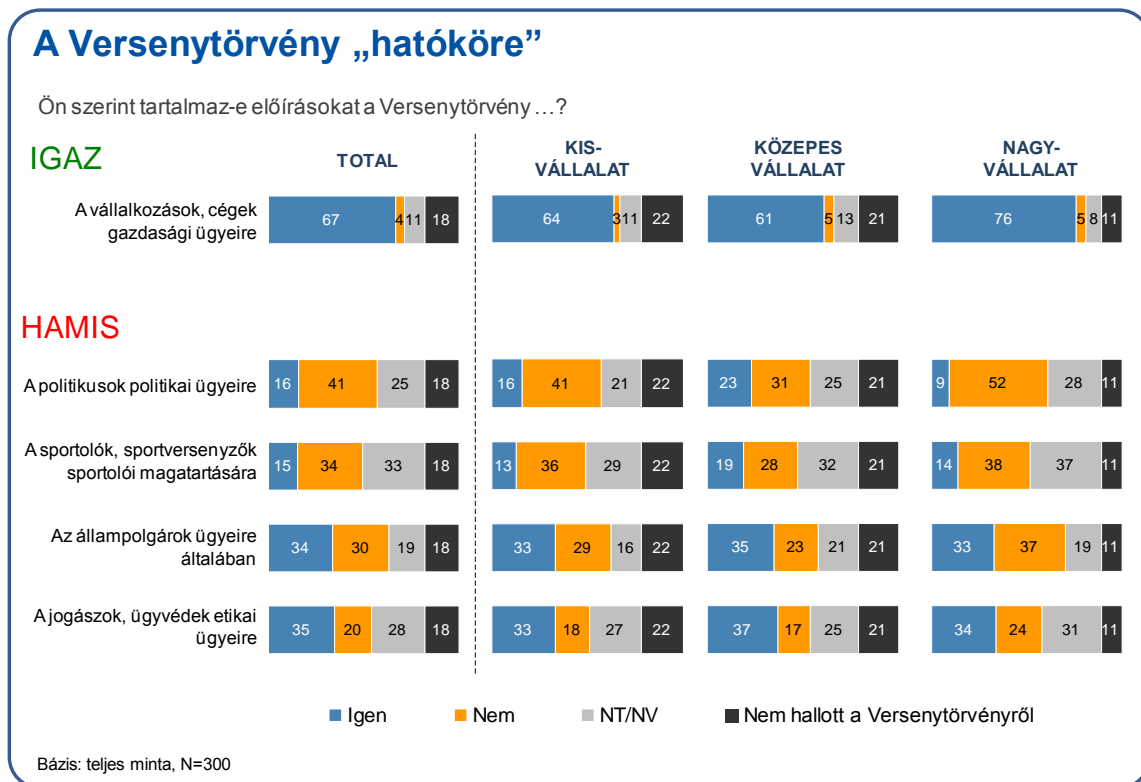


Mindössze a válaszadók 2%-a tudta mind a 7 állításra a helyes választ, és csak közel felük (49%) adott legalább négy jó választ (azaz több jó választ, mint rosszat). Míg a kis- és közepes vállalatok képviselőinek ismeretei hasonlóan alakulnak, addig a nagyvállalati vezetők érzékelhetően tájékozottabbnak bizonyultak a versenytörvény céljait illetően.

4.3.2 Ismeretek a Versenytörvény tartalmáról

A vállalatok képviselőinek kétharmada tudta, hogy a Versenytörvény a vállalkozások, cégek gazdasági ügyeire vonatkozóan tartalmaz előírásokat. A téves válaszok között viszonylag nagy arányban szerepeltek a jogászok, ügyvédek etikai ügyei, valamint az állampolgárok ügyei általában. A politikusok politikai ügyeit és a sportolók, sportversenyzők magatartását a válaszadók egyhatoda tartotta a Versenytörvény hatáskörébe tartozó területnek.

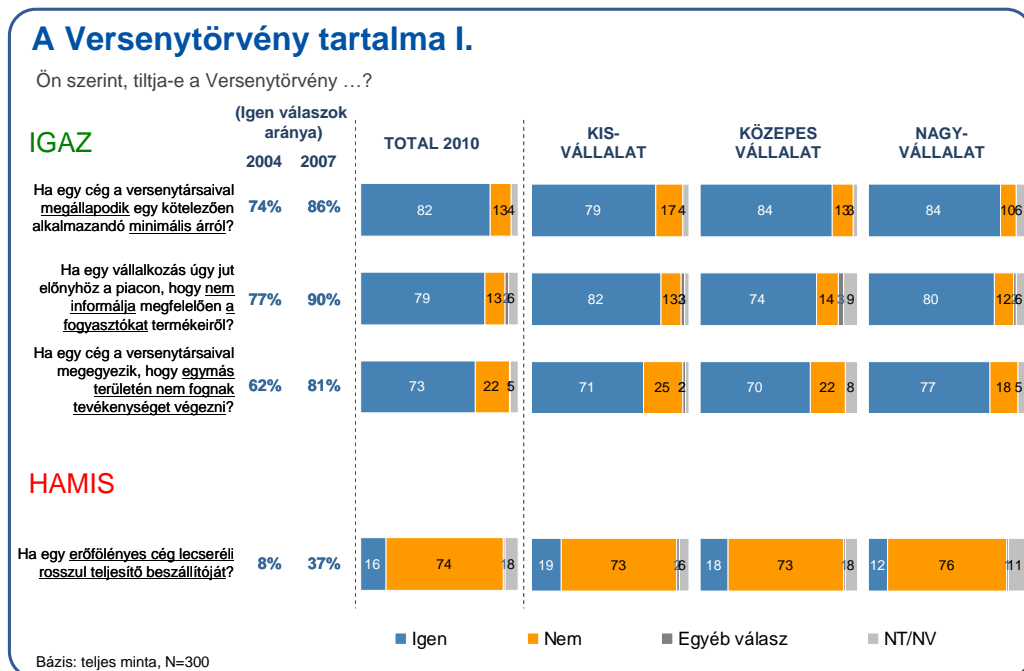
A kizárólag jó választ adók (akik csak a vállalkozások gazdasági ügyeit jelölték meg) aránya mindössze 9% volt. A nagyvállalatok vezetői közül ezekre a kérdésekre is az átlagosnál többen adtak helyes válaszokat.



Tájékozottabbak voltak a cégek vezetői a Versenytörvény tiltó rendelkezései tekintetében. Négy tevékenységről kérdeztük, hogy tiltja-e azokat a Versenytörvény, ebből három esetben (versenytársak közötti megállapodás a minimális árról, a fogyasztók megtévesztése, a piac felosztása a versenytársak között) az igen, egynél (erőfölényes cég lecseréli rosszul teljesítő beszállítóját) pedig a nem volt a helyes válasz.

Egy-egy kérdésnél a jó válaszokat adók aránya 70-80% körüli volt. Ez valamivel rosszabb arány a 2007-es eredményeknél, de jobb a 2004-eseknél. A nagyvállalatok képviselői csaknem minden területen több helyes választ adtak, mint a kisebb cégek vezetői, kivéve a fogyasztók megtévesztésére vonatkozó kérdést.

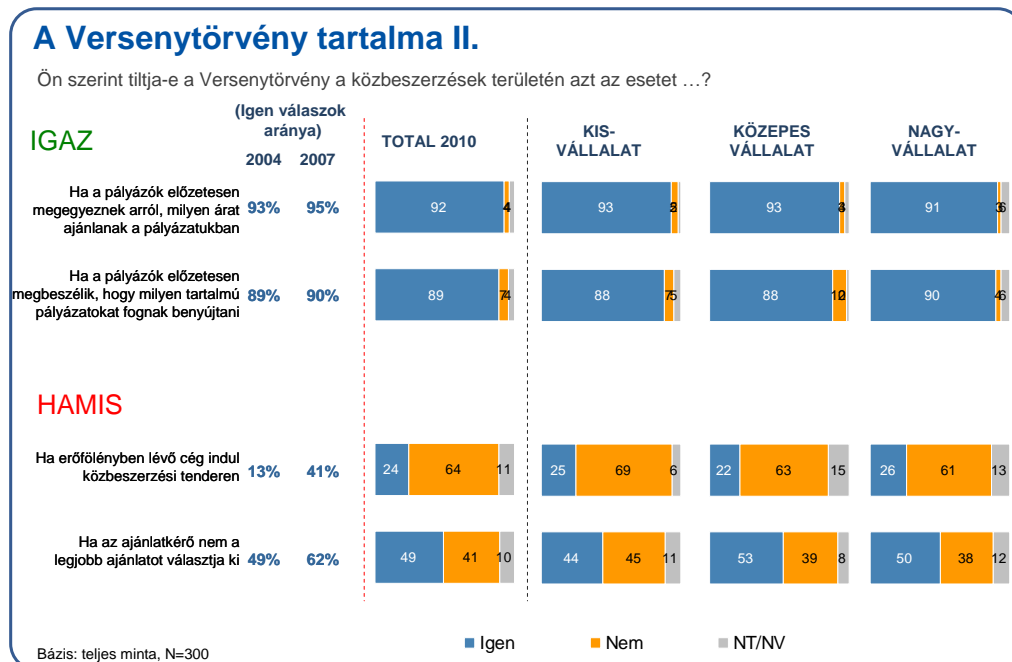
Az összes válaszadó 41%-a adott mind a négy tevékenység esetén jó választ, és mindössze 4%-uk felelt helytelenül minden kérdésre.



A közbeszerzésekre vonatkozó tilalmak (a pályázók közti előzetes ár-, illetve tartalmi egyeztetés) a válaszadók kilenczede számára ismertek.

Némileg más a helyzet a hamis állításokkal, amelyekről szintén viszonylag sokan gondolták úgy, hogy azokat is tiltja a Versenytörvény. A cégek képviselőinek közel fele szerint a törvénybe ütközik az, ha az ajánlattévő nem a legjobb ajánlatot választja ki. Egynegyedük szerint pedig szintén versenytilalom alatt áll az erőfölényben lévő cégek közbeszerzési tendereken való indulása.

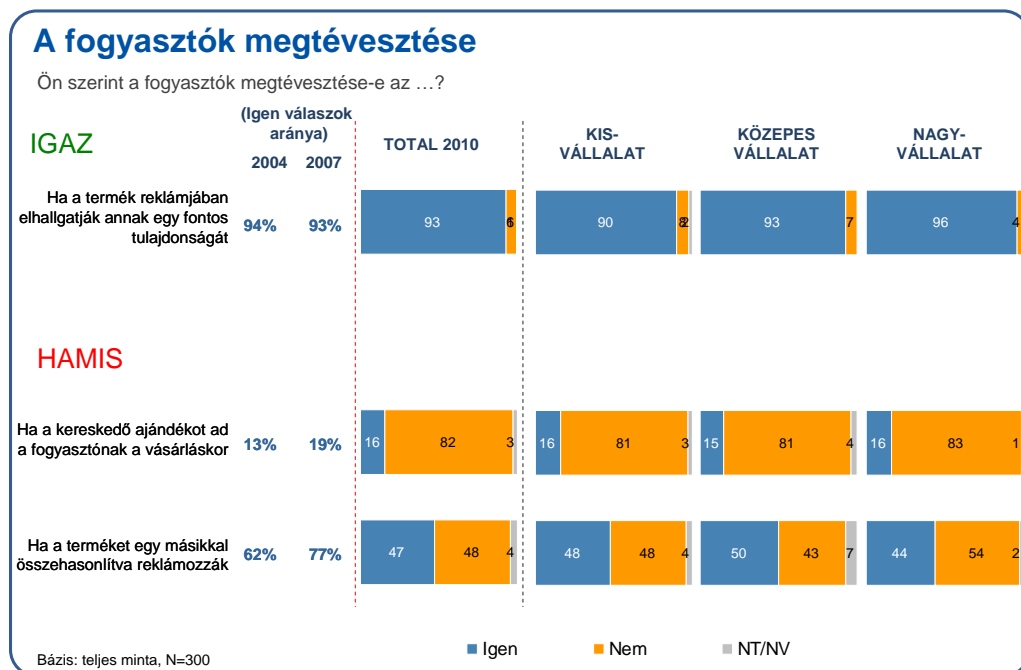
Az igaz állítások esetén a jó válaszok aránya hasonlóképpen alakult, mint az előző két hullámban. A hamis állítások tekintetében viszont trendtörés tapasztalható: a jelenlegi hullám adatai itt is inkább hasonlítanak a 2004-es adatokhoz, mint a 2007-esekhez. A cégméret kategóriák között nincsenek jelentős eltérések.



Láthattuk, hogy a vállalkozók többsége a fogyasztók megtévesztését a Versenytörvény szabályaiba ütközőnek tartja. Ennek definíciójáról viszont már jobban megoszlanak a vélemények.

A cégek vezetőinek túlnyomó többsége (93%) jól tudja, hogy ha egy termék reklámjában elhallgatják annak egy fontos tulajdonságát, akkor az a fogyasztó megtévesztésének számít. A korábbi két hullámban is hasonló volt a helyes válaszok aránya.

A túlnyomó többség, 82% azt is jól tudja, hogy a vásárló megajándékozása nem ütközik a versenytörvénybe. Ugyanakkor a válaszadók csupán 48%-a véli úgy, hogy nem számít megtévesztésnek az, ha egy terméket egy másikkal összehasonlítva reklámoznak.



4.3.3 Ismeretek a Versenytörvény megsértésének következményeiről

A vállalkozások képviselői viszonylag jól tudják, hogy milyen jogkövetkezményekkel jár a Versenytörvény megsértése. A nyitottan feltett kérdésre a megkérdezettek 5%-a nem tudott válaszolni, 3%-uk pedig úgy véli, semmilyen jogkövetkezménye nincs a törvény megsértésének.

A jó válaszok közül a pénzbírságot említették a legtöbben (83%), de viszonylag sokszor került elő az adott magatartástól való eltiltás is (46%). Az előbbit 2007-ben is ilyen arányban említették.

A rossz válaszok közt legnagyobb arányban az szerepelt, hogy a GVH ajánlásokat tehet (33%), és viszonylag sokan említették még a vállalkozás felszámolását (16%).

A semleges vagy ambivalens válaszok között leggyakoribb a vezetők szabadságvesztésének⁷ említése volt (13%).

Jogkövetkezmények						
Ön szerint milyen jogkövetkezményekkel járhat, ha egy vállalkozás nem tartja be a Versenytörvény rendelkezéseit? (SPONTÁN válaszok)						
	(Említések aránya)		TOTAL 2010	KIS-VÁLLALAT	KÖZEPES VÁLLALAT	NAGY-VÁLLALAT
	2004	2007				
IGAZ						
Pénzbírság	56%	83%	83	76	87	87
Az adott magatartástól való eltiltás	8%	8%	46	39	48	50
A vezetők szabadságvesztése	-	-	13	13	10	17
Közbeszerzésből, tenderből kizárás	-	-	3	4	3	2
Feljelentés, eljárás, jogi következmény	-	-	2	2	3	2
HAMIS						
A GVH ajánlásokat tehet (javaslat a visszasság megszüntetésére)	15%	3%	33	28	35	36
A vállalkozás felszámolása	2%	-	16	12	17	19
Semmilyen következménnyel nem járhat	3%	-	3	6	1	1
Figyelmeztetés	-	-	1		1	2
EGYÉB VÁLASZOK						
Valamilyen büntetés	-	-	1	1	1	1
Sajtómegjelenés, nyilvánosság	-	-	1		1	1
Attól függ, milyen súlyos	-	-	1		1	1
Egyéb	-	-	3	2	3	3
NT/NV	10%	5%	5	9	4	3

Bázis: teljes minta, N=300

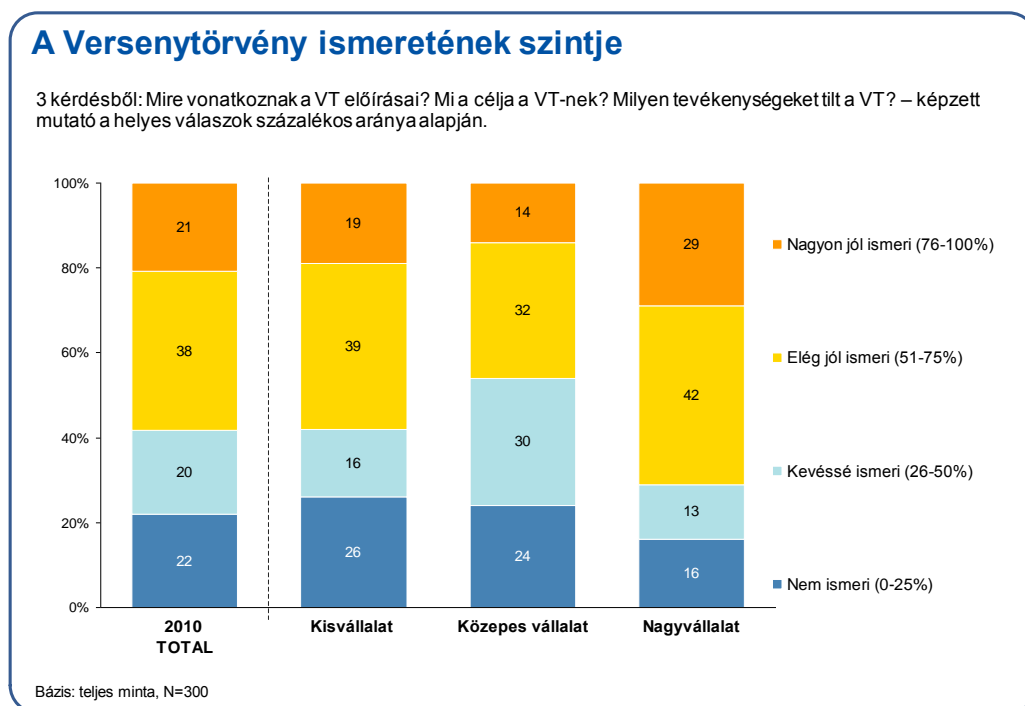
⁷ Ez csupán közvetett jogkövetkezmény: a GVH nem tud ilyen szankciót alkalmazni, de ha egyes általa feltárt tényállások büntetőjogba is ütköznek, és ha a GVH feljelentése nyomán a rendőrség eljár, akkor annak valóban lehet szabadságvesztés a következménye.

4.3.4 Összesített ismereti mutató

Három, az előzőekben bemutatott, a Versenytörvényre vonatkozó kérdésből (mire vonatkoznak a Versenytörvény előírásai; mi a célja a Versenytörvénynek; milyen tevékenységeket tilt) képeztünk egy összesített ismereti mutatót. Ez az index azt mutatja meg, hogy egy adott válaszadó az összes ezzel kapcsolatos kérdés hány százalékára adott helyes választ. Azok, akik még nem hallottak korábban a Versenytörvényről automatikusan az utolsó („Nem ismeri”) csoportba kerültek, függetlenül attól, hogy az – index részét képező – zárt kérdések közül hányra adtak helyes választ.

Ez alapján a vállalkozások vezetőinek egyötöde ismeri nagyon jól a törvényt (a kérdések legalább háromnegyedére helyes választ adott), és további 38%-uk ismeri azt elég jól (a jó válaszok aránya 51-75%). A törvényt kevésbé ismerők aránya (akiknél már több volt a rossz válasz, mint a jó) 20%, míg az azt gyakorlatilag egyáltalán nem ismerőké (akik a kérdések maximum egynegyedére adtak jó választ, illetve nem is hallottak még a Versenytörvényről) 22%.

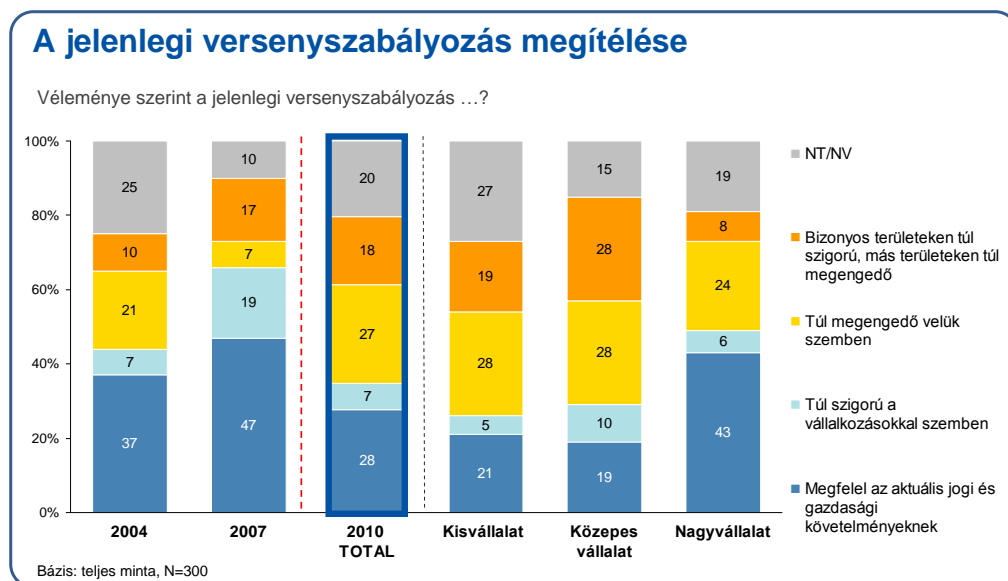
A nagyvállalatok képviselői ismerik a legjobban a Versenytörvényt, a közepes vállalkozásoké a legkevésbé.



4.4. A versenyszabályozás értékelése

Az elmúlt időszakban romlott a versenyszabályozás megítélése a vállalkozások körében. Míg 2007-ben a cégek képviselőinek 47%-a vélte úgy, hogy az megfelel az aktuális jogi és gazdasági követelményeknek (2004-ben 37%), idén már csak 28%-uk. A vállalati szegmensek közül a nagyvállalatoknál tapasztaltuk a legnagyobb mértékű elégedettséget.

Az elégedetlenség többnyire abból fakad, hogy túl megengedőnek (27%), illetve inkonzisztensnek (18%) tartják a szabályozást a vállalkozásokkal szemben. Túl szigorúnak mindössze 7% véli a törvényt.

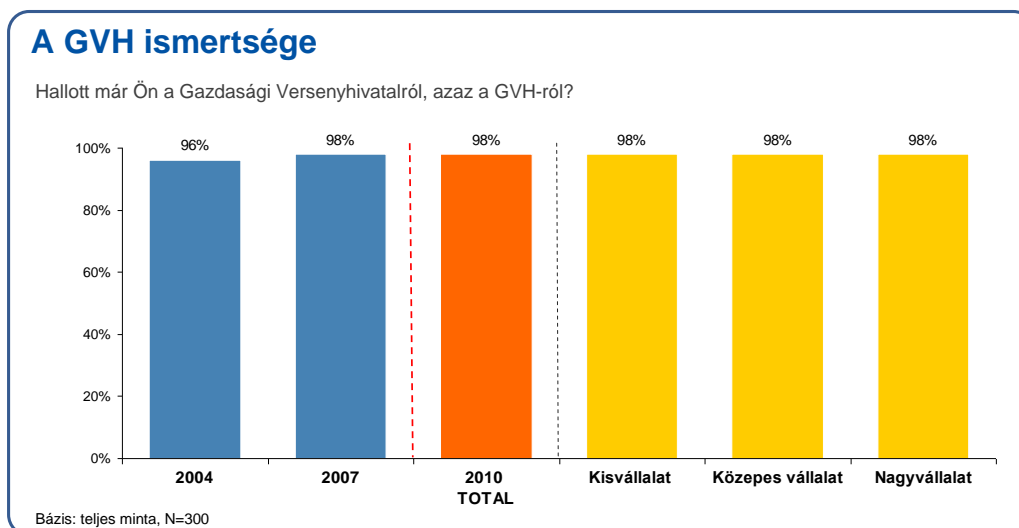


5. A GVH ismertsége, megítélése

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

5.1. A GVH általános ismertsége

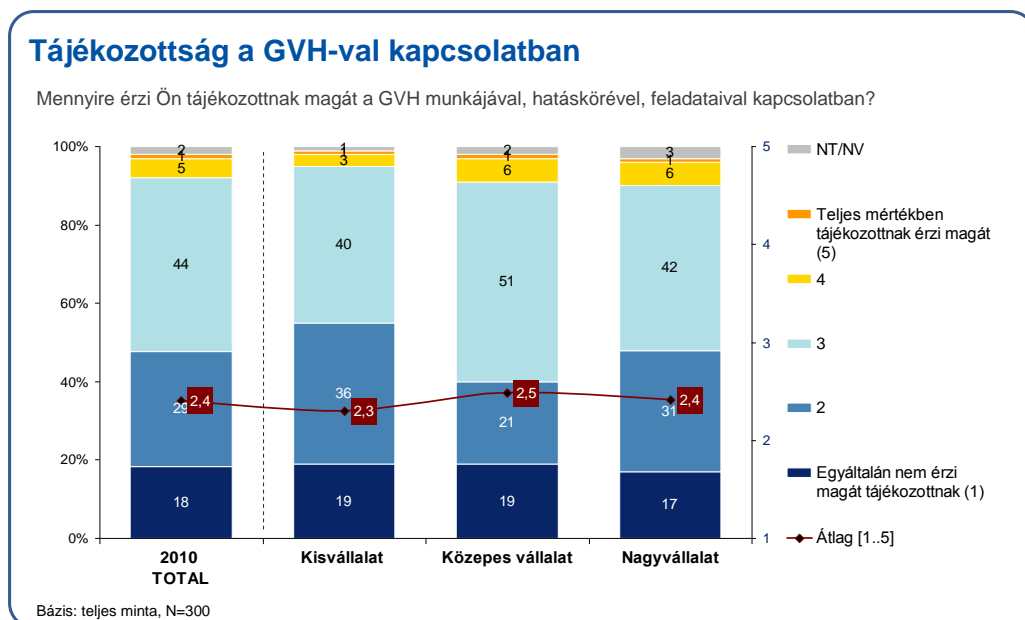
A vállalatok vezetői közül szinte mindenki hallott már a GVH-ról; elenyésző, mindössze 2% azoknak az aránya, akik soha nem találkoztak még a versenyhivatal nevével. Az GVH-t ismerők aránya (98%) pontosan megegyezik a 2007-ben mérttel, és az egyes vállalatípusok között sem tapasztalható eltérés e téren.



Mindössze 1% azoknak az aránya, akik teljes mértékben tájékozottnak érzik magukat a GVH munkájával, hatáskörével, feladataival kapcsolatban, és az inkább tájékozottak köre (4-es vagy 5-ös válasz az 1-5-ig terjedő skálán) is viszonylag alacsony, 6%. A legtöbben közepesre osztályozták ismeretük szintjét (44%), közel minden második vállalatvezető (47%) pedig bevallotta, hogy igazán nem érzik magukat tájékozottnak a GVH-val kapcsolatban (ebből 18% egyáltalán nem).

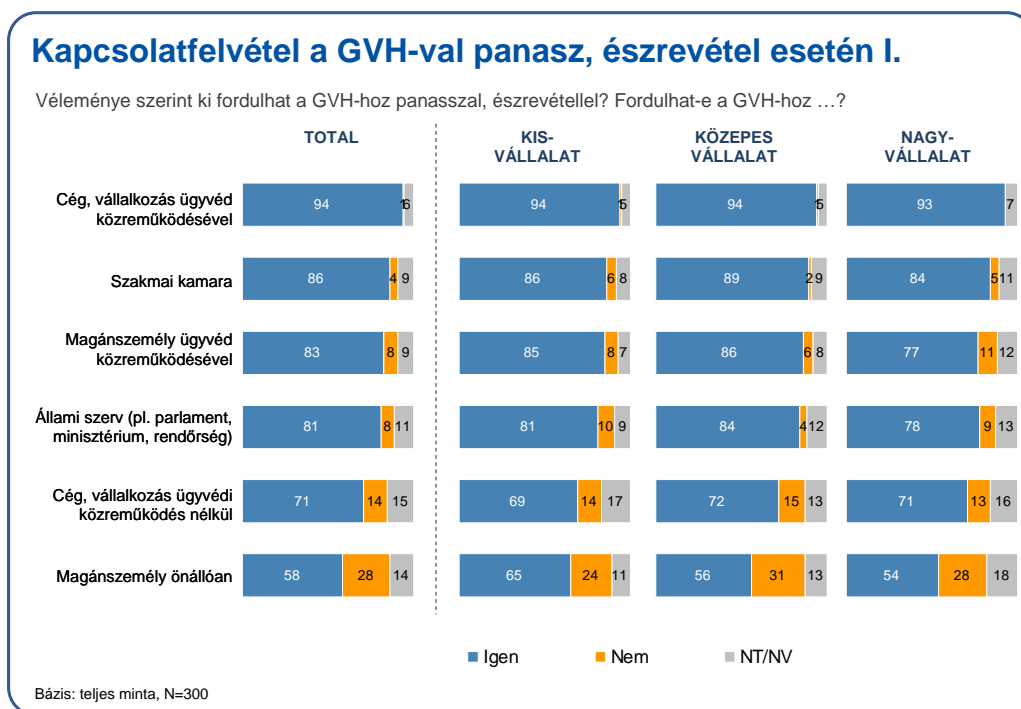
Leginkább a kis-, legkevésbé pedig a közepes méretű cégek vezetői érzik úgy, hogy a Versenyhivatallal kapcsolatos ismereteik nem elég alaposak.

A korábbi hullámokkal való összehasonlíthatóság az alkalmazott skála eltérése miatt ugyan korlátozott, de megállapítható, hogy 2007-hez képest visszaesés tapasztalható azok arányában, akik magukat teljes mértékben tájékozottnak tartják (1% vs. 12%). Az eredmény inkább a 2004-ben mérthez közelít (2%).



5.2. A GVH működésének ismerete

A vállalkozások vezetői szinte kivétel nélkül (94%) tudják, hogy egy vállalkozás ügyvéd közreműködésével panasszal, észrevétellel fordulhat a GVH-hoz, de csak 71%-uk van tisztában azzal, hogy ügyvéd közreműködése nélkül is kapcsolatba lehet lépni a versenyhivatallal. A megkérdezettek közül azt tudták a legkevesebben (58%), hogy adott esetben egy magánszemély önállóan, akár ügyvéd közreműködése nélkül is fordulhat észrevétellel, panasszal a GVH-hoz.

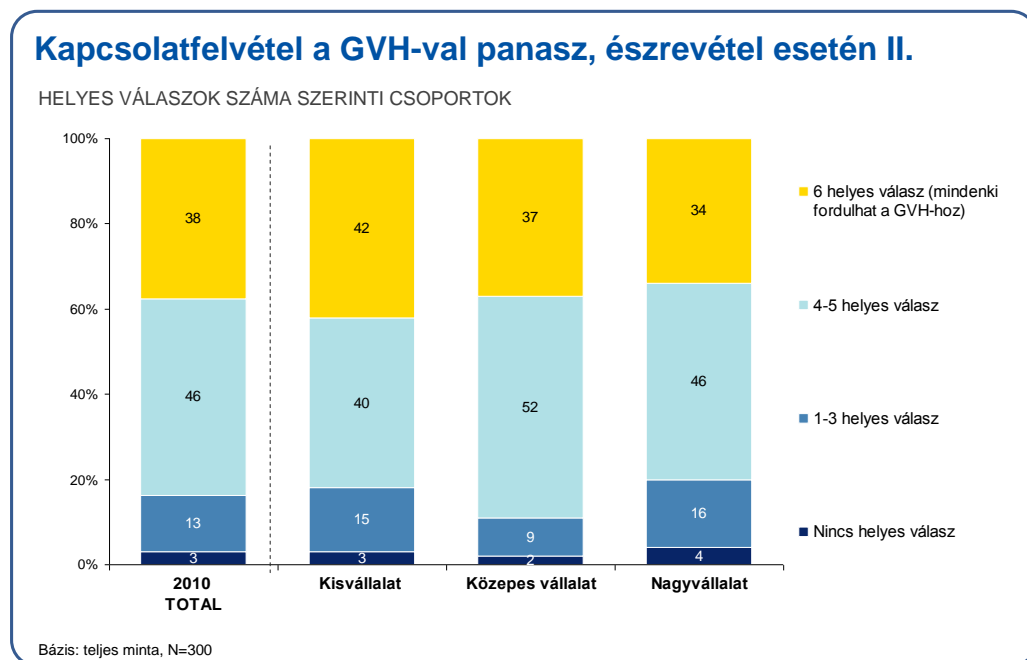


Fontos megjegyezni azt is, hogy a magánszemélyekről a válaszadók 27%-a, a cégekről, vállalkozásokról pedig 24%-a véli úgy, hogy csak ügyvédi közreműködéssel fordulhatnak a GVH-hoz.

Válaszok aránya	
Magánszemély csak ügyvéd közreműködésével	27%
Cég, vállalkozás csak ügyvéd közreműködésével	24%

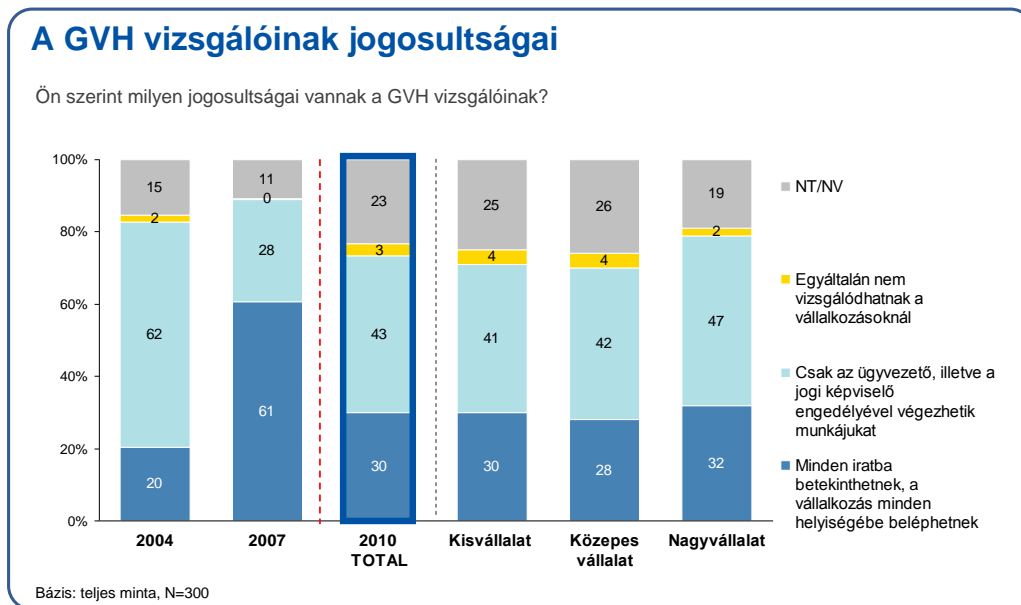
Több mint minden harmadik vezető (38%) tisztában van azzal, hogy gyakorlatilag bárki fordulhat a GVH-hoz, ha panasza, észrevétele van. (Azaz a felsorolt személyek, intézmények mindegyikére igennel válaszolt). A helyes válaszok aránya a cégméret növekedésével azonban csökken.

Legtöbben, a válaszadók közel fele (46%) úgy véli, hogy a felsoroltak közül csupán egy vagy két olyan személy, intézmény van, aki nem fordulhat közvetlenül a GVH-hoz, de akadnak olyan vállalatvezetők is (3%), akik azt gondolják, hogy gyakorlatilag senkinek sincs jogosultsága a GVH-hoz fordulni.

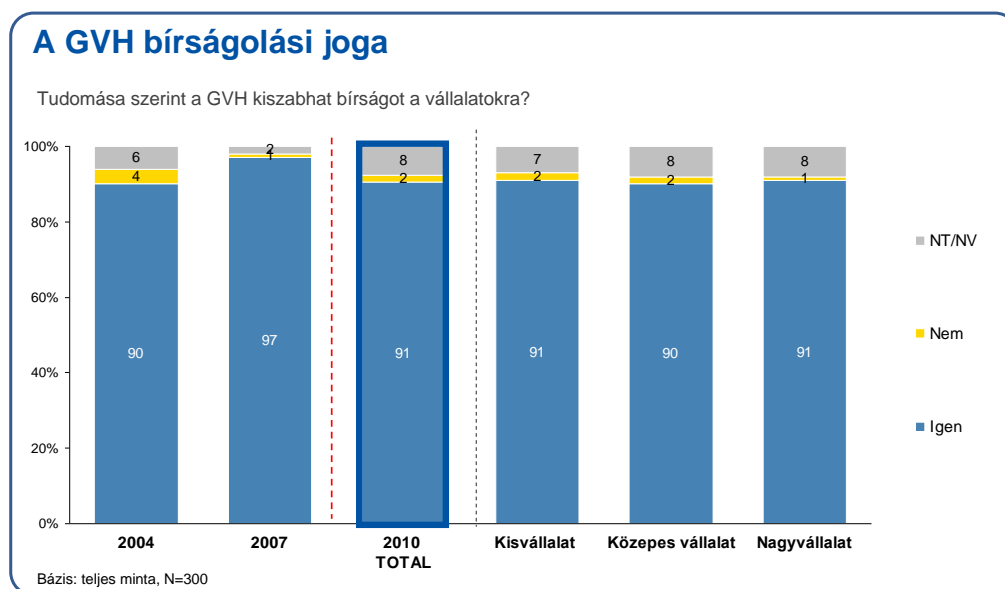


A vállalkozások képviselőinek közel egyharmada (30%) gondolja úgy – helyesen –, hogy a GVH vizsgálóinak joga van a vállalat összes iratába betekinteni, illetve minden helyiségbe belépni, míg 43% úgy véli, hogy csak az ügyvezető vagy a jogi képviselő engedélyével végezhetik a munkájukat. A kérdésre közel minden negyedik (23%) cégvezető nem tudott válaszolni.

A 2007-es hullám eredményeihez képest idén drasztikusan alacsonyabb (30% vs. 61%) azok aránya, akik úgy gondolják, hogy a GVH vizsgálóinak joga van teljes körű átvizsgálásra belső engedélyezés nélkül. Ha azonban a jelenlegi eredményt a 2004-es hullámban mért adatokkal hasonlítjuk össze, akkor 10 százalékpontos növekedést tapasztalunk.

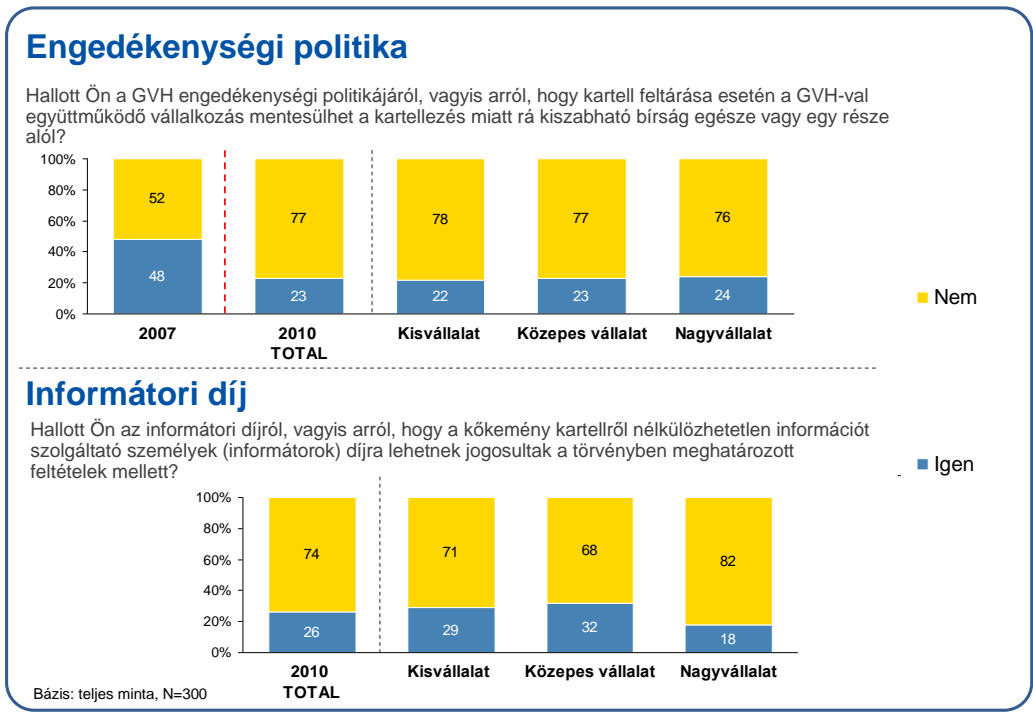


Tízből kilenc vállalatvezető (91%) tisztában van azzal, hogy a GVH-nak jogában áll bírságot kiszabni a vállalatokra, 2% vélekedik úgy, hogy nem jogosult ilyen szankciókat alkalmazni, 8% pedig nem tudott választ adni a kérdésre. A válaszok megoszlása ennél a kérdésnél is inkább a 2004-es hullám eredményeihez közelít; 2007-hez képest 6 százalékponttal csökkent azok aránya, aki helyes választ adtak.



A GVH-val kapcsolatos ismereteket a GVH által alkalmazott két konkrét eszköz, az engedékenységi politika és az informátori díj kapcsán is vizsgálta a felmérés. Kevesebb mint minden negyedik (23%) vállalatvezető hallott már a GVH engedékenységi politikájáról, azaz tudja, hogy kartell feltárása esetén a GVH-val együttműködő vállalkozás mentesülhet a rá kiszabható bírság egésze vagy egy része alól.

Az informátori díjról is csak valamivel több mint minden negyedik (26%) vállalat képviselője hallott már. Ez a mutató a nagyvállalatok képviselői között még alacsonyabb (18%).

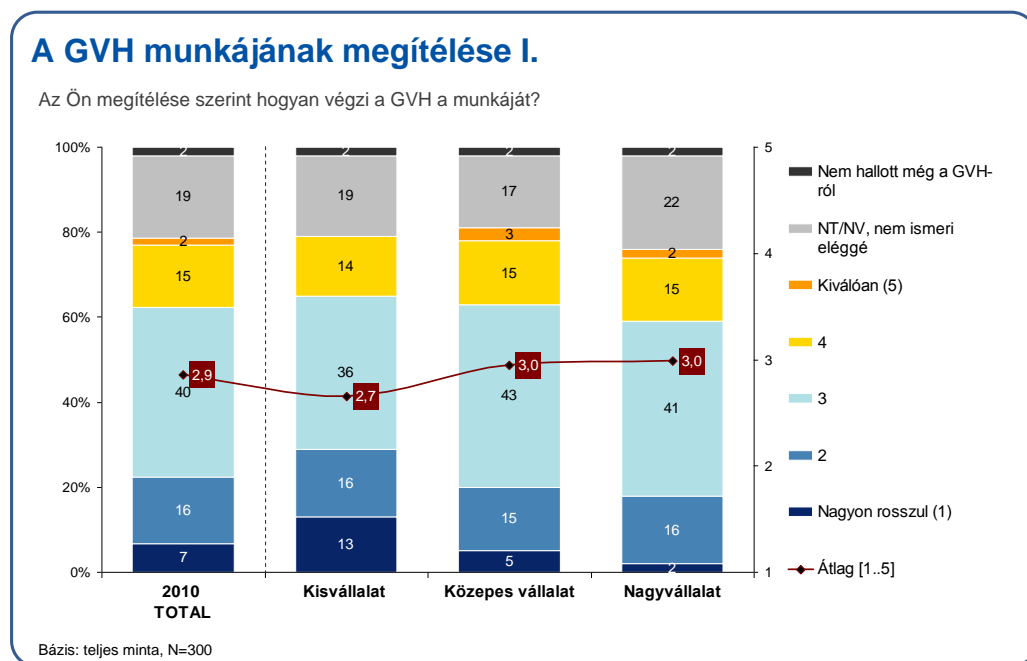


5.3. A GVH megítélése

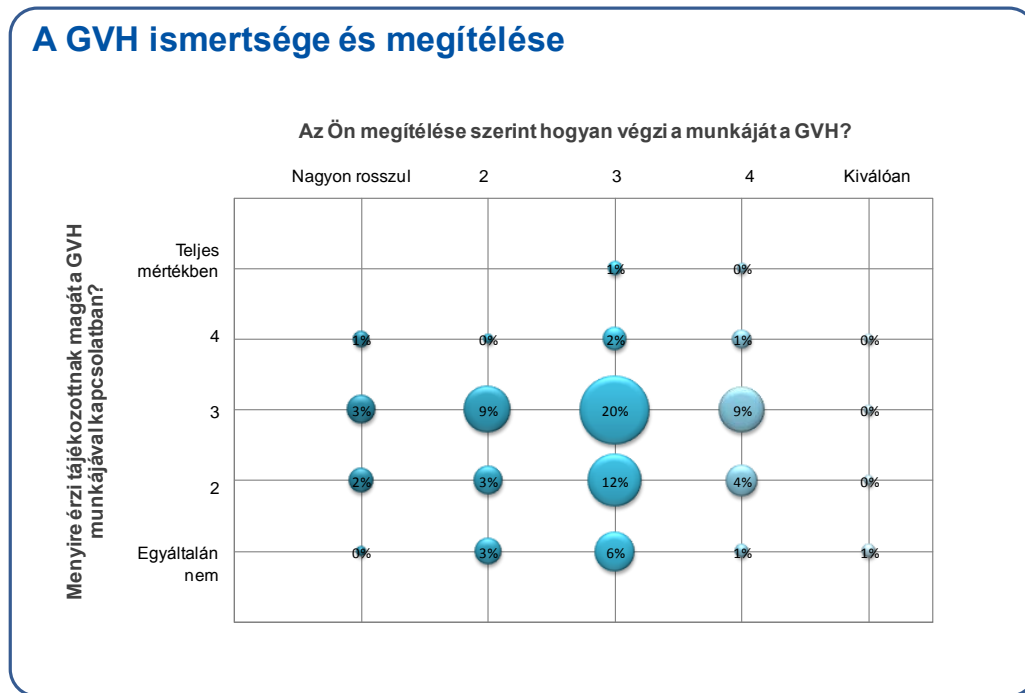
A GVH munkájának értékelésére a korábbi hullámokkal összehasonlítva valamivel többen, a válaszadók több mint négyötöde (79%) vállalkozott (2004: 70%, 2007: 67%), ami azt sugallja, hogy a korábbi évekhez képest nőtt azoknak a vállalati képviselőknek a száma, akiknek kialakult képe, véleménye van a GVH munkájáról.

A kapott eredmények ugyan az alkalmazott skálák különbözősége miatt nem hasonlíthatók össze közvetlenül a korábbi hullámok eredményeivel, de az megállapítható, hogy továbbra is nagyon alacsony, 2% azoknak az aránya, akik kiváló minősítést adtak a GVH munkájára (2004: 2%; 2007: 1%).

A vállalkozók 17%-a gondolja úgy, hogy a GVH jól vagy kiválóan végzi a munkáját, 40% adott semleges, közel egynegyedük (23%) pedig rossz vagy nagyon rossz értékelést. A GVH munkájával a legkevésbé a kisvállalatok képviselői elégedettek, 29%-uk vélekedik úgy, hogy a GVH inkább rosszul vagy nagyon rosszul végzi a munkáját.



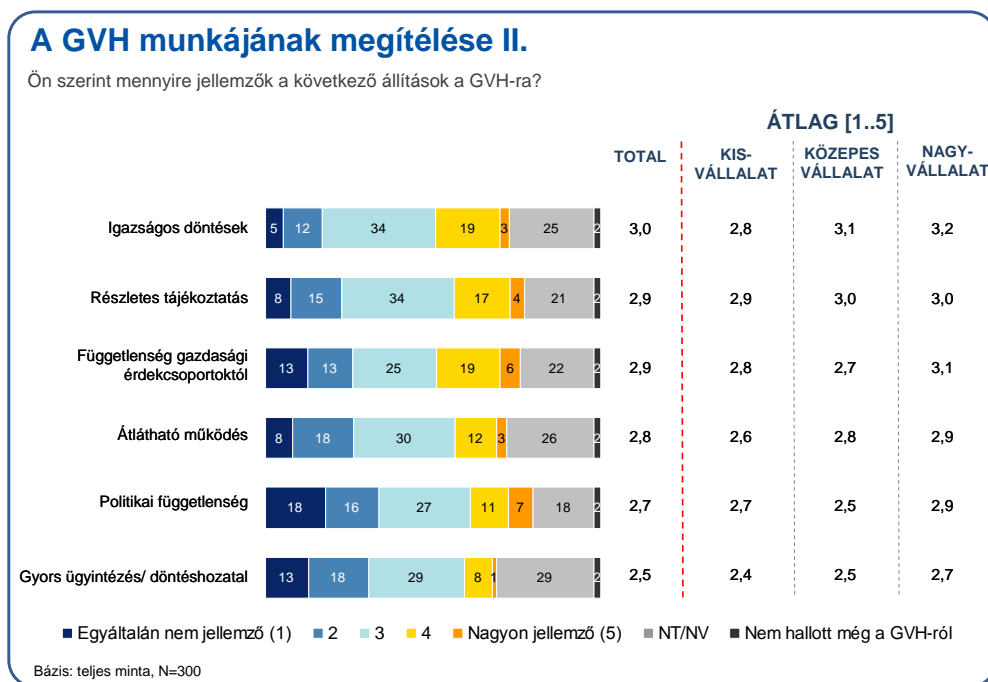
Nincs szignifikáns összefüggés aközött, hogy mennyire érzi magát egy vállalkozó tájékozottnak a GVH munkájával kapcsolatban és mennyire elégedett azzal. A legjellemzőbb kombináció a közepesen tájékozott és közepesen elégedett vállalkozó.



A GVH munkáját különböző szempontok alapján is véleményezniük kellett a válaszadóknak. El kellett dönteniük, hogy mennyire jellemzik a GVH-t például az igazságos döntések, az átlátható működés stb. A legtöbben a politikai függetlenség alapján (80%), a legkevesebben pedig az ügyintézés/döntéshozatal gyorsasága alapján (69%) tudták megítélni a GVH munkáját.

Általánosan megállapítható, hogy a pozitív jellemzők egyikét sem kapcsolja a célcsoport többsége a GVH-hoz. Az átlagok alapján kialakult sorrendiséget tekintve még leginkább az igazságos döntéseket és a részletes tájékoztatást tartják a GVH sajátjának a felsoroltak közül, de az 1-5-ig terjedő skálán történő értékelések átlaga még ezen állítások szerint sem haladja meg a 3-as, átlagos értéket (3,0 vs. 2,9). A cégvezetőket a „függetlenség gazdasági érdekcsoportoktól” állítás osztja meg a leginkább. Itt viszonylag magas azoknak az aránya, akik nem tartják igaznak ezt a GVH-ra (26%) és azoké is, akik igaznak tartják (25%). Összességében a legkevésbé a gyors ügyintézés/ döntéshozatalt érzik jellemzőnek a GVH-ra (mindössze 9%),

A kis vállalatok képviselőinek kedvezőtlenebb vélekedése ennél a kérdésbloknál is jellemző volt: ők minden pozitív állítást valamivel kisebb arányban társítanak a GVH-hoz, mint a nagy cégek vezető munkatársai.



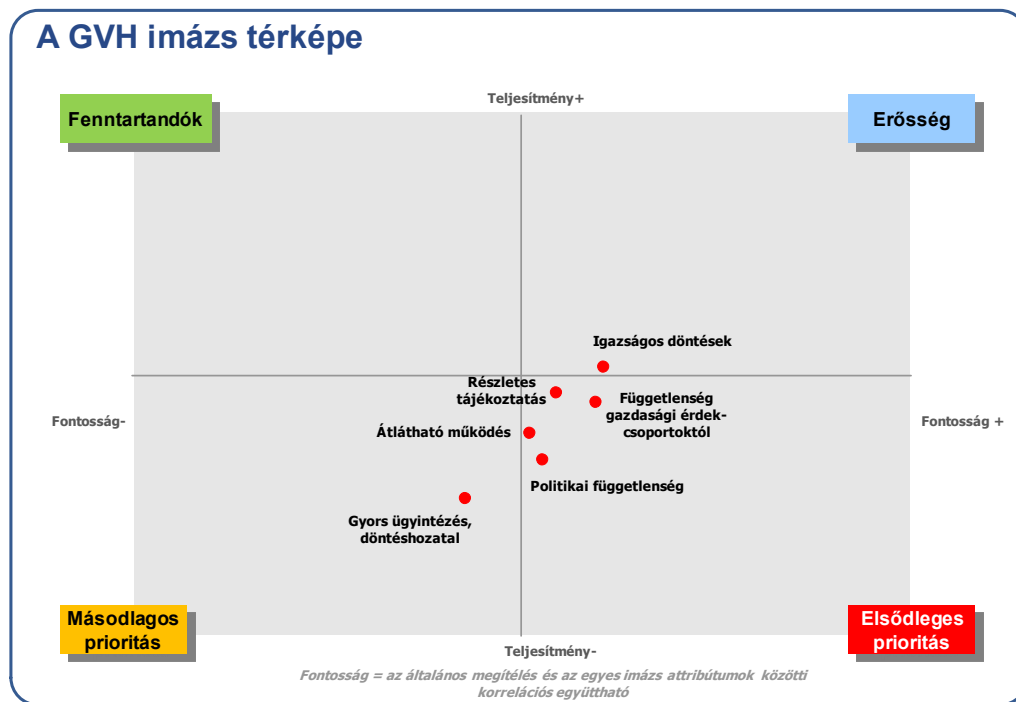
Korreláció elemzés segítségével vizsgáltuk, hogy mennyire szorosan kötődnek a fent bemutatott jellemzők a GVH általános megítéléséhez, azaz másképpen fogalmazva mely területeken kialakult percepciók mentén formálódik az általános vélemény.

A GVH-ról kialakult általános kép az igazságos döntések, a gazdasági érdekcsoportoktól való függetlenség és a részletes tájékoztatás terén történő megítéléssel van a leginkább szoros kapcsolatban, ebben a sorrendben.

Fontos azonban megjegyeznünk, hogy valamennyi vizsgált tényező fontosnak mutatkozott az elemzés során, vagyis a korrelációs együtthatók minden jellemzőre vonatkozóan viszonylag magasak, viszont nincs jelentős különbség közöttük.

	Korrelációs együttható (r)	Fontossági sorrend	Teljesítmény (átlag 1-5-ig skálán)	A teljesítmény sorrendje
Igazságos döntések	0,563	1.	3,0	1.
Függetlenség gazdasági érdekcsoportoktól	0,557	2.	2,9	3.
Részletes tájékoztatás	0,527	3.	2,9	2.
Politikai függetlenség	0,516	4.	2,7	5.
Átlátható működés	0,506	5.	2,8	4.
Gyors ügyintézés, döntéshozatal	0,457	6.	2,5	6.

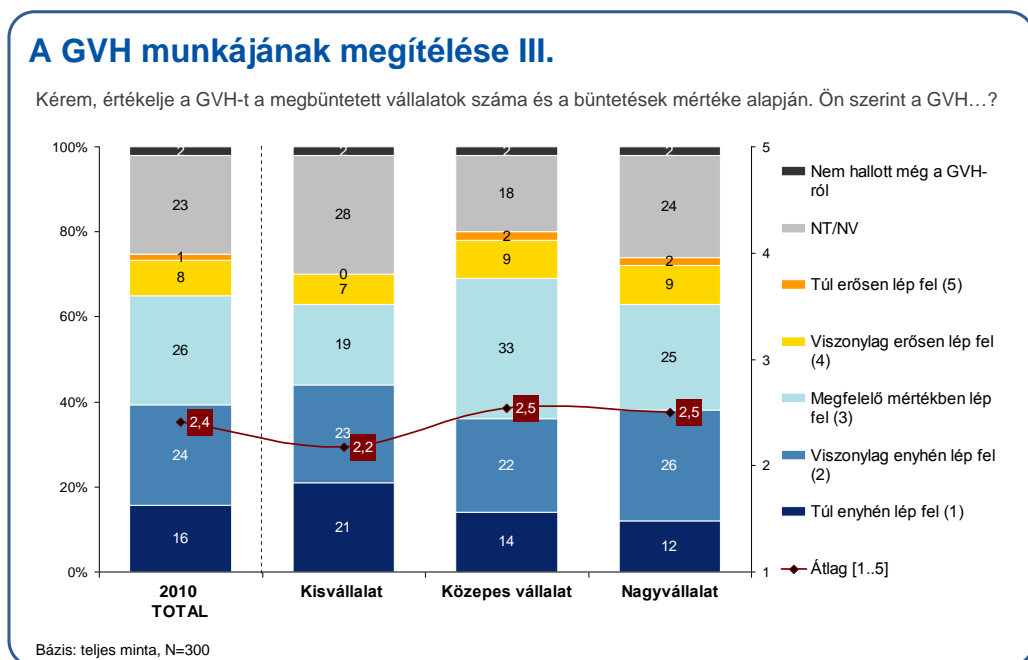
Egy úgynevezett imázstérképen együtt jelenítettük meg az egyes jellemzők fontosságát⁸, illetve a GVH (érzékelt) teljesítményét e jellemzők szerint. Az ábrát négy területre osztja a két mutató (fontosság és teljesítmény) középértékénél húzott vonal. A felső két szegmensben vannak a jobban teljesítő elemek, az alsókban a gyengébbek. A jobb oldalon találjuk a fontosabb jellemzőket, a bal oldalon a kevésbé fontosakat. Ez alapján a jobb felső területen helyezkednek el a GVH erősségei közül azok, amelyek egyúttal fontosak is. Ide egy tényező került a vállalkozók esetén: az igazságosság. Egy jellemző került az ábra bal alsó negyedébe, a másodlagos prioritások közé (gyenge teljesítmény, de kevésbé is fontos): a gyorsaság. Az összes többi vizsgált tényező a jobb alsó negyedben helyezkedik el, az elsődleges prioritások között (gyenge teljesítmény és fontos). Az viszont az ábrán is látszik, hogy a legtöbb jellemző az origó közelében, egymáshoz közel helyezkedik el, azaz mind a vizsgált jellemzők fontossága, mind pedig a GVH megítélése e szempontok szerint hasonló.



⁸ A fontosságot az adott jellemző és a GVH összteljesítménye közötti korreláció alapján határoztuk meg.

Az idei felmérés kitért a GVH „szigorúságával” kapcsolatos véleményekre is. A megkérdezettek közel egynegyede (23%) nem tudja minősíteni a GVH-t ebből a szempontból, és csak minden negyedik vállalatvezető gondolja úgy, hogy a GVH fellépése pont megfelelő a megbüntetett vállalatok száma és a büntetések mértéke alapján. A relatív többség (40%) úgy véli, hogy a GVH inkább engedékeny (viszonylag vagy túl enyhén lép fel), és a válaszadóknak csak kevesebb mint egytizede (9%) gondolja úgy, hogy a GVH inkább erősen lép fel az ilyen esetekben.

A kis létszámú vállalatok képviselői vélekednek relatíve nagyobb arányban úgy, hogy a GVH a kelleténél kevésbé szigorú a büntetések kiszabásában. Az „elégedettek” aránya a közepes vállalatoknál a legnagyobb; körükben minden harmadik vállalatvezető (33%) gondolja úgy, hogy a GVH pont megfelelő szigorúsággal lép fel.



6. Az EU tagság hatása a versenyszabályozásra

A megkérdezett vezetők valamivel több, mint fele (55%) gondolja helyesen azt, hogy az Európai Bizottságnak joga van eljárni bizonyos versenyjogsértések esetén a magyar vállalkozásokkal kapcsolatban. A kis- és közepes vállalatok képviselői között kevesebben (53 és 52%), a nagyvállalatok képviselői között pedig az átlagos mértéket meghaladó hányadban (59%) vannak olyanok, akik jól tájékozottak e téren. Egyéb jellemzők szerint is találunk különbséget a tájékozottság tekintetében: a megyeszékhelyen, illetve a szolgáltatás és mezőgazdaság területén tevékenykedő cégek képviselői az átlagosnál nagyobb arányban adtak helyes választ a kérdésre.

A korábbi hullámok eredményeivel összehasonlítva némi visszaesés tapasztalható: 2004-től folyamatosan csökken azok aránya, akik úgy vélik, hogy az Európai Bizottságnak joga van ilyen esetekben eljárni hazánkban is.

Ugyanakkor már a vállalatvezetők kétharmada (67%) tudta helyesen azt, hogy a GVH nem csak a magyar Versenytörvény, hanem az EU versenyszabályai alapján is eljárhat. Ez az arány – a 2007-es visszaesés után (59%) – megegyezik a 2004-es eredménnyel.

