



TNS Hoffmann



TCR kampányhatékonyság-mérés – 2015 VÁLLALKOZÁSOK

Tartalom

1. Vezetői összefoglaló	3
2. Bevezetés	5
2.1 A kutatás módszere	6
2.2 A minta megbízhatósága	6
2.3 A kérdőív	7
2.4 A minta összetétele.....	8
3. A kartellezés egyes formáinak percepciója, megítélése és törvényessége.....	9
3.1 A kartellezés egyes formáinak percepciója	10
3.2 A kartellezés egyes formáinak elfogadottsága	12
3.3 A kartellezés egyes formáinak törvényességi percepciója.....	14
3.4 A kartellezés egyes formáinak elfogadottsága és percepciója	16
3.5 A kartellezés általános percepciója.....	18
4. A kartellezés jogi megítélése.....	19
4.1 A kartellezés általános jogi megítélése	19
4.2 A kartellezés jogi következményei	19
5. A GVH munkája	21
5.1 A GVH ismertsége.....	21
6. Az engedékenységi politika ismertsége és megítélése	23
7. A kartell-ügyek bejelentésére való nyitottság.....	27

1. Vezetői összefoglaló

- A magyarországi kis- és középvállalkozások körében ismert, hogy a kartellezést a törvény nem engedi. Bár annak szankcióiról megoszlanak a vélemények, azonban a többség tudja és érzi, hogy ennek mind gazdasági, mind a vezetőket személyesen érintő, akár rendkívül súlyos következményei is lehetnek.
- Bár a kartellezés gyakoriságát nem tartják magasnak, azonban a döntő többségük azt gondolja, hogy a saját piacán már legalább egy alkalommal előfordult a kartellezés valamilyen formában.
- Láthatóan a kartellezés szinte mindegyik típusa kisebb-nagyobb rendszerességgel előfordul a cégek életének körülbelül felében. Az egyes típusok között nagy különbségek nincsenek, így az állapítható meg, hogy a nincs egy kifejezett gyakori kartellezési mód, hanem annak szinte minden fajtája virágzik.
- A kartellezés Magyarországon a cégek körében nem egyértelműen elutasított. A szakmai szövetség adatmegosztásai azok, amiket egy jelentős részük elfogadhatónak tart egyértelműen. A többi esetben a vélemények megoszlanak. Teljes, vagy nagyarányú elutasítás szinte egyik esetben sem tapasztalható, azaz sokan a kartellezést a hétköznapiak velejárójaként tartják számon.
- A vélemények eléggé megoszlanak, hogy milyen megállapodás engedélyezett a törvény által és melyik nem. Ez lehet az egyik oka annak, hogy bár a törvényi következményekkel tisztában vannak, azonban az adott események megítélésében inkább a piaci gyakorlat, szokásjog, mint törvényi tudás állna.
- Az engedékenységi politikáról a cégek negyede hallott eddig és a többségnek nincs nagyon véleménye róla.
- A kartell ügyek bejelentésében nem nagyon hisznek a vállalatok. Ebben szerepet játszik az igazságszolgáltatásban és az eljáró szervekben való bizalmatlanság – beleértve, hogy úgy érzik, ők kicsik ahhoz, hogy bármi hatásuk legyen. A nem-bejelentés másik oka, hogy félnek a piacon való ellehetetlenüléstől. Ennek megfelelően a cégek előzetesen nem is készülnek arra, hogy kartell-nyanú esetén milyen lépéseket tegyenek.

- A magyarországi cégek döntő többsége már hallott a GVH-ról és azt állítja, hogy valamilyen szinten ismeri is a munkáját.

2. Bevezetés

A Gazdasági Versenyhivatal egy átfogó kampányméréssel bízta meg a TNS Hoffmann Kft.-t. A 2015 év végétől 2016 év elejéig futó kampány témája a kartellezés, mint jogszabálysértésből való kilépés lehetősége (engedékenység), és annak kommunikációja. A kampány fontos paraméterei az alábbiak:

- A kampány földrajzi hatóköre: országos TCR kampány,
- A kampány célcsoportja: a teljes felnőtt lakosság, és a KKV-s cégvezetők,
- A kampány célja:
 1. az emberek edukálása arról, hogy mit nevezünk kartellezésnek, és arról, hogy ez jogszabálysértés
 2. Az emberek tájékoztatása arról, hogy hogyan kerülhetik el a kartell típusú cselekményekbe bonyolódást, és hogyan lehetnek jogkövetők ilyen esetben
 3. a másik célcsoport, a KKV-s cégvezetők esetében pedig tájékoztatásuk arról, hogy esetükben milyen lehetőségek vannak a jogkövető magatartásra

A kampány teljesítményének hatékony mérése érdekében két hullámban terveztük a felmérést.

A első fázisban felmértük, hogy a cégvezetők jelenleg mennyit tudnak a fent említett témáról, tudják-e hogy mi az a kartell, hogy ez egy jogszabálysértés, és hogy milyen lehetőségek vannak annak elkerülésére?

A második kutatási fázis pedig a kampány kifutása után közvetlenül lesz, és pontosan ugyanazokat kérdeznénk meg mindkét célcsoport képviselőitől, amit az első fázisban, azzal kiegészítve, hogy részletesebben foglalkozunk a kampánykreatívok észlelésével és teljesítményével.

2.1 A kutatás módszere

Az adatfelvétel módja: személyes interjúk (CAPI)

Az adatfelvétel ideje: a kampány indulását megelőzően

Alapsokaság: Magyarországon működő kis és közepes vállalkozások

Minta: 350 vállalkozás, amelyből

- kisvállalkozás (10-49 fős)
- közepes vállalkozás (50-249 fős)

A mintában a KKV-k körében készítettük az interjúkat, Az egyes vállalati szegmenseken belül egyszerű (statisztikai) véletlen mintavétellel választottuk ki a mintába kerülő vállalatokat. A mintát a vállalkozókat tartalmazó teljeskörű adatbázisból választottuk ki, így biztosítva a szegmenseken belüli reprezentativitást. A teljes mintát a szegmensek valós arányainak megfelelően súlyoztuk.

Az interjúalanyok - az előző hullámokhoz hasonlóan - a kisebb vállalkozások esetén a tulajdonosok vagy ügyvezető igazgatók, nagyobb cégeknél pedig jellemzően a gazdasági vezetők vagy gazdasági döntésekben részt vevő vezetők voltak.

2.2 A minta megbízhatósága

A minta méretét úgy határoztuk meg, hogy az általunk javasolt minta statisztikai hibája 95%-os konfidencia intervallum mellett, egy dichotóm változó jellemző 30-70%-os megoszlása esetén a szakmailag bevett $\pm 5\%$ -os határ alatt legyen.

Ez egy példán keresztül illusztrálva azt jelenti, hogy ha mondjuk azt mérnénk, hogy a KKV cégvezetők 30%-ának lenne tudomása arról, hogy az adott cselekmény kartellnek minősül, akkor az azt jelentené, hogy ha nem egy véletlen mintás adatfelvételt folytattunk volna, hanem az összes létező KKV cégvezetőjét megkérdeztük volna, akkor a valós eredmény 95%-os valószínűséggel 25,1-34,9% közé esne, ugyanez a lakosság esetén pedig 27,1-32,9% között lenne.

Mindez azt is jelenti, hogy ugyanennél a példánál maradva, ha a kampány után a KKV cégvezetők körében a kartell jogszabálysértésként való azonosítása az 1. hullámban mért 30%-ról 41%-ra nőne, akkor már egyértelműen kijelenthetnénk, hogy a kartellezés, mint jogszabálysértés ismertsége a két mérés között nőtt (a mért 41% hibahatára 35,8-46,3% lenne).

A KKV minta esetén a mintahiba ugyan tovább csökkenthető lett volna a mintaméret növelésével, ám úgy ítéltük meg, hogy 1 százalékpontos mintahiba-csökkentés ebben az esetben nagy valószínűséggel nem ér meg annyit, mint amekkora (a KKV szegmens költségeiben bő 33%-os) költségnövekedést az ehhez szükséges 200 fős mintaelemszám-növelés okozott volna.

2.3 A kérdőív

A kérdőívet a GVH képviselőivel egyeztetve állítottuk össze. A kérdőív kialakításánál fő szempont volt, hogy a kampány előtti, illetve a kampány utáni elemek összehasonlíthatók legyenek. A kérdőívben kitértünk a kartell fogalmának ismeretének mérésére, a kartell jogszabálysértések elterjedtségének és súlyosságának megítélésére, a GVH kampányainak és működésének ismeretére, valamint a demográfiai kérdésekre.

2.4 A minta összetétele

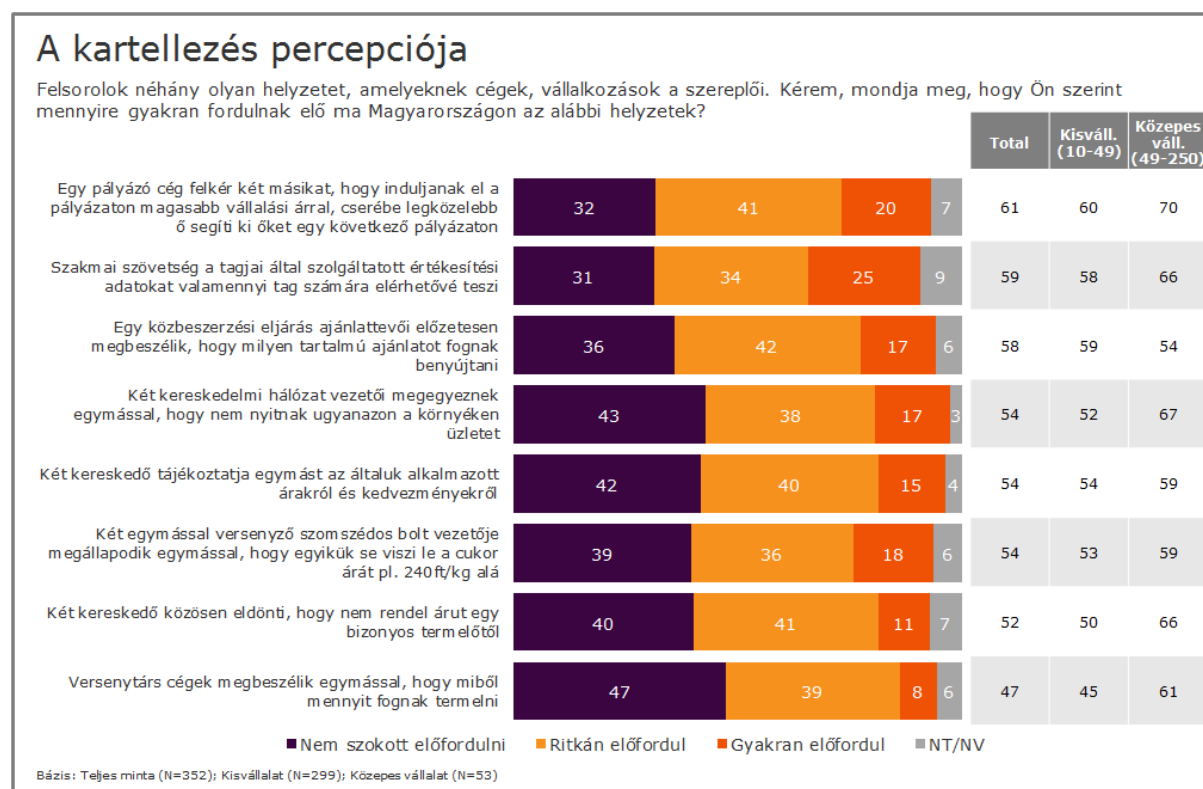
Firmográfia		%	N
Cégméret	Kisvállalat	85	299
	Közepes vállalat	15	53
Ágazat	Ipar, bányászat, energia, gyártás	27	95
	Mezőgazdaság, erdő-, és vízgazdálkodás	5	16
	Közlekedés, szállítás, hírközlés	4	14
	Kereskedelem	36	126
	Pénzügyi szolgáltatás, biztosítás	1	5
	Egyéb szolgáltatás	17	61
	Közigazgatás, politika	1	2
	Egészségügy	1	3
	Kultúra, oktatás, tudomány, egyház	5	16
	Egyéb:	4	14
Árbevétel	0-49 millió	23	80
	50-249 millió	19	68
	250+ millió	33	117
	Nem válaszolt	25	87
Székhely	Budapest	26	93
	Megyeszékhely\megyei jogú város	47	166
	Egyéb város	22	77
	Falu \ község	5	17
Válaszadók jellemzői		%	N
Válaszadó beosztása	Cégvezető	20	72
	Elnök	1	5
	Ügyvezető igazgató, vezérigazgató	30	106
	Tulajdonos, résztulajdonos	18	62
	Gazdasági ill. Pénzügyi igazgató	30	107

3. A kartellezés egyes formáinak percepciója, megítélése és törvényessége

A kartellezés témakörét három dimenzió mentén vizsgáltuk: 1) a vállalatok képviselői mit gondolnak, mennyire tapasztalják a kartellezés különböző módjait saját tevékenységük gyakorlása közben, 2) mennyire tartják a vállalatvezetők elfogadhatónak a kartellezés egyes megjelenési módozatait, valamint azt, hogy 3) mennyire tartják törvényesnek vagy törvénytelennek ezeket az eljárásokat.

3.1 A kartellezés egyes formáinak percepciója

A kartellezés percepcióját vizsgálva azt látjuk, hogy a különböző kartellezési módok durván a cégvezetők fele szerint jellemző átlagos a magyarországi piacra. Legkevésbé jellemzőnek a termelés összehangolását tartják: 8 százalékuk szerint gyakran, 39 százalékuk szerint ritkán, de előfordul az, hogy versenytárs cégek megbeszélnek egymással, hogy miből mennyit fognak termelni. Leginkább jellemzőnek pedig az értékesítési adatok megosztását tartják: 25 százalék szerint gyakran előfordul, 34 százalék szerint pedig ritkán fordul elő az, hogy egy szakmai szövetség a tagjai által szolgáltatott értékesítési adatokat valamennyi tag számára elérhetővé teszi (összesen 59 százalék). A legklasszikusabb kartellt, az árkartellt a cégvezetők 54 százalék érzik jellemzőnek a magyar piacra.

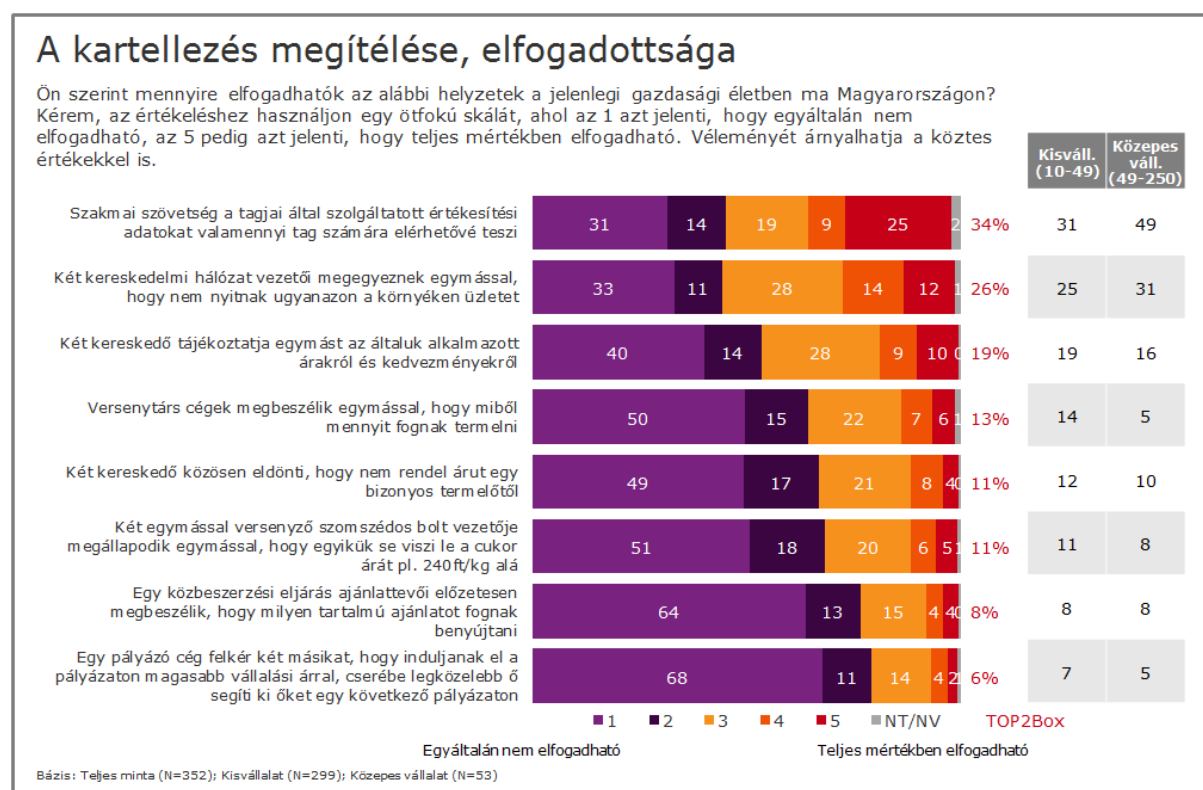


A közepes vállalatok a kisvállalatoknál - egy nem szignifikáns kivételtől eltekintve - jobban érzik a kartellezést Magyarországon. A két cégszegmens között a legnagyobb különbség a termelés összehangolásával kapcsolatban van: a kisvállalatot vezetőknél 45 százaléka gondolja úgy, hogy előfordul ilyesmi, míg a közepes vállalatok vezetői körében ez az érték 61 százalékos. Komoly a különbség annak megítélésében is, hogy mennyire jellemző az a magyar piacra az a helyzet, amikor két konkurens kereskedelmi hálózat vezetői megegyeznek egymással, hogy nem nyitnak ugyanazon a környéken üzletet. Míg a kisvállalatok 52 százaléka gondolja úgy, hogy előfordul ilyesmi, addig a közepes vállalatok vezetőinek 67 százaléka gondolkodik ugyanígy.

A cégvezetők 9 százaléka nem tudott a szakmai szövetség tagjai által szolgáltatott értékesítési adatoknak az elérhetőségéről.

3.2 A kartellezés egyes formáinak elfogadottsága

A kartellezés elfogadottságával kapcsolatban nagyon nagy különbségek mutatkoztak az egyes kartellezési formák esetében. A vállalatvezetőknek egy ötfokú skálán kellett értékelni az egyes példákat, hogy azok mennyire elfogadhatóak vagy sem. Általánosságban a többség a kartellezés összes formáját elfogadhatatlannak tartja, legfeljebb egy mérlegelőbb álláspontra helyezkedett (2-es vagy 3-as értéket adott). A leginkább elfogadott forma az értékesítési adatok megosztása: a vállalatvezetők 34 százaléka gondolja úgy, hogy ez az eljárás elfogadható (4-es vagy 5-ös értéket adtak - Top2Box). A cégvezetőket ez az eljárás osztotta meg leginkább, az összes itt tapasztalható a legnagyobb szórás (1,6).

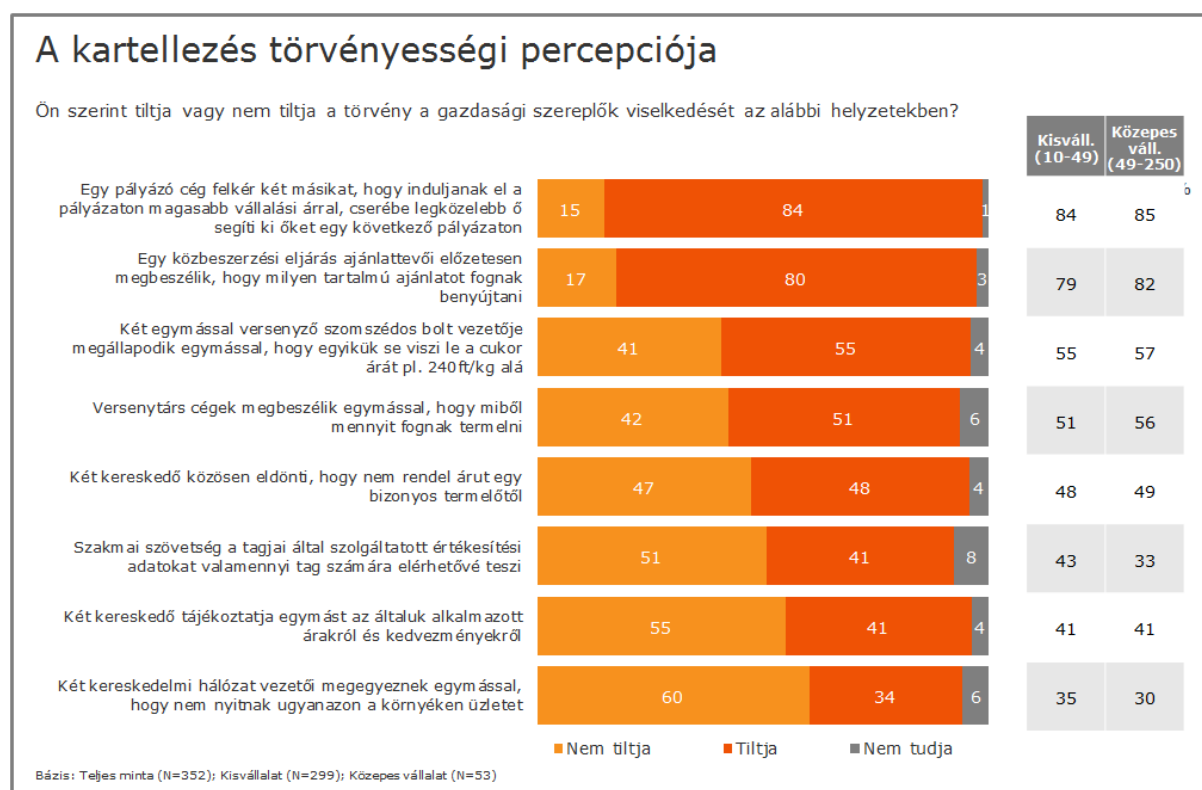


A legkevésbé elfogadott jelenség a pályázatokon való összejátszás. A vállalatvezetők csupán 6 százaléka szerint elfogadható az, hogy egy pályázó cég felkér két másikat, hogy induljanak el a pályázaton magasabb vállalási árral, cserébe legközelebb ő segíti ki őket egy következő pályázaton. A kartellezés ezen formája a cégvezetők 68 százaléka szerint teljesen elfogadhatatlan.

A módszerek egyik csoportja a kisvállalatok, míg egy másik csoportja a közepes vállalatok szerint elfogadható, a többségben azonban közel vannak egymáshoz a vélemények. Az értékesítési adatok megosztását és a kereskedelmi láncok elhelyezkedésének összehangolását, a közepes vállalatok tartják inkább elfogadhatónak, míg a termelés összehangolását a kisvállalatok tartják elfogadhatóbbnak (14 százalék, míg a közepes cégeknél csak 5 százalék).

3.3 A kartellezés egyes formáinak törvényességi percepciója

A kartellezés különböző formáinak jogi megítélése között is van komoly eltérés. A vállalatok vezetőinek többsége úgy tudja, hogy jogszabály nem tiltja, hogy a kereskedelmi láncok összehangolják, hol nyitnak üzletet, vagy hogy a szakmai szövetségen belül megosszák egymással az üzleti információkat (41% szerint jogszerűtlen), de hasonlóan érznek azzal kapcsolatban is, hogy a versenytársak tájékoztatják egymást az áraiokról kedvezményeikről. A legtöbben törvénytelennek azt az esetet tartják, ha egy pályázó felkér két másikat, hogy induljanak el magas árakkal a pályázaton, cserébe egy legközelebbi szívességért (84% szerint törvénytelen). Hasonló arányban tartják törvénybe ütközőnek a közbeszerzési kartellt (80%).



A törvényességről alkotott vélemények között nincs jelentős különbség kisvállalkozás és közepes vállalkozás között, egyedül a szakmai szervezeteken keresztül megosztott információk megítélésében van közöttük különbség: a kisvállalkozások inkább gondolják azt, hogy ez törvényben ütközik, mint a közepes méretű cégek (43% vs. 33%).

Két kartellezési példáról tudták kevésbé megítélni a vállalkozók vezetői, hogy törvénybe ütközik-e vagy sem. Magasabb volt kissé a „Nem tudja” válaszok aránya a szakmai szervezeteken keresztüli információ cserénél, illetve a termelés összehangolásánál (8, illetve 7 százalék).

3.4 A kartellezés egyes formáinak elfogadottsága és percepciója

A kartellezés elfogadottságát és percepciójának viszonyát együttesen is megvizsgáltuk, így négy csoportba osztottuk a kartellezés formáit:

- relatíve jellemző és relatíve elfogadott gyakorlat
- relatíve jellemző és relatíve elfogadhatatlan gyakorlat
- relatíve nem jellemző és relatíve elfogadott gyakorlat
- relatíve nem jellemző és relatíve elfogadhatatlan

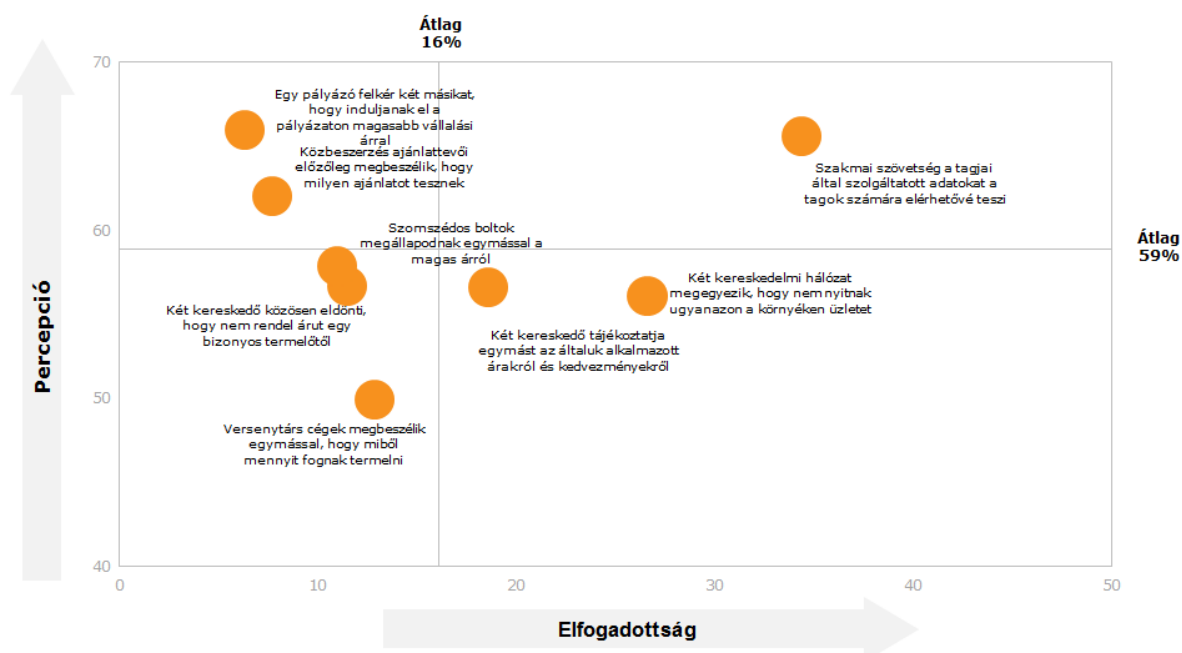
Egyetlen gyakorlat került abba a kategóriába, amit inkább elfogadnak és jellemzőnek is tartanak a magyar piacra a cégvezetők, ez pedig a szakmai szervezeteken keresztüli információ-megosztás gyakorlata. A többség inkább elfogadhatónak tartja, és úgy vélik, élnek is ezzel a módszerrel.

Két elem van az inkább elfogadhatatlan, és a nagyon jellemző módszerek között: a pályázatok előtti összebeszélés és a közbeszerzés előtti egyeztetés.

Nem jellemző és nem is elfogadott módszerek csoportjába három elem került: a szomszédos üzletek megállapodása az árról, a kereskedők árurendeléssel kapcsolatos egyeztetései, valamint a termelési kartell.

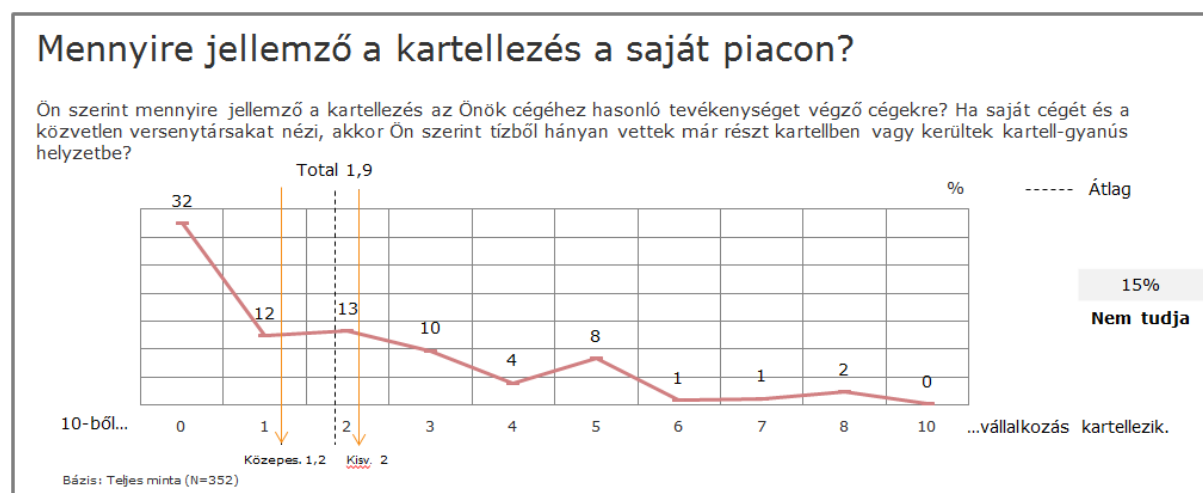
A nem jellemző, ám viszonylag elfogadott gyakorlatok közé került a versenytársak tájékoztatása az alkalmazott árakról, valamint a kereskedők üzletnyitással kapcsolatos egyeztetése.

A kartellezés elfogadottsága és percepciója



3.5 A kartellezés általános percepciója

A vállalkozókat nem csak arról kérdeztük, hogy mennyire tartja jellemzőnek az egyes kartellezési formákat ma Magyarországon, hanem arról is, hogy általában a saját piacon mennyire jellemző a kartellezés. A kérdőívben az volt a feladat, hogy meghatározza azt, hogy szerinte 10 hozzá hasonló tevékenységet végző vállalkozásból hányan vettek már részt kartellben vagy kerültek kartell-gyanús helyzetbe. A válaszadók 32 százaléka szerint 10-ből egy vállalkozásra sem jellemző a kartellezés, míg senki nem gondolja úgy, hogy minden vállalkozás érintett lenne. Átlagosan 1,9 vállalkozásnál gyanítják, hogy részt vett kartellben vagy kartellgyanús ügyben. A vállalkozások 15% nem tudott vagy nem akart véleményt mondani a kérdésről.

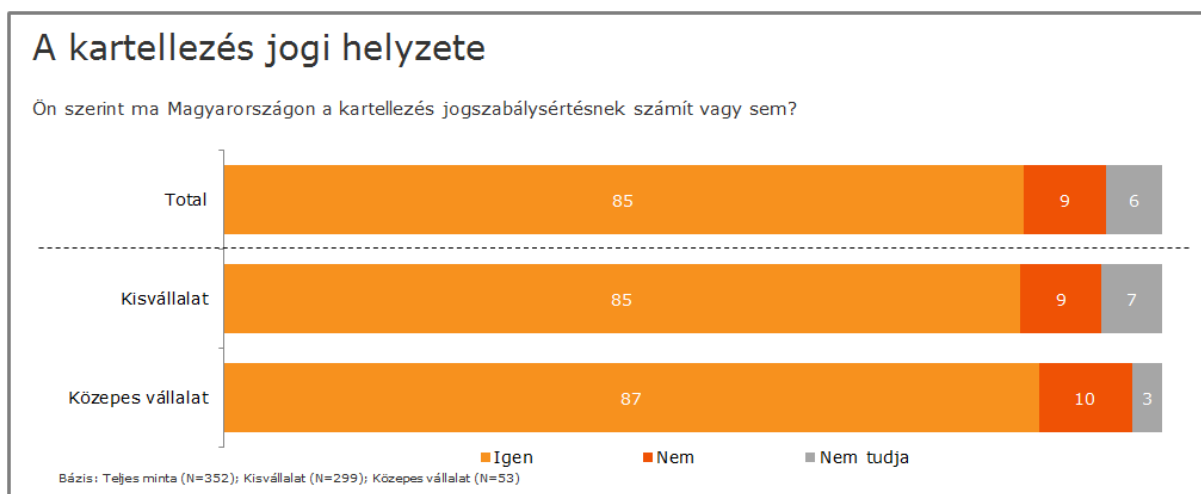


A megkérdezett kisvállalkozások inkább tartják jellemzőnek a kartellezést a saját piacukon, mint a közepes vállalkozások, igaz, ez a különbség nem szignifikáns.

4. A kartellezés jogi megítélése

4.1 A kartellezés általános jogi megítélése

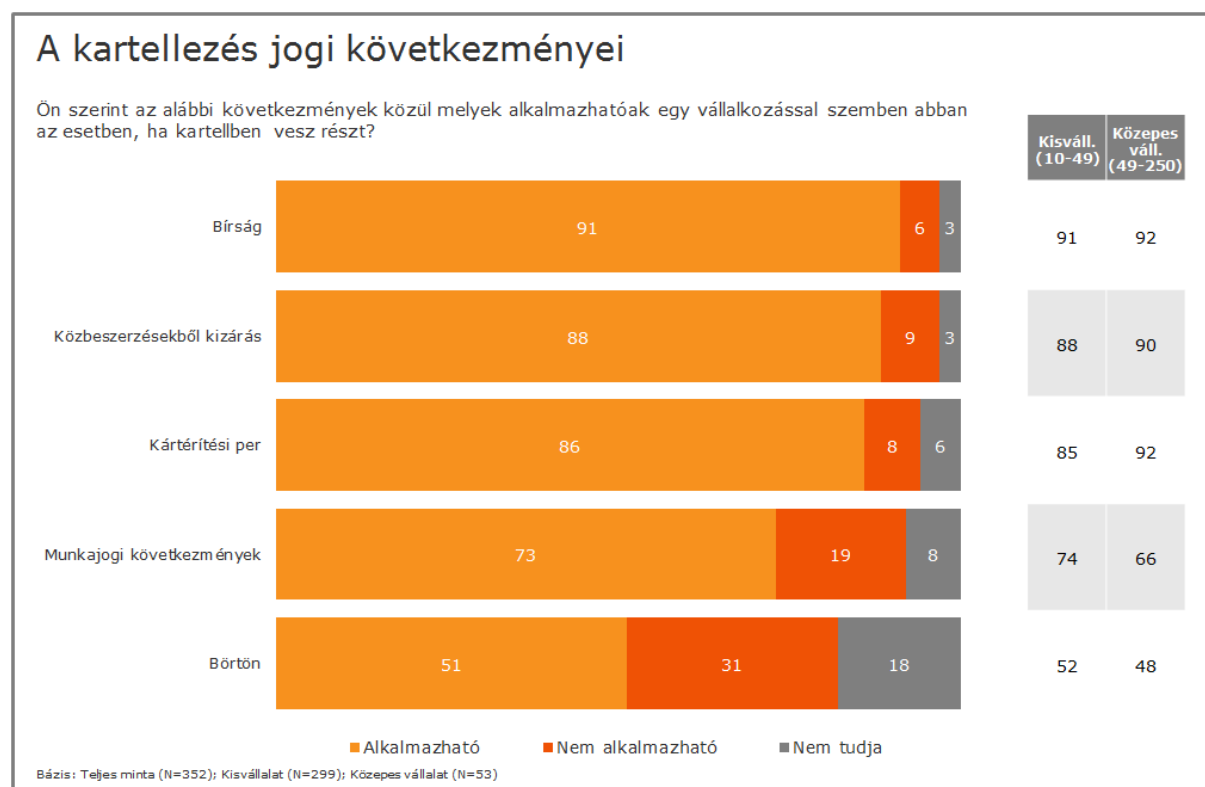
A kartellezés jogi helyzetével kapcsolatban nincsenek kétségei a vállalatvezetőknek. A megkérdezettek 85 százaléka szerint ma Magyarországon a kartellezés jogszabálysértésnek számít, mindössze 9 százalék véli úgy, hogy nem és 6 százalék nem tudja, hogy jogszabálysértés-e vagy sem. A kis, illetve a közepes vállalkozások vezetői ugyanannyira érzik jogszabálysértésnek a kartellezést, nincsen különbség köztük.



4.2 A kartellezés jogi következményei

A kartellezés jogi következményeivel kapcsolatban már megoszlanak a vélemények. Annak ellenére, hogy a többség úgy gondolja, hogy akár börtönbüntetéssel is sújtható az a vállalkozó, akit kartellezésen érnek, rendkívül sokan, a megkérdezettek egyötöde (18%) nem tudott véleményt formálni arról, hogy a börtön lehetséges büntetés-e vagy sem. Abban szinte mindenki egyetértett, hogy a bírság, a közbeszerzésből való kizárás, illetve a kártérítési per lehetséges jogkövetkezmény lehet ilyen esetben (91-86 százalék tudja úgy, hogy ezek lehetségesek).

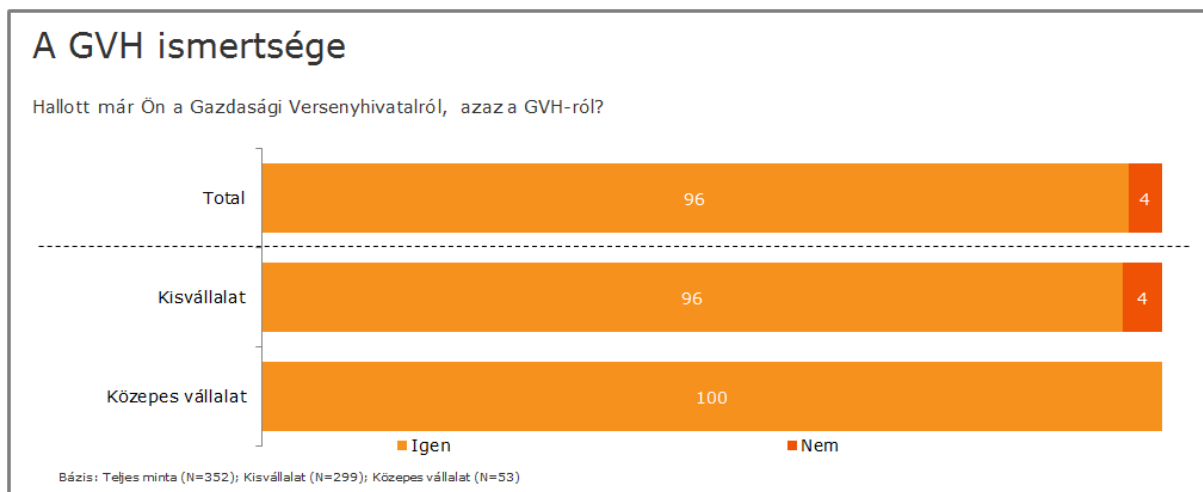
A kisvállalkozások és a közepes vállalkozások között egyetlen válaszlehetőség esetében volt komolyabb eltérés: a munkajogi következményeket a kisvállalkozások inkább tartják reális jogi következménynek (74%) egy kartell esetén, mint a közepes vállalkozások (66%).



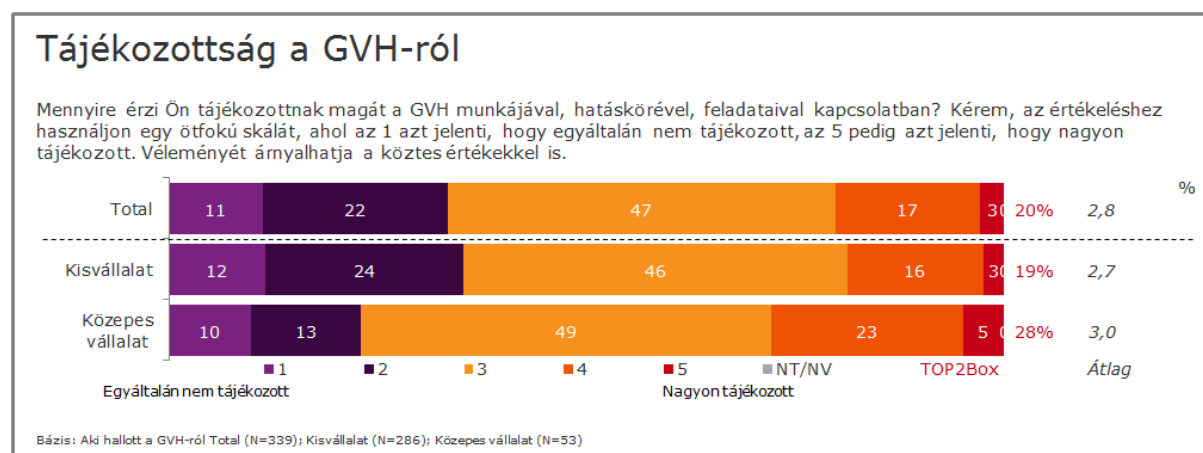
5. A GVH munkája

5.1 A GVH ismertsége

A Gazdasági Versenyhivatal ismertsége közel teljes, csak a kisvállalkozások körében van egy 4 százaléknál kisebb csoport, amelyik azt állította, hogy nem ismeri a szervet.



A Gazdasági Versenyhivatal munkájával kapcsolatos tájékozottság területén már megosztottabbak a megkérdezett vállalatvezetők. A GVH munkájával kapcsolatos tájékozottság mértékét kellett egy 1-től 5-ig terjedő skálán értékelni, ahol az 1-es azt jelentette, hogy a válaszadó egyáltalán nem érzi magát tájékozottnak, míg az 5-ös azt jelentette, hogy nagyon tájékozottnak érzi magát.

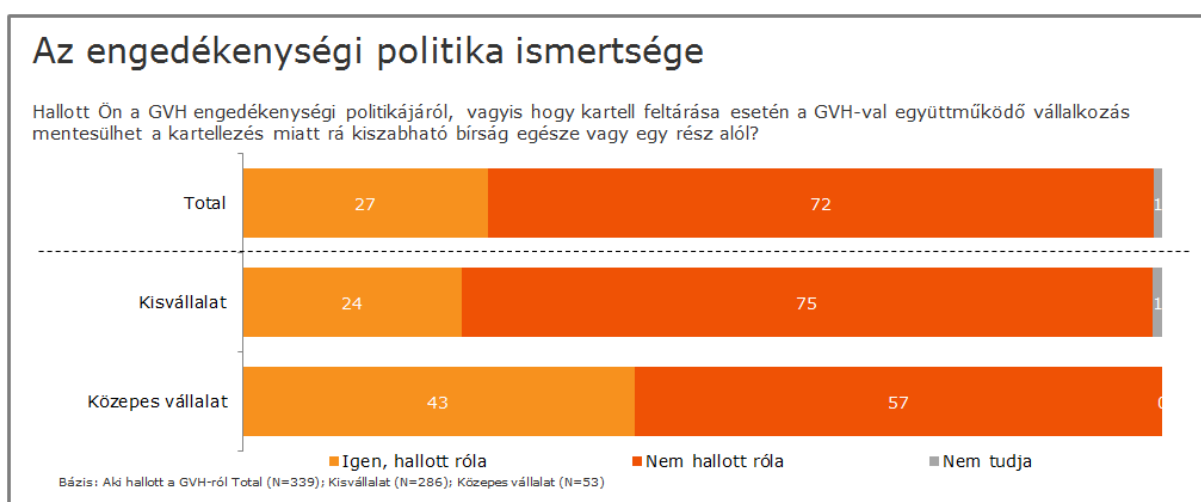


A legtöbben (47%) 3-as értéket jelöltek meg, és csupán a megkérdezett vállalatvezetők ötöde (20%) mondott 4-es, 5-ös értéket, amit egy mélyebb szintű ismeretnek lehet nevezni. Többen vannak azok, akik inkább nem ismerik a GVH munkáját, mint azok, akik igen (Bottom2Box:33% vs. Top2Box:20%).

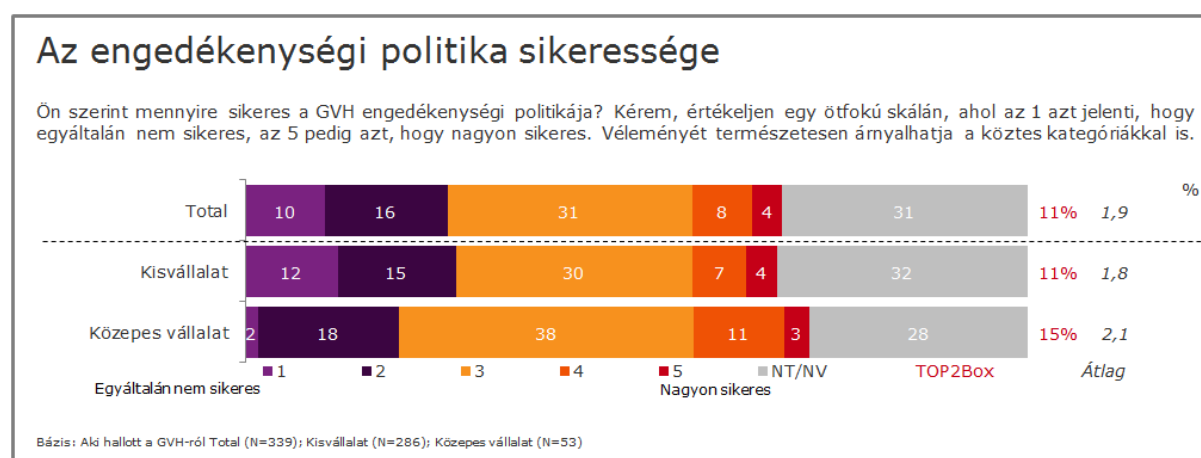
A közepes vállalatok vezetői saját bevallásuk szerint jobban ismerik a versenyhivatal munkáját, mint a kisvállalatok vezetői. A közepes vállalkozások vezetői közül 28% mondta azt, hogy tájékozott, míg a kisvállalkozások esetén ez a szám csupán 19%.

6. Az engedékenységi politika ismertsége és megítélése

A Gazdasági Versenyhivatal engedékenységi politikájának ismertsége nem elégséges egyelőre, mivel a megkérdezett cégvezetők 27 százaléka hallott róla csupán. Igaz, a közepes vállalkozások körében ismertebb a hivatalnak ez a tevékenysége, a vezetők majdnem a fele hallott már róla (43%).



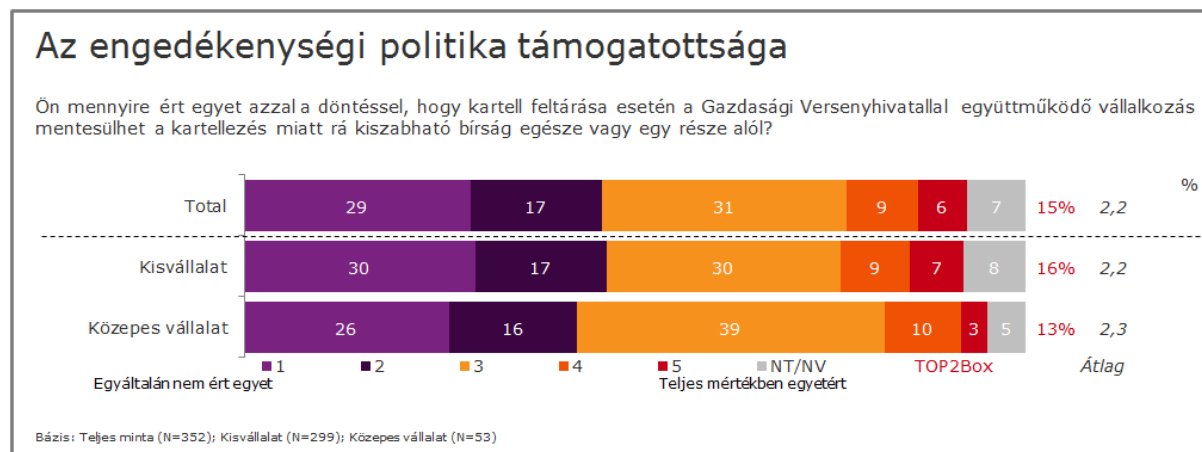
Az engedékenységi politika sikerességét is egy ötfokú skálán kellett értékelnie a válaszadónak. Az 1-es válasz azt jelentette, hogy egyáltalán nem sikeres, míg az 5-ös azt jelentette, hogy nagyon sikeres.



A válaszadók többsége itt is a közbenső, mérlegelő, 3-ast jelölte meg leginkább, ami a tájékoztatlanságra vagy az elégedetlenségre utal, az egyik leggyakoribb említés a „Nem tudja, nem válaszol” válasz volt (a válaszadók 31%-a jelölte meg). Csupán 11%-nyian voltak azok, akik szerint sikeres a GVH engedékenységi politikája (4-es vagy 5-ös értéket adtak), ezzel szemben mintegy 26%-nyi vállalatvezető értékelte sikertelennek ezt (1-es vagy 2-es értéket adtak).

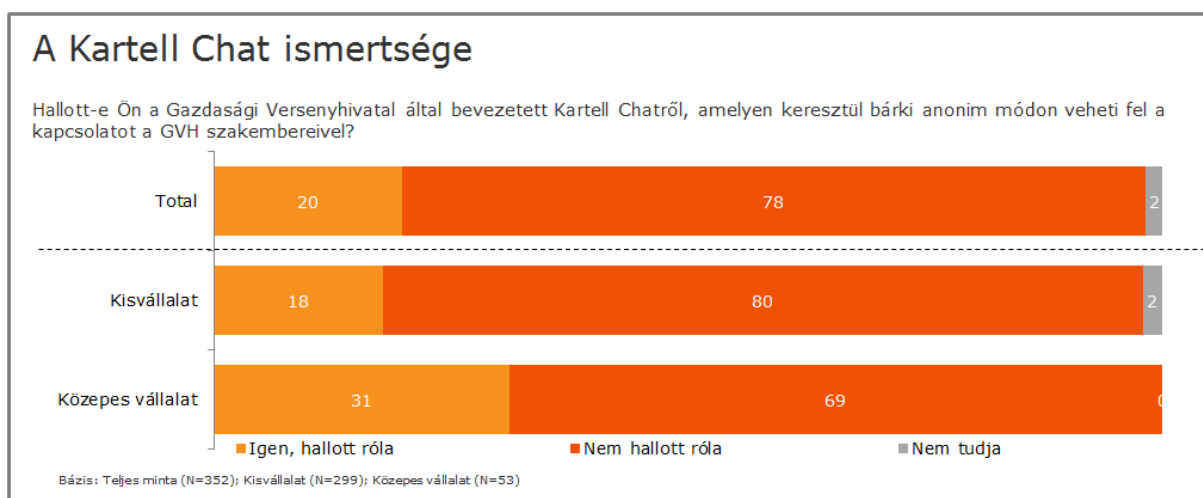
Szembetűnő a kis és a közepes vállalatok közötti különbség: a kisvállalatok sokkal negatívabbnak látják az engedékenységi politika teljesítményét, mint a közepes vállalatok: a kisvállalatok 27%-a értékelte sikertelennek, míg a közepes vállalkozásoknál ez az arány csak 20%.

Az engedékenységi politika támogatottsága hasonlóan alakul az engedékenységi politika sikerességének megítéléséhez. A válaszadóknak egy ötfokú skálán kellett meghatározni azt, mennyire ért egyet azzal, hogy egy kartell feltárása esetén a Gazdasági Versenyhivatallal együttműködő vállalkozás mentesülhet a kartellezés miatt rá kiszabható bírság egésze vagy egy része alól. Az 1-es érték azt jelentette, hogy egyáltalán nem ért egyet, az 5-ös pedig azt, hogy teljes mértékben egyet ért ezzel.



Az engedékenységi politika sikerességének megítéléséhez képest különbség annyi, hogy a határozottan elutasítók (1-es vagy 2-es értéket adók) aránya nőtt a mérlegelőkhöz képest (3-as érték). A válaszadók majdnem fele (46%) nem ért egyet az engedékenységi politikával. A különbség vélhetően annak tudható be, hogy a megkérdezettek kevesebbet tudtak a GVH engedékenységi politikával kapcsolatos teljesítményéről, míg magát az eszközt inkább tudtak véleményt alkotni. Ez abból is látszik, hogy a „Nem tudja”-t válaszolók jóval kevesebben voltak (7%), mint a teljesítmény értékelésekor (31%).

A kérdőív kitért arra is, hogy kis- és középvállalkozások vezetői hallottak-e a Kartell Chatről, amelyen keresztül bárki anonim módon veheti fel a kapcsolatot a GVH szakembereivel. Bár ez a mérés és a kampány időszakai csak nagyon kis mértékben fedték egymást, a Kartell Chatet a válaszadók egyötöde ismerte (20%), míg 78 százalékuk nem. A két cégszegmens között ebben a kérdésben is különbség volt tapasztalható: a kisvállalkozások vezetői kevésbé ismerték (18%), mint közepes vállalkozások vezetői (31%).



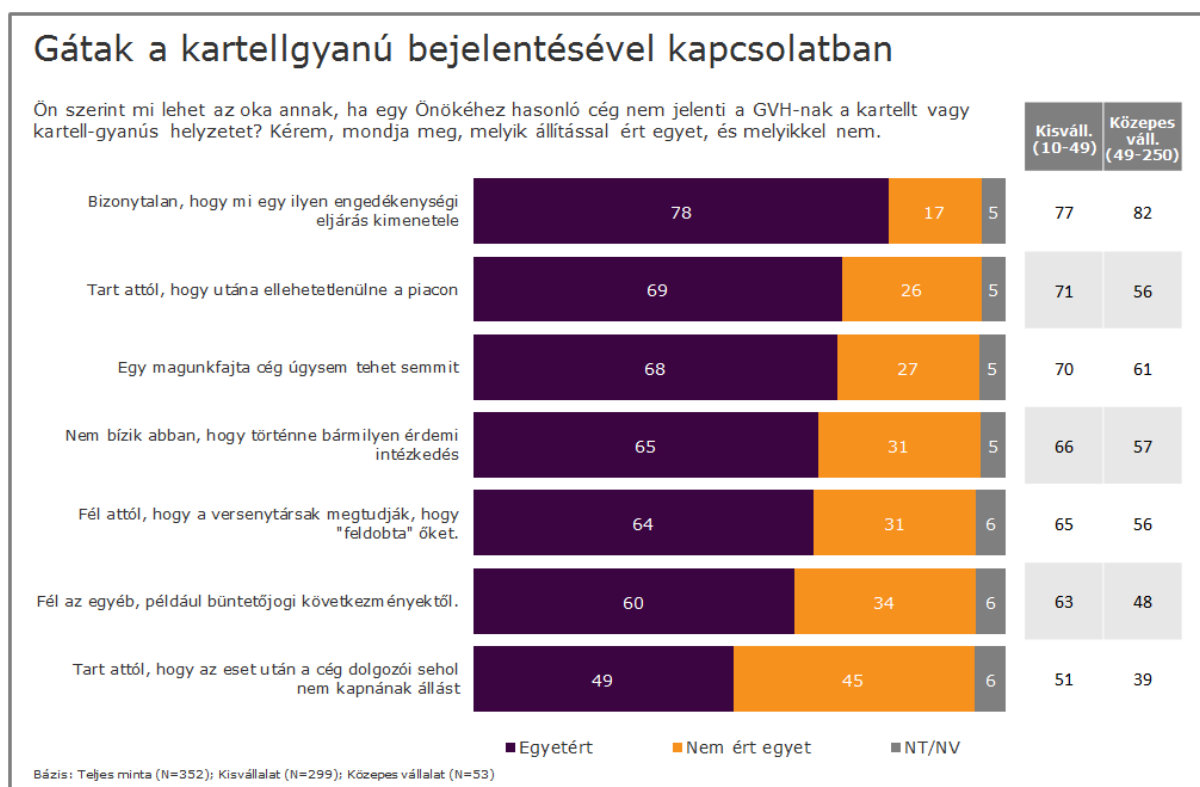
7. A kartell-ügyek bejelentésére való nyitottság

A vállalkozóktól ezeken felül megkérdeztük, hogy a versenytársaik közül szerinte 10-ből hányan jelentenék a Gazdasági Versenyhivatalnak a kartellt vagy a kartell-gyanús eseteket. A legtöbben, a megkérdezettek majdnem a fele (43%) gondolja azt, hogy senki nem jelentené ezeket az eseteket, és mindösszesen csak 1% gondolja úgy, hogy mindenki jelentené. Átlagosan 1,4 vállalat értesítené a cégvezetők szerint a GVH-t kartell esetén.



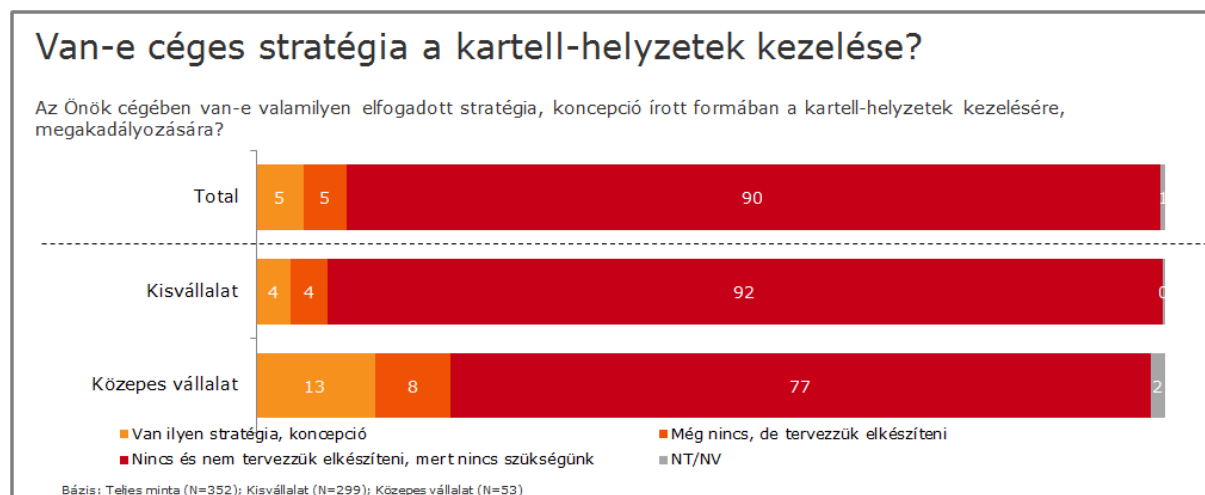
A cégszegmensek között itt is különbség tapasztalható, azonban itt a közepes vállalkozások azok, akik szerint kevésbé jelentenék a kartellt vagy a kartellgyanút: közepes vállalkozások szerint átlagosan 0,9 cég jelentené, míg a kisvállalkozásoknál ez a szám 1,5.

A kutatás arra is kitért, hogy miért nem jelentenek a kartellt, kartellgyanút. A legkomolyabb gát, az az ilyen bejelentést követő engedékenységi eljárás kimenetelétől való félelem, a megkérdezett vállalkozások 78 százaléka tart ettől. A legkevésbé attól félnek, hogy egy ilyen bejelentés után a cég dolgozói nem tudnak majd elhelyezkedni a munkaerőpiacon (49%). A félelméről szinte az összes cégvezető tudott nyilatkozni, nagyon alacsony, átlagosan 5% volt a „Nem tudja” válaszok aránya.



Kis és közepes-vállalkozók között három esetben látni nagyobb különbséget. A közepes vállalkozások jóval kevésbé félnek attól, hogy egy ilyen bejelentés és eljárás következményeként ellehetetlenülnének a piacon (71% vs. 56%). A nagyobb cégek szintén kevésbé félnek a büntetőjogi következményektől és a munkavállalók munkaerőpiaci ellehetetlenülésétől.

A kartellhelyzetek kezelésére mindezek mellett szinte egyáltalán nincs belső, céges stratégia a kisvállalkozások körében. Csupán a 4 százalék mondta azt, hogy van ilyen stratégia és további 4 százalék nyilatkozott arról, hogy jelenleg még nincs ilyen, de tervezik elkészíteni.



A közepes vállalatoknál már több vállalatvezető mondta azt, hogy van ilyen stratégia (13%), de ezzel együtt ebben a szegmensben is az látható, hogy cégek háromnegyedének nincs, és a közeljövőben sem terveznek stratégiát kidolgozni a kartell-helyzeteke kezelésére.