



Fresh thinking. Clear advice.

✉ H-1036 Budapest, Lajos utca 74-76.
☎ (+36 1) 470-70-30; 470-70-60; 470-40-70
e-mail: masmi-hungary@masmi.com
honlap: www.masmi.com



2018-AS KOMPLEX VERSENYKULTÚRA FELMÉRÉS

A VÁLLALKOZÁSOK KÖRÉBEN

Budapest, 2018. július-augusztus

Tartalomjegyzék

1.	<i>Vezetői összefoglaló</i>	3
2.	<i>Bevezető</i>	8
2.1.	<i>A kutatás módszere</i>	8
2.2.	<i>A minta megbízhatósága</i>	9
2.3.	<i>A minta összetétele</i>	10
3.	<i>Verseny-attitűd</i>	11
4.	<i>Gyakorlati piactudatosság</i>	14
5.	<i>Verseny-attitűd versus gyakorlati piactudatosság</i>	18
6.	<i>A versenyhelyzet értékelése</i>	20
6.1.	<i>A verseny erőssége vállalkozói szemmel</i>	20
6.2.	<i>A piaci versennyel kapcsolatos problémák percepciója</i>	22
7.	<i>A Versenytörvény ismertsége</i>	25
7.1.	<i>A saját vállalat viszonya a Versenytörvényhez</i>	26
7.2.	<i>Ismeretek a Versenytörvény céljáról</i>	28
7.3.	<i>Ismeretek a Versenytörvény tartalmáról és hatóköréről</i>	31
7.4.	<i>Ismeretek a Versenytörvény megsértésnek következményeiről</i>	36
7.5.	<i>A versenyszabályozás értékelése</i>	38
8.	<i>A GVH ismertsége, megítélése</i>	40
8.1.	<i>Általános tájékozottság a GVH-val kapcsolatban</i>	40
8.2.	<i>A GVH működésének ismerete</i>	41
8.3.	<i>Az engedékenységi politikához és az informátori díjhoz fűződő attitűd</i> ..	43
8.4.	<i>A compliance fogalmának ismertsége</i>	47
8.5.	<i>A GVH megítélése</i>	48
9.	<i>A versenyszabályozás uniós vonatkozásainak ismertsége</i>	53
10.	<i>Összetett ismereti mutató</i>	55

1. Vezetői összefoglaló

A Gazdasági Versenyhivatal megbízásából a MASMI Hungary Piackutató és Tanácsadó Kft. felmérést végzett több célcsoportban. A jelen tanulmány a vállalkozások döntéshozóinak ismereteit, értékítéleteit mutatja be a Versenytörvénnyel, a GVH-val és általában a magyar versenyszabályozással, illetve piaci helyzettel kapcsolatban. Az idei felmérés illeszkedett ahhoz a 3-5 évenként lefolytatott, tracking jellegű sorozathoz, amely módszerében és tartalmában gyakorlatilag teljesen megegyezik a két előző – a 2010-es és a 2015-es – kutatással.

Az adatfelvétel 300 fős mintán, 15 perces kérdőívet alkalmazó, telefonos megkérdezéssel történt 2018 júliusában.

Versenyattitűd és gyakorlati piactudatosság

- A magyarországi vállalkozások vezetőinek közel kétharmada a piaci versenyt preferálja az állami szabályozással szemben, szűk 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 relatív többségük (50%) 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.
- A vállalatvezetők relatív többsége (47%) – magánszemélyként – a „változóan piactudatos” fogyasztókhoz tartozik, jelentősen kisebb a „következetesen piactudatos fogyasztók” (30%) és a „nem piactudatos” fogyasztók (23%) aránya. A következetesen piactudatos vállalati szakemberek részaránya (topbox) 8 százalékponttal alacsonyabb ugyan a 8 éve mért mutatószámánál, de 12 százalékponttal magasabb a 2015-ösnél.
- A deklarált versenypártiság és a gyakorlati piactudatosság egyidejű vizsgálatából az derül ki, hogy a vállalatok vezetőinek csupán egyötöde deklaráltan versenypárti és piactudatos egyszerre.
- 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 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. Míg a piac túlszabályozottsága 2010-ben a legkevésbé fontos problémának tűnt (26%-os top2box értékkel), az idénre „felküzdötte magát” a harmadik helyre (59%).
- A nagyvállalatok képviselői az átlagnál (78%) nagyobb hányadban (82%) panaszkodnak a politikának a gazdasági életet befolyásoló szerepére. Ugyanakkor számukra okozza a legkisebb problémát az értékesítési lehetőségek szűkössége.

A versenyszabályozással kapcsolatos ismeretek

- A vállalati szakemberek 82%-a hallott már a Versenytörvényről. Az eredmények alapján vitathatatlan, hogy a cégméret egyenes összefüggésben áll az ismertség valószínűségével. A 2007-es kiugró eredménytől (92%) eltekintve az ismertség szintje gyakorlatilag változatlan.
- A vállalati döntéshozók döntő hányada (85%) tisztában van vele, hogy a Versenytörvény a cégére is vonatkozik. Ugyanakkor minden hetedik-nyolcadik vállalat képviselője állítja, hogy nem (6%) vagy csak részben (7%) vonatkoznak rájuk a Versenytörvény előírásai. 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.
- Az eredmények alapján a vállalati szakemberek 32%-a van teljes mértékben tisztában a Versenytörvény céljaival. Közel egyötödük (19%) adott csupán részben jó (kétértelmű) választ erre a kérdésre. A tájékozatlanok (tévesen vagy sehogy sem válaszolók, illetve a Versenytörvényt még hallomásból sem ismerők) részaránya 49%. Az ideai eredmények valamelyest kedvezőbbek a 8 évvel ezelőtiéknél. Egyértelmű, hogy minél nagyobb egy cég, annál valószínűbb, hogy a döntéshozói hallottak már a Versenytörvényről és tisztában vannak annak céljaival.
- Az egyes lehetséges célok ismeretének támogatott vizsgálatában jelentős többség (74%) helyesen állította, hogy a Versenytörvény alapvető célja a „gazdasági verseny fenntartása a különböző piacokon”. Ennél jóval kisebb arányban, a vállalati szakemberek 58%-a tudta csak helyesen azt, hogy „a fogyasztók tájékozottságának biztosítása” is célja a törvénynek. Noha a vállalati döntéshozók közel fele tisztában van azzal, hogy sem a multinacionális cégek támogatása (49%), sem a sportrendezvények rendjének a fenntartása (44%) nem tartozik a Versenytörvény céljai közé, a vállalkozásoknak a versenytársakkal szembeni védelmét (13%), a magyar gazdaságnak a külföldi vállalkozásokkal szembeni védelmét (20%), valamint a kkv-k támogatását (24%) csupán a válaszadók kisebbsége zárta ki – helyesen – a valós célok közül. A valós állítások kapcsán nagyjából a korábbi szinten maradt a helyes válaszok aránya a 2015-ös felmérés óta. Az elterelésnek szánt „célok” esetében nem volt előrelépés, sőt a két legmegtévesztőbb állítás esetében – 2015 után – tovább folytatódott a visszaesés.
- A megkérdezett vállalati szakemberek közel háromnegyede (73%) tudja, hogy a Versenytörvény a vállalkozások, cégek gazdasági ügyeire vonatkozóan tartalmaz előírásokat. Ugyanakkor mindössze 20%-uk van tisztában azzal, hogy a jogászok etikai ügyeire nem vonatkozik a törvény.
- Tájékozottabbak voltak a cégek vezetői a Versenytörvény tiltó rendelkezései tekintetében. Egy-egy kérdéskor a jó válaszokat adók aránya 70-80% körüli volt. A korábbi két felmérés eredményeivel való összevetésben jelentős mozgásokat nem fedezhetünk fel.

- A közbeszerzésekre vonatkozó tilalmak (a pályázók közti előzetes ár-, illetve tartalmi egyeztetés) a válaszadók közel kilenczede számára ismertek. Némileg más a helyzet a hamis állításokkal, amelyekről szintén viszonylag sokan gondolták úgy, hogy azokat is tiltja a Versenytörvény. Csupán a válaszadók 63%-a tudja, hogy nem tiltott egy erőfölényes cégnek elindulnia egy közbeszerzésen, s csupán 41% van tisztában azzal, hogy az ajánlatkérő nem kötelezhető a legjobb ajánlat elfogadására.
- A túlnyomó többség, 77% azt is jól tudja, hogy a vásárló megajándékozása nem ütközik a versenytörvénybe. Ugyanakkor a válaszadók csupán 43%-a van tisztában azzal, hogy nem számít megtévesztésnek az, ha egy terméket egy másikkal összehasonlítva reklámoznak.
- Az üzleti szféra képviselőinek döntő hányada tisztában van a pénzbírság (94%), az adott magatartástól való eltiltás (93%) és az állami közbeszerzésekből való kizárás (90%) alkalmazásának gyakorlatával. Nagyságrendileg kisebb arányban tartották lehetséges jogkövetkezménynek a vezetők szabadságvesztését (53%). Kisebbségben voltak viszont azok a vállalati döntéshozók, akik tisztában vannak azzal, hogy a vállalkozás felszámolása sem lehet jogkövetkezmény (38%), s elenyésző kisebbséget (5%) alkotnak azok a válaszadók, akik tudják, hogy a GVH-nak nem feladata ajánlásokat/javaslatokat tenni a visszásságok megszüntetésére.
- A vállalati szakemberek 29%-a a versenyszabályozást az aktuális jogi és gazdasági követelményeknek megfelelőnek tartja. Az idén már egyértelműen (relatív) többségben (44%) vannak azok a válaszadók, akik hektikusnak vélik a magyarországi versenyszabályozást. Nyolc évvel ezelőtt csupán 18%-ot képviselt az így vélekedők tábora, s 27%-ot (az idei 6%-kal szemben) azoké, akik túl megengedőnek tartották a jogi környezetet.

A GVH ismertsége, megítélése

- A vállalatok vezetői közül szinte mindenki hallott már a GVH-ról, viszont – a saját maguk által érzékelt – tájékozottságuk az utóbbi három felmérés időszakában nagyjából azonos szinten volt. Mindössze 2% (igaz, a korábbi 0%-okkal szemben ez előrelépés) azoknak az aránya, akik teljes mértékben tájékozottnak érzik magukat a GVH munkájával, hatáskörével, feladataival kapcsolatban és a tájékozottak köre (4-es vagy 5-ös válasz az 1-5-ig terjedő skálán) is viszonylag szűk, 7%-os.
- Még mindig viszonylag elterjedt az a tévhit (illetve tájékoztatlanság), hogy a vállalkozások (14%) és a magánszemélyek (27%) csak ügyvéd közreműködésével élhetnek a szóbanforgó joggal. Mindazonáltal előrelépés történt ezen a téren, mert 3 éve még 20% (vállalkozások), illetve 35% (lakosság) volt ez a mutatószám azok körében, akik helyesen tudták, hogy a vállalkozások és a magánszemélyek is panasszal fordulhatnak a GVH-hoz.
- A megkérdezett vállalati szakemberek alig több mint harmada (37%) tudja csupán, hogy a GVH vizsgálóinak joga van a vállalat összes iratába betekinteni, illetve minden helyiségbe belépni, 48%-uk – tehát gyakorlatilag minden második válaszadó – úgy gondolja, hogy csak az ügyvezető vagy a jogi képviselő engedélyével végezhetik a munkájukat a vizsgálók egy vállalkozásnál.

- Az informátori díj ismertségi mutatójának 2015-ös szignifikáns visszaesését követően további 2 százalékpontos – nem szignifikáns – esést mértünk az idén. Ugyancsak 2 százalékpontnyi – nem szignifikáns – visszaesést mértünk a GVH engedékenységi politikájának ismertségét illetően.
- Az előző felmérésnél tapasztaltakkal szemben most visszafogottabbnak tűnnek az üzleti szféra képviselői egy esetleges, a GVH engedékenységi politikájához keretében lefolytatandó kartell-ellenes eljáráshoz történő csatlakozási szándékot illetően: a 2015-ös 30%-os részarányú pozitív (biztos vagy inkább igen) válasszal szemben az idén csak 20% azoknak az aránya, akik biztosan vagy valószínűleg részt vennének egy kartell feltárásában.
- Az idén 33%, 2015-ben 26% volt azok aránya, akik kizárták annak a lehetőségét, hogy cégük érintett lehet kartellezésben. Az együttműködéstől való elzárkózás legfőbb oka az eljárás kimenetelének bizonytalansága (71%-os említési részarány). Viszonylag nagy távolságból követi ezt a magyarázatot a cég ellehetetlenítésétől, a büntetőjogi következményektől, valamint a versenytársak bosszújától való félelem 41-49%-os említési gyakorisággal. A legkevesebben attól a kockázattól tartanak, hogy a cég dolgozóinak későbbi elhelyezkedési lehetőségeit veszélyeztetné a részvétel (23%).
- Az idei felmérés eredményei szerint a vállalati döntéshozók alig több mint egyötöde (22%) hallott már a compliance-ről. A nagyvállalatok képviselői szignifikánsan az átlag (22%) feletti ismertségi arányról (40%) adtak számot. A compliance fogalmát legalább hallomásból ismerők (22%) alig több mint harmada (8%) nyilatkozott úgy, hogy határozott és részletes koncepciója van vállalkozásuk vezetőségének a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatra és a reklámokra vonatkozó tiltó szabályoknak való megfelelésről. Ez az arány jelentősen alatta van a 2015-ösének, amikor az ismertség és az elköteleződési szándék egyaránt erősebbnek mutatkozott.
- A vállalati szakemberek egyharmada (34%) gondolja úgy, hogy a GVH jól vagy kiválóan végzi a munkáját, 38% adott semleges, 11% rossz vagy nagyon rossz minősítést, s 18% nem tudott vagy nem akart értékmegítéletet mondani. Minden mutatóban (tovább) javult a globális megítélés 2015-höz képest.
- Általánosan megállapítható, hogy a részletes tájékoztatástól eltekintve, az egyes jellemzők kedvezőtlenebb megítélést kaptak, mint maga az intézmény általánosságban. Legkevesbé a politikai függetlenséget tartják jellemzőnek a GVH-ra (átlag: 2,54). A GVH-ról kialakult általános kép a működés átláthatósága és a döntések igazságossága terén történő megítéléssel van a leginkább szoros kapcsolatban.
- A vállalati döntéshozók relatív többsége (36%) úgy gondolja, hogy a GVH fellépése pont megfelelő a megbüntetett vállalatok száma és a büntetések mértéke alapján. Kétszer annyian vannak a nagyobb szigorú szorgalmazók (18%), mint azok, akik az ítélezés enyhítését látnák célravezetőnek (9%) aránya.

Összetett ismereti mutató

- A vállalati szakemberek pontosan 6%-a ismeri nagyon jól a törvényt és az érvényesítéséért felelős szervezetet (a kérdések több mint háromnegyede helyes választ adott), és további 45%-uk ismerete nevezhető elég jónak (a jó válaszok aránya 51-75%). A törvényt és a GVH-t kevésbé ismerők aránya 34%, míg a

gyakorlatilag teljesen tájékozatlanoké (akik a kérdések maximum egynegyedére adtak jó választ) 15%. Noha az utóbbi három felmérés mutatói (top2box értékek, a helyes válaszok átlagos részaránya) közül az ideiek a legalacsonyabbak, a különbségek nem szignifikánsak. A nagyvállalati szakemberek helyes válaszainak részaránya (57%) jelentősen meghaladja a teljes mintán mért szintet (50%).

2. Bevezető

A Gazdasági Versenyhivatal megbízásából a MASMI Hungary 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 jelen tanulmány egy 300 fős vállalkozói mintán végzett telefonos kérdőíves megkérdezés eredményeit mutatja be.

A kutatás fókuszában az alábbi témakörök álltak:

- a versennyel kapcsolatos attitűd és fogyasztói attitűd,
- a Versenytörvény ismertsége általában és részleteiben,
- a versenyszabályozáshoz kapcsolódó vállalkozói attitűd
- a GVH ismertsége, a GVH feladatainak, illetve hatáskörének ismerete, munkájának megítélése,
- az engedékenységi politikával és a compliance-szel kapcsolatos ismeretek és attitűdök, valamint
- az EU-tagság versenyjogi aspektusai.

2.1. A kutatás módszere

Az adatfelvétel módja:	telefonos interjúk (CATI)
Az adatfelvétel ideje:	2018. július 25. – augusztus 1.
Alapsokaság:	a magyarországi társas vállalkozások
Minta:	300 vállalkozás, ebből: <ul style="list-style-type: none">• 100 kisvállalat (1-9 fős)• 100 közepes vállalat (10-49 fős)• 100 nagyvállalat (50 fős és nagyobb)¹

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 hívni azonban a figyelmet arra, hogy a teljes minta összetétele – az aránytalan rétegezés miatt – eltér az alapsokaság összetételétől, mivel a valóságban a kisvállalkozások aránya összehasonlíthatatlanul nagyobb, a nagy- és a közepes vállalatoké pedig

¹ Ez a kategorizálás csak a minta szempontjából releváns, hiszen statisztikai értelemben más létszámhatárok vannak érvényben.

összehasonlíthatatlanul 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.

2.2. 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 megkérdeznénk.

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.

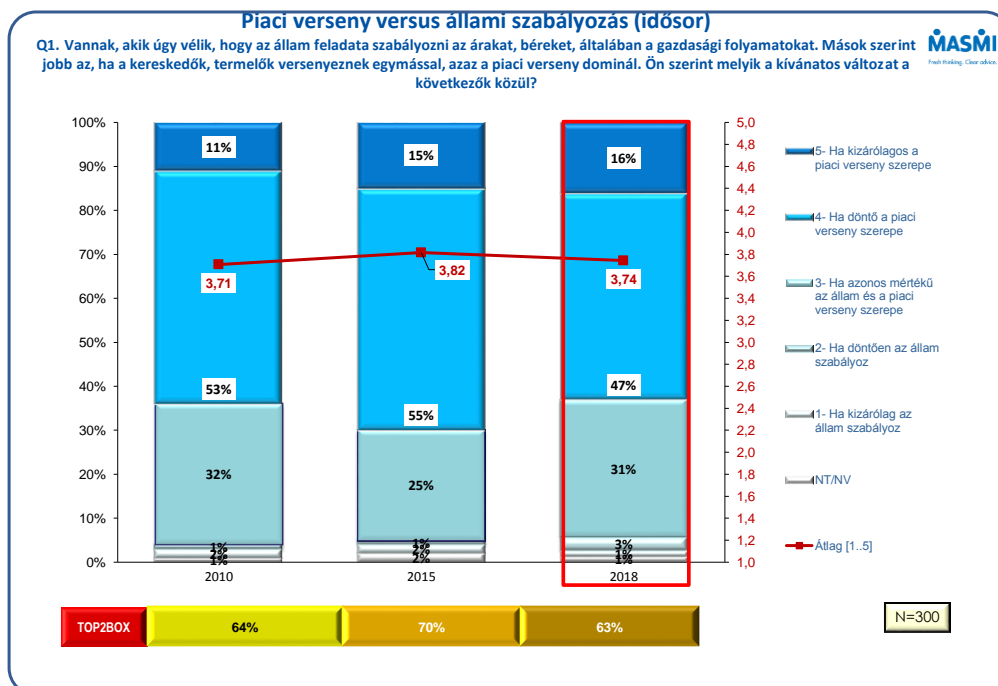
2.3. A minta összetétele

CÉGDEMOGRÁFIA		Elemzés	Részarány
Cégméret	Kisvállalat (1-9 fő)	100	33%
	Közepes (9-49 fő)	100	33%
	Nagyvállalat (50 fő felett)	100	33%
Ágazat	Ipar	155	52%
	Mezőgazdaság	28	9%
	Kereskedelem	45	15%
	Egyéb	72	24%
Nettó árbevétel (2009)	50 millió Ft alatt	68	23%
	50-200 millió Ft	63	21%
	200-1000 millió Ft	42	14%
	1 mrd Ft felett	47	16%
	NT/NV	80	27%
Székhely	Budapest	79	26%
	Megyeszékhely	67	22%
	Egyéb város	109	36%
	Község	40	13%
	NT/NV	5	2%
A VÁLASZADÓK JELLEMZŐI			
Beosztás	Tulajdonos és cégvezető	89	30%
	Tulajdonos	59	20%
	Ügyvezető igazgató / cégvezető	9	3%
	Ügyvezető helyettes	64	21%
	Gazdasági vezető	71	24%
	Egyéb vezető	8	3%
Kor	-35 éves	33	11%
	36-49 éves	111	37%
	50-65 éves	133	44%
	65 év feletti	23	8%
ÖSSZESEN		300	100%

3. Verseny-attitűd

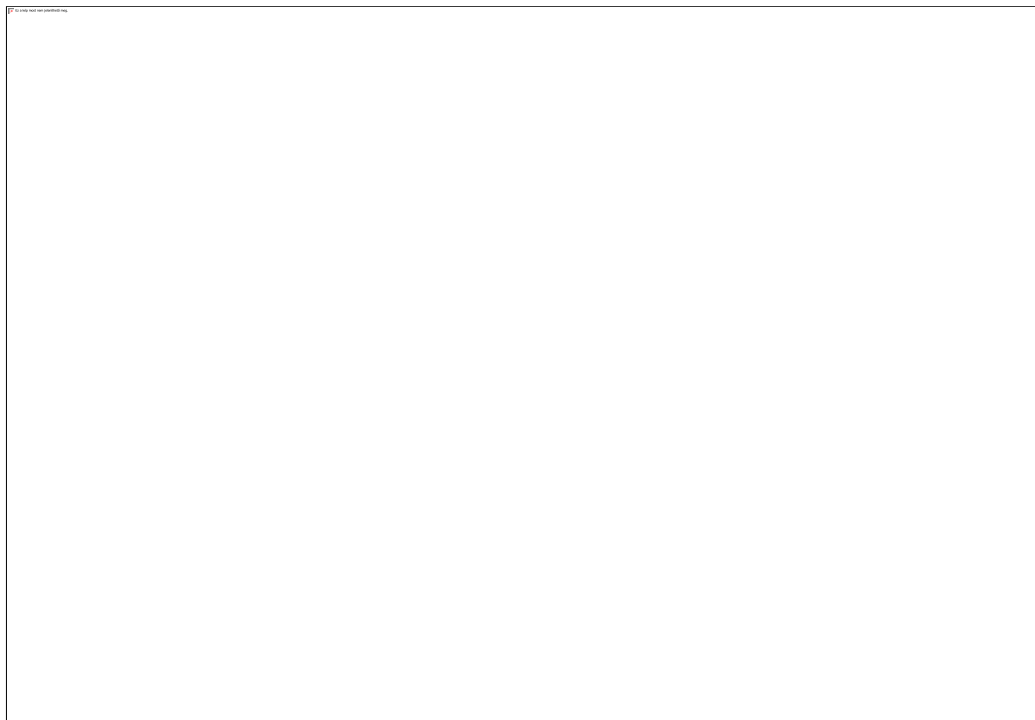
A megkérdezett vállalati döntéshozók 63%-a a piaci versenyt preferálja az állami szabályozással szemben, bár ezen belül a teljesen szabad, állami beavatkozástól mentes versenyt mindössze 16%-uk tartaná kívánatosnak. Szűk egyharmad (31%) számára az ideális helyzetet az állam és a piaci verseny egyensúlya jelentené, míg mindössze 4% látná szívesen az állami beavatkozás nagyobb súlyát (3%), illetve kizárólagosságát (1%).

Az ideai eredmények szerint a 2015-höz képest némileg csökkent a piaci verseny döntő szerepét szorgalmazók részaránya az egyensúlyi helyzetet idealizálók javára.



Az átlagok és a top2box értékek egyaránt az jelzik, hogy a vállalkozás mérete egyenes összefüggésben van a piaci verseny pártolásának az esélyével.

A válaszadók demográfiai jellemzői szerint egyetlen szignifikáns összefüggést fedezhettünk fel: a legfiatalabbak, a 35 évesnél nem idősebbek körében csupán 45%-os a versenypártiak aránya a teljes mintát jellemző 63%-ossal szemben.

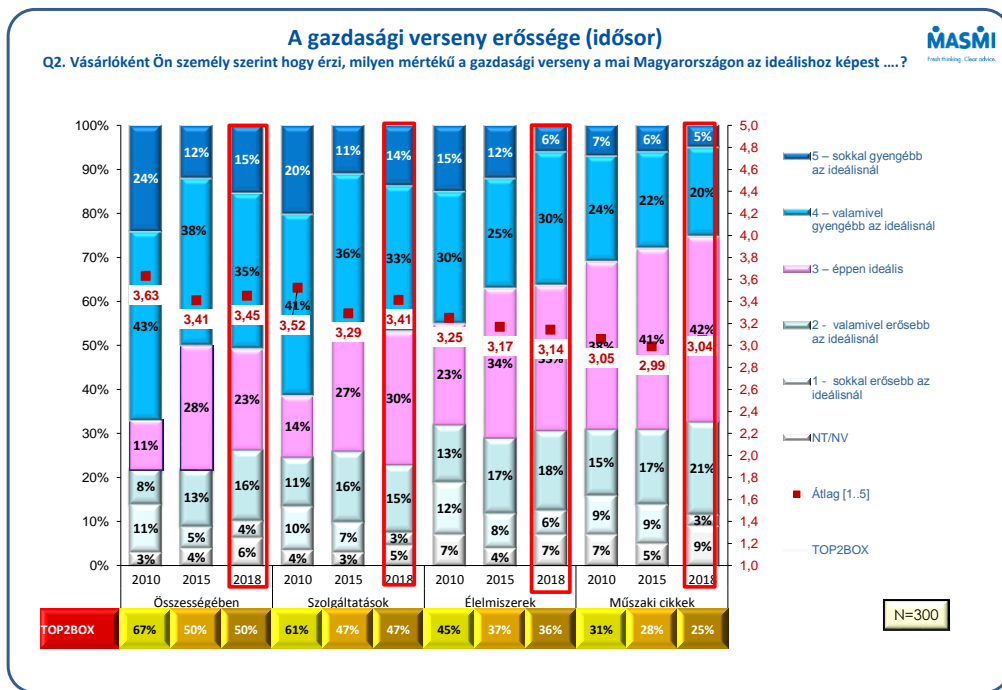


A vállalkozások képviselőinek nem egészen egynegyede (23%) érzékeli magánemberként, vásárlóként ideális mértékűnek a versenyt. A relatív többség (50%) az ideálisnál gyengébbnek gondolja (15%-uk szerint sokkal gyengébb, 35%-uk szerint valamivel gyengébb). Csupán minden ötödik válaszadó (20%) érzi úgy, hogy a verseny erősebb a kívánatosnál.

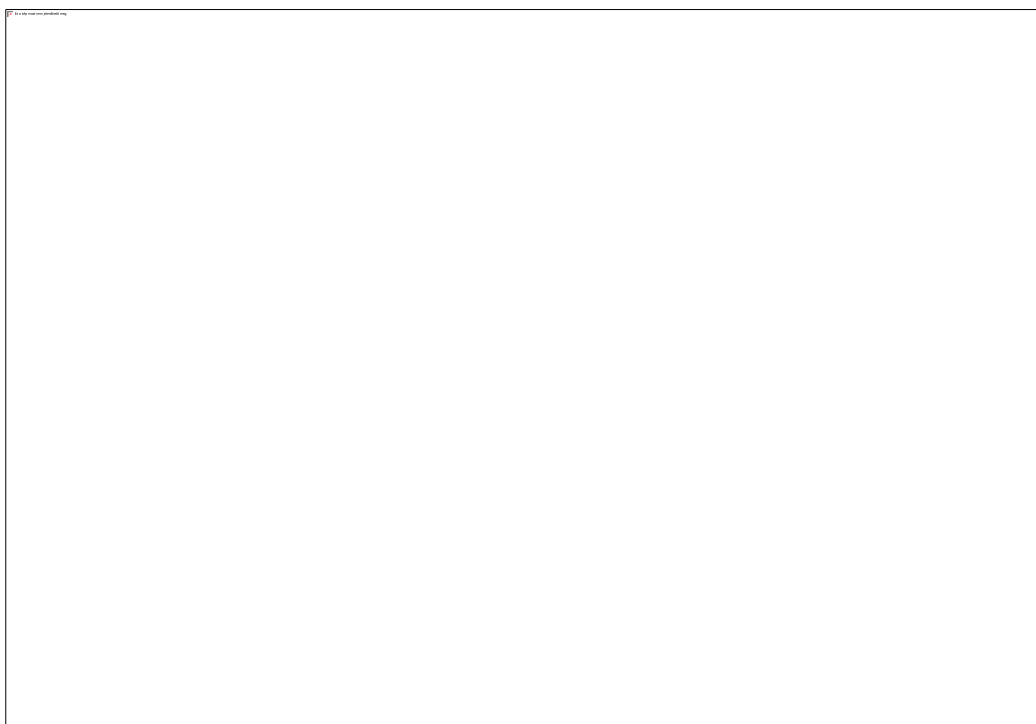
A 3,45-ös átlag (sokkal gyengébb az ideálisnál=5 ... sokkal erősebb az ideálisnál=1) – noha enyhén magasabb a 2015-esnél (3,41) – elmarad a 2010-estől (3,56). Ez azt sejteti, hogy a vállalkozói szférában dolgozók most némileg kevésbé hiányolják a gazdasági verseny, azaz a piac hegemóniáját, mint 8 éve.

Az egyes konkrét területeken (szolgáltatások, élelmiszerek, műszaki cikkek) kevésbé hiányolják a vizsgált terület képviselői a gazdasági verseny hatását, mint összességében, s az itteni eredmények közel azonosak a három hullámban.

Elsősorban a szolgáltatásoknál várják a piaci hatások erősebb érvényesülését a célcsoport tagjai, s a legkevésbé a műszaki cikkeknel (az előbbiesetében 47%, az utóbbinál viszont csak 25% azoknak az aránya, akik erősítenék a gazdasági versenyt).



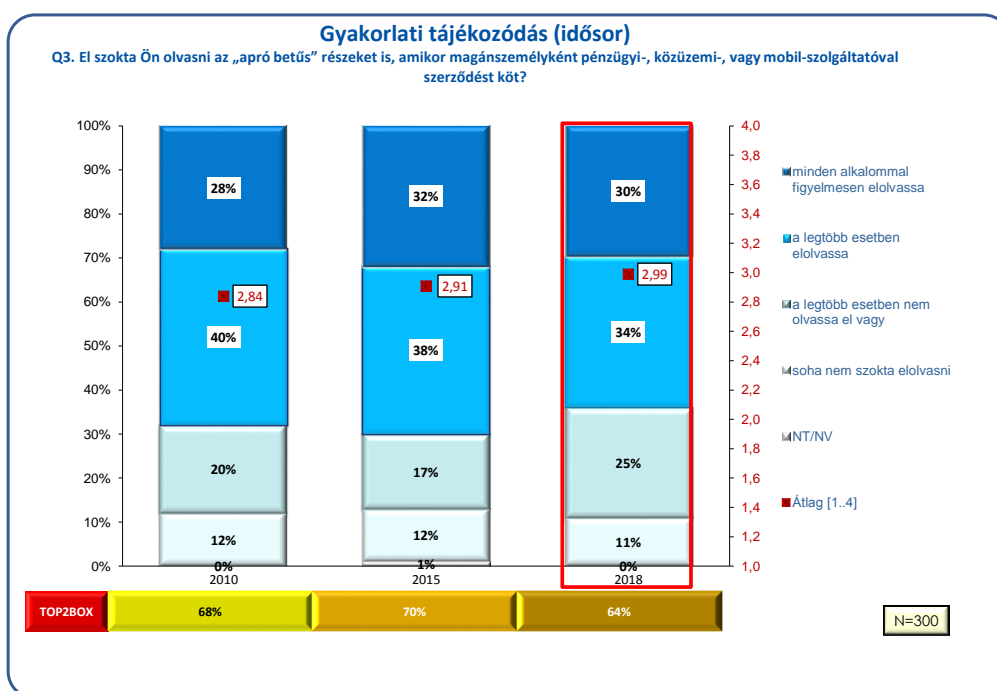
A cégméret és a gazdasági verseny érzete között nem érzékelhető direkt összefüggés.



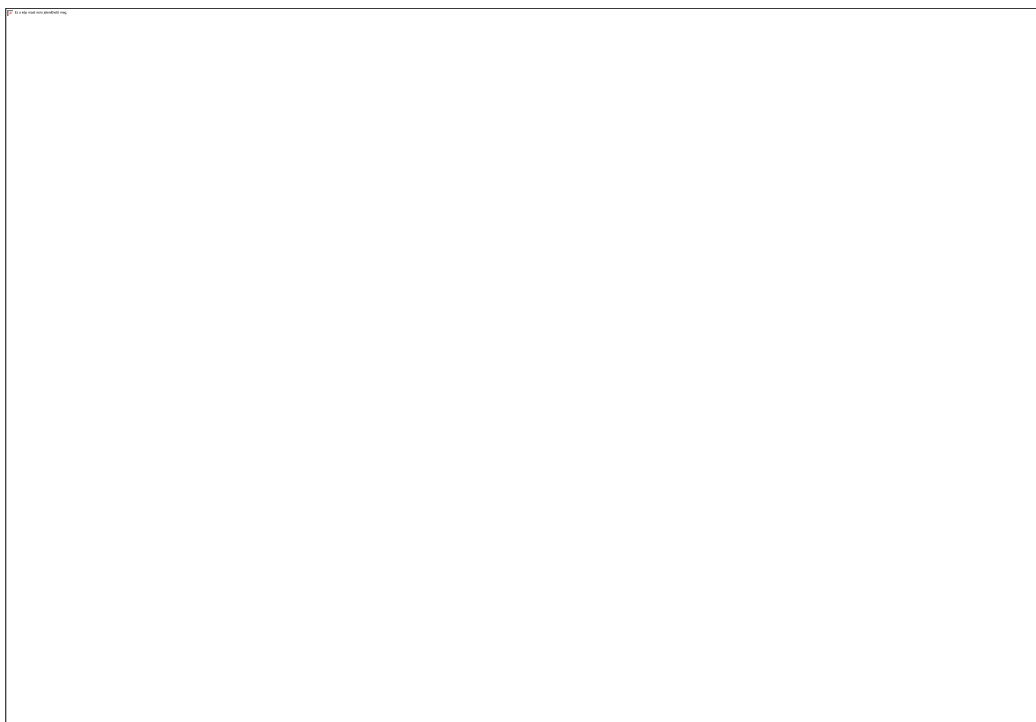
4. Gyakorlati piactudatosság

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.

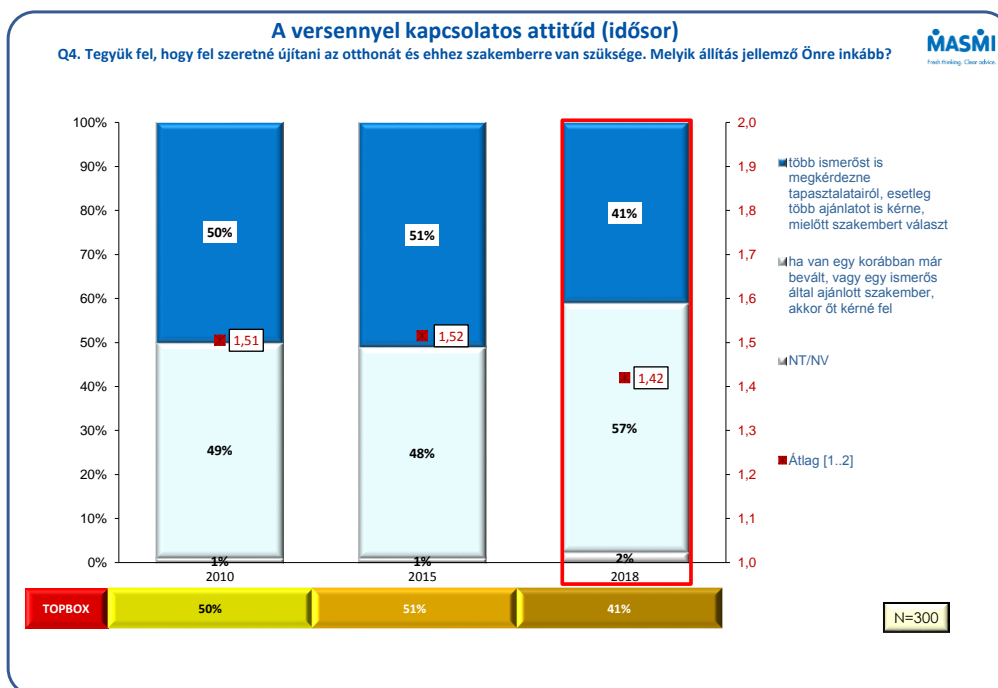
A vállalati döntéshozók 64%-a állította azt, hogy mindig vagy legalább az esetek túlnyomó többségében el szokta olvasni az „apró betűs” részeket is, amikor magánszemélyként szerződést köt egy bizonyos szolgáltatóval. Ez az arány ugyan valamelyest kisebb a két előző hullámban mérteknél, de a korábbiaknál árnyalatnyival magasabb átlag azt jelzi, hogy ebben a tekintetben nem volt igazán elmozdulás.



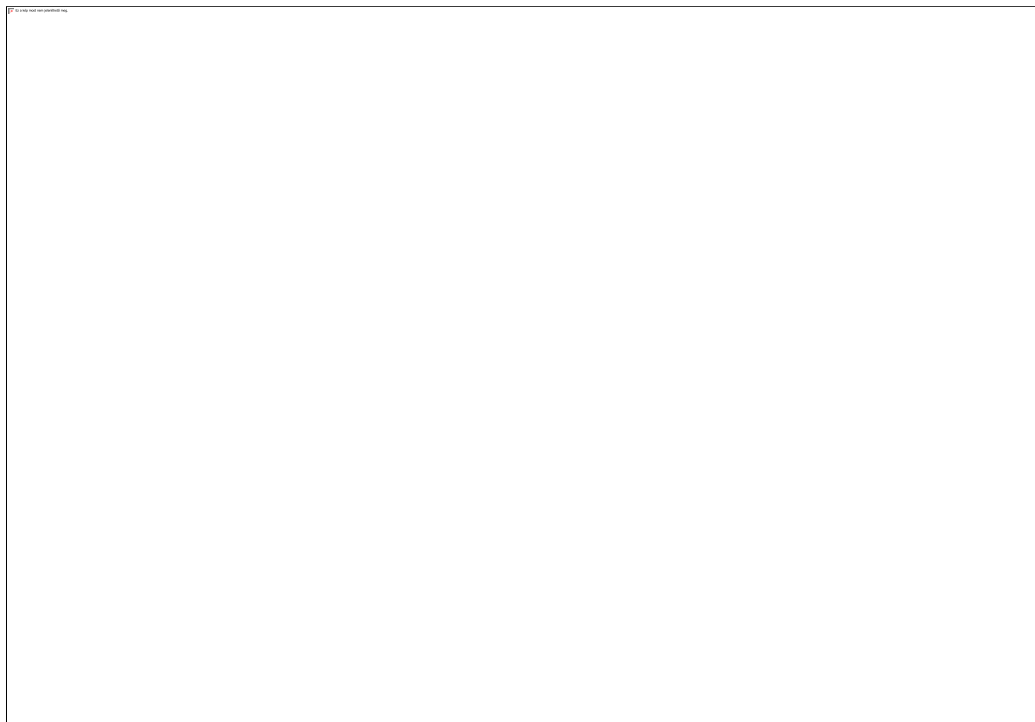
Noha a top2box értékek a nagyvállalatok képviselőinél a legmagasabbak, a szűk tartományban mozgó átlagok azt jelzik, hogy e tekintetben sem fedezhető fel szignifikáns különbség az egyes szegmensek attitűdjei között.



A válaszadók jóval kevesebb mint fele (41%) nyilatkozott úgy, hogy lakásfelújítás esetén több forrásból is érdeklődne, mielőtt döntene egy szakember mellett. Ez markánsan kisebb arány annál (50-51%), mint amit az előző két felmérés mutatott ki. A tendencia háttérben – véleményünk szerint – nem is annyira a piactudatosság tényleges csökkenése, mint inkább a szakember/szaktudós kínálat szűkülése állhat.



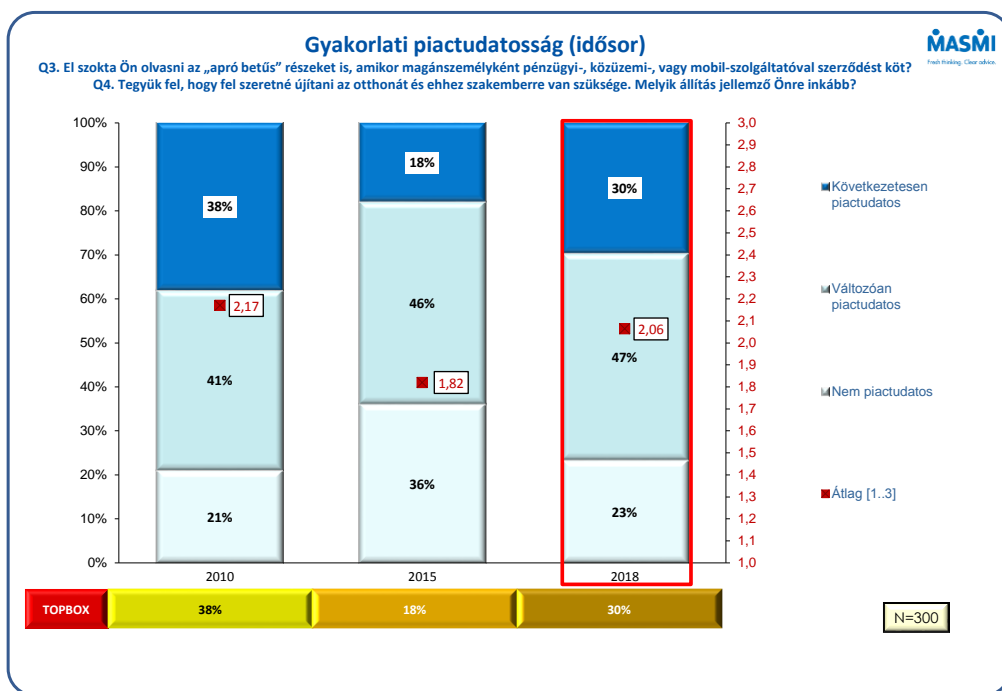
A topbox értékek és az átlagok azt valószínűsítik, hogy a piaci megoldás választásának valószínűsége pozitív összefüggésben van a képviselt cég méretével.



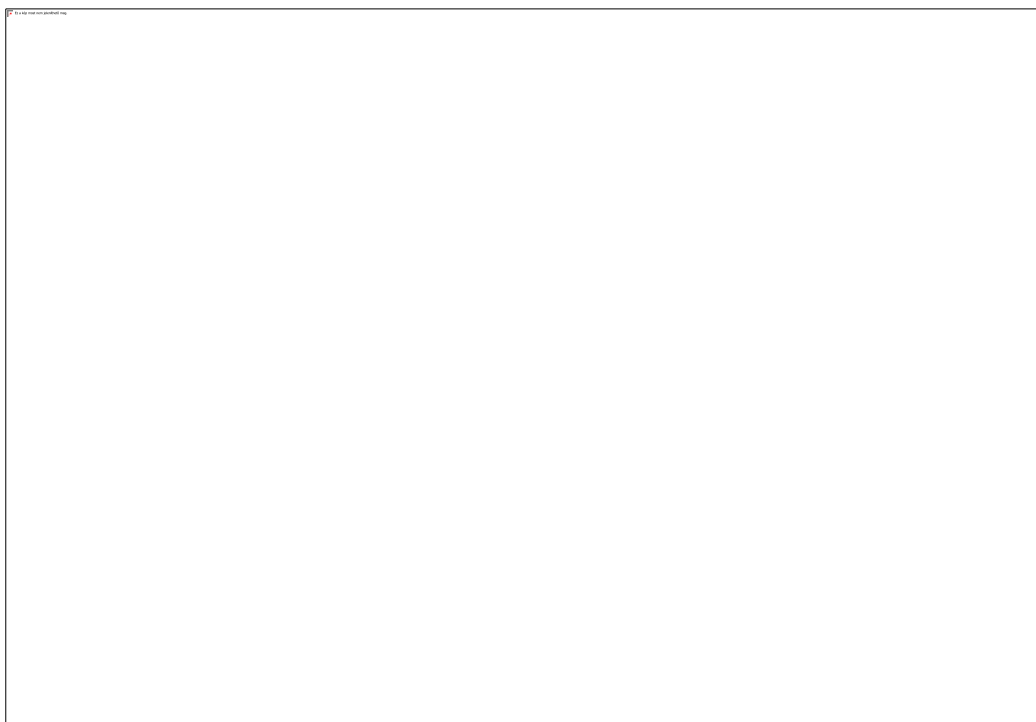
A megkérdezett vállalati szakembereket – a fenti két kérdésre adott válaszaik alapján – három, a gyakorlati piactudatosság szerint kialakított csoportba soroltuk:

- 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 piacgazdaság 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 versenypiacok 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 vállalati szakemberek közül 30% bizonyult „következetesen piactudatos fogyasztónak” a fenti besorolás alapján, csaknem minden negyedik válaszadó (23%) pedig a „nem piactudatos” kategóriába illeszthető. A következetesen piactudatos vállalati szakemberek részaránya (topbox) 8 százalékponttal alacsonyabb ugyan a 8 éve mért mutatószámnál, de 12 százalékponttal magasabb a 2015-ösnél.



A korábban leírtak alapján nem meglepő a nagyvállalati döntéshozóknál az átlagos mértéket jóval meghaladó átlag (2,20 versus 2,06) és 8, illetve 11 százalékponttal magasabb topbox érték a másik két létszámkategória képviselőivel történő összevetésben.



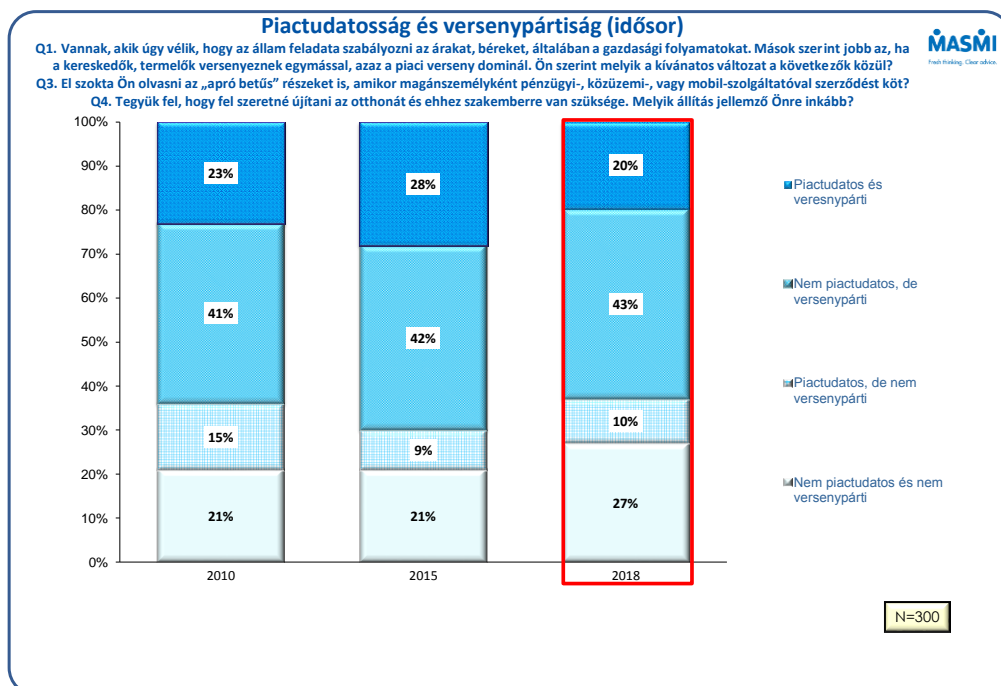
5. Verseny-attitűd versus gyakorlati piactudatosság

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 vállalati szakembereket e két dimenzió alapján négy különböző csoportba lehet besorolni. (Ezt a lenti ábra szemlélteti.)

A válaszadók egyötöde (20%) egyszerre deklaráltan versenypárti és piactudatos fogyasztó. 10%-ra jellemző a piactudatosság, de nem jellemző a versenypártiság, a válaszadók 43%-a pedig csak versenypártinak mondható, piactudatos fogyasztónak nem. A vállalati szakemberek 27%-a se nem piactudatos, se nem versenypárti.

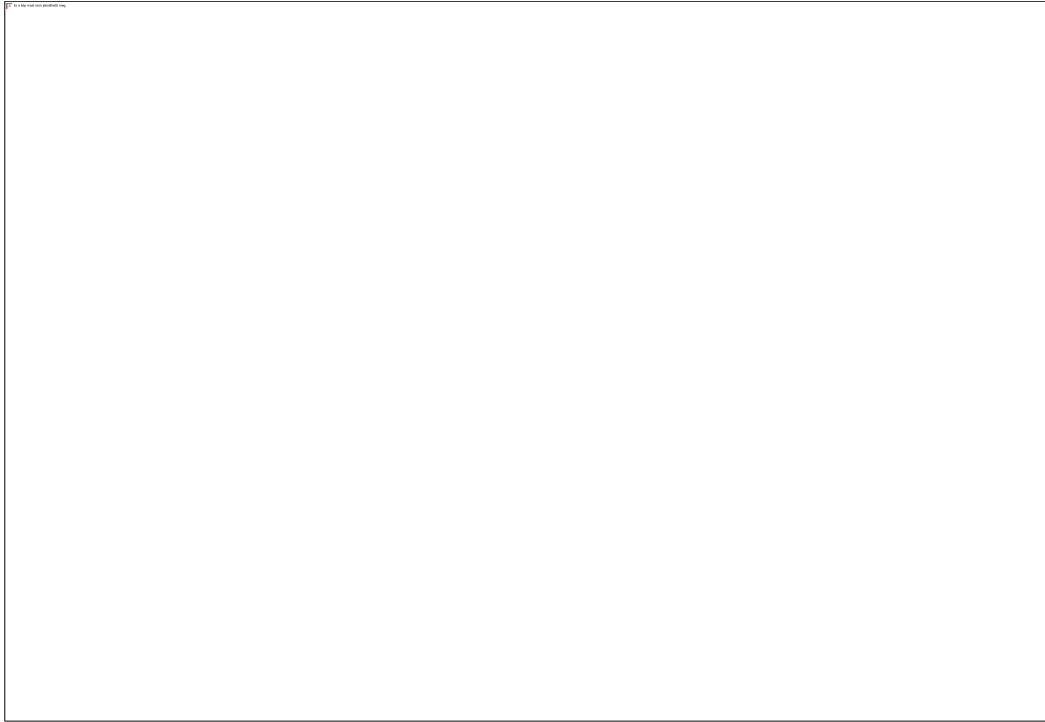
A két utóbbi felmérés eredményeivel történő összevetésben azt állapíthatjuk meg, hogy az idén volt a legmagasabb a nem piactudatos és nem versenypárti szakemberek aránya, s ezzel párhuzamosan a legkisebb az egyszerre piactudatos és versenypárti szegmensé.



A korábban leírtakat igazolja vissza az a tény, hogy az egyszerre piactudatos és versenypárti vállalati szakemberek aránya egyértelműen a legnagyobb cégek döntéshozóinak a körében a legmagasabb.

A nem piactudatos és nem versenypárti kategóriában a 35 évesnél nem idősebb válaszadók a 27%-os átlaggal szemben 45%-ot „mutattak fel”.

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



6. A versenyhelyzet értékelése

Az általános, magyarországi versenyhelyzet megítéléséről már kaptunk egyfajta képet a korábbi fejezetben. A jelen fejezet azt tekinti át, 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 legfajsúlyosabbaknak a vezetők számára.

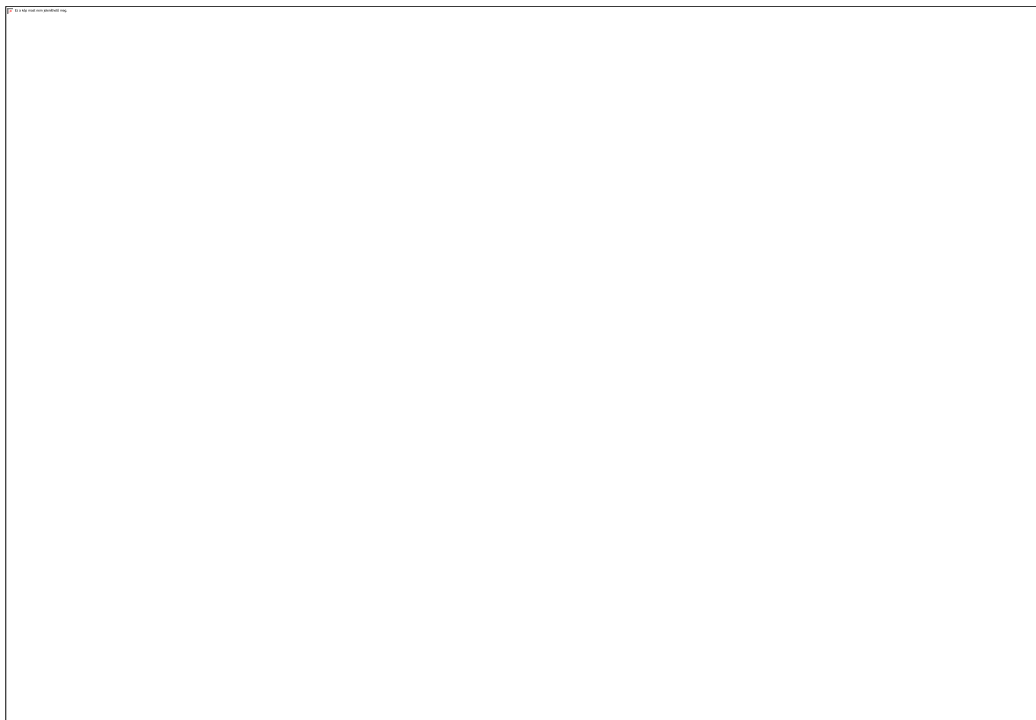
6.1. A verseny erőssége vállalkozói szemmel

Általánosan megállapítható, hogy a vállalatok képviselői a saját értékesítési piacukon sokkal erősebbnek érzik a versenyt (átlag: 3,94), mint a beszerzési piacukon (átlag: 3,37).

Ugyanakkor az a tendencia is egyértelmű, hogy felmérésről felmérésre csökkent a verseny élességét érzékelők tábora mindkét viszonylatban.



A felmérés eredményei szerint a verseny erősségének érzékelése és a cégméret között közvetlen összefüggés nem fedezhető fel. Más cégdemográfiai ismérvet vizsgálva viszont megállapítható, hogy a kereskedelemben dolgozók percepciójában az átlagost (3,94) szignifikánsan meghaladó erősségű (4,37) a verseny az értékesítési piacon.

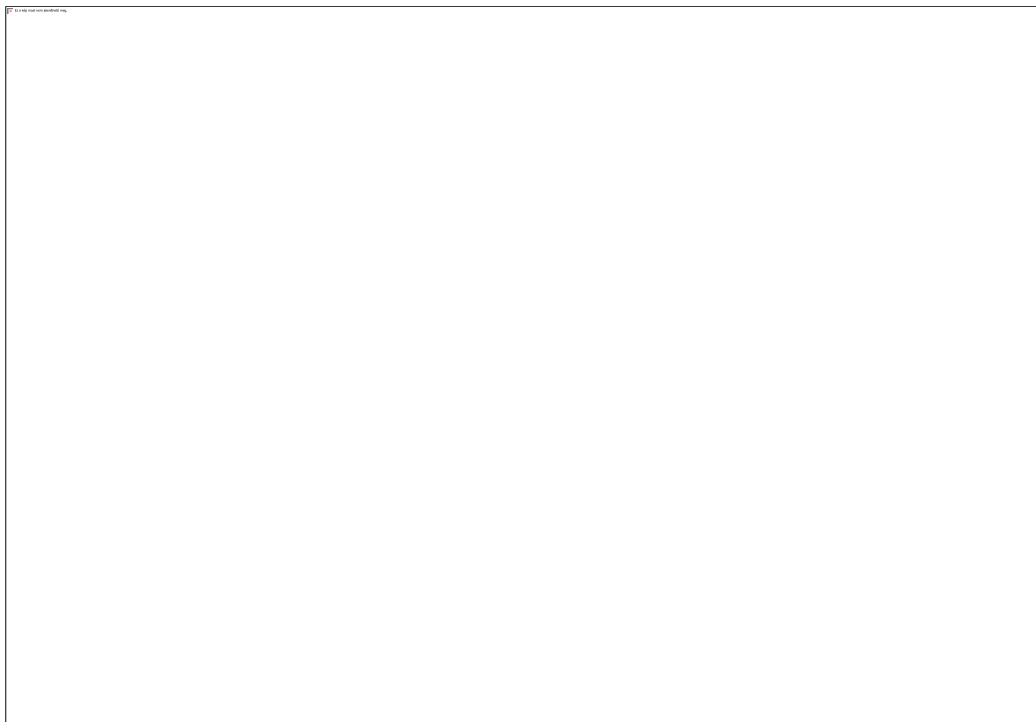


A vállalatok képviselőinek 42%-a látja úgy, hogy a saját értékesítési piacán az ideálisnál valamelyest (28%) vagy sokkal (14%) erősebb a verseny, míg alig több mint minden negyedik (28%) véli ugyanezt a beszerzési piacáról. Ebben a megvilágításban is megfigyelhető tehát egyfajta „részhajló” attitűd a vállalkozók képviselőinél: a saját értékesítési területen kevésbé hiányolják az erősebb versenyt, mint az őket kiszolgáló beszállítói piacon.

Az ideai eredmények jobbára a 8 évvel ezelőttiekkel vannak szinkronban, s alacsonyabb mutatószámokat produkálnak a 2015-ösöknél.

Míg a vállalati döntéshozók, magánszemélyként úgy gondolják, hogy Magyarországon a verseny gyengébb az ideálisnál (átlag: 2,55³), a saját beszerzési piacukon (átlagban) már valamivel elégedettebbek a verseny mértékével (3,02), az értékesítési piacukon pedig kifejezetten gyengébb versenyt szorgalmaznának (3,30).

³ Mivel a 3. fejezetben a verseny-attitűd szempontjából vizsgáltuk a verseny erősségének az érzékelését, inverz átlagszámítást (sokkal gyengébb az ideálisnál = 5, ... sokkal erősebb az ideálisnál = 1) alkalmaztunk.



6.2. A piaci versennyel kapcsolatos problémák percepciója

A korábbi évek eredményeihez hasonlóan a vállalatok képviselői továbbra is a politikának a gazdasági életre gyakorolt befolyását, valamint a nagyvállalatok és a multinacionális cégek érzékelt erőfölényét emelték a legfőbb problémák közé. Az előbbi 78%-uk, az utóbbit pedig 73%-uk tartotta inkább vagy nagyon jellemző, versennyel kapcsolatos problémának.

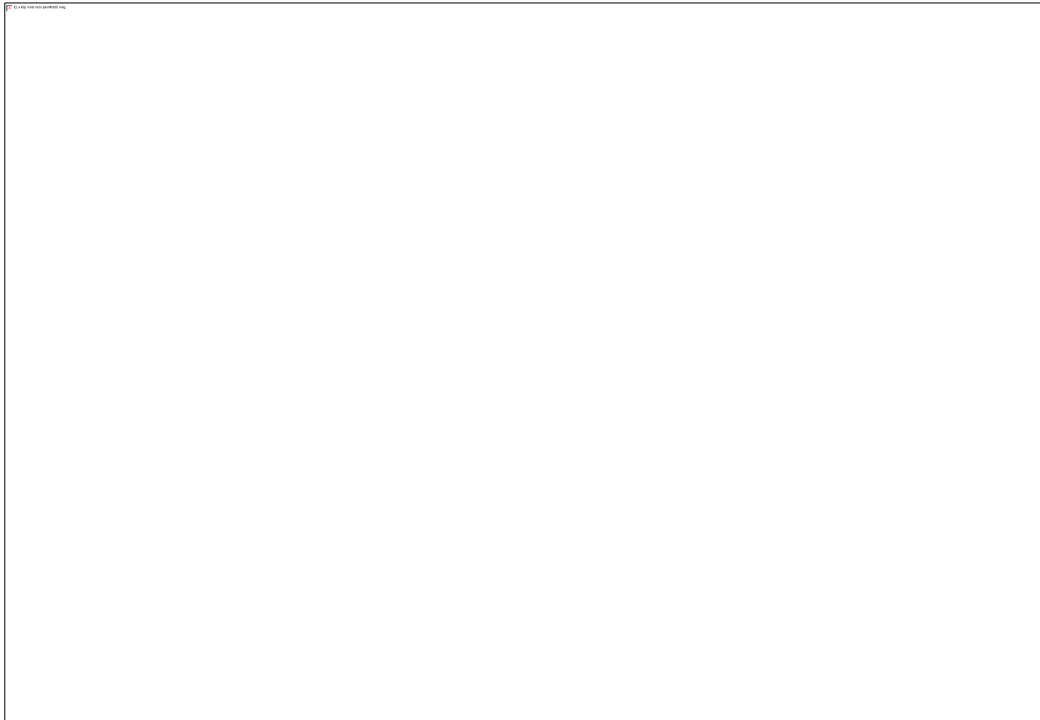
Míg a piac túlszabályozottsága 2010-ben a legkevésbé fontos problémának tűnt (26%-os top2box értékkel), az idénre „felküzdötte magát” a harmadik helyre (59%).

Noha a korábbi hullámokhoz képest csökkent a jelentősége, a válaszadók fele még most is fontos problémának tartja a versenyszabályok kijátszását.

Az értékesítési és a beszerzési piac nehézségei – a korábbi hullámokhoz/évekhez viszonyítva – egyre kevésbé állnak fókuszban a döntéshozók szemében.



A nagyvállalatok képviselői az átlagosnál (78%) nagyobb hányadban (82%) panaszkodnak a politikának a gazdasági életet befolyásoló szerepére. Ugyanakkor számukra okozza a legkisebb problémát az értékesítési lehetőségek szűkössége.

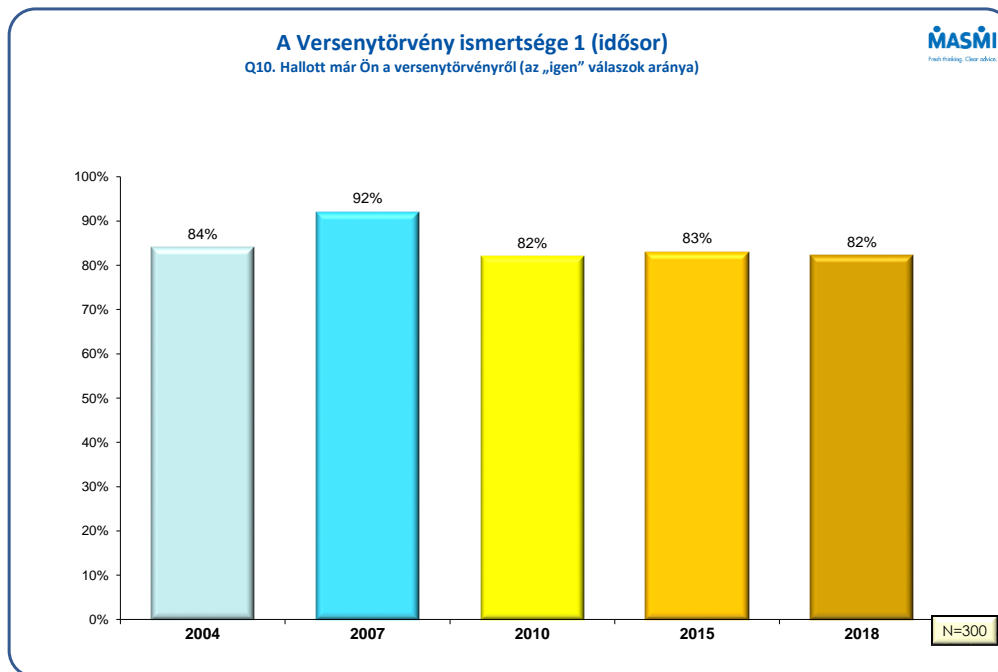


Az egyéb, versennyel kapcsolatos problémák között a korrupciót említették a legtöbben: közel minden huszadik válaszadó mondta, hogy a felsoroltakon kívül ezt még komoly, a versennyel kapcsolatos problémának tartja.

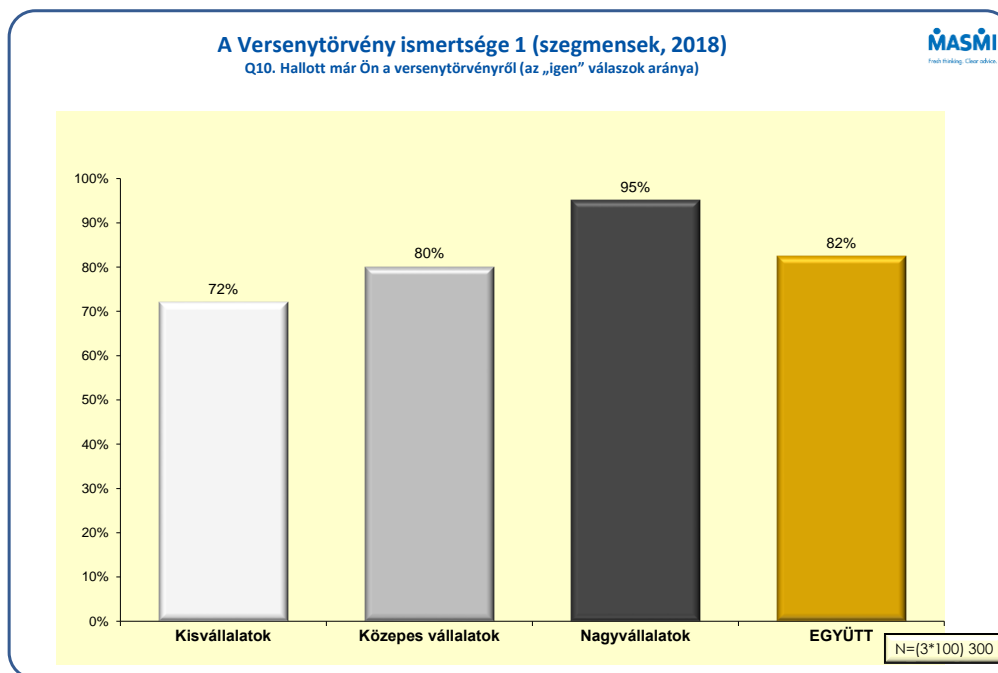
Milyen egyéb, a versennyel kapcsolatos problémát tart még jellemzőnek Magyarországon?		
<i>Bázis: teljes minta (N=300)</i>	Említések száma	Százalékos arány
Korrupció	14	5%
A közbeszerzések visszasságai	6	2%
Irányított EU-s és egyéb pályázatok	5	2%
Fizetési morál, kintlévőségek, körbe tartozások	3	1%
Egyéb említés	28	9%
Nincs ilyen („Az előző kérdés az összes problémát felsorolta”)	16	5%
NT/NV	228	76%

7. A Versenytörvény ismertsége

A vállalati szakemberek 82%-a hallott már a Versenytörvényről. A 2007-es kiugró eredménytől eltekintve az ismertség szintje gyakorlatilag változatlan.



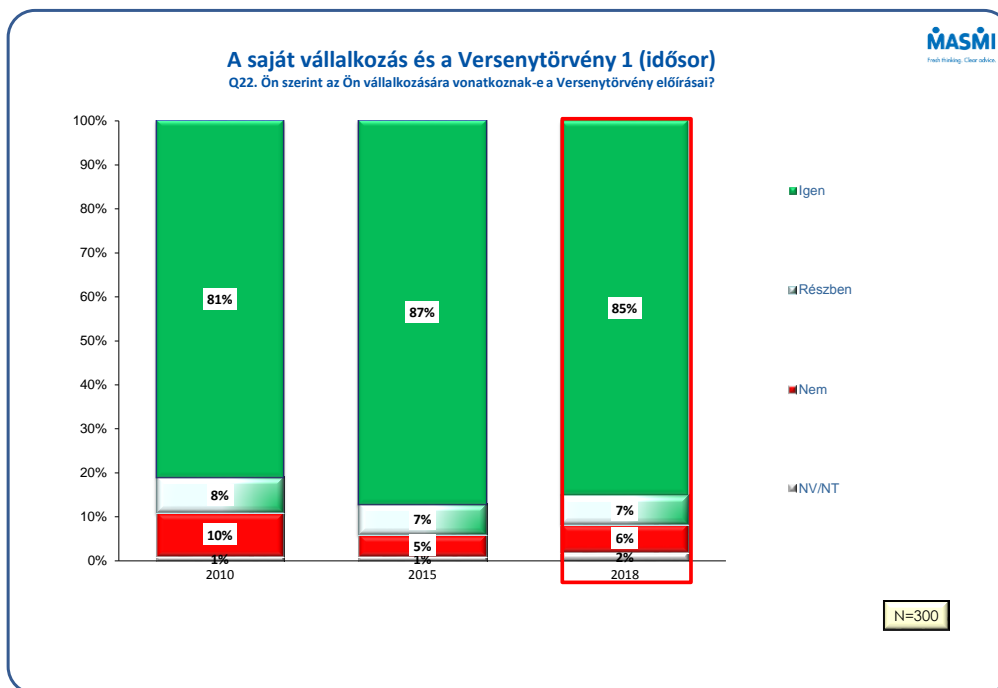
Az eredmények alapján vitathatatlan, hogy a cégméret egyenes összefüggésben áll az ismertség valószínűségével.



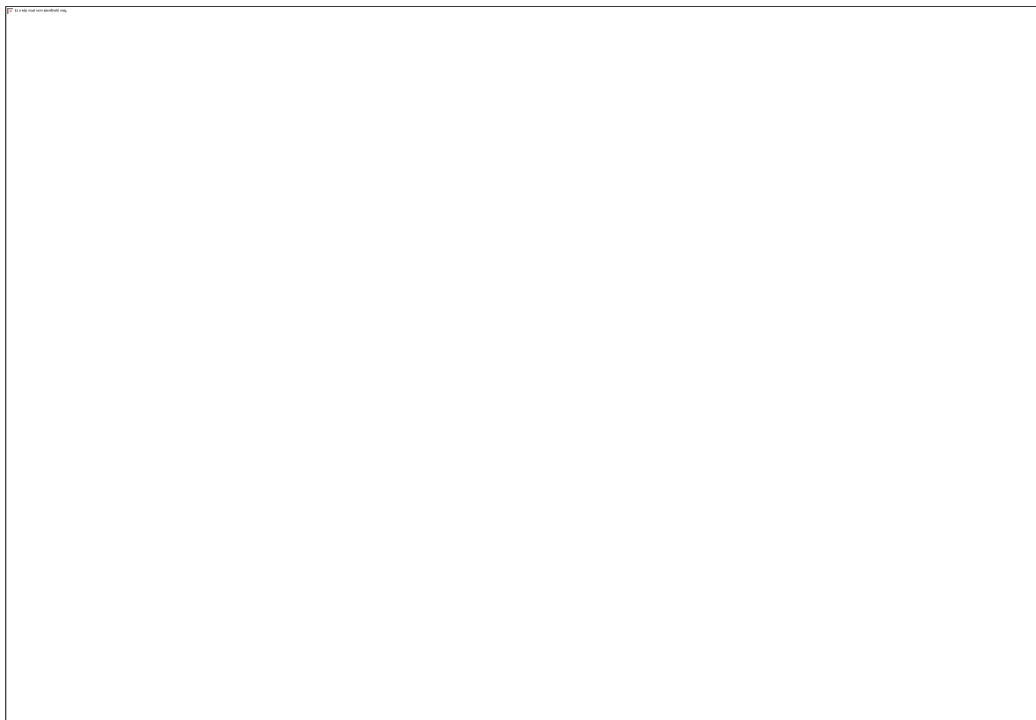
7.1. A saját vállalat viszonya a Versenytörvényhez

A vállalati döntéshozók döntő hányada (85%) tisztában van vele, hogy a Versenytörvény a cégére is vonatkozik. Ugyanakkor minden hetedik-nyolcadik vállalat képviselője állítja, hogy nem (6%) vagy csak részben (7%) vonatkoznak rájuk a Versenytörvény előírásai.

Az idei eredmények gyakorlatilag teljesen megegyeztek a három évvel ezelőttiekkel e kérdéskör kapcsán.



Noha az arányok azt a látszatot keltik, hogy a közepes méretű vállalkozások vezetői vannak a leginkább tisztában a Versenytörvény cégükre is kiterjedő hatályával, a különbségek egyértelműen a statisztikai hibahatáron belül vannak.



Az átlagtól (85%) szignifikáns mértékben eltér a fővárosi, illetve a megyeszékhelyi cégek képviselőinek állásfoglalása a kérdés kapcsán: az előbbieknél 96%, az utóbbiaknál viszont csupán 75% volt azoknak az aránya, akik nem vonják kétségbe, hogy a Versenytörvény őket is érinti.

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 (vagy éppen túl nagy) a cég ahhoz, hogy érintettek lennének. Ezekon kívül olyan alapvető fogalmi zavarokra utaló indokok is elhangzottak, miszerint a cég nem vesz részt a versenyben (vagy éppen nincs versenytársa), ezért nem vonatkozik rá a törvény.

Akárcsak az előző hullámokban, az idén is némileg magasabb volt azok aránya, akiknek cége állítólag betartja a Versenytörvény előírásait (88%), mint akik szerint cégükre is kiterjed a Versenytörvény hatálya (85%).

7.2. Ismeretek a Verseny törvény céljáról

Az előző két felméréshez hasonlóan 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 csoportosítottuk a válasz helyessége alapján három kategóriába (jó, kétértelmű, rossz válasz).

A részletesen kódolt válaszok említési számát és százalékos arányát mutatja az alábbi táblázat.

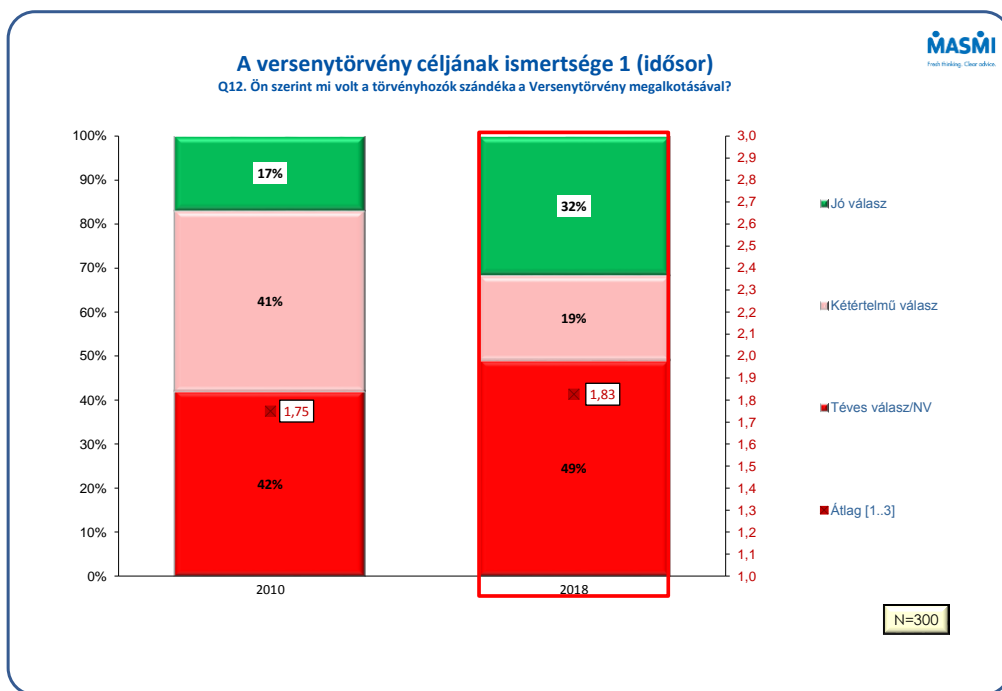
Tudomása szerint mi a célja a verseny törvénynek?		
Bázis: N=300	Említések száma	Százalékos arány
Egyértelműen helyes válaszok:		
A (tisztességes) verseny elősegítése, fenntartása	41	14%
A tisztességtelen piaci magatartás megakadályozása	31	10%
Kartellek, egyeztetések megakadályozása	14	5%
A fogyasztók védelme, érdekeinek a biztosítása	4	1%
Egyéb helyes válaszok	5	2%
Kétértelmű válaszok ⁴ :		
Esélyegyenlőség/azonos feltételek biztosítása	28	9%
A (piaci) verseny szabályozása, kontrollálása	14	5%
Egyéb kétértelmű válaszok	16	5%
Rossz válaszok:		
A gazdaság(i folyamatok), a piac szabályozása	28	9%
A piac védelme, fejlesztése	13	4%
A monopóliumok kialakulásának megakadályozása	6	2%
A korrupció visszaszorítása	6	2%
Egyéb rossz válasz	13	4%
NT/NV vagy nem ismerik a VT-t	81	27%

Az eredmények alapján a vállalati szakemberek 32%-a van teljes mértékben tisztában a Verseny törvény céljaival. Közel egyötödük (19%) adott csupán részben jó (kétértelmű) választ erre a kérdésre. A tájékozatlanok (tévesen vagy sehogy sem válaszolók, illetve a Verseny törvényt még hallomásból sem ismerők) részaránya 49%.

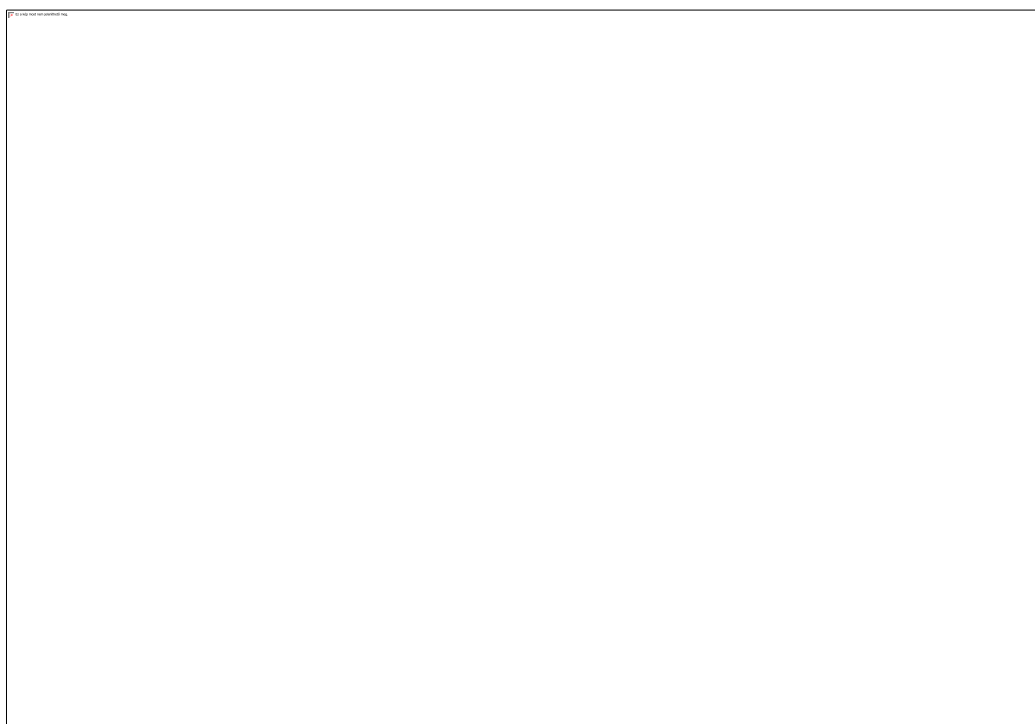
Az átlagok alapján (jó válasz=3, kétértelmű válasz=2, téves válasz/ NV/NT /nem is meri a Verseny törvényt=1) az ideai eredmények valamelyest kedvezőbbek a 8 évvel ezelőttiéknél. Ki kell emelni, hogy 2018-ban mind a jó, mind a téves (vagy „nem tudja”) válaszok aránya jóval magasabb volt, mint 2010-ben⁵, s egyúttal jelentősen csökkent a kétértelmű válaszok hányada is.

⁴ Ezek a válaszok lehetnek helyesek is, helytelenek is, attól függően, hogy mire gondolt közben a válaszadó.

⁵ A 2015-ös tanulmány nem tartalmazott ilyen jellegű kimutatást.



Egyértelmű, hogy minél nagyobb egy cég, annál valószínűbb, hogy a döntéshozói hallottak már a Versenytörvényről és tisztában vannak annak céljaival.



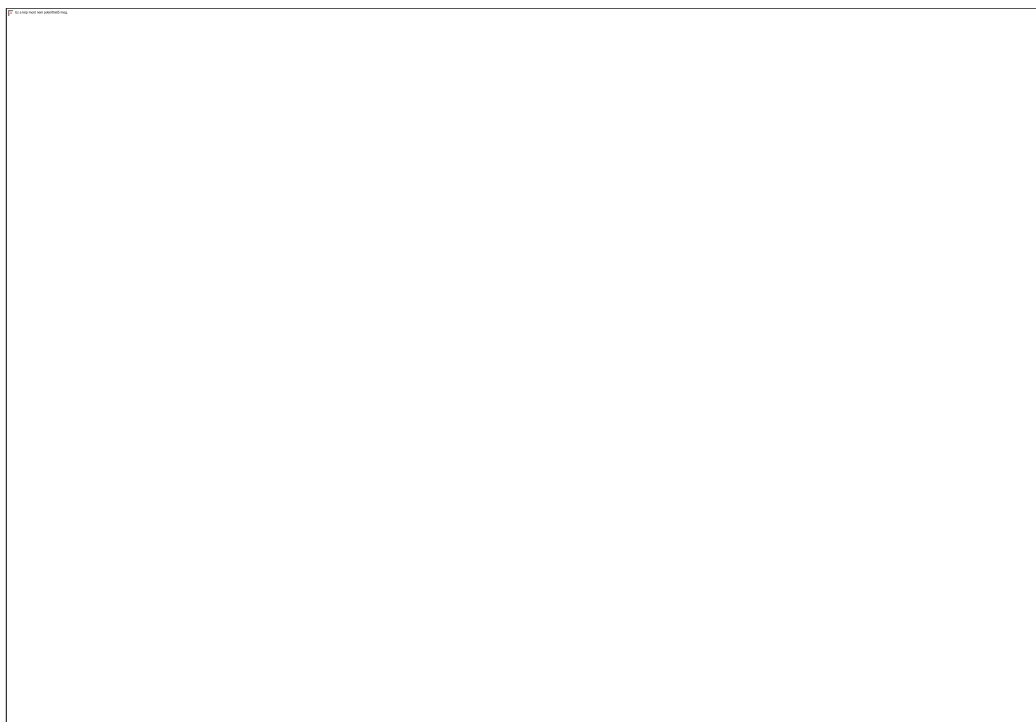
A cégméreten kívül a tevékenység szerinti csoportosítás is szolgáltatott egy szignifikáns különbséget az átlaghoz viszonyítva: A kereskedelmi cégeknél csak 11%-os volt a helyes definíciók részaránya a teljes mintára számított 32%-kal szemben.

Az egyes lehetséges célok ismeretének támogatott vizsgálatában jelentős többség (74%) helyesen állította, hogy a Versenytörvény alapvető célja a „gazdasági verseny fenntartása a

különböző piacokon”. Ennél jóval kisebb arányban, a vállalati szakemberek 58%-a tudta csak helyesen azt, hogy „a fogyasztók tájékozottságának biztosítása” is célja a törvénynek.

Noha a vállalati döntéshozók közel fele tisztában van azzal, hogy sem multinacionális cégek támogatása (49%), sem a sportrendezvények rendjének a fenntartása (44%) nem tartozik a Versenytörvény céljai közé, a vállalkozásoknak a versenytársakkal szembeni védelmét (13%), a magyar gazdaságnak a külföldi vállalkozásokkal szembeni védelmét (20%), valamint a kkv-k támogatását (24%) csupán a válaszadók kisebbsége zárta ki – helyesen – a valós célok közül⁶.

A valós állítások kapcsán nagyjából a korábbi szinten maradt a helyes válaszok aránya a 2015-ös felmérés óta. Az elterelésnek szánt „célok” esetében nem volt előrelépés, sőt a két legmegtévesztőbb állítás esetében – 2015 után – tovább folytatódott a visszaesés.



Valamennyi állítás esetében a – felmérésünk osztályozása szerinti – nagyvállalatok képviselői adtak a legnagyobb arányban helyes választ. Néhány tekintetben (a multinacionális cégek támogatása, a magyar gazdaság védelme a külföldi vállalkozásokkal szemben, a sportrendezvények rendjének biztosítása) meglehetősen szembetűnők voltak az aránykülönbségek.

Csupán a fogyasztók tájékozottságának biztosítása kapcsán tekinthető igazán gyengébbnek a kisvállalkozások döntéshozóinak ismerete a középvállalkozások képviselőiéhez viszonyítva.

⁶ A százalékos értékeket természetesen lefele húzta az a tény, hogy a válaszadók 18%-a még nem hallott a Versenytörvényről.



7.3. Ismeretek a Versenytörvény tartalmáról és hatóköréről

A megkérdezett vállalati szakemberek közel háromnegyede (73%) tudta, hogy a Versenytörvény a vállalkozások, cégek gazdasági ügyeire vonatkozóan tartalmaz előírásokat. Ugyanakkor mindössze 20%-uk van tisztában azzal, hogy a jogászok etikai ügyeire nem vonatkozik a törvény.

Az utóbbi három felmérés során nem voltak szignifikáns változások a Versenytörvény hatókörének ismertségi szintjében.



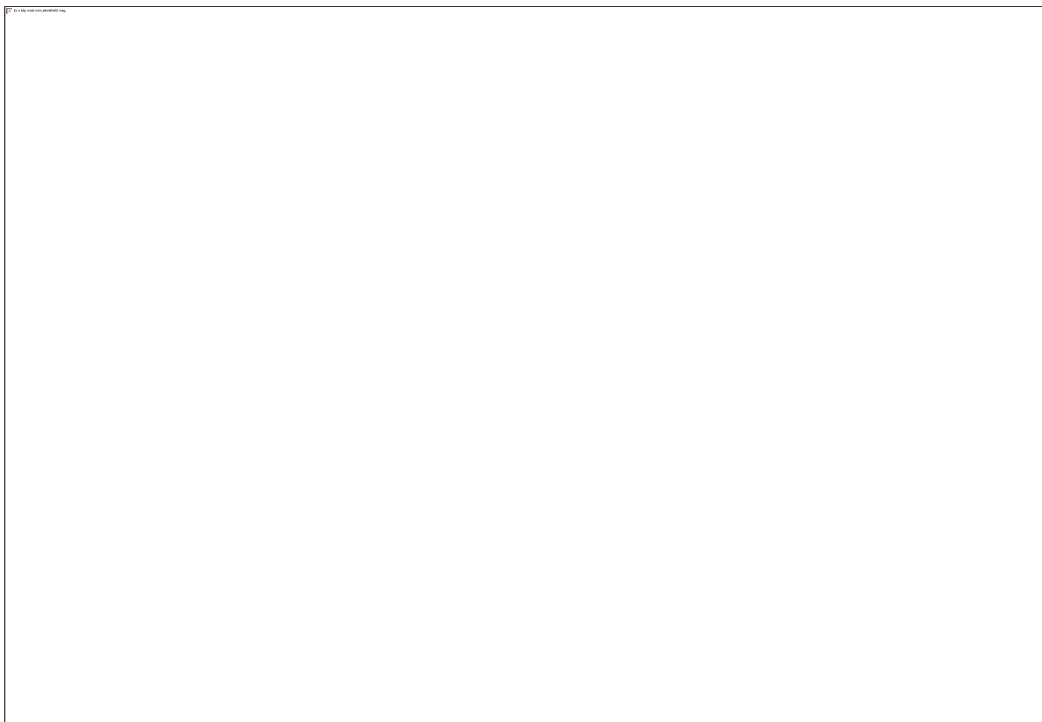
E kérdés kapcsán is egyértelműen megmutatkozott a legalább 50 főt foglalkoztató cégek képviselőinek jóval nagyobb tájékozottsága a kisebb cégek szakembereivel történő összevetésben. A kisvállalatok (statisztikai értelemben: mikro vállalkozások) döntéshozói által adott helyes válaszok aránya (60%) éppen a valós állítás kapcsán maradt el jelentősen az átlagtól (73%).



Tájékozottabbak voltak a cégek vezetői a Versenytörvény tiltó rendelkezései tekintetében. Egy-egy kérdésnél a jó válaszokat adók aránya 70-80% körüli volt. A korábbi két felmérés eredményeivel való összevetésben jelentős mozgásokat nem fedezhetünk fel.



E kérdéskör kapcsán nem a nagyvállalati válaszadók átlag feletti tájékozottsága kell kiemelni, hanem azt, hogy kisvállalatok képviselői jóval átlag alatti arányban tudnak a Versenytörvénynek a versenytársak ármegállapodását tiltó rendelkezéseiről.



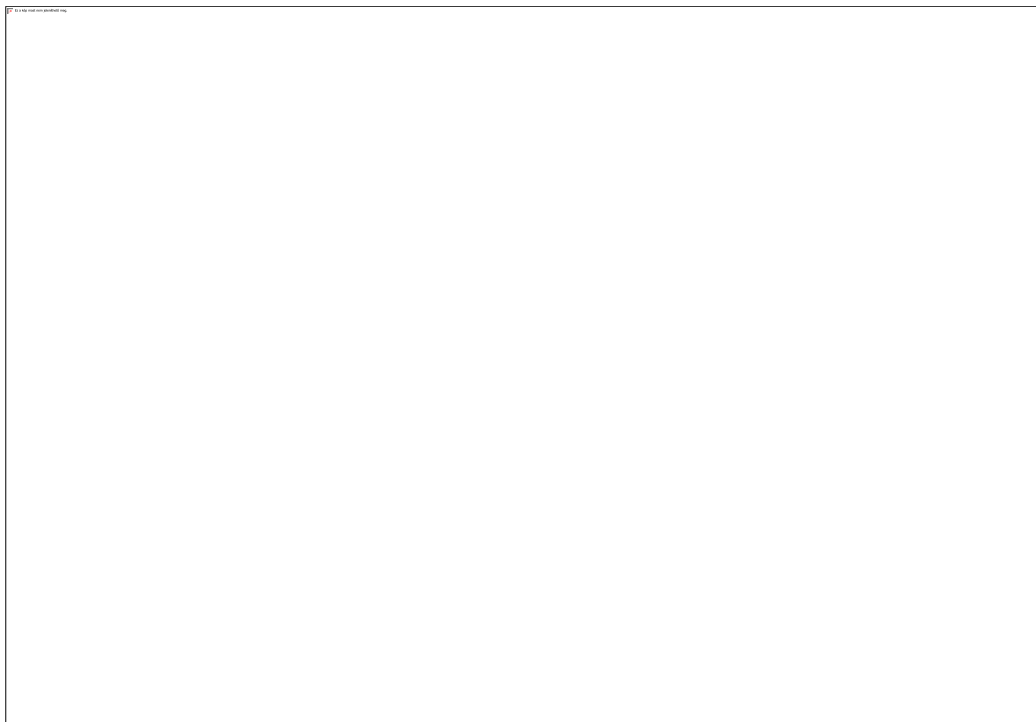
A közbeszerzésekre vonatkozó tilalmak (a pályázók közti előzetes ár-, illetve tartalmi egyeztetés) a válaszadók közel kilenczede számára ismertek.

Némileg más a helyzet a hamis állításokkal, amelyekről szintén viszonylag sokan gondolták úgy, hogy azokat is tiltja a Versenytörvény. Csupán a válaszadók 63%-a tudja, hogy nem tiltott egy erőfölényes cégnek elindulnia egy közbeszerzésen, s csupán 41% van tisztában azzal, hogy az ajánlatkérő nem kötelezhető a legjobb ajánlat elfogadására.

Jelentős változások nem zajlottak le ezen a téren sem az elmúlt nyolc év során.



A cégméret kategóriák szerinti bontás legmeglepőbb eredménye: a legnagyobb vállalkozások képviselői körében fordul elő a legnagyobb gyakorisággal az a tévhit, hogy a közbeszerzések során a legjobb ajánlat elfogadására kötelezhető az ajánlatkérő.



Az üzleti szféra képviselőinek a többsége – helyesen – a fogyasztók megtévesztését a Versenytörvény szabályaiba ütközőnek tartja. Ennek pontos tartalmáról viszont már jobban megoszlanak a vélemények.

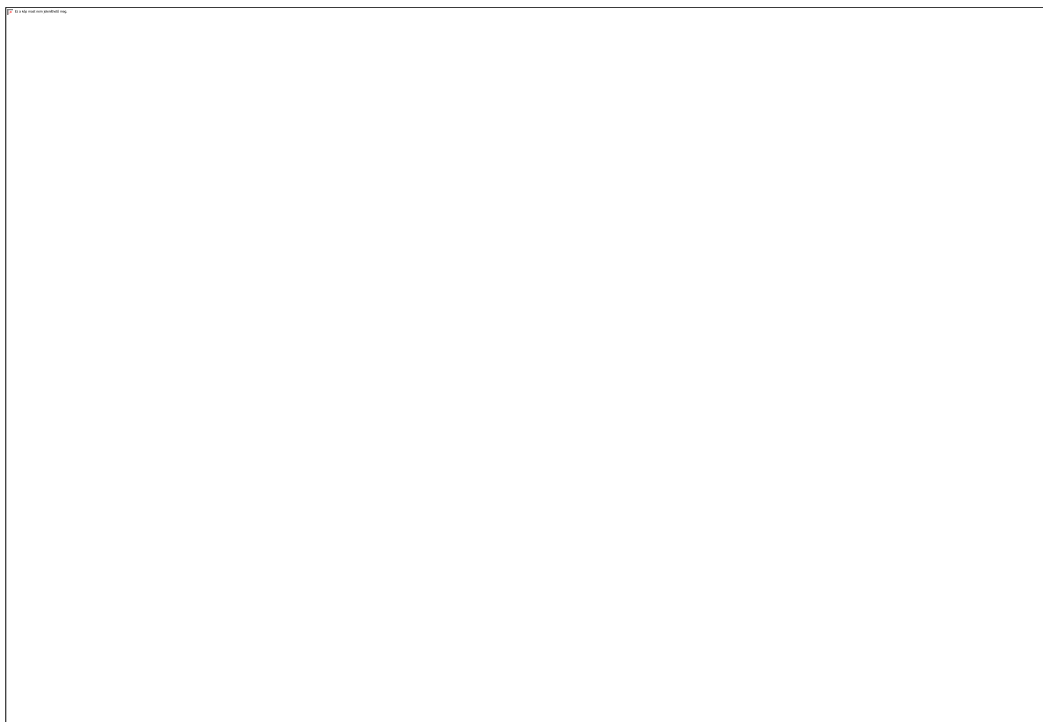
A cégek vezetőinek túlnyomó többsége (91%) jól tudja, hogy ha egy termék reklámjában elhallgatják annak egy fontos tulajdonságát, akkor az a fogyasztó megtévesztésének számít. A korábbi két hullámban is hasonló volt a helyes válaszok aránya.

A túlnyomó többség, 77% azt is jól tudja, hogy a vásárló megajándékozása nem ütközik a versenytörvénybe. Ugyanakkor a válaszadók csupán 43%-a van tisztában azzal, hogy nem számít megtévesztésnek az, ha egy terméket egy másikkal összehasonlítva reklámoznak.

Csupán ez utóbbi állítás kapcsán csökkent észrevehetően a helyes válaszok aránya, főként, ha a vetítési alap a 2015-ös eredmény.



A cégméret szerinti bontás nem mutatott ki szignifikáns eltéréseket e kérdéskörben.

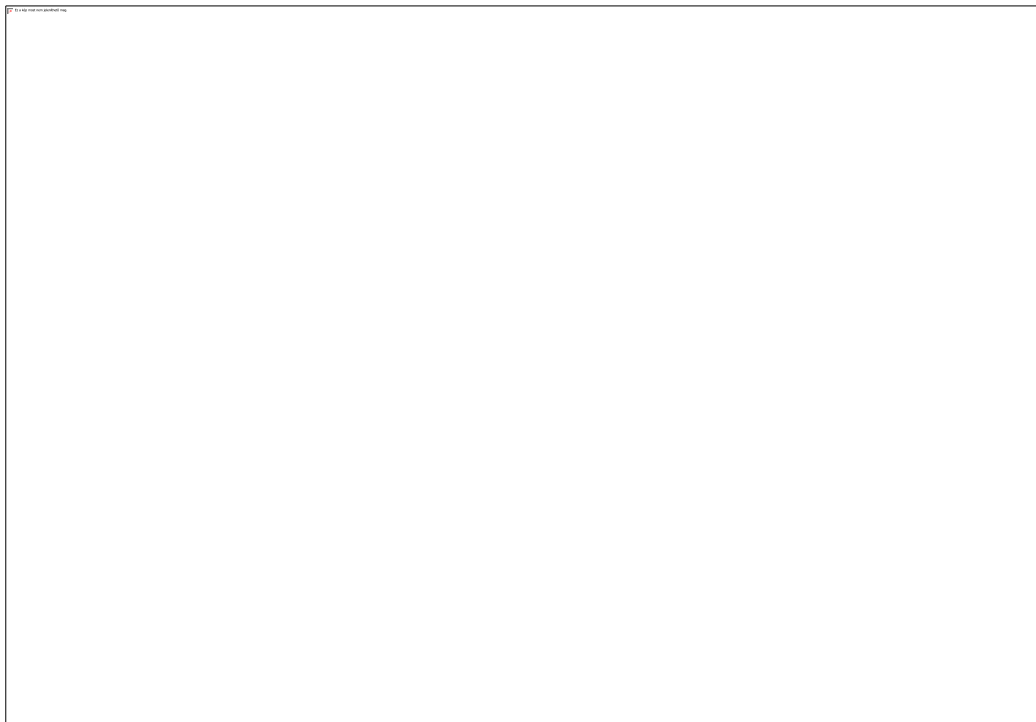


7.4. Ismeretek a Verseny törvény megsértésnek következményeiről

Az üzleti szféra képviselőinek háromnegyede spontán megemlítette, hogy a Verseny törvény megsértése pénzbírságot vonhat maga után. Nagyságrendileg kevesebb válaszadónak jutott eszébe az adott magatartástól való eltiltás (21%), az állami közbeszerzésekből történő kizárás (15%) és a vezetők szabadságvesztése (8%).

Noha az előző felmérésben mértekhez képest arányaiban jelentősen visszaesett, de még mindig elég elterjedtnek tekinthető az a tévhit, hogy a Versenytörvény megsértése esetén a GVH ajánlásokat, javaslatokat tehet a visszásság megszüntetésére (13%) vagy akár fel is számoltathatja a céget (14%).

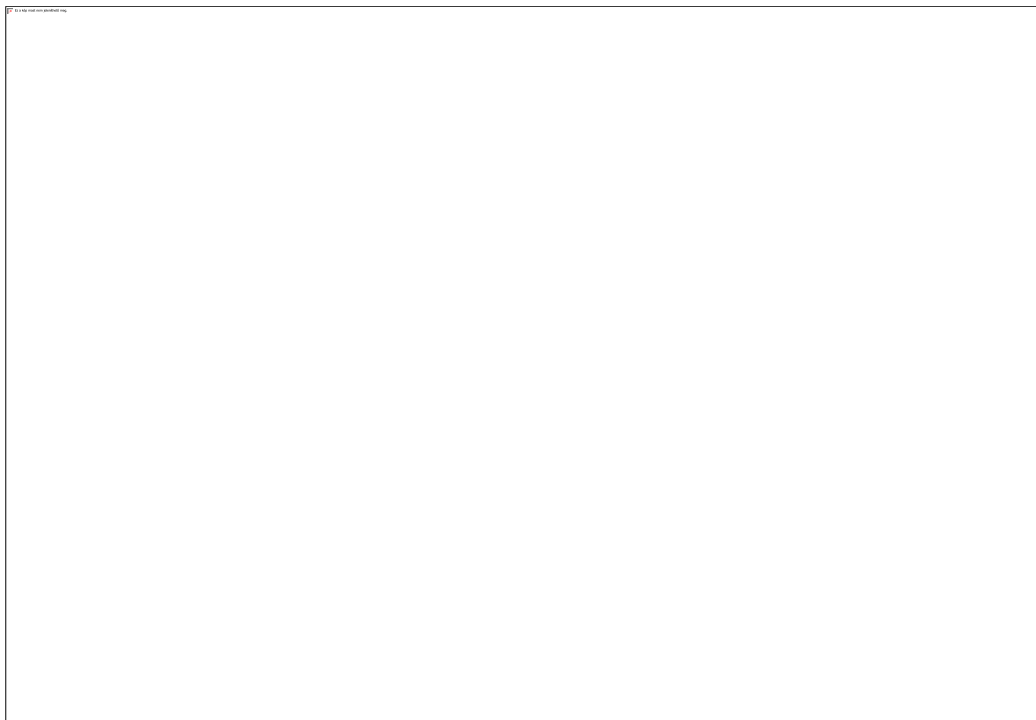
Úgy tűnik, hogy a vállalati döntéshozók számára a GVH egyre inkább a pénzbírságokat kiszabó hatóságként jelenik meg, s így a Versenytörvény megsértésének egyéb következményeire már csak jóval ritkábban asszociálnak, mint korábban.



A spontán említések elsősorban arra világítottak rá, hogy milyen jogkövetkezményeket tekintenek tipikusnak a vállalati szakemberek. Az ismeretek mélyebb feltárására az ideai felmérésben – először – támogatottan is rákérdeztünk a Versenytörvény megsértésének lehetséges jogkövetkezményeire.

Az üzleti szféra képviselőinek döntő hányada tisztában van a pénzbírság (94%), az adott magatartástól való eltiltás (93%) és az állami közbeszerzésekből való kizárás (90%) alkalmazásának gyakorlatával. Nagyságrendileg kisebb arányban tartották lehetséges jogkövetkezménynek a vezetők szabadságvesztését (53%).

Kisebbségben voltak viszont azok a vállalati döntéshozók, akik tisztában vannak azzal, hogy a vállalkozás felszámolása sem lehet jogkövetkezmény (38%), s elenyésző kisebbséget (5%) alkotnak azok a válaszadók, akik tudják, hogy a GVH-nak nem feladata ajánlásokat/javaslatokat tenni a visszásságok megszüntetésére. Érdekes, hogy ez utóbbi jogkövetkezmény kapcsán a legkisebb cégek képviselői adták a – viszonylagosan – legtöbb jó választ.

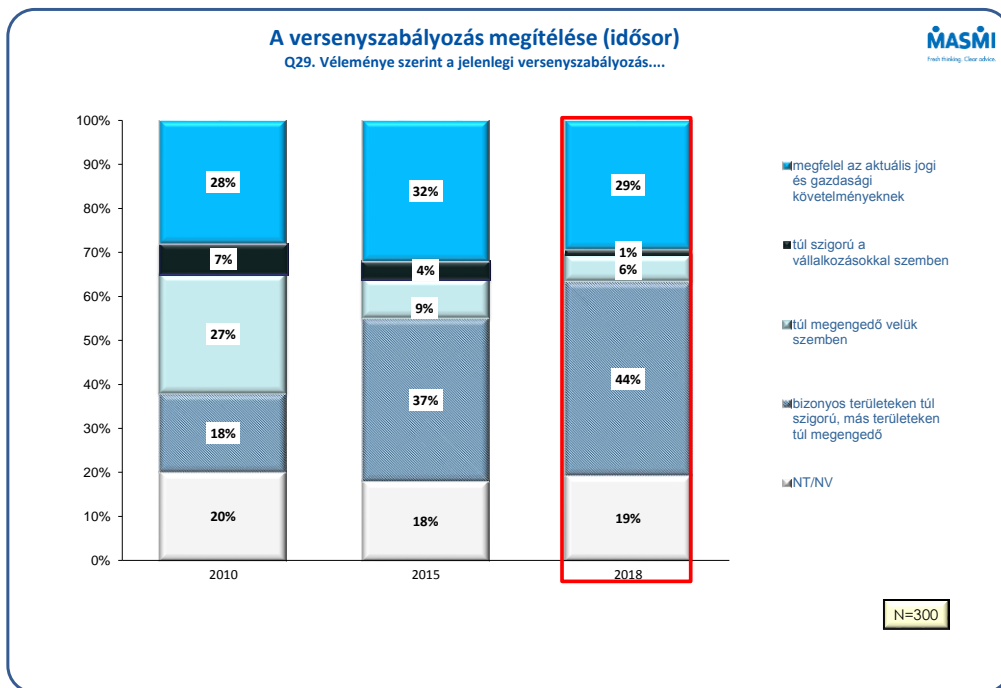


7.5. A versenyszabályozás értékelése

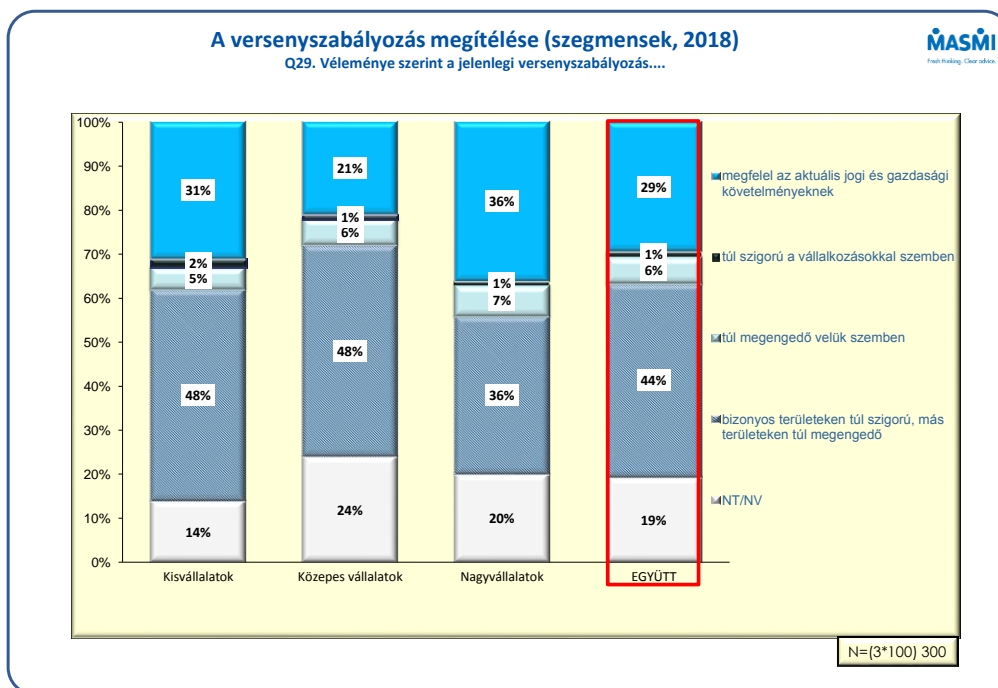
A vállalati szakemberek 29%-a a versenyszabályozást az aktuális jogi és gazdasági követelményeknek megfelelőnek tartja. A két korábbi felmérés ezzel közel megegyező szintű eredményt hozott ebben a tekintetben.

Az idén mind a túlzott szigor, mind a túlzott engedékenység csak minimális hányadú említésben részesült, bár igaz, hogy az előbbi minősítés a két korábbi felmérésben is csak nagyon kevés (4-7%) döntéshozó válaszában szerepelt.

Az idén már egyértelműen (relatív) többségben (44%) vannak azok a válaszadók, akik hektikusnak vélik a magyarországi versenyszabályozást. Nyolc évvel ezelőtt csupán 18%-ot képviselt az így vélekedők tábora, s 27%-ot (az ideji 6%-kal szemben) azoké, akik túl megengedőnek tartották a jogi környezetet.



A legtöbb teljes elégedettséget tükröző vélemény a nagyvállalatok (36%), a legkevesebb a középvállalatok (21%) döntéshozóinak a körében hangzott el.



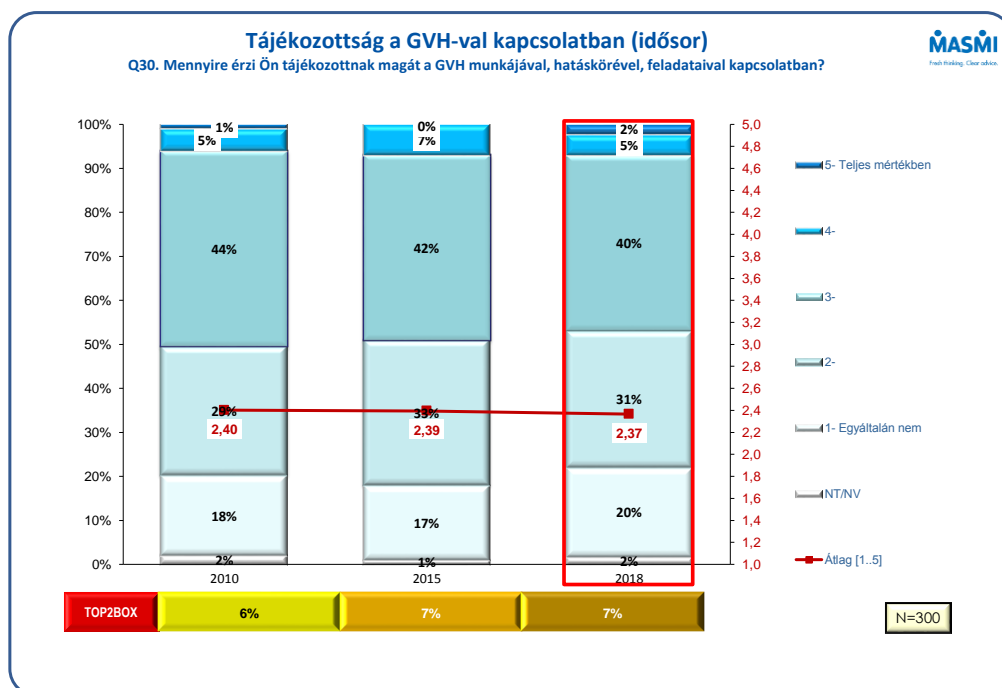
8. A GVH ismertsége, megítélése

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.

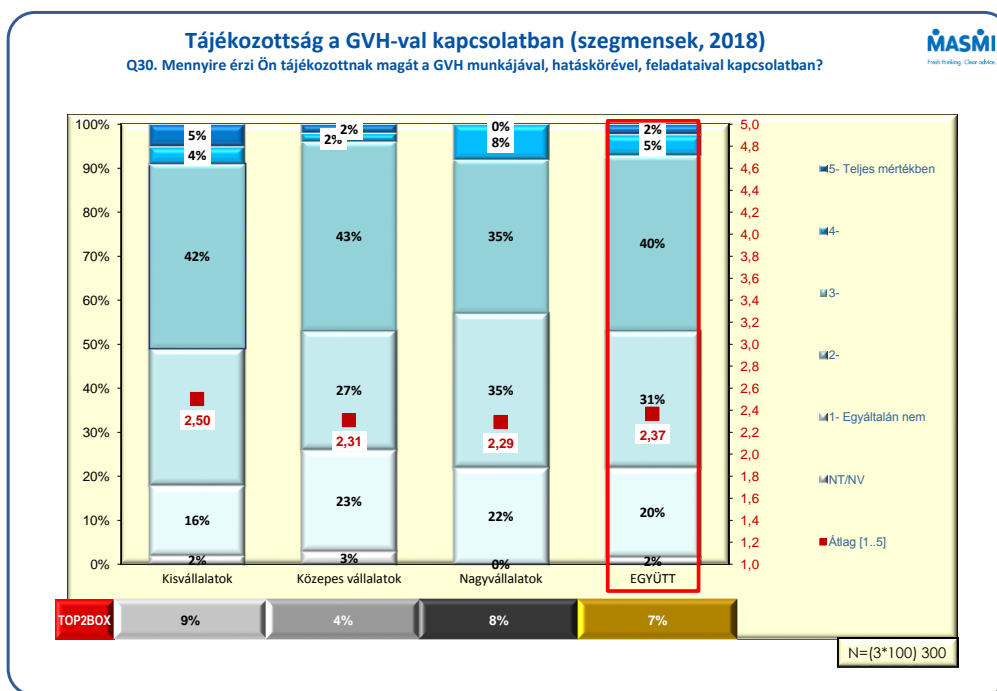
A vállalatok vezetői közül szinte mindenki hallott már a GVH-ról; elenyésző, mindössze 1% azoknak az aránya, akik soha nem találkoztak még a versenyhivatal nevével. A 99%-os ismereti mutató gyakorlatilag megegyezik a korábbi felmérések eredményeivel (98-99%).

8.1. Általános tájékozottság a GVH-val kapcsolatban

Az átlagok és a top2box értékek azt mutatják, hogy a vállalati szakemberek tájékozottsága az utóbbi három felmérés időszakában nagyjából azonos szinten volt. Mindössze 2% (igaz, a korábbi 0%-okkal szemben ez előrelépés) azoknak az aránya, akik teljes mértékben tájékozottnak érzik magukat a GVH munkájával, hatáskörével, feladataival kapcsolatban és a tájékozottak köre (4-es vagy 5-ös válasz az 1-5-ig terjedő skálán) is viszonylag szűk, 7%-os. A relatív többség (40%) közepesre osztályozta ismerete szintjét, a válaszadók 31%-a minimálisnak véli tájékozottságát a GVH-val kapcsolatban, 20% pedig még akkorán sem.



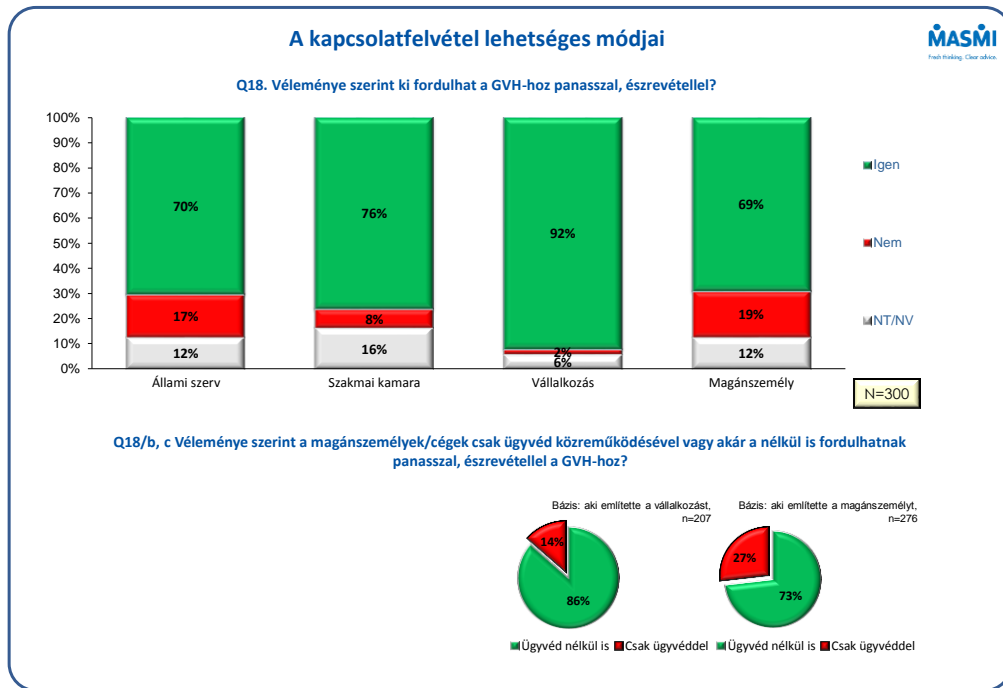
Noha a számok azt sejtetik, hogy a kisvállalatok döntéshozói a legtájékozottabbak, a három szegmens közötti különbségek nem tekinthetők szignifikánsoknak.



8.2. A GVH működésének ismerete

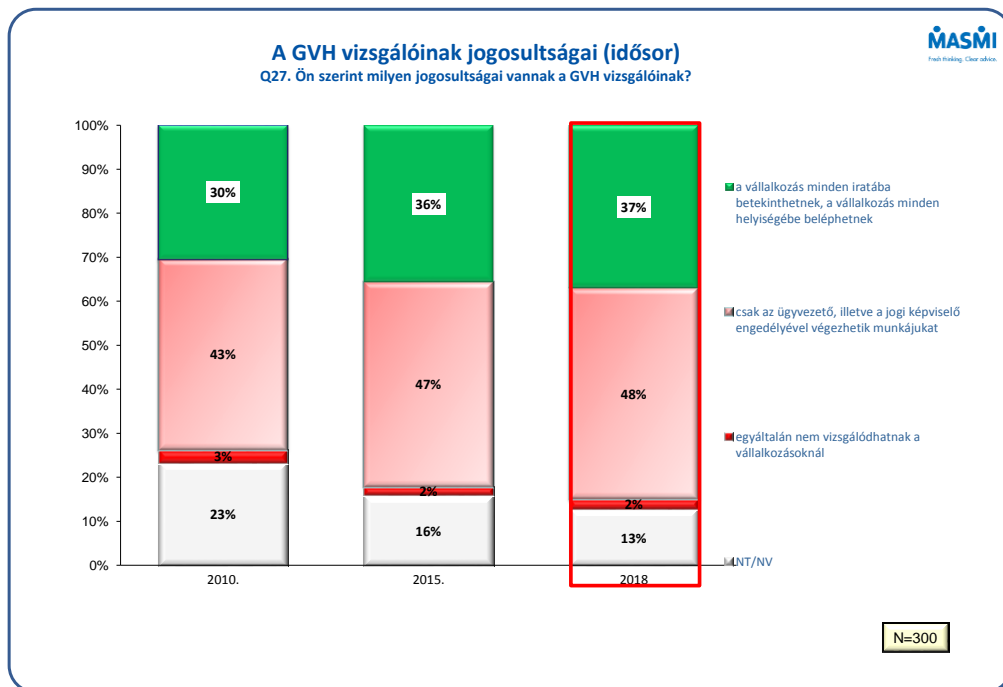
Az üzleti szféra képviselőinek döntő többsége (92%) helyesen tudja, hogy egy vállalkozás panasszal, észrevétellel fordulhat a GVH-hoz. Jelentős arányban tudják azt is, hogy a szakmai kamarák (76%), az állami szervek (70%) és a magánszemélyek (69%) is élhetnek ezzel a lehetőséggel.

Még mindig viszonylag elterjedt az a tévhit (illetve tájékozatlanság), hogy a vállalkozások (14%) és a magánszemélyek (27%) csak ügyvéd közreműködésével élhetnek a szóbanforgó joggal. Mindazonáltal előrelépés történt ezen a téren, mert 3 éve még 20% (vállalkozások), illetve 35% (lakosság) volt ez a mutatószám azok körében, akik helyesen tudták, hogy a vállalkozások és a magánszemélyek is panasszal fordulhatnak a GVH-hoz.

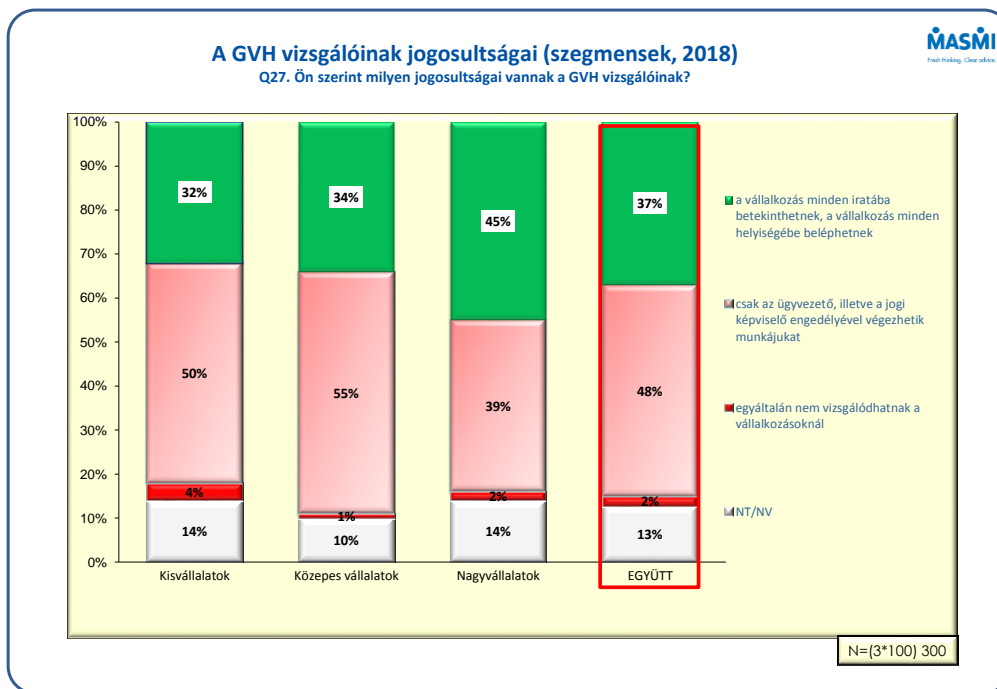


A megkérdezett vállalati szakemberek alig több mint harmada (37%) tudja csupán, hogy a GVH vizsgálóinak joga van a vállalat összes iratába betekinteni, illetve minden helyiségbe belépni, 48%-uk – tehát gyakorlatilag minden második válaszadó – úgy gondolja, hogy csak az ügyvezető vagy a jogi képviselő engedélyével végezhetik a munkájukat a vizsgálók egy vállalkozásnál.

A mostani felmérés válaszainak megoszlása nagyjából leképezte a – 2010-esnél érzékelhetően jobb – három évvel ezelőtti eredményeket.

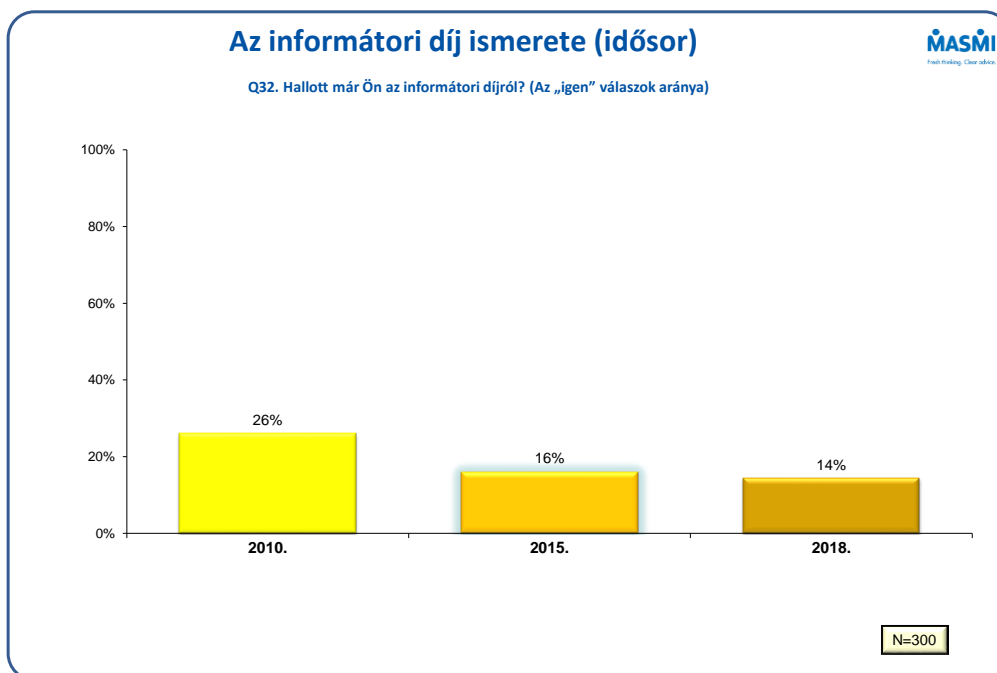


A nagyvállalati szakemberek ezen a téren (is) tájékozottabbnak látszanak a másik két szegmens képviselőinél.

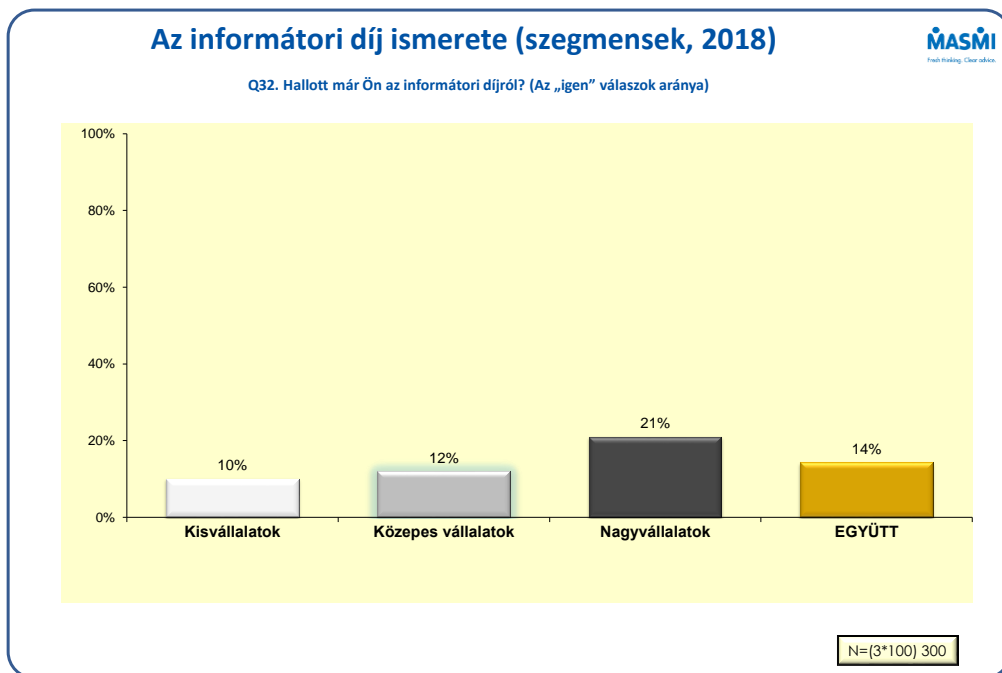


8.3. Az engedékenységi politikához és az informátori díjhoz fűződő attitűd

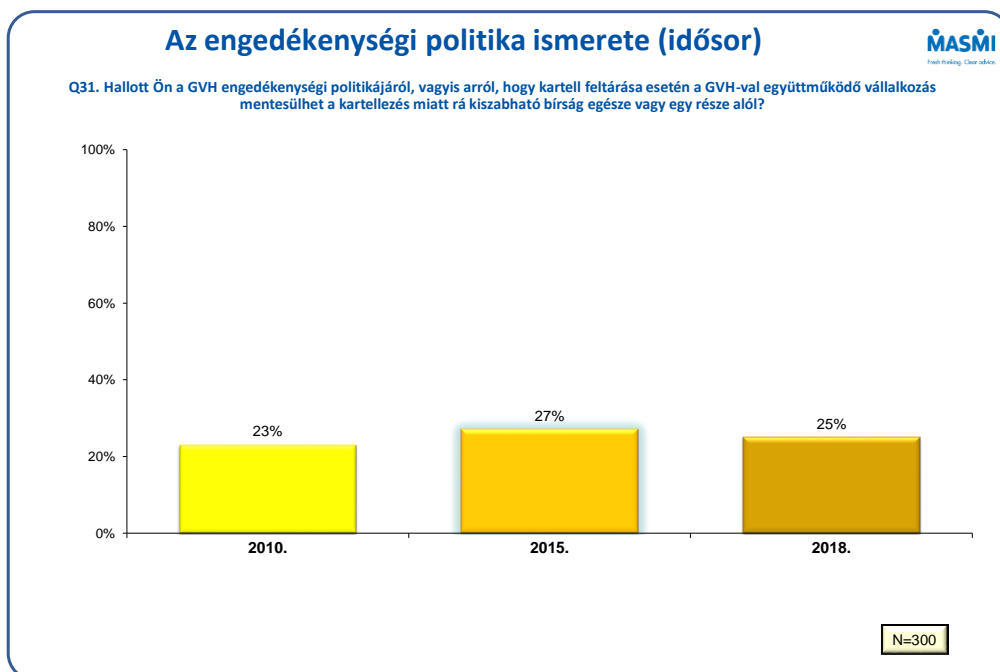
Az informátori díj ismertségi mutatójának 2015-ös szignifikáns visszaesését követően további 2 százalékpontos – nem szignifikáns – esést mértünk az idén.



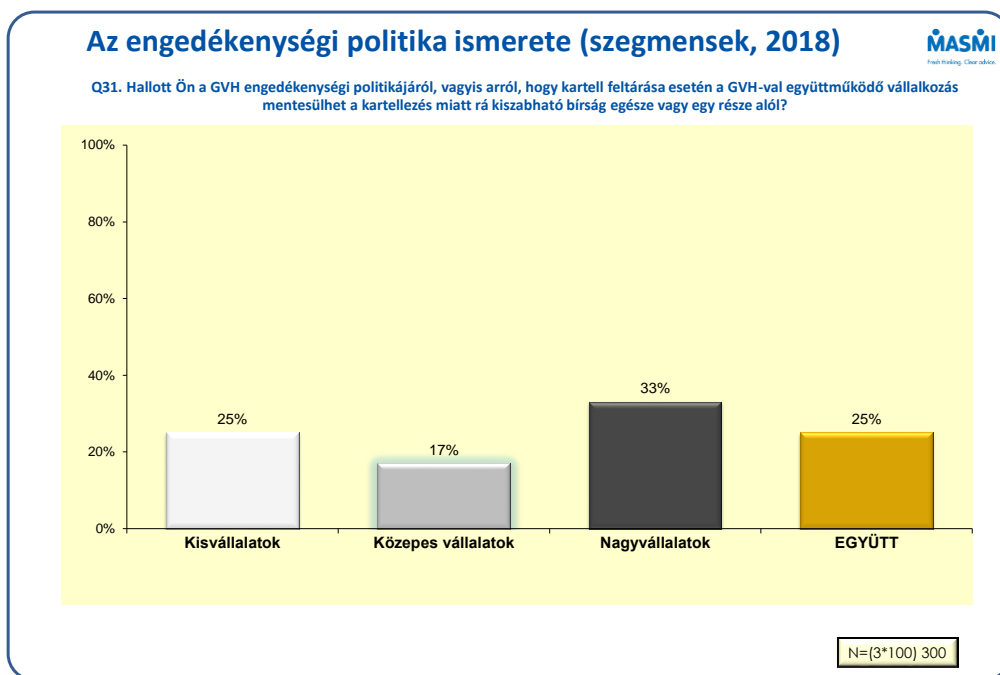
A nagyvállalatok képviselői az átlagos ismertséget (14%) markánsan meghaladó arányt (21%) produkáltak.



Ugyancsak 2 százalékpontnyi – nem szignifikáns – visszaesést mértünk a GVH engedékenységi politikájának ismertségét illetően.



A képlet félig-meddig ismerős: a nagyvállalatok képviselői jelentik a felhajtó erőt. A legkisebb ismertségi mutatót viszont nem a kis-, hanem a közepes vállalatok körében mértük.

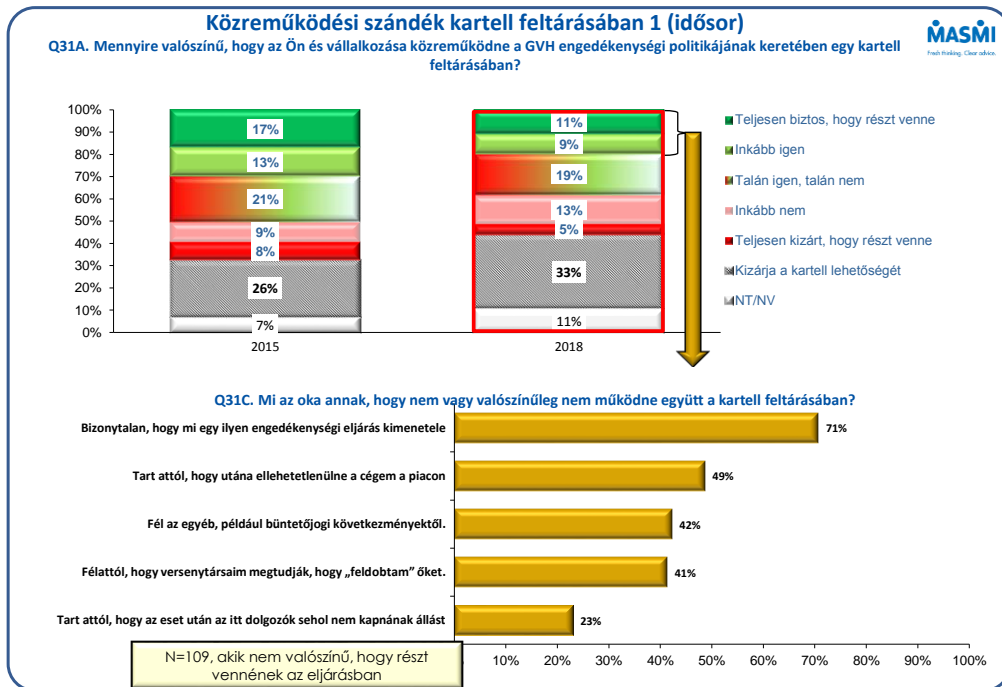


Az előző felmérésnél tapasztaltakkal szemben most visszafogottabbnak tűnnek az üzleti szféra képviselői egy esetleges, a GVH engedékenységi politikájához keretében lefolytatandó kartell-ellenes eljáráshoz történő csatlakozási szándékot illetően: a 2015-ös 30%-os részarányú pozitív (biztos vagy inkább igen) válasszal szemben az idén csak 20% azoknak az aránya, akik biztosan vagy valószínűleg részt vennének egy kartell feltárásában.

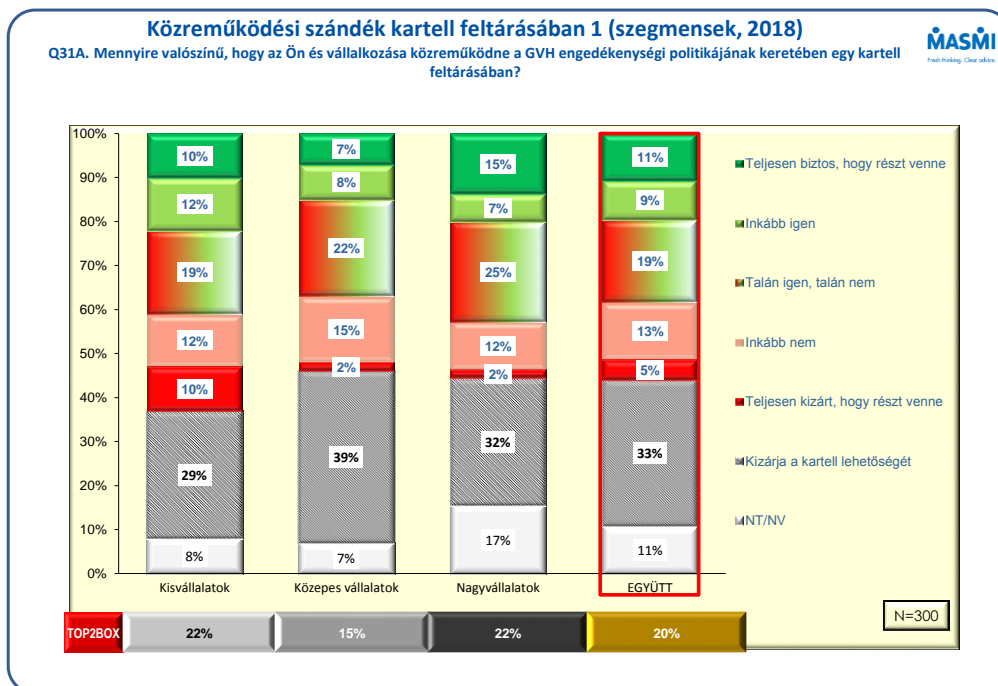
A másik végletet az a 18%-nyi csoport jelenti, amely biztosan vagy nagy valószínűséggel elzárkózna egy ilyen fellépéstől.

Az idén 33%, 2015-ben 26% volt azok aránya, akik kizárták annak a lehetőségét, hogy cégük érintett lehet kartellezésben.

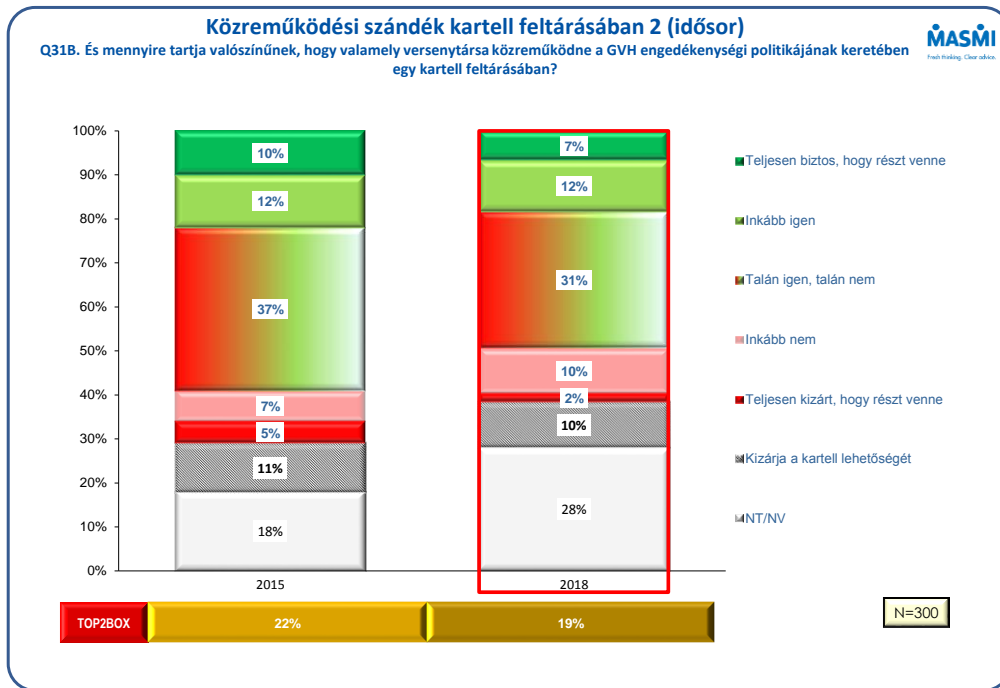
Az együttműködéstől való elzárkózás legfőbb oka az eljárás kimenetelének bizonytalansága (71%-os említési részarány). Viszonylag nagy távolságból követi ezt a magyarázatot a cég ellehetetlenítésétől, a büntetőjogi következményektől, valamint a versenytársak bosszújától való félelem 41-49%-os említési gyakorisággal. A legkevesebben attól a kockázattól tartanak, hogy a cég dolgozóinak későbbi elhelyezkedési lehetőségeit veszélyeztetné a részvétel (23%).



Bár a számok azt sugallhatnák, hogy a közepes vállalatok zárkóznának el a legnagyobb valószínűséggel a szóbanforgó eljárástól, nem hagyható figyelmen kívül, hogy ebben a szegmensben a legnagyobb a magukat „körön kívülinek” tekintők aránya.



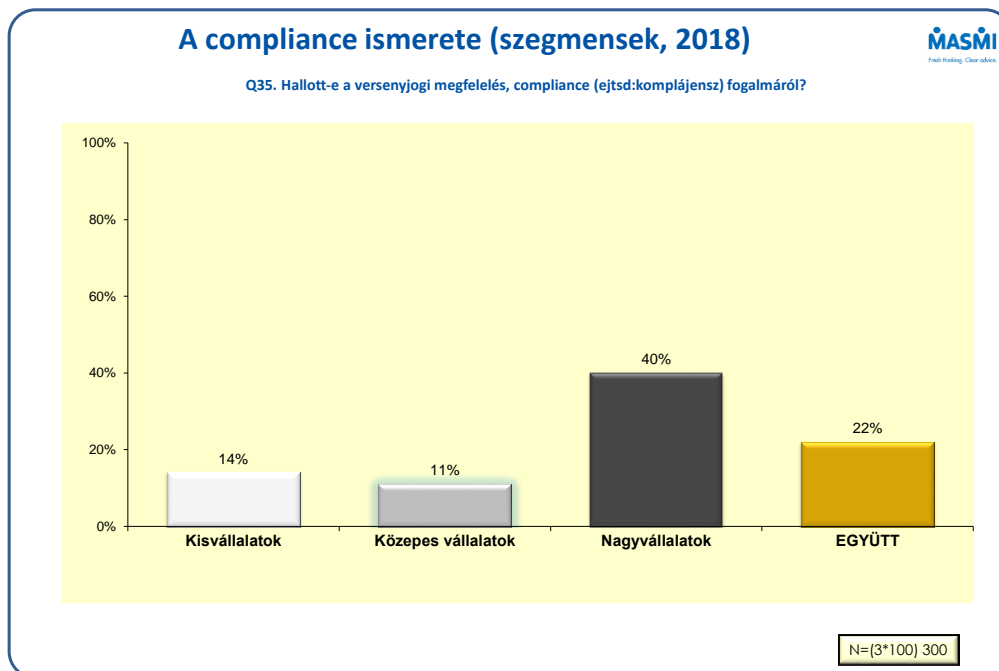
Hasonlóan ítélik meg a vállalati döntéshozók a versenytársak valószínűsíthető részvételi szándékát, mint a saját cégükét. A három évvel ezelőtti eredményekhez képest nem mértünk szignifikáns változásokat a válaszok szerinti megoszlásban.



8.4. A compliance fogalmának ismertsége

Az idei felmérés eredményei szerint a vállalati döntéshozók alig több mint egyötöde (22%) hallott már a compliance-ról. A 2015-ös felmérés 30%-os ismeretségi szintet mért.

A nagyvállalatok képviselői szignifikánsan az átlag (22%) feletti ismeretségi arányról (40%) adtak számot.

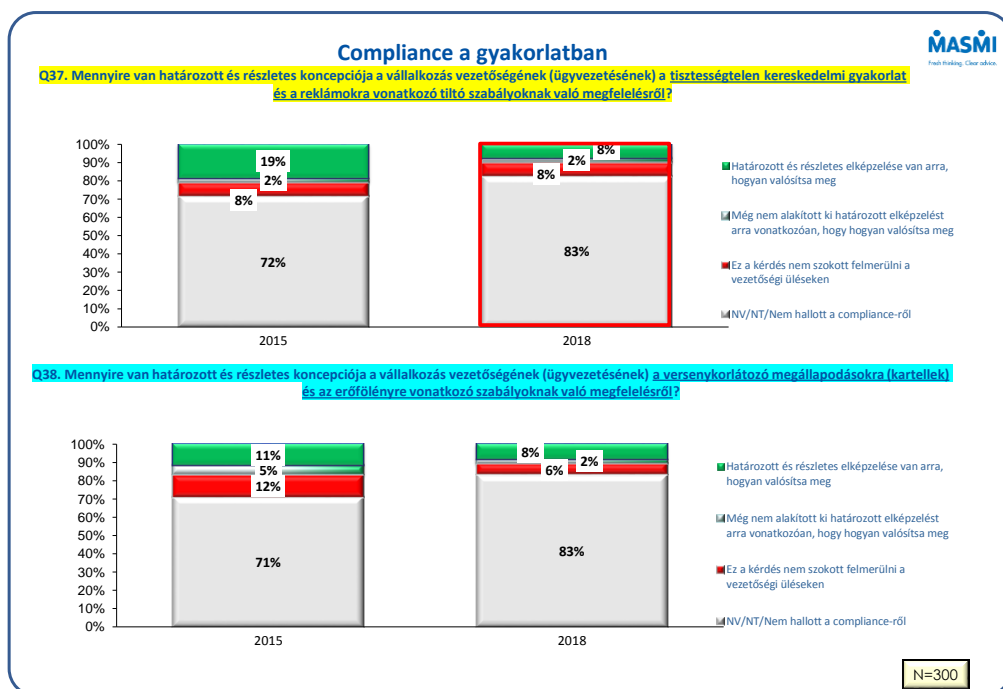


A kérdésre igennel válaszolók közel fele végül nem tudta definiálni a fogalmat. Valamivel több mint egynegyedük helyes definíciót adott, kiemelve, hogy a versenyjogi szabályok, normák követéséről van szó. Közel 25%-os volt azoknak az aránya, akik túl általánosan (pl: „Megfelelés”) vagy túl konkrétan (pl: „Nem beszélnek meg az árakat”) próbálták körül írni a fogalmat.

A compliance fogalmát legalább hallomásból ismerők (22%) alig több mint harmada (8%) nyilatkozott úgy, hogy határozott és részletes koncepciója van vállalkozásuk vezetésének a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatra és a reklámokra vonatkozó tiltó szabályoknak való megfelelésről. Ez az arány jelentősen alatta van a 2015-ösének, amikor az ismertség és az elköteleződési szándék egyaránt erősebbnek mutatkozott.

Ugyancsak a teljes minta 8, a fogalmat ismerők kevesebb mint 40%-a adott számot arról, hogy van részletes koncepciója a vállalkozás vezetésének a versenykorlátozó megállapodásokra (kartellek) és az erőfölényre vonatkozó szabályoknak való megfelelésről.

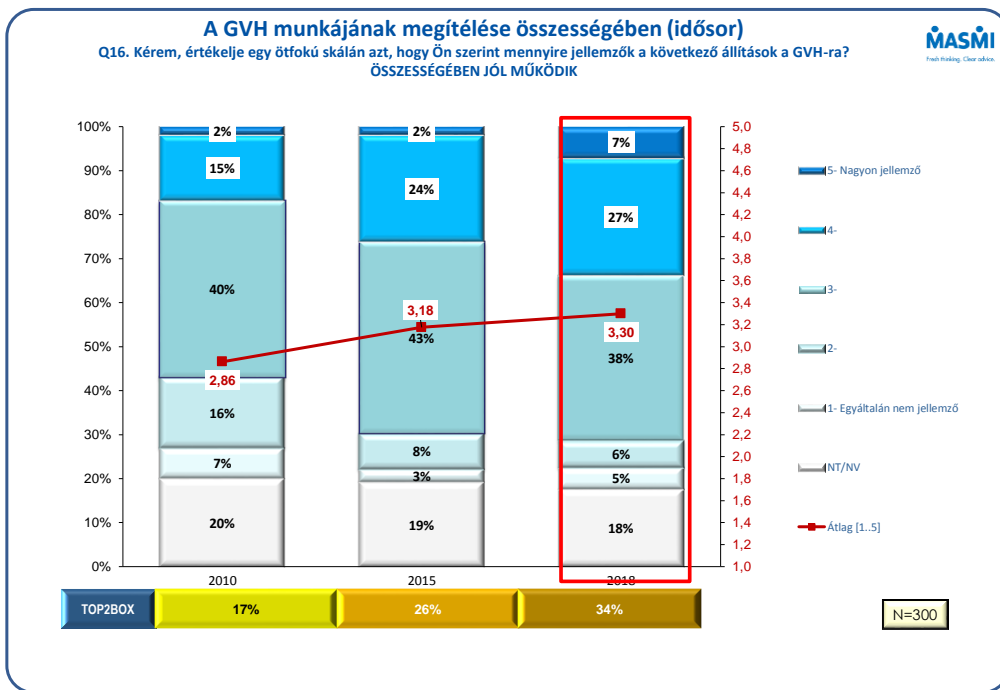
E kérdés kapcsán viszont 2015-ben sem mutatkozott az ideinél nagyobb elköteleződési szándék, legalább is a fogalmat ismerők körében.



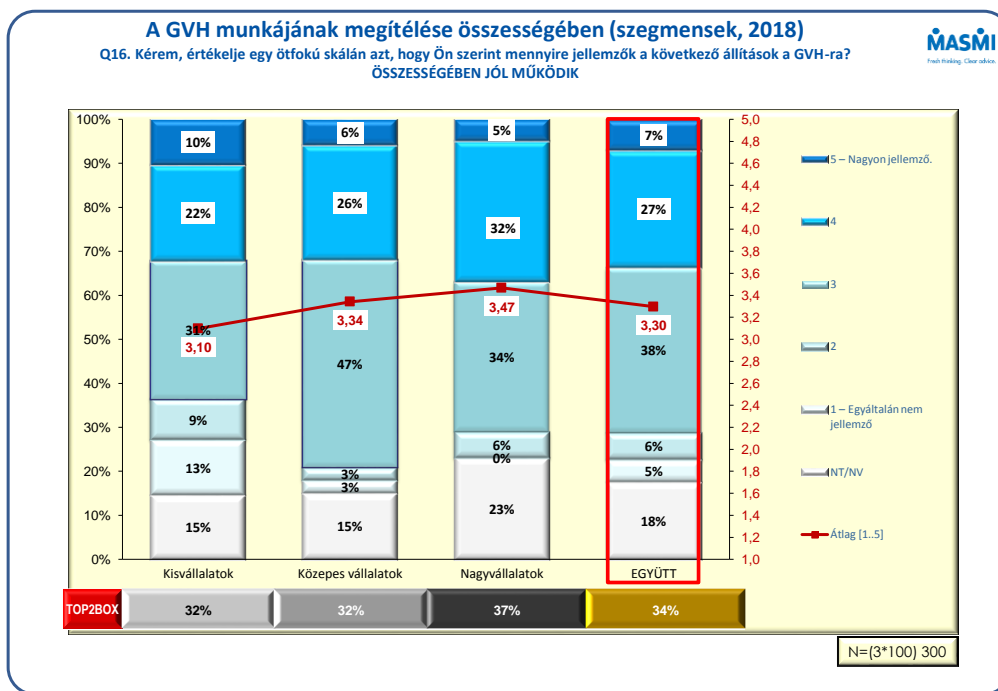
8.5. A GVH megítélése

A vállalati szakemberek egyharmada (34%) gondolja úgy, hogy a GVH jól vagy kiválóan végzi a munkáját, 38% adott semleges, 11% rossz vagy nagyon rossz minősítést, s 18% nem tudott vagy nem akart értékmegítéletet mondani.

Minden mutatóban (tovább) javult a globális megítélés 2015-höz képest.

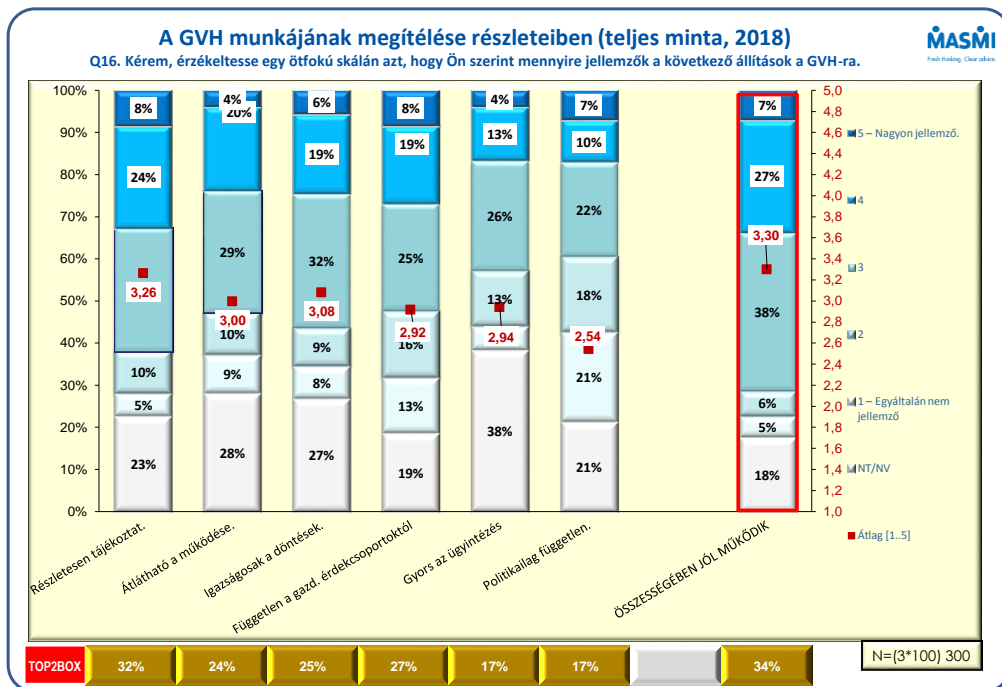


A cégméret és az elégedettségi szint között egy enyhe pozitív összefüggés megléte valószínűsíthető.



A GVH munkáját különböző szempontok alapján is véleményezniük kellett a válaszadóknak. El kellett dönteniük, hogy mennyire jellemző a GVH-t például az igazságos döntések, az átlátható működés stb. A legkevésbé az ügyintézés gyorsasága alapján (62%) tudták megítélni a GVH munkáját.

Általánosan megállapítható, hogy a részletes tájékoztatástól eltekintve, az egyes jellemzők kedvezőtlenebb megítélést kaptak, mint maga az intézmény általánosságban. Legkevésbé a politikai függetlenséget tartják jellemzőnek a GVH-ra (átlag: 2,54).



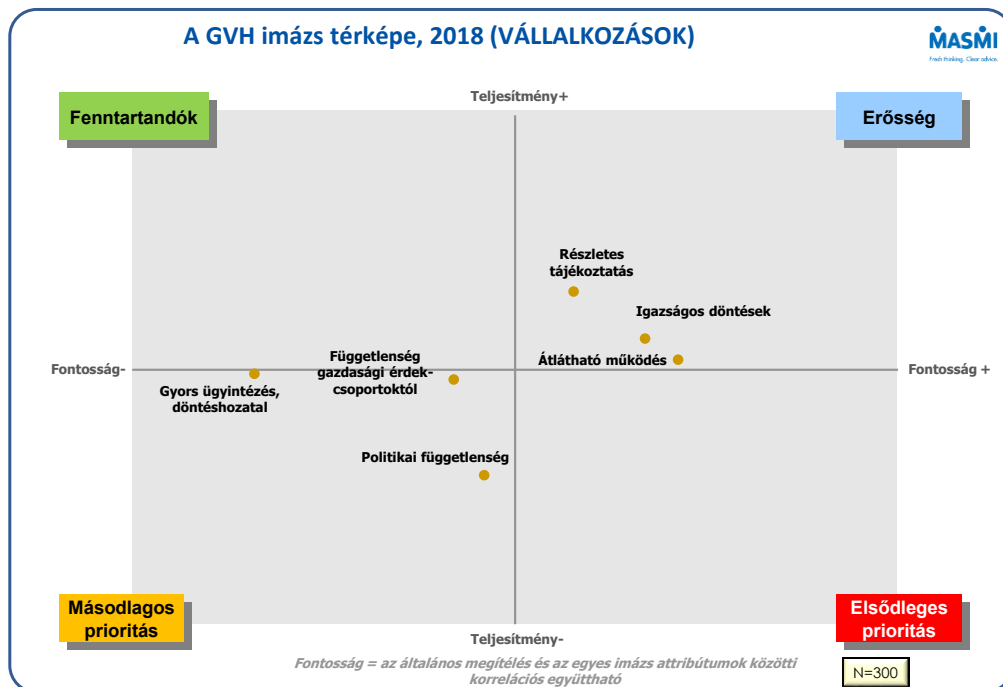
A GVH-val kapcsolatos tájékozottság és a megítélés között pozitív kapcsolatot mértünk: a közepes mértékű vagy annál szilárdabb tájékozottsággal rendelkező szakemberek minden tekintetben kedvezőbb értékelést adtak, mint a gyengén tájékozott kollégáik. Ugyanakkor csak a politikai függetlenség tekintetében volt a különbség szignifikáns.

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 a működés átláthatósága és a döntések igazságossága terén történő megítéléssel van a leginkább szoros kapcsolatban. A többi vizsgált tényező esetében a korrelációs együtthatók ennél alacsonyabbak, de még viszonylag magasaknak tekinthetők.

	Korrelációs együttható (r)	Fontossági sorrend	Teljesítmény (átlag 1-5-ig skálán)	A teljesítmény sorrendje
Átlátható a működése.	0,65	1.	3,00	3.
Igazságosak a döntések.	0,64	2.	3,08	2.
Részletesen tájékoztat.	0,61	3.	3,26	1.
Politikailag független.	0,57	4.	2,54	6.
Független a gazdasági érdekcsoportoktól	0,56	5.	2,92	5.
Gyors az ügyintézés és a döntéshozatal.	0,48	6.	2,94	4.

Egy úgynevezett imázstérképen együtt jelenítettük meg az egyes jellemzők fontosságát⁷, illetve a GVH (érzékel) 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 fontosokat.



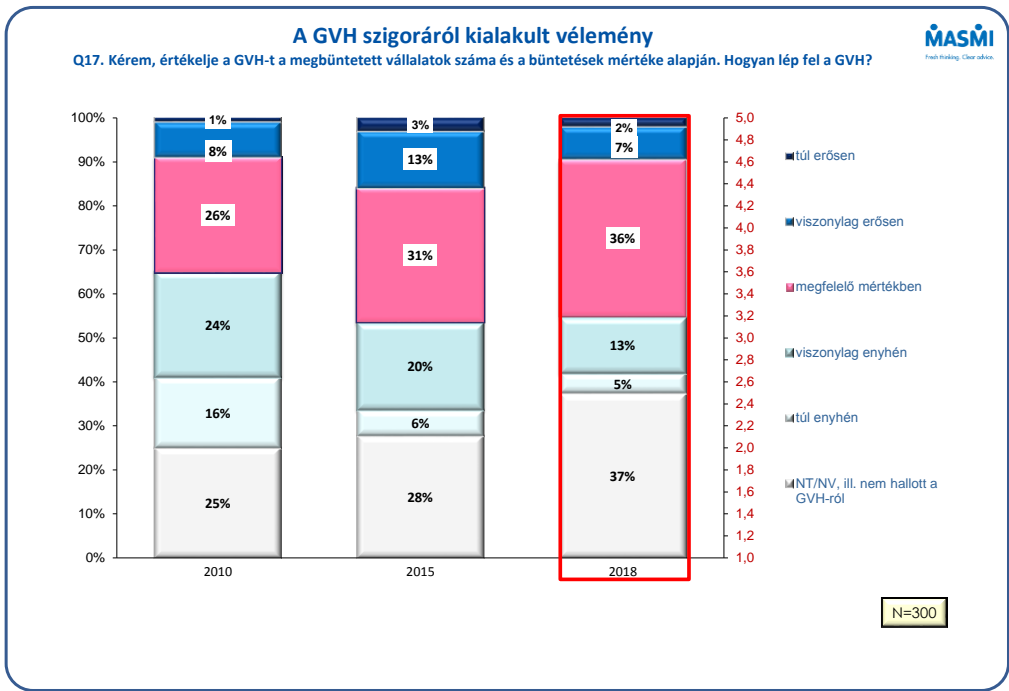
A jobb felső negyedben helyezkednek el a GVH erősségei, vagyis azok a jellemzők, amelyekkel elégedettek a válaszadók és egyúttal fontosok is. Ide a vállalati szakemberek esetében a „részletes tájékoztatás”, az „igazságos döntések” és az „átlátható működés” került.

A bal felső negyedbe, a fenntartandó attribútumok közé, valamint az elsődleges prioritásnak „fenntartott” jobb alsó negyedbe nem került egyetlen jellemző sem.

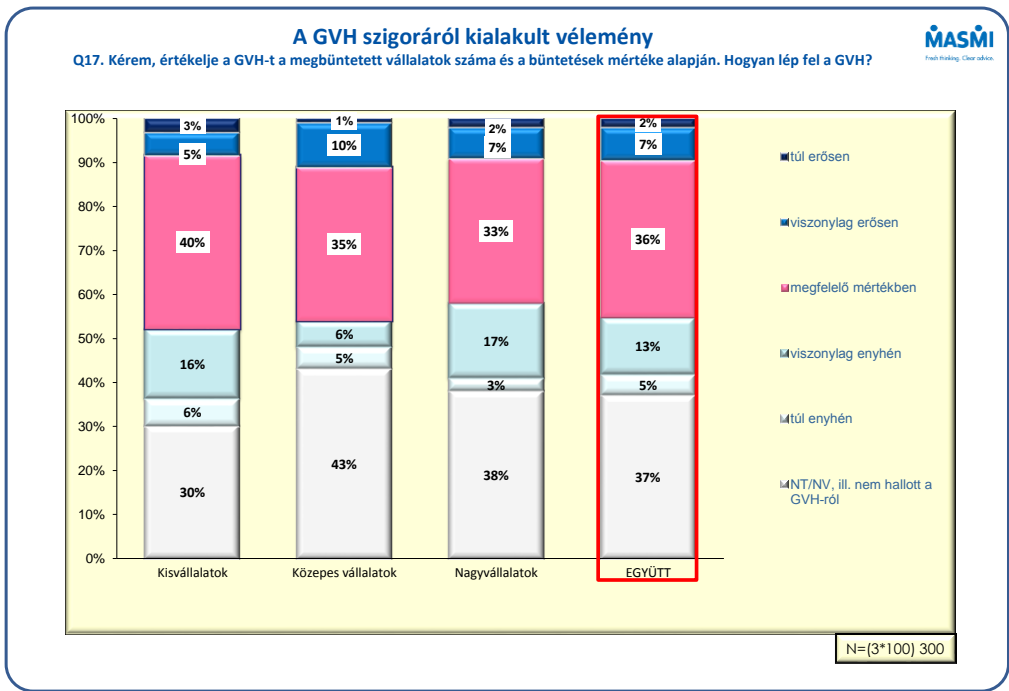
Az átlag alatti értékelést kapott jellemzők („politikai függetlenség”, „gazdasági érdekcsoportoktól való függetlenség”, „gyors ügyintézés ...”) átlag alatti fontosságúaknak, s így csupán másodlagos prioritásúaknak tekinthetők.

Az ideai felmérés is kitért a GVH „szigorúságával” kapcsolatos véleményekre is. A megkérdezettek több mint egyharmada (37%) nem tudta minősíteni a GVH-t ebből a szempontból. A válaszadók relatív többsége (36%) úgy gondolja, hogy a GVH fellépése pont megfelelő a megbüntetett vállalatok száma és a büntetések mértéke alapján. Kétszer annyian vannak a nagyobb szigorú szorgalmazók (18%), mint azok, akik az ítélezés enyhítését látnák célravezetőnek (9%) aránya.

⁷ A fontosságot az adott jellemző és a GVH összteljesítménye közötti korreláció alapján határoztuk meg.



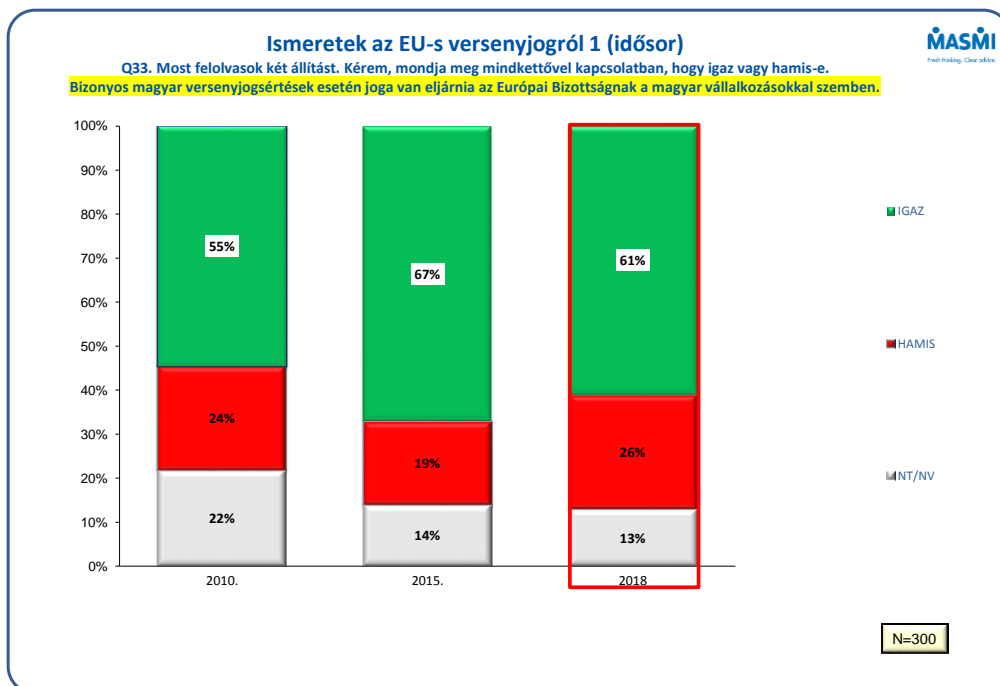
A három szegmens összetétele a szigor megítélésében viszonylag hasonló. Az átlagtól való egyetlen érzékelhető eltérést a közepes vállalatok produkálták azzal, hogy körükben viszonylag alacsony (11%) a szigorítást szorgalmazók aránya.



9. A versenyszabályozás uniós vonatkozásainak ismertsége

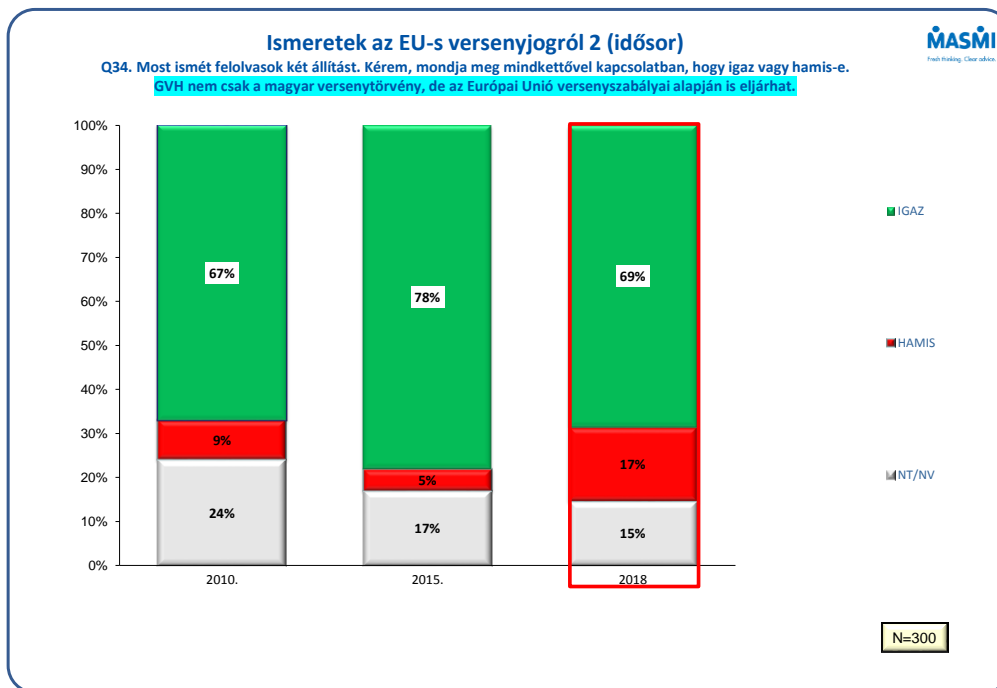
A megkérdezett vezetők 61%-a gondolja helyesen azt, hogy az Európai Bizottságnak joga van eljárni bizonyos versenyjogsértések esetén a magyar vállalkozásokkal kapcsolatban. A döntéshozók jó egynegyede (26%) viszont ezzel ellentétes véleményen van, 13%-uk pedig nem tudott válaszolni az idevonatkozó kérdésre.

A helyes válaszok aránya meghaladja a 8 évvel ezelőtti szintet (55%), de elmarad a 2015-östől (67%).



A cégméret szerint nem, de a válaszadó kora szerint találunk az átlagtól szignifikánsan különböző értékeket. A legfiatalabb – a 35 évesnél nem idősebb – szakemberek 85%-os, míg a legidősebbek – a 65 évfelettek – csupán 39%-os hányadban adtak helyes választ az Európai Bizottság jogosultsága kapcsán.

Az üzleti szféra képviselőinek 69%-a tudja, hogy a GVH nem csak a magyar versenytörvény, de az Európai Unió versenyszabályai alapján is eljárhat. Ez az arány a 2010-es eredményhez áll közel, s elmarad a 3 évvel ezelőtől.



E kérdés kapcsán is csak a kor szerinti bontás mutatott ki az átlagtól való szignifikáns eltérést: a 65 éven felüliek az átlaggal (17%) szemben 35%-os arányban gondolják úgy, hogy a GVH kizárólag a magyar versenytörvény szerint járhat el, nem folyamodhat az Európai Unió versenyszabályainak alkalmazásához.

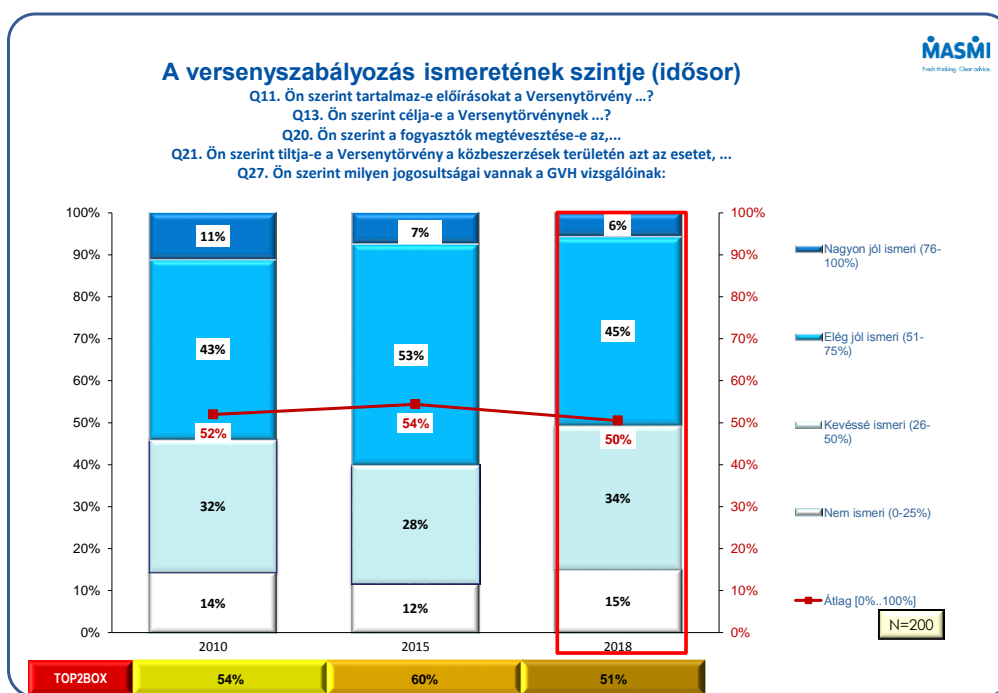
A fiatalok nagyobb tájékozottsága minden bizonnyal annak is betudható, hogy tanulmányaik során ők már foglalkoztak uniós ismeretekkel.

10. Összetett ismereti mutató

Öt, az előzőekben bemutatott, a Versenytörvényre és a GVH-ra vonatkozó kérdésből képeztünk egy összesített ismereti mutatót⁸. Ez az index azt mutatja meg, hogy egy adott válaszadó az összes, ezzel kapcsolatos kérdés hány százalékára adott helyes választ.

Ez alapján a vállalati szakemberek pontosan 6%-a ismeri nagyon jól a törvényt és az érvényesítéséért felelős szervezetet (a kérdések több mint háromnegyedére helyes választ adott), és további 45%-uk ismerete nevezhető elég jónak (a jó válaszok aránya 51-75%). A törvényt és a GVH-t kevésbé ismerők aránya (akiknél már több volt a rossz válasz, mint a jó) 34%, míg a gyakorlatilag teljesen tájékozatlanoké (akik a kérdések maximum egynegyedére adtak jó választ) 15%.

Noha az utóbbi három felmérés mutatói (top2box értékek, a helyes válaszok átlagos részaránya) közül az ideiek a legalacsonyabbak, a különbségek nem szignifikánsak.



A tanulmány korábban ismertetett eredményei alapján nem meglepő, hogy a helyes válaszok 50%-os átlagos részarányával szemben a nagyvállalatoknál 57%-os lett ez a mutató.

⁸ Csak azoknak a kérdéseknek a válaszait vehettük alapul, amelyek egyformán szerepeltek mindhárom hullámban.

