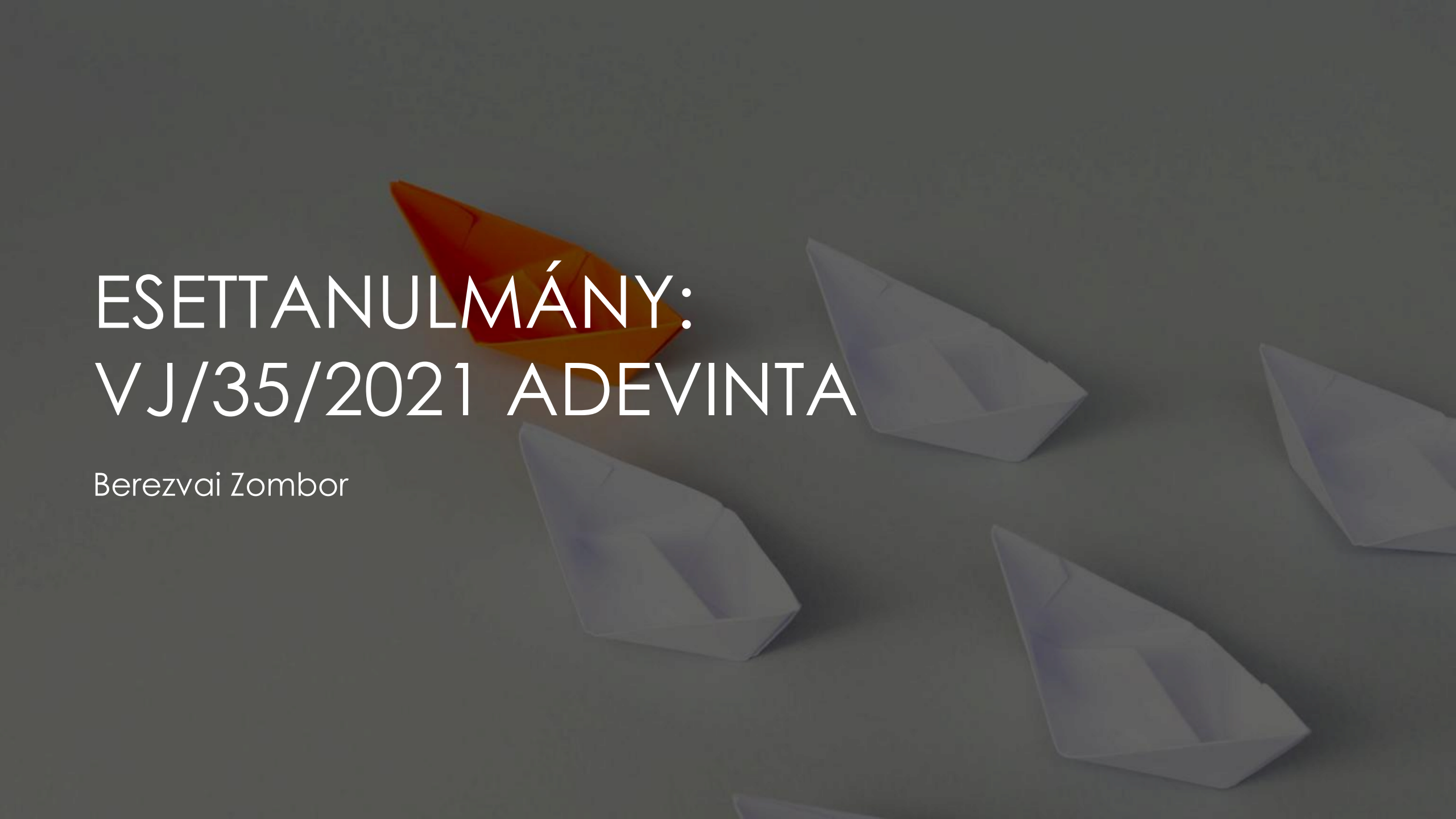


ESETTANULMÁNY: VJ/35/2021 ADEVINTA

Berezvai Zombor

A használt autók online apróhirdetési piaca

- Olyan platformok, amelyek összekapcsolják a használt autók eladóit és vevőit (magánszemélyeket és vállalkozásokat)
- Az előfizetési díjak a csomagmérettől függnek (az egy hónapban meghirdetett autók száma alapján)
- A tranzakció nem a platformon történik
- A többplatformos jelenlét (multi-homing) megvalósítható



Piaci szereplők

- Inkumbens: Adevinta Classified Hungary Kft.
  - Használtautó.hu
  - Jófogás Autó
- Új belépők
  - Kocsi.hu
  - JóAutók.hu

A vizsgálat tárgyát képező vállalati magatartás

- Az „Exkluzív csomag” bevezetése 2018 áprilisában
- A csomagot röviddel a versenytársak piacra lépése után vezették be
- Előnyök
  - Jelentős kedvezmények
  - Ingyenes kiemelések és egyéb kiegészítő szolgáltatások
  - A hirdetések ingyenes exportja és importja
- Feltételek
  - Ugyanazon autók nem hirdethetők versenytárs platformokon („az erőforrások koncentrálása”)
  - Legalább negyedéves fizetési ciklus

Kárelmélet

- Kiszorító jellegű visszaélés, amely akadályozza a piacra lépést és a terjeszkedést
  - Magas díjak a hirdetések exportjára és importjára
  - Az exkluzív csomag bevezetése (amelyben ezek a díjak lényegesen alacsonyabbak voltak)
- A többplatformos jelenlét vonzerejének csökkentése

A GVH által végzett felmérés

- Online felmérés a használtautó-kereskedők körében
  - milyen hirdetési szokásaik vannak;
  - hogyan vélekednek a piaci szereplőkről és mennyire elégedettek velük;
  - milyen tapasztalataik vannak az exkluzív csomaggal kapcsolatban, illetve annak lehetett-e kizáró hatása.
- Szisztematikus mintavétel az Adevinta szolgáltatásaira fordított hirdetési költések alapján
- A kérdőíveket a GVH küldte ki Microsoft Forms segítségével
- 250 kérdőívből 193 értékelhető válasz érkezett (77%-os válaszadási arány)

A piacmeghatározás kihívásai

Kétoldalú piacok

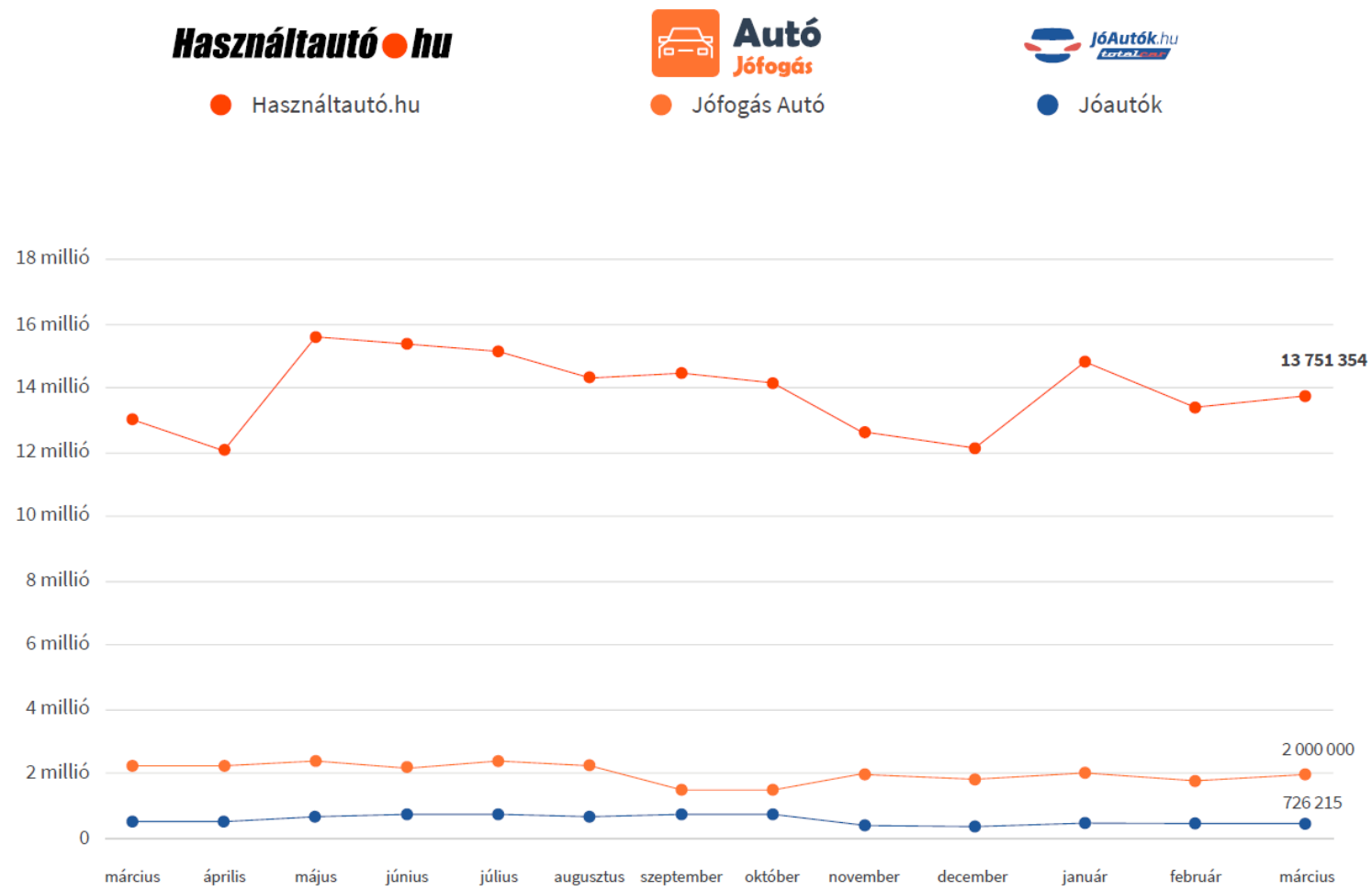
Ingyenes alternatívák (pl. Facebook Marketplace)

Magánhirdetők szerepe

Kereskedők és magánhirdetők

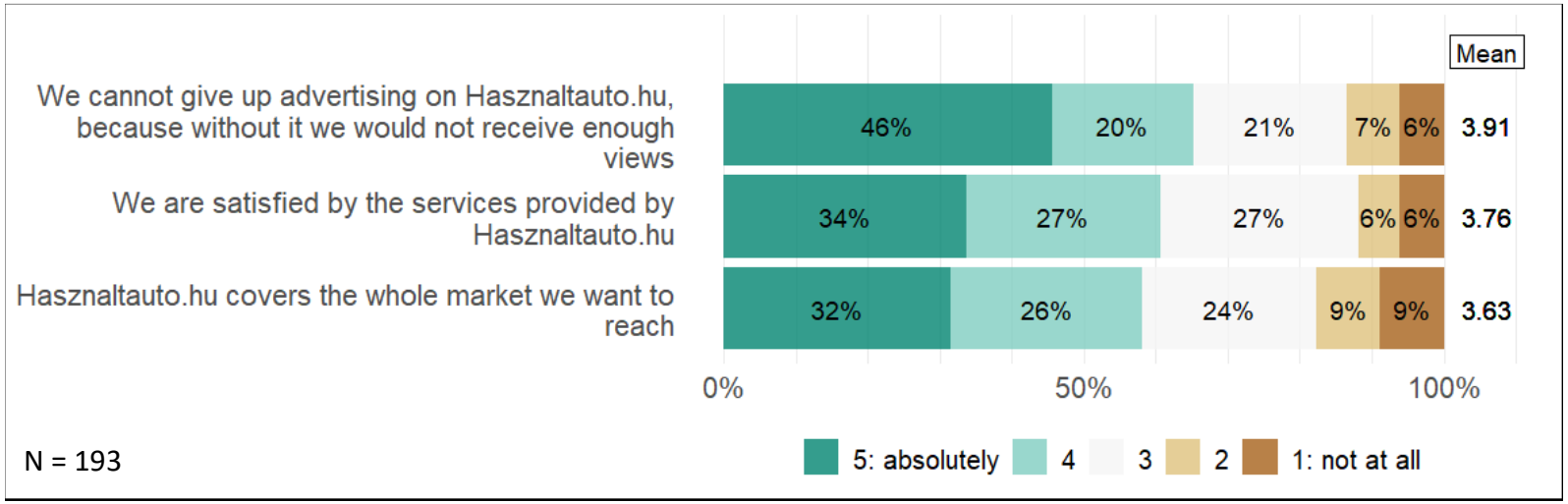
- A releváns piac meghatározása során előfordulhat, hogy csak bizonyos ügyfélcsoportok tartoznak ugyanabba a piacba
- A magánhirdetők ingyenesen használhatják a hirdetési szolgáltatást
- Nem fizethetnek elő az Exkluzív csomagra
- A (Facebook) Marketplace kizárólag magánszemélyek számára elérhető (C2C-platform)
- Az üzleti modell lényege, hogy a platformüzemeltetők a nem fizető felhasználókat a kereskedői oldal bevételeiből finanszírozzák

Oldallátogatások (2020–2021)



Az erőfölény értékelése a felmérés alapján

- A válaszadók 96,4%-a rendelkezett előfizetéssel a felmérés időpontjában
- A résztvevők szerint a szolgáltatás:
  - nélkülözhetetlen;
  - lefedi a teljes piacot;
  - a felhasználók elégedettek vele.



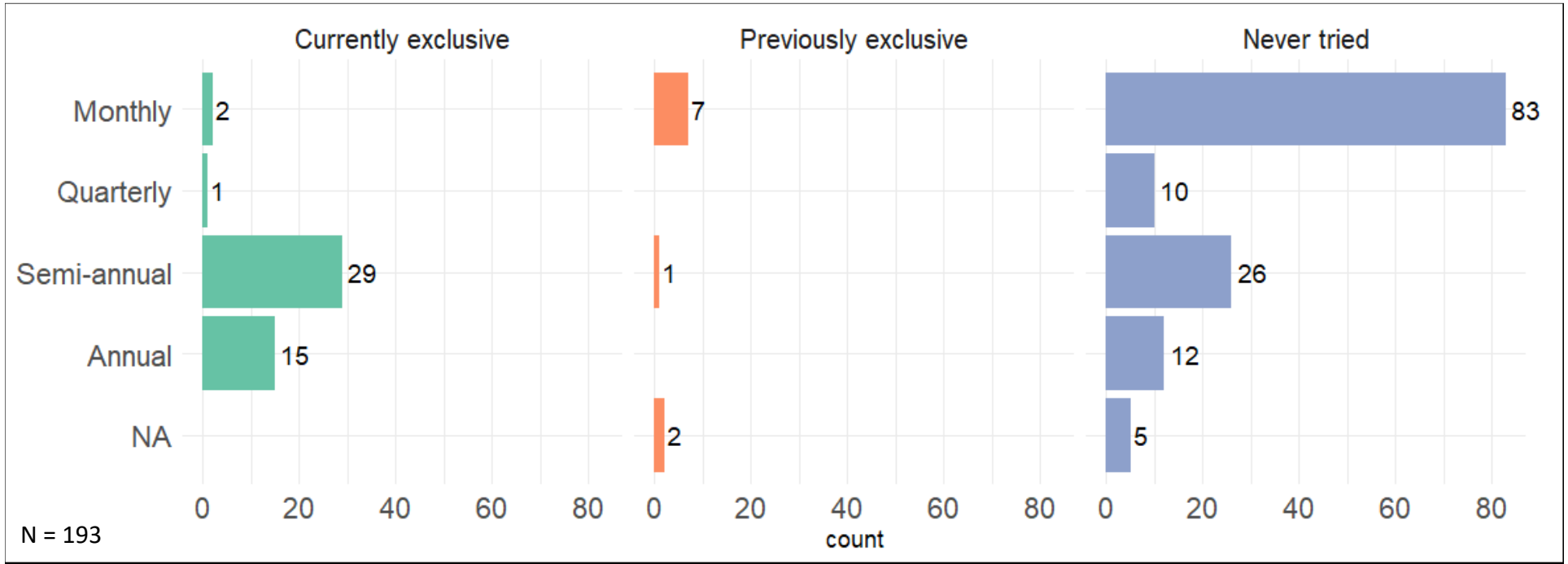
További figyelembe veendő tényezők

- A piacra lépés és a terjeszkedés nehéz; hét sikertelen piacra lépés ismert
- Az új belépők innovatívabb szolgáltatásokat kínáltak, mint a piacvezető
- „A közgazdasági szakirodalom eddig elsősorban a hálózati hatások, a méretgazdaságosság, a tanulási hatékonyság és az adatgyűjtés szerepére összpontosított, mint az úttörő platformok sikeréhez vezető út alkotóelemeire, valamint a piacok átbillenésre való természetes hajlamára. Ezeket a tényezőket gyakran tekintik úgy, mint amelyek kulcsfontosságú szerepet játszanak a legnagyobb ökoszisztémák új belépőkkel vagy a kisebb szereplőkkel szembeni védelmében.” (Jenny, 2021, 4. o.)

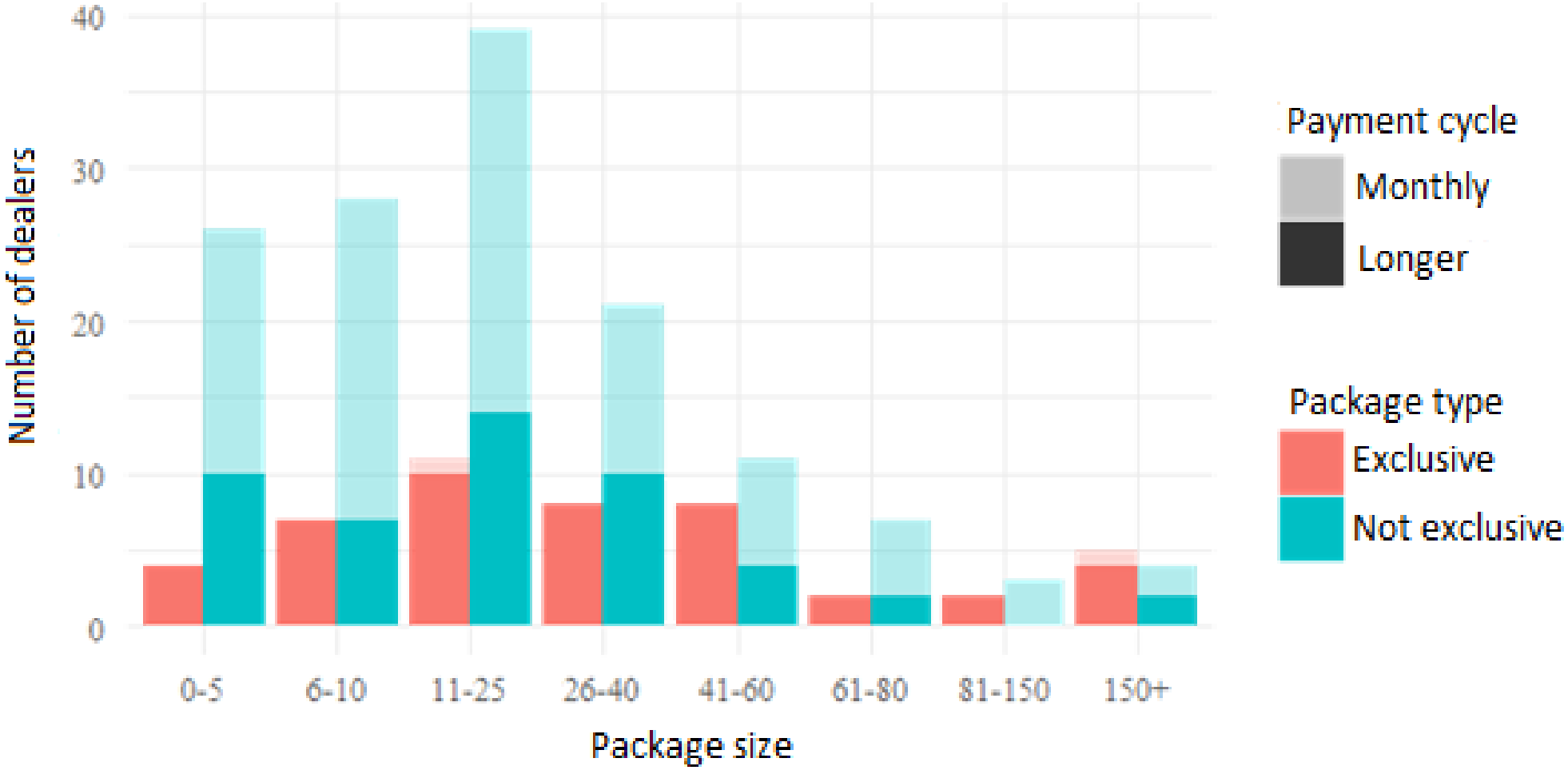
Az előfizetők jellemzői

- Gyakoribb volt az Exkluzív csomag választása a hosszabb fizetési ciklussal rendelkező ügyfelek körében
- Ritka volt az Exkluzív csomag megszüntetése

Az Exkluzív csomag választása az előfizetés fizetési ciklusa szerint



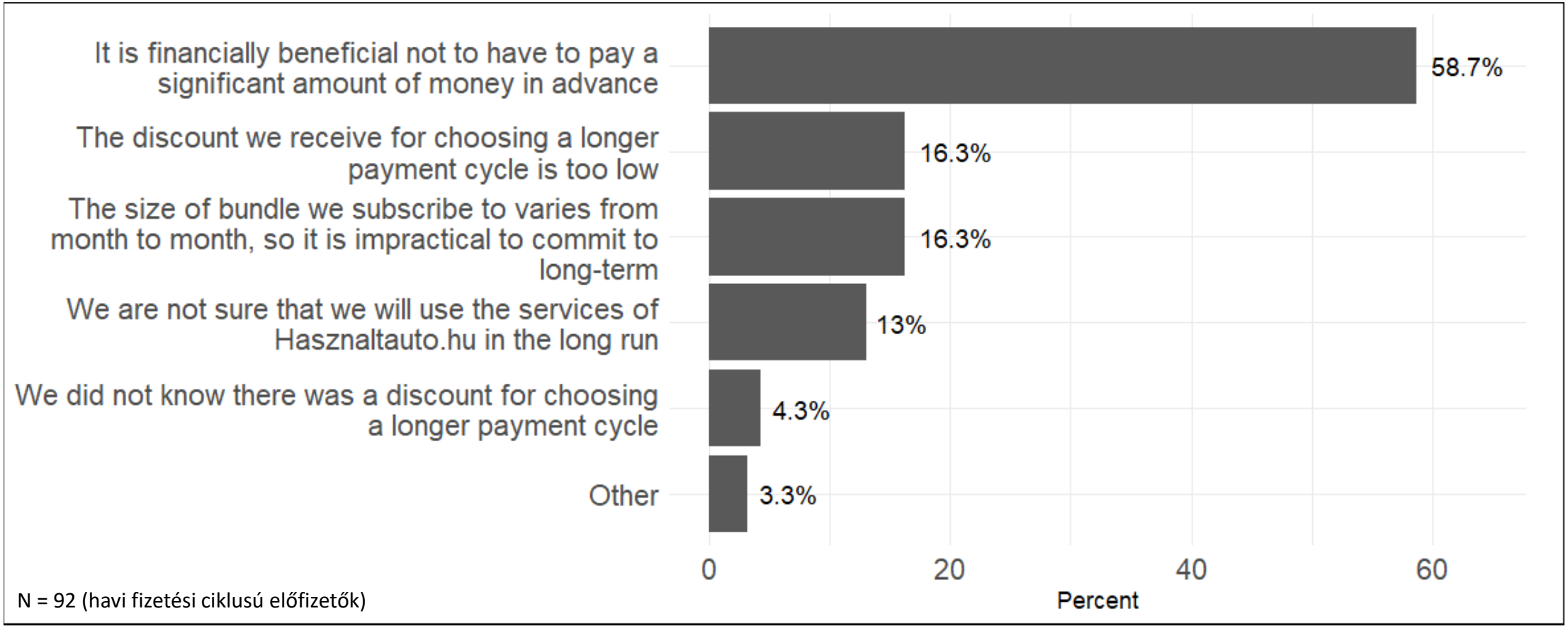
A nagyobb vállalkozások nagyobb valószínűséggel választották az Exkluzív csomagot



N = 186 (Használtautó.hu felhasználók)

Havi fizetési ciklus és pénzügyileg instabil partnerek

A hosszabb fizetési ciklus elkerülésének okai



N = 92 (havi fizetési ciklusú előfizetők)

A magatartás hatása

- A válaszadók 90%-a korábban kizárólag a domináns platformot használta
- 9% felhagyott más platformok használatával (átlagos csomagméret: 46 hirdetés)
- Az Exkluzív csomag magas, 50% feletti penetrációt ért el az előre fizetett (egy hónapnál hosszabb fizetési ciklusú) csomagok körében

Köszönöm a figyelmet