

Hazai kkv-k tapasztalatai az online platformok üzleti célú használatakor

Kérdőíves kutatás a hazai mikroállalkozások és kkv-k körében, 2024.

Összefoglaló

A kutatás célja és módszertana

A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság (a továbbiakban: NMHH) 2024-ben is felkérte az Impetus Research Kft-t, hogy a 2023-as kutatás mintájára készítsen el egy kérdőíves felmérést a hazai mikroállalkozások és kkv-k körében az online piacterek használatáról. A kutatás azt vizsgálta, hogy a hazai vállalkozások milyen tapasztalatokat gyűjtöttek a portálok használata során, milyen értékesítési és marketing aktivitást végeznek a cégek ezeken a platformokon, mik az online piacterek használati feltételei, illetve ezeket miként alkalmazzák, hogyan gyűjtenek adatokat a fogyasztóikról az online piactereken, milyen problémákkal találkoztak, valamint hogyan érinti ezeket a Európai Parlament és a Tanács 2022. október 19-i (EU) 2022/2065 rendelete a digitális szolgáltatások egységes piacáról és a 2000/31/EK irányelv módosításáról (digitális szolgáltatásokról szóló rendelet, a továbbiakban: DSA).

A számítógéppel támogatott telefonos kérdőíves kutatás során 150, 20 Mrd Ft árbevétel alatti, online piacteret használó hazai vállalkozást kérdeztünk meg 2024 júliusában és augusztusában egy 15 perces kérdőívvel. A 2024. évi kutatás módszertana nagyrészt megegyezik a 2023-as felmérés módszertanával, de az idei évben külön kvótákat is meghatároztunk a minta lekérdezése során a fő online piactér típusára vonatkozóan. Emiatt a tavalyi évi kutatás eredményeivel való összehasonlításnál mindig figyelembe kell venni, hogy az új kvótaszempontok bevezetése némileg érinti a minta összetételét, és ennek is hatása lehet az eltérő eredményekben. A 2024-es mintában az egy évvel korábbinál magasabb arányban szerepeltek a nagyobb árbevétellel rendelkező vállalkozások, valamint a fő online piacterükhöz 2016 után csatlakozó cégek.

Online piacterek használata

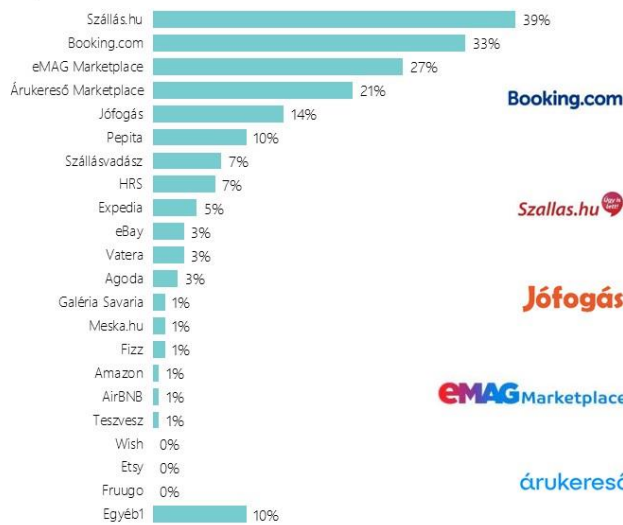
A megkérdezett vállalkozások több mint fele (58%) két vagy több piactérrel is kapcsolatban áll, sőt ötöde (21%) három vagy több piactérrel is, ezek a 2023-ban mért arányoknak megfelelő értékek. A megkérdezett vállalkozások több, mint háromnegyede (86%) 2010 óta van üzleti kapcsolatban a fő online piactérével, de a cégek kétötöde (38%) csak három-négy éve csatlakozott a szolgáltatójához. A vállalkozások több, mint fele (61%) csak magyar, lokális online piactéren van jelen, ezzel szemben egyharmada (37%) nemzetközi és magyar piactéren is. Összességében elmondható, hogy minél kisebb árbevételű egy vállalkozás, annál valószínűbb, hogy csak magyar, lokális piacteret használ, hasonlóan a kereskedő cégekhez, amelyek szintén inkább a magyar piactereket használják.

A vállalkozások leginkább új fogyasztók/vásárlók megtalálása, illetve ezzel összefüggésben az árbevétel növelése miatt csatlakoztak az online piacterekhez, tízből kilenc kkv (93, illetve 88%) számára játszottak szerepet ezek a tényezők a csatlakozásban. Tízből nyolc cég (81%) új értékesítési lehetőség kipróbálását látta az online piacterekben, ez magasabb arány, mint a 2023-ban mért érték.

Jelenleg használt online piacterek – 2024.



Bázis: teljes minta, n=150



A01: Milyen online piactéren értékesít JELENLEG a cége?

Nagyobb arányú használat látszik

Szolgáltatók körében (69%)
Főleg **globális piactéren értékesítők** körében (92%)
5+ fős vállalkozások körében (55%)
Szállás.hu használók körében (55%)
2011 előtt a fő piactérhez csatlakozó cégek körében (66%)

Szolgáltatók körében (79%)
Főleg **globális piactéren értékesítők** körében (75%)
5+ fős vállalkozások körében (56%)
Booking.com használók körében (82%)
2011 előtt a fő piactérhez csatlakozó cégek körében (71%)

1-4 fős vállalkozások körében (20%)
Diverzifikált árukat kínáló hazai piactereken értékesítők körében (24%)
500 millió Ft alatti árbevételű cégek körében (16%)
2011 és 2020 között a fő piactérhez csatlakozó cégek körében (22%)

Kereskedők körében (50%)
Diverzifikált árukat kínáló hazai piactereken értékesítők körében (47%)
2011 után a fő piactérhez csatlakozó cégek körében (40%)
1-4 fős cégek körében (32%)

Kereskedők körében (39%)
Diverzifikált árukat kínáló hazai piactereken értékesítők körében (37%)

A Szállás.hu és a Booking.com a két legnépszerűbb online piactér, ahogy 2023-ban is mértük, mindkét oldal egyenként a megkérdezett vállalkozások harmadát tudhatja ügyfelei között (39%, illetve 33%), és a két portál felhasználóinak legalább fele (55% és 82%) mindkét szállásközvetítő oldallal is üzleti kapcsolatban áll. A többi szálláshirdetési piactér használata sokkal alacsonyabb arányú a megkérdezett vállalkozások körében. Dobogós helyre került még az eMAG Marketplace 27 százalékos piacrészesedéssel, az Árkereső Marketplace 21 százalékos penetrációval és a Jófogás.hu, amit a vállalkozások 14 százaléka használ. A többi online platform használati aránya ennél alacsonyabb, 10 százalék alatti piaci részesedéssel bírnak.

A piactér elhagyása nem jellemző a megkérdezett vállalkozásokra, csupán a cégek 1-5 százaléka említette az egyes piacterek esetében, hogy kapcsolatban volt korábban az oldallal, ahogy azt a 2023-as felmérésben is láttuk. Jellemzően a nagyobb online piacterek esetén fordul elő a koncentráció, azaz a Booking.com-ot, eMAG Marketplace-t vagy a Vatera-t hagyják ott a vállalkozások (másik piactér használata mellett).

2024-ben is jutalék formájában fizetnek leginkább a vállalkozások az online piacterek számára (72 százalék), fix árat (pl. havidíjat) a cégek csupán 11 százaléka, jutalék és fix ár kombinációjával a cégek 10 százaléka fizet. A többi vizsgált elszámolási típus részaránya 4 százalék alatti az üzleti felhasználók körében. A cégek csupán 3 százaléka nem fizet a piactéren igénybe vett szolgáltatások után. A fizetési módok elterjedtsége nem változott szignifikánsan a 2023-as felmérésben mért arányokhoz képest.

Online piacterek hatása a vállalkozások értékesítésére és marketing tevékenységére

A felmérés adatai alapján az online piactereknek közepes hatása van a felhasználó vállalatok árbevételére, több mutató mentén kevésbé fontosak a piacterek, mint a tavalyi mérésben láttuk, és szegmensenként továbbra is jelentős eltérések láthatóak.

A cégek árbevételének átlagosan 20 százaléka érkezik az online piacterekről a 2023-as évben (az ideai felmérés alapján), ez minimálisan alacsonyabb a tavalyi felmérésben mért 24 százalékhoz képest. Tízből hét cég számára legfeljebb az árbevétel 30 százaléka köszönhető az online piactereknek, míg a cégek 43 százalékának kevesebb, mint a bevétel 10 százaléka származik ezekről az oldalakról. A szolgáltató, a kisebb árbevételű, illetve a főleg globális vagy főleg specializált hazai piacon aktív vállalkozások árbevételének nagyobb része érkezik az online piacterekről, hasonlóan a tavalyi mért eredményekhez.

| A fő piacterről származó forgalom a 2023-as árbevétel arányában | | n= | ÁTLAG |
|---|---|-----|-------|
| Teljes minta | | | 20% |
| Ágazat | Kereskedelem | 70 | 12% |
| | Szolgáltatások | 71 | 30% |
| Fő piactér jellege | Globális piacon van jelen főleg | 36 | 39% |
| | Diverzifikált árukat kínáló hazai piactereken van jelen főleg | 83 | 10% |
| | Specializált hazai piactereken van jelen főleg | 31 | 27% |
| Árbevétel (2022) | 1-50 millió Ft | 63 | 28% |
| | 51-500 millió Ft | 72 | 15% |
| | 500 m – 20 mrd Ft | 15* | 7% |
| Fő online piactér | Booking.com | 33 | 40% |
| | eMAG Marketplace | 31 | 7% |
| | Szállás.hu | 31 | 27% |
| | Árukereső Marketplace | 23 | 7% |
| | Jófogás | 13* | 18% |
| | Egyéb piactér | 19* | 20% |
| Fő piactérhez csatlakozás éve | 2010-ben vagy előtt | 35 | 33% |
| | 2011-2020 között | 78 | 19% |
| | 2020 után | 32 | 10% |

E01. A cég 2023. évi árbevételének hány százaléka származik a legfőbb online piacterekről? | *Alacsony elemszám, az adatok tájékoztató jellegűek | Kiemelve zölddel a szignifikánsan magasabb, pirossal az alacsonyabb arány

A cégek több, mint fele (57%) elvárásainak megfelelő forgalmat generált a piactereken, de a vállalkozások 38 százaléka csalódott a piacterekben, ez utóbbi magasabb arány, mint a 2023-as felmérésben mért eredmény. A kv-k 48 százaléka nyilatkozott úgy, hogy megéri jelen lenni a fő piacon, ez szignifikánsan alacsonyabb arány, mint a 2023-ban mért 60 százalék. A kereskedők, a főleg diverzifikált hazai piacon jelen lévő vállalkozások és főleg az eMAG Marketplace-en értékesítő cégek körében magasabb azon cégek aránya, amelyek erősebb forgalmat vártak az oldalaktól, valószínűleg ezért kevésbé elégedettek a piacterekkel.

Marketing költségeik kisebb részét fordítják az online piacterekre a vállalkozások, az arány pedig csökkent 2023-hoz képest. Jellemzően marketingre szánt kiadásai átlagosan 17 százalékát költik el az online piactereken azok a cégek, amelyeknek dedikált marketing költségvetésük van, és ez az arány alacsonyabb, mint a 2023-ban mért 25%. 2024-ben csökkent azok aránya is, akik szerint az

online piactereknek fizetendő díjak reálisak, az érintett cégek 29 százaléka gondolta ezt, a 2023-as felmérésben pedig még 42 százalék. Az idei évben a cégek 40 százaléka többé-kevésbé reálisnak tartja a díjak mértékét, a cégek közel harmada (31%) viszont nem ért ezzel egyet.

Online piacra lépési tapasztalat, problémák

A vállalkozások többségének a piactérhez való csatlakozás egyszerű volt, az előtte felmerülő aggályok, félelmek jelentős része alaptalannak bizonyult a használat során. Összességében a cégek 79 százaléka tapasztalt valamilyen problémát az online piacterekkel kapcsolatban, ami lényegesen magasabb érték, mint a 2023-ban mért 50%.

Tízből nyolc vállalkozás (78%) szerint egyszerű volt csatlakozni az online piactérhez, a többség (69%) számára egyszerűen érthetőek a felhasználói feltételek. A felhasználási feltételekkel kapcsolatban kérdések csak a vállalkozások harmada (37%) számára merültek fel, ez magasabb arány, mint a 2023-ban mért 25%. Spontán módon csak a cégek 8 százaléka számolt be bármilyen problémáról.

Online piactéren tapasztalt problémák (zárt kérdés)



Bázis: teljes minta, n=150



F01. Összességében milyen nehézségeket, problémákat tapasztaltak az online piactereken a következők közül? ↑ ↓ Szignifikánsan alacsonyabb/magasabb érték

Piactérre lépés előtt leginkább az ártól, díjak mértékétől félték a vállalkozások, ahogyan 2023-ban is mértük. Jelenleg leginkább a díjakkal kapcsolatban érznek nehézségeket, problémákat a vállalkozások, minden harmadik vállalkozás, ez lényegesen magasabb arány, mint amit 2023-ban mértük. Az ügyfélszolgálattal kapcsolatos problémával 23 százalék találkozott, technikai problémákkal 19 százalék találkozott, vásárlókkal való kommunikáció területén 18 százalék, e két probléma említésének aránya emelkedett 2024-ben. Panaszkezelési gondokat 15 százalék, saját termék rangsorolásával, megtalálásával kapcsolatos problémákat 14 százalék említett. A kereskedők hátterének vizsgálatát, megbízhatóságának folyamatos ellenőrzését a cégek többsége nem érzékeli, csak 42 százalék válaszolta ezt.

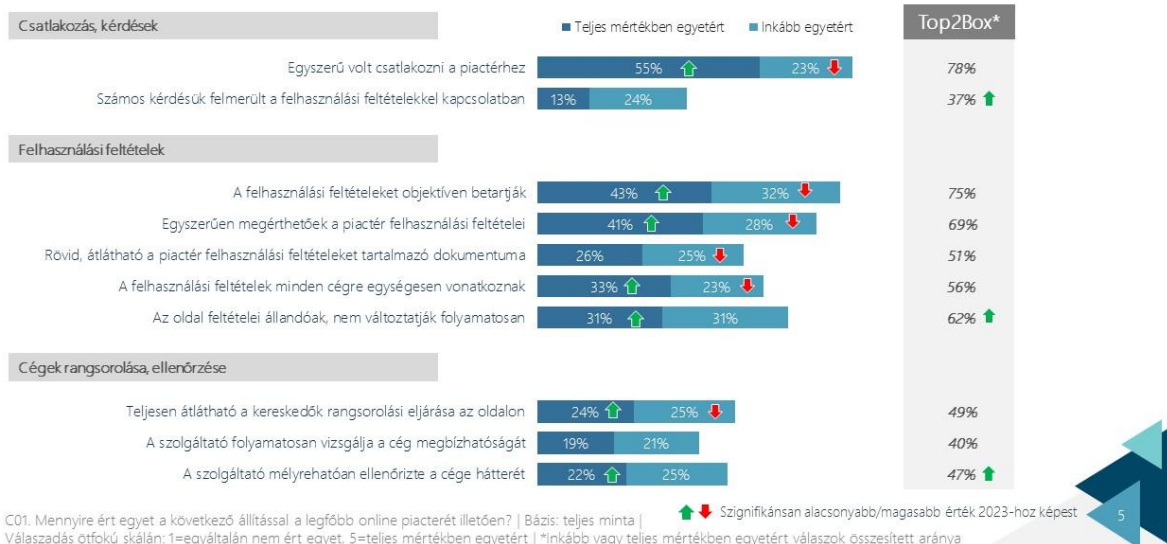
Online piacterek felhasználási feltételeinek megítélése

Az online piacterek felhasználói feltételeit a vállalkozások többsége (tízből heten) egyszerűnek, érthetőnek tartja, illetve az érzékelik, hogy azokat objektíven betartják az üzemeltetők. A cégek csupán harmadának merültek fel kérdései a feltételekkel kapcsolatban, ez némileg magasabb érték, mint 2023-ban. A fő piactérük felhasználási feltételeket tartalmazó dokumentumait csak minden második vállalkozás tartja rövidnek és áttekinthetőnek. Minden második kkv gondolja csak azt, hogy a feltételek minden cégre egységesen vonatkoznak. Tízből hat kkv érzékeli azt, hogy a feltételek nem változnak folyamatosan, ez magasabb arány, mint a 2023-ban mért érték. A kereskedők rangsorolási eljárása csak minden második vállalkozás számára átlátható, de minimális erősödés látható 2024-ben. Közel minden második vállalkozás gondolja azt, hogy a fő piactere mélyrehatóan ellenőrizte a cég hátterét, a 47 százalékos érték szignifikánsan magasabb, mint a 2023-ban mért 33%-os arány.

Piacterek megítélése – legfőbb piactér értékelése



Bázis: teljes minta, n=150



Az eMAG Marketplace megítélése 2024-ben is több szempont szerint is a leggyengébb, mint a többi piactéré, a felhasználói feltételek egyszerűsége, átláthatósága, generális volta, illetve azok állandósága átlag alatti értékelést kapott.

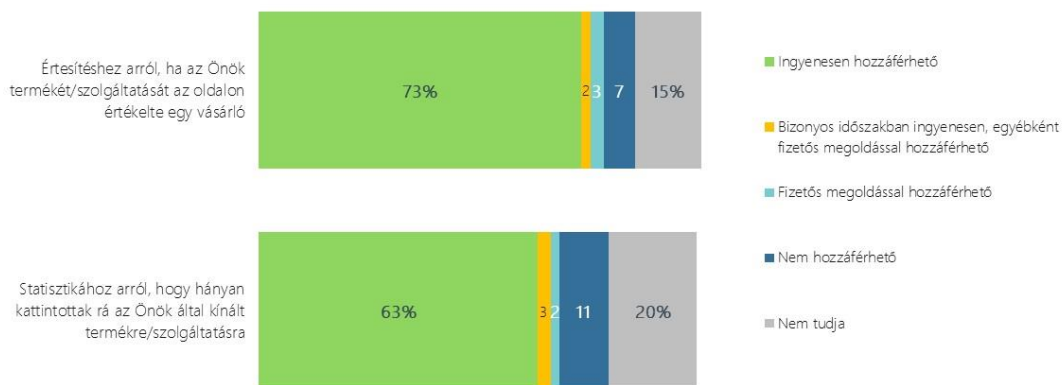
Adatgyűjtés és felhasználás az online piactereken

A céges felhasználók többsége számára ingyenesen elérhetőek az online piactereken a vállalkozásra vonatkozó vásárlói értékelések (73%), illetve statisztikák arról, hogy hányan kattintottak a cég termékére, szolgáltatására (63%). Az üzleti felhasználók negyede-harmada szerint ezek a funkciók nem érhetőek el, vagy nem tudják, hogy elérhetőek-e.

Statisztikák és értesítések elérhetősége a piactereken



Bázis: teljes minta, n=150



D01. A legfőbb online piacterükön hozzáférnek (például egy menüpontban vagy az oldal által küldött e-mailben) ingyenesen vagy valamilyen fizetős megoldással a következőkhöz?

DSA ismertsége, megítélése

A DSA-ról az online piacteret használó vállalkozások csupán 21 százaléka hallott 2024-ben. Nagyobb arányban ismerik a szabályozást a kereskedő cégek. A szabályozásról értesülő cégek közel fele nem rendelkezik mélyebb ismeretekkel a DSA-ról, minden hatodik cég ismeri jól a szabályozás részleteit, további 16 százalék csak egyes cikkeit.

DSA és a magyarországi koordinátor ismertsége



| DSA ismertsége – ténylegesen mennyit tud róla | |
|--|------------|
| Akik hallottak már a DSA-ról | (n=31) |
| Jól ismeri | 16% |
| Ismeri egyes cikkeit, de nem mindet | 16% |
| Csak átfogó képe van a rendeletről | 19% |
| Csak hallott róla, mélyebben nem ismeri | 48% |

H01. Saját véleménye szerint mennyire alaposan ismeri ezt a rendeletet?

| A magyarországi DSA koordinátor ismertsége | |
|--|------------|
| Akik hallottak már a DSA-ról | (n=31) |
| NMHH a koordinátor | 16% |
| Nem tudja, nem emlékszik | 84% |
| Tejjes minta | (n=150) |
| NMHH a koordinátor | 3% |
| Nem tudja, nem emlékszik | 97% |

H12. Ismeretei szerint ki Magyarországon a DSA alkalmazásának felügyeletére kijelölt ügyvezető digitális szolgáltatási koordinátor?



Azt, hogy az NMHH a magyarországi digitális szolgáltatási koordinátor csupán az online piacon jelen lévő cégek 3 százaléka ismeri. Azon vállalatok körében is csak 16 százalék tudja az NMHH szerepét, amelyek hallottak a DSA-ról.

Azon cégek közül, amelyek nem kizárólag kisvállalkozásnak minősülő piacterekkel állnak kapcsolatban (amelyekre a DSA nem minden rendelkezése terjed ki) 46 százalék van teljes mértékben tisztában azzal, hogy milyen információkat kell megadni az online piacterek számára az értékesítéshez. Tízből kilenc ilyen cég saját, fő piactérük adatfeltöltési felületét kedvezően ítélik meg.

A cégek kétharmada nem tapasztalt több adminisztrációs teendőt az idei évben az online piactereken, miközben minden negyedik cég valamennyivel több teendőt érzékelt a korábbiaknál, 11 százaléknak pedig jelentősen több teendője lett. A cégek kétharmada nem tapasztalta, hogy korábban nem alkalmazott feltételeket támasztott volna a fő piactér velük szemben, minden negyedik cég érzékelt némi változást, jelentősen csak 8 százaléknak nehezedett meg az együttműködés a fő piactérrel.

Adatszolgáltatás 2023-ban és 2024-ben a fő piactér felé



Bázis: cégek, amelyeknek nem kizárólagosan csak a Meska.hu-n vagy a Szállásvadász.hu-n értékesítenek
n=149



H07. Ismeretel szerint az idei évet megelőzően szükséges volt megadni a következő adatokat a fő piactér számára a termék/szolgáltatás online platformjukon történő értékesítéséhez?

H08. Megkereste az Önök cégét a fő online piactér az idei évben azért, hogy a következő adatokat/dokumentumokat Önöktől bekérjék vagy annak tartalmát frissítsék, vagy esetleg változott az oldal kialakítása olyan irányba, hogy ezen adatok megadása nélkül ne tudjanak terméket/szolgáltatást az adott oldalra feltölteni

A nagyobb piactéren működő vállalkozások jelentős többségének meg kellett adni céges adatokat 2023-ban, jellemzően a cég alapvető adatait, a cégjegyzékszámot vagy a cég nyilvántartási számát, vagy a bankszámlaszámot. Minden második cégtől kérte be a fő online piactér egy saját kiállítású tanúsítványát, amelyben vállalja, hogy csak az uniós jog alkalmazandó szabályának megfelelő termékeket vagy szolgáltatásokat értékesít. Az idei évben (augusztusig) a vállalkozások 91 százalékától semmilyen adatot nem kért be a fő online piactere a kutatásban megadott témák közül.

Azon cégek közül, amelyeknek kellett adatot szolgáltatni a fő piactér felé az elmúlt egy-két évben, csupán 12 százalék gondolkodott el azon, hogy a növekvő adminisztrációs feladatok miatt megszünteti az együttműködést a fő piactérrel. Nagyobb arányban gondolkodtak el a szerződés megszüntetésén a kereskedelemben tevékenykedő, a főleg diverzifikált hazai piactéren jelen lévő cégek, valamint az eMAG Marketplace ügyfelek. Azon cégek közül, amelyek korábban megszakítottak kapcsolatot online piactérrel, alapvetően nem az idei évben tapasztalt plusz adminisztráció miatt tettek így (85%). Az online piactéren jelen lévő kvv-k mindössze 4 százalékával fordult elő, hogy termékeit vagy szolgáltatásait korlátozták a fő online piactéren jogellenességre hivatkozva.