

Szakdolgozat

Pusztaszeri Bence Márk
2024.12.02.

BUDAPESTI GAZDASÁGI EGYETEM

KÜLKERESKEDELMI KAR

Kereskedelem és Marketing szak

Nappali munkarend

Digitális Marketing specializáció

**A blokklánc, a kriptovilág és a marketing
kapcsolata, a kriptovaluták korszaka és a
Binance cég marketingstratégiájának
elemzése**

Belső konzulens:

Dr. Rimóczi Csilla

Készítette:

Pusztaszeri Bence Márk

Budapest, 2024.

Tartalom

Ábrajegyzék	6
Táblázatjegyzék.....	7
1. Bevezetés	8
2. A blokkláncról.....	10
2.1. Blokklánc előnyei	11
2.2. Blokklánc hátrányai	12
2.3. Blokklánc felhasználási helye	12
2.3.1. Felhasználói statisztikák.....	13
3. A blokklánc és a marketing kapcsolata	15
4. A kriptovaluták korszaka	18
4.1. Kezdetek	18
4.1.1. A híres „Bitcoin pizza”	18
4.2. Motivációs tényezők a befektetéshez	19
5. Kripto és a marketing.....	21
5.1. Marketing módszerek	22
5.2. A kriptohirdetések árnyoldala.....	25
5.2.1. A vírusos hirdetések fajtái	25
5.2.2. Pump and dump csoportok	27
5.2.3. „Scam” oldalak, valamint saját példa.....	28
6. A Deepweb, Darkweb és a kriptovaluták kapcsolata	29
6.1. Legális kriptotőzsdék trendje.....	31
7. A Binance Holdings Ltd. bemutatása.....	32
7.1. Általános adatok	32
7.2. Célcsoport.....	33
7.3. Makrokörnyezeti elemzés.....	33
7.3.1. STEEP elemzés	33

7.4.	Mikrokörnyezeti elemzés	36
7.4.1.	Porter féle 5 tényezős erőmodell	36
6.5.	Fogyasztói magatartás – 7o	38
7.5.1.	A vevőkről (Occupants)	38
7.5.2.	A termékekről (Objects)	39
7.5.3.	A vevők motivációjáról (Objects)	39
7.5.4.	A vásárlás résztvevői köréről (Organizations)	40
7.5.5.	A vásárlás menetéről (Operations)	40
7.5.6.	A vásárlás alkalmai (Occasions).....	41
7.5.7.	A vásárlás helyéről (Outlets)	41
7.6.	7p marketingstratégia	41
7.6.1.	A termék (Product)	41
7.6.2.	Az ár (Price)	42
7.6.3.	Az eladás helye (Place)	42
7.6.4.	Az eladásösztönzés (Promotion)	42
7.6.5.	Az emberi tényező (People)	43
7.6.6.	Fizikai megjelenés (Physical Evidence).....	43
7.6.7.	Folyamat (Process).....	44
7.7.	SWOT analízis.....	45
7.7.1.	Erősségek	46
7.7.2.	Gyengeségek	46
7.7.3.	Lehetőségek.....	47
7.7.4.	Veszélyek.....	47
8.	Anyag és módszer	48
9.	Eredmények	49
9.1.	Általánosabb kérdések.....	49
9.2.	A kriptovalutákról, a Binance-ről és a szolgáltatásairól	54

9.3. A kriptovilág jövője	68
9.4. Demográfiai adatok	70
10. Összegzés	75
Irodalomjegyzék.....	77
Mellékletek.....	83
Kérdőív kérdései.....	83

Ábrajegyzék

1. ábra: A blokklánc működése	11
2. ábra: A blokklánc piaci részesedésének a piaci eloszlása világszerte	12
3. ábra: A különböző befektetők demográfiai sajátosságainak aránya.....	14
4. ábra: Kriptoeszközzel rendelkezők száma 2016 és 2024 júniusa között	15
5. ábra: Magyarországon történő kriptovaluta felhasználók aránya 2017-től 2028-ra előrevetítve	21
6. ábra: A felhasználók által használt marketingalapú eszközök használata a kriptovaluták megismerése során	23
7. ábra: Az online szerencsejátékpiac világszintű piaci részesedése 2017-2023, valamint 2029-ig tartó előrejelzéssel.....	24
8. ábra: Az olaszországi cégek aránya, akik 2023 januárjáig átéltek valamilyen zsarolóvírus támadást, részekre bontva.....	26
9. ábra: ERC-20 érmék száma, amik lehetséges pump and dump csaláson mentek keresztül. 28	
10. ábra: A blokkláncban történő Monero (XMR) token tranzakciók száma napi jelleggel 2014-től 2024 augusztus 25-ig	30
11. ábra: Top 5 legnagyobb kriptotőzsde a világon 24 órás trading volume alapján 2024 augusztus 21-én.....	31
12. ábra: A Binance cég Porter 5 erőmodellje.....	36
13. ábra: A pénzügyi eszközbe befektetők eloszlásának aránya	49
14. ábra: Top 5 motivációs tényező, ami alapján befektetnek az emberek	50
15. ábra: Blokklánc technológiát ismerők aránya	51
16. ábra: A blokklánc megismerési helyeinek fajtái.....	51
17. ábra: Blokklánc alapú szolgáltatást használók aránya (%)	52
18. ábra: Havi jövedelemnek a befektetésre szánt százalékos aránya.....	53
19. ábra: A Binance céget ismerők aránya (%)	54
20. ábra: A Binance megismerési helyeinek fajtái	55
21. ábra: A kriptovalutákba fektetők aránya.....	56
22. ábra: A legnépszerűbb kriptovalutákba való befektetés arányai	57
23. ábra: Az egyéb altcoinokba való befektetések száma és fajtái.....	58
24. ábra: Motivációs tényezők fajtái és arányai	59
25. ábra: Kriptovalutával történő fizetések aránya.....	60

26. ábra: A kriptovalutákba történő befektetések biztonságosságának értékelése	60
27. ábra: Volt-e a kitöltőknek, számukra megterhelő mértékű veszteség a befektetés ideje alatt?	61
28. ábra: Volt-e a kitöltőknek, számukra számottevő nyeresége a befektetés ideje alatt?	62
29. ábra: A kriptovalutákba fektetés ismerősök felé való ajánlásának eloszlása.....	63
30. ábra: A Binance cég ismerősök felé ajánlásának eloszlása	64
31. ábra: A Binance-en fellelhető kereskedő botok használatának az eloszlása	65
32. ábra: A Binance-en fellelhető egyéb szolgáltatások használatának az eloszlása.....	66
33. ábra: Versenytárs oldalak használatának az aránya a válaszadók körében.....	67
34. ábra: Versenytárs oldalak fajtái és használatának arányai.....	67
35. ábra: Nagy szerepe lesz a kriptovalutáknak a jövőben?.....	68
36. ábra: Lehetőség a kriptovaluták hivatalos fizetőeszközzé való bevezetéséről 15 éven belül az EU-ban és Magyarországon a kitöltők válaszadásai alapján	69
37. ábra: A magyarországi kriptohelyzet, mint befektetést nyújtó lehetőség értékelése a kitöltők válaszadásai alapján	70
38. ábra: A felhasználók nemi aránya.....	71
39. ábra: A felhasználók korcsoportonkénti aránya.....	71
40. ábra: A felhasználók kapcsolati állapotának aránya	72
41. ábra: Ön rendelkezik saját jövedelemmel?.....	72
42. ábra: A kitöltők lakhelyének típusainak az aránya	73
43. ábra: A kitöltők gyermekvállalásainak aránya	74
44. ábra: A kitöltők legmagasabb iskolai végzettségének aránya	74

Táblázatjegyzék

1. táblázat: A befektetők indokai, amiért kriptovalutákba investáltak be 2022 és 2023 között Kanadában.....	19
2. táblázat: A Binance cég SWOT analízise	45
3. táblázat: A top 3 kriptovaluta, amibe legtöbbet fektetnek az emberek és a hozzá tartozó napi minimum és maximum, valamint átlag PnL-ek a válaszadók adataiból	63

1. Bevezetés

Dolgozatom témája a kriptovaluták, a blokklánc technológia és a marketing lesz, továbbá a blokklánc és a marketing harmonikus viszonyát fogom elemezni. Az ok, amiért ezt a témát választottam, az az, hogy már középiskolás korom óta érdekel a kriptovaluták világa, illetve mi áll ezeknek a háttérében, valamint mindig is érdekelt a kriptovaluta, mint befektetési alap. Az egyetem alatt pedig folytatódott ez az elhivatottság, végül pedig arra esett a választás, hogy a diplomadolgozatomat is ezzel a témával kapcsolatban írjam.

Ami a dolgozatom témáját illeti, elsőként a blokklánc felhasználási köréről fogok írni részletesebben, mi a lényege magának a blokkláncnak, hogyan működik, illetve hogyan lehet a marketingben is ennek a bonyolultabb, de egészen hasznos rendszernek a hasznát venni. Emellett figyelmet fordítok arra is, hogyan kapcsolódnak a kriptovaluták ehhez a technológiához, valamint ezzel kapcsolatban szó lesz a kripto felhasználókról, különböző statisztikai adatokkal alátámasztva az írásomat.

A második részében a dolgozatomnak pedig az egyik legnevesebb és leghíresebb kripto céget, magát a Binance-t fogom részletesen elemezni. Egy kis történelmi áttekintés után fogok áttérni a cég statisztikai adataira, valamint készíteni fogok egy SWOT-, illetve STEEP elemzést is, amely főként a vállalat külső tényezőit fogja számításba venni. Ezekhez társulni fog még egy Porteri 5 erőmodell, valamint egy 7p elemzés is, ahol a cég marketingstratégiája lesz a középpontban.

Kvantitatív primer kutatásom során kérdőíves megkérdezés lesz a központban. Itt, első hipotézisként azt fogalmaznám meg, hogy az emberek bizonyos része Magyarországon még nincs tisztában azzal, hogy mi is az a blokklánc technológia és hogyan működnek ezek a rendszerek. A második hipotézisem, hogy Magyarországon még nem olyan elterjedt a kriptovalutákba való befektetés, sokan nem bíznak még meg az ilyen fajta befektetési formákban. A harmadik hipotézis ezen a területen ahhoz kapcsolódna, hogy az emberek nagy része bár hallott már a Binance-ről, de annak használatát még nem tudja hasznosítani, tehát a szolgáltatások nagy részét még nem ismeri, vagy nem vett tudomást róla és nem használják ki az abban vagy a weboldalon rejlő lehetőségeket. További hipotézisem, hogy az emberek még nem nyitnak a mesterséges intelligencia felé, tehát például a Binance-en a kereskedelmi botokat nem szívesen veszik igénybe a bizalmatlanság végett. Emellett még egy hipotézisként fogalmaznám meg azt a megállapítást is, miszerint a legtöbben szerintem, ha hallottak a

Binance-ről, akkor leginkább ismerősök, barátok vagy rokonok ajánlották nekik, mivel itt kifejezetten nagy szerepet játszik a Word-of-Mouth marketing ereje, és saját magam is például barátok révén ismertem meg a céget. Utolsó hipotézisként pedig a demográfiai részét emelném ki, hogy szerintem sokkal több a férfiak aránya, mint a nőké. Ezt is saját tapasztalatból írom, az én ismeretségi körömben is szinte csak férfiak használják az appot és fektetnek be pénzt a Binance-en.

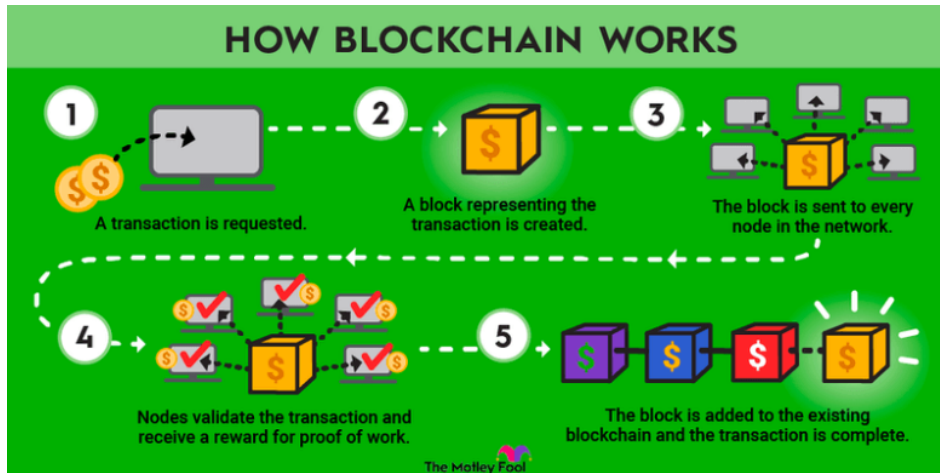
Kvalitatív primer kutatásom során pedig a Binance magyarországi nagykövetségével fogok egy interjút készíteni, ahol olyan fontos témákban fogom keresni a választ, mint például a különböző szolgáltatások részletes bemutatása a Binance webes felületén, kérdéseket fogok feltenni az eladásösztönzési politikájukról, a legnagyobb versenytársairól a piacon, a mesterséges intelligenciára és azzal kapcsolatos kérdéskörökre is ki fogok térni, mint például mekkora szerepet kap manapság a mesterséges intelligencia a vállalati körben. Emellett a felhasználói szokásokra és különböző marketingstratégiai módszerekre is ki szeretnék térni a megkérdezésem során.

2. A blokkláncról

Manapság egyre több új technológia válik ismertté az emberek körébe, legyen szó akár termékről, akár szolgáltatásról. Azonban annak ellenére, hogy sokan még nem ismerik, talán a blokklánc lehet az egyik legforradalmibb technológia, mint a jelent, mint pedig a jövőt nézve. Magát a blokkláncot szokták hívni még speciális adatbázisnak, vagy decentralizált digitális főkönyvnek is. Magát a rendszert tulajdonképpen számítógépek „éltetik”, és ezeket a blokklánc adatokat kronológiai sorrendbe rendezett blokkokba sorolják, amelyeket kriptográfia véd a különböző adathalász és egyéb illegális szervezetektől. „A blokklánc legkorábbi modelljét az 1990-es évek elején hozták létre, amikor Stuart Haber informatikus és W. Scott Stornetta fizikus kriptográfiai technikákat alkalmaztak egy blokkokból álló láncban, hogy így védjék a digitális dokumentumokat az adatok manipulálásától” (academy.binance.com, 2023). Maga a kriptográfia, mint tudományág már korábban is létezett, jelentése tulajdonképpen a kódoláson, rejtjelezésen és azok előállításán és megfejtésén alapul. „Haber és Stornetta sok más informatikus és kriptográfia-rajongó munkáját inspirálta, ami végül a Bitcoin, az első blokklánc-technológia által működtetett kriptovaluta létrejöttéhez vezetett. A leggyakrabban ismert és használt kifejezés a blokklánchoz kapcsolódóan a Bitcoin, emiatt pedig a blokkláncot gyakran keverik a Bitcoinnal, pedig a Bitcoin csak egy kriptovaluta, ami a blokklánc technológiára épül” (Singh – Gehlot – Dharmani, 2022 p. 3.). „Maga a Bitcoin az első kriptovaluta volt, amelyet 2008-ban egy nevezett Satoshi Nakamoto, kitalált nevű személy vagy csoport fejlesztett ki. Azóta a blokklánc-technológia elfogadottsága fokozatosan növekszik, és a kriptovalutákat világszerte egyre többen használják. Bár a blokklánc-technológiát gyakran a kriptovaluta-tranzakciók rögzítésére használják, azonban sok más típusú digitális adat rögzítésére is alkalmas, és számos felhasználási területen alkalmazható” (academy.binance.com, 2023). Lényegében tehát már egyre széleskörűbb a felhasználási területe, de legelsőként a kriptovalutákhoz kötődik. „Lényege, hogy amikor egy felhasználó tranzakciót kezdeményez, például egy bizonyos mennyiségű kriptovalutát küld egy másik felhasználónak, akkor a tranzakciót továbbítja a hálózatnak. Mindegyik csomópont hitelesíti a tranzakciót a digitális aláírások és egyéb tranzakciós adatok ellenőrzésével. A tranzakció hitelesítését követően a rendszer hozzáadja azt egy blokkhoz a többi, már ellenőrzött tranzakcióval együtt. A blokkokat kriptográfiai módszerek alkalmazásával összekapcsolják, létrehozva ezáltal a blokkláncot. A tranzakciók hitelesítésének és a blokklánchoz való hozzáadásának folyamata konszenzusmechanizmus, azaz egy olyan szabályrendszer alkalmazásával történik, amely

meghatározza, hogy a hálózat csomópontjai hogyan egyezzenek meg a blokklánc állapotáról és a tranzakciók érvényességéről.” (academy.binance.com,2023)

1. ábra: A blokklánc működése



Forrás: Anders Bylund, 2023

Az 1. ábrán láthatjuk a blokklánc vizuálisan elkészített működési rendszerét. „A felhasználó által kezdeményezett tranzakciót a P2P-hálózatba továbbítják. A hálózat (amely valójában számítógépek vagy csomópontok gyűjteménye) kifinomult algoritmusok segítségével érvényesíti a tranzakciót és ellenőrzi a felhasználó státuszát. Miután a csomópontok ellenőrzik a tranzakciót, az további tranzakciókkal kombinálva egy új adatblokkot alkot. Ezt az adatblokkot ezután hozzáadják a blokklánc főkönyvéhez. Ebben a formában örökké létezik, nyilvánosan elérhető és nyomon követhetetlen módon. Ezenkívül senki sem tudja megváltoztatni vagy manipulálni semmilyen módon. Tehát valójában a kérdés, hogy miért kezdjük látni a blokklánc bevezetését, egyszerűen úgy foglалható össze, hogy "mert jobbá teszi a marketingautomatizálást". Arra, hogy pontosan hogyan teszi ezt, mindjárt rátérünk” (Collins, 2024). Tehát egy elég összetett rendszerről van szó, azonban mint minden rendszernek, ennek is megvannak az előnyei és hátrányai.

2.1. Blokklánc előnyei

Előnyei közé sorolhatjuk például a decentralizációt, ami annyit takar, hogy nincs meghibásodási pont a láncokon belül. Fontos előnyeikhez tartozik még az átláthatóság. Itt arra kell érteni, hogy tisztán látszanak a tranzakciók a blokkláncon belül és könnyen nyomon lehet

követni az előzetes, illetve utólagos utalásokat is. Fontos előnye még a hatékonyság is, azaz sokkal gyorsabbak a tranzakciók, nem szükséges hozzá közvetítő sem, mint például egy bank.

2.2. Blokklánc hátrányai

Hátrányai között megemlíthetjük az energiaigényt, ami kifejezetten káros hatással van a környezetre, például a jelentős mennyiségű kripto bányászás formájában. Emellett meg kell említeni a blokklánc technológiának a komplexitását is. Tehát csak a fiatalabb réteg tudja aránylag könnyen értelmezni ennek a technológiának a miértjét és folyamatát, a közép-, illetve idősebb korosztály számára nehezen érthető az egész rendszer.

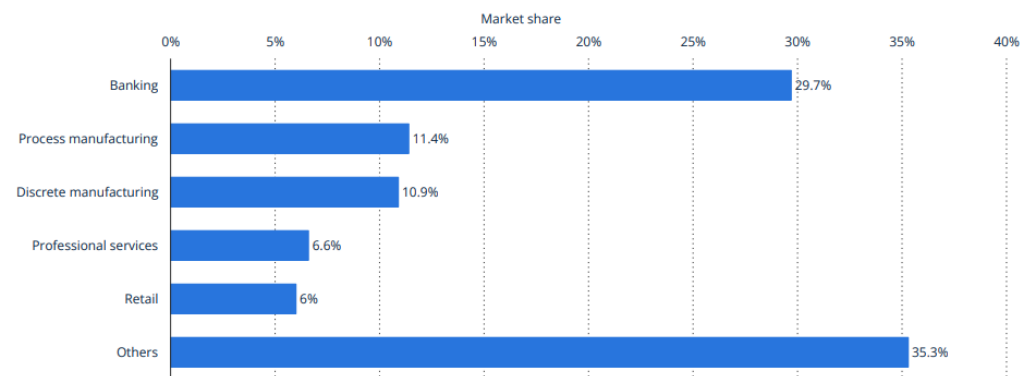
2.3. Blokklánc felhasználási helye

Mint ahogyan arról már korábban is szó esett, a blokklánc technológiát egyre több helyen használják, mint forradalmi vívmányt.

2. ábra: A blokklánc piaci részesedésének a piaci eloszlása világszerte

Distribution of blockchain market value worldwide in 2020, by vertical

Worldwide blockchain market value share 2020, by sector



Description: In 2020, the distribution of the global blockchain market revenue was heavily distributed towards the banking industry, which has a market share of almost 30 percent. While process manufacturing accounted for 11.4 percent of worldwide blockchain spending. Overall, the global spending on blockchain solutions is continued to grow in the upcoming years. [statista.com](#)
Note: Worldwide, September 2020; constant annual value
Source: Statista

statista

Forrás:statista.com., 2022

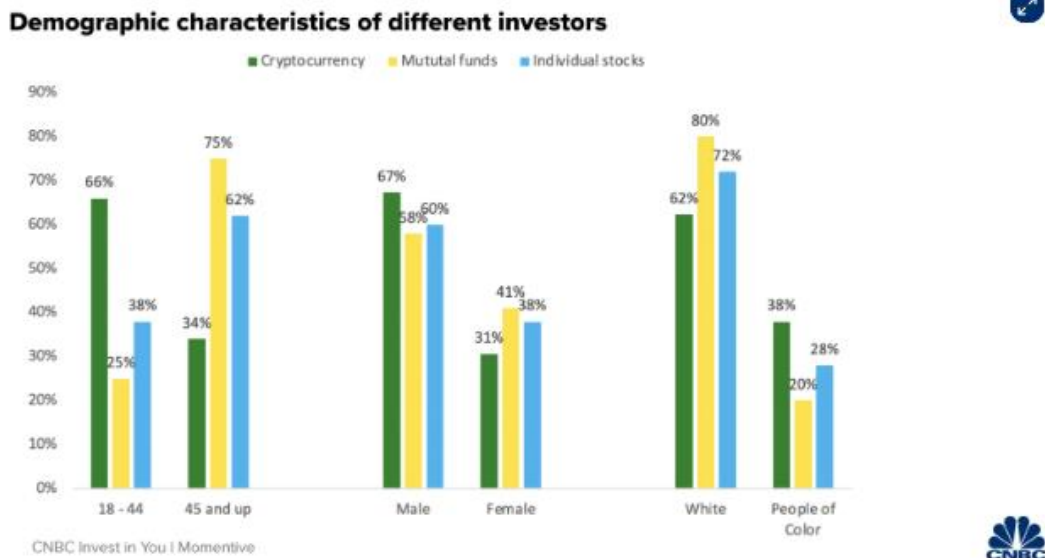
A 2. ábrán jól látszik, hogy 2020-ban még mindig a magánszemélyjellegű és egyéb felhasználás volt a legnagyobb arányban 35,9%-os piaci részesedéssel, ami az egyéb kategóriába sorolandó. Nyilván ez annak köszönhető leginkább, hogy sokan kriptoba fektettek vagy kriptot bányásztak és ehhez szorosan kötődik természetesen a blokklánc technológia használata is. Azonban aránylag szorosan követi a bankszektor ezt a trendet 29,7%-os piaci részesedéssel. Ezt követi a

folyamatgyártás 11,4, majd pedig a diszkrét gyártás 10,9%-os részesedéssel. Végére pedig a magasszintű szolgáltatók maradnak 6,6, valamint a kiskereskedők 6%-os részesedéssel. Azonban ezeken kívül még vannak különböző folyamatok, amikben nagyon nagy hasznát veszik ennek a technológiának. Természetesen a különböző tranzakciós ügyletek mellett még használják politikai célokra is, például választások körében. „A digitális szavazás a blokkláncon elég átláthatóságot tud nyújtani ahhoz, hogy bárki láthassa, módosítottak-e valamit a hálózaton. Ez a digitális szavazás kényelmét kombinálja a blokklánc biztonságosságával, hogy a szavazatunk tényleg számítson” (Danial, 2019, p. 61.). De emellett használható még különböző ellátási láncok felügyeletére, például, ha tudni szeretnénk, hogy milyen étel került a tányérunkra, akkor a blokklánc segítségével végig tudjuk követni a folyamatot egészen a kezdetektől a végső termékig, tudva azt, hogy mikén ment keresztül a termékünk, amit tervezünk elfogyasztani (Danial, 2019). Hasznos funkciót tölt be még akár személyazonosság ellenőrzéskor is, ahol a felhasználók saját maguk kezelik digitális identitásukat, fontos része azonban az egészségügynek is, ahol az adott beteg egészségügyi adatait tudják tárolni a blokkláncban anélkül, hogy papírmunkát és utánajárást kéne végezni az orvosoknak. De akár fontos szerepet játszhat az energiaszolgáltatás iparágában is. „A blokklánc használatával az emberek energiával is kereskedhetnek egymás között, így kiiktatva az energiaszolgáltatót” (Danial, 2019, p. 64.). „A megújuló energia token alapra helyezése lehetővé teszi, hogy a szél-, nap- és vízenergia-termelők zökkenőmentesen tudjanak kapcsolatba lépni a befektetőkkel, akik hajlandók előre fizetni a megújuló energia felhasználásának jogáért. Mivel ez egy elosztott rendszer, a közvetítő megszűnik” (renewableenergyworld.com, 2021).

2.3.1. Felhasználói statisztikák

Még egy érdekes tény, hogy 2022 év végére már több, mint 81 millió ember rendelkezett blokklánc alapú pénztárcával (statista.com, 2022). Emellett érdemes megemlíteni tenni arról is, hogy milyen korosztályból milyen százalékban birtokolnak különböző befektetési formákat.

3. ábra: A különböző befektetők demográfiai sajátosságainak aránya

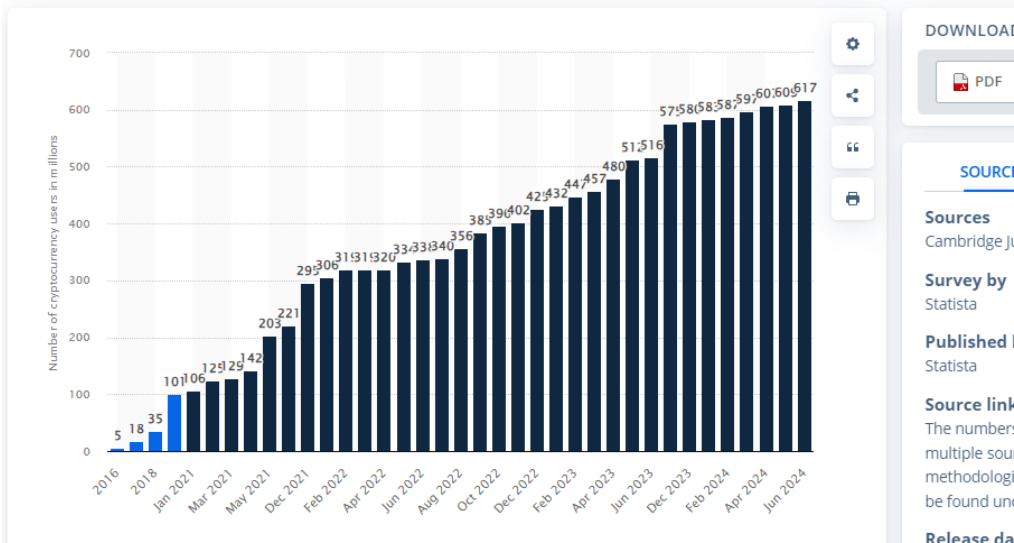


Forrás: Cohen – Wronski, 2021

A 3. ábrán láthatóvá válik 3 fajta demográfiai adattal szemlélve, hogy milyen arányban vannak befektetések az embereknek. A 18 és 44 év közöttiek 66%-a birtokol jelenleg blokklánccal kapcsolatos kripto befektetést, míg a 45 és afeletti csupán 34%-a. Ez annak is köszönhető, hogy a fiatalok sokkal nyitottabbak és témában jártasabbak, mint mondjuk az idősebb generáció, valamint sokkal több potenciált is látnak benne a fiatalabbak ahhoz, hogy befektessenek adott mennyiségű pénzt. Az is kivehető nemi alapú összehasonlításnál, hogy a férfiak jóval nagyobb arányban (36%-kal) birtokolnak bármilyen kriptovalutát, mint a nők. Valamint még egy érdekes kitérőként láthatjuk a harmadik, bőrszín alapú összehasonlításnál, hogy a fehér emberek 24%-kal nagyobb (összesen 62%) arányban birtokolnak valamilyen kriptoeszközt, mint a színes bőrű emberek (összesen 38%). Ez számomra azért is érdekes, mert például India a legnagyobb kriptobefektető országok közé tartozik, és a világ 3. legnagyobb népességű országáról beszélünk, mégis kisebb létszámban vannak jelen a piacon, mint a fehérbőrű emberek. Összességébe véve pedig elmondhatjuk, hogy 2024-re már hatalmas népszerűségnek örvend, főként a fiatalabbak és a középkorosztály körében a blokklánc alapú pénztárca és az ezzel kapcsolatos kripto felhasználók és befektetők száma.

4. ábra: Kriptoeszközzel rendelkezők száma 2016 és 2024 júniusa között

Number of identity-verified cryptoasset users from 2016 to June 2024
(in millions)



Forrás: statista.com, 2024

A 4. ábrán jól látszódik, hogy míg 2016-ban épphogy csak megvolt az 5 millió felhasználó, addigra 2024 júniusára már 617 millióra nőtt a felhasználók száma. Ez annak volt köszönhető véleményem szerint, hogy a Bitcoin bombaszerű ár növekedése egy olyan lehetőséget mutatott az emberek felé, amely egyből irányítottan ösztönözte az embereket arra, hogy fektessenek be abba, vagy akár más tokenbe. Összességébe véve pedig elmondható, hogy maga a blokklánc, mint egyedi technológia és a kriptorendszer alapja, talán a 21. század legnagyobb forradalmi vívmányai közé tartozó szolgáltatást nyújtó egység, amely az egyre bővülő felhasználói körrel rengeteg lehetőséget tartogat még a versenypiac és a fogyasztói társadalom számára.

3. A blokklánc és a marketing kapcsolata

Manapság még mindig szeretik összekötni automatikusan a blokkláncot a kriptó piaccal. Egyfelől ez érthető, mivel a kiinduló pont, amikor forradalmasították a blokklánc technológiát, azzal együtt vezették be később a kriptovalutákat is, amelyek a blokklánc működési mechanizmusa alapján funkcionál. Azonban nem szabad leragadni csupán a kriptoszektornál, ugyanis a blokkláncot már jóval több helyen veszik használatba és még ennél is több helyen fogják alkalmazni a jövőben. Azonban ami most a leginkább fontos és kiemelendő az maga a blokklánc rendszer és a marketing kapcsolati pontja. Mai napig elég

kevés ember tud a blokkláncról, nemhogy a blokklánc és a marketing közötti fontos funkciókról. Talán az egyik legfontosabb tényező, amivel fontos szerepet játszik a blokklánc a marketing területén az maga a marketingautomatizáció. „Az első kérdés, amin talán elgondolkodgatunk, hogy miért fordulnak a marketingautomatizálási platformok a blokklánc felé. A válasz erre valójában nagyon egyszerű. Biztonságosabb és pontosabb. A digitális korban az adatok minden vállalkozás számára létfontosságúak. Ha azonban harmadik felekre bízunk az adatok átadását, akiknek saját céljaik vannak, akkor az adatok manipulálhatók vagy visszaélhetnek velük. Akár a Google manipulálja a hirdetési árakat, akár a Facebook visszaél a felhasználói adatokkal, a fogyasztók és a vállalkozások egyaránt arra törekszenek, hogy megtörjék e vállalatok befolyását a reklámparban, és valami átláthatóbb és biztonságosabb megoldást keressenek” (Collins, 2024). Tehát a blokklánc nélkül az adataink, legyen szó szenzitív vagy inszenzitív adatokról, sérülékenyebbek lesznek, nehezebben lekövethetők, és ezáltal könnyebben válhatunk az adathalászok áldozataivá. És pont ezért van akkora potenciál többek között a blokkláncba, mivel sokkal gördülékenyebben, de biztonságosabban is tudnak az adataink felkerülni és mozogni a rendszerben. Fontos megjegyezni még azt is, hogy magát a blokkláncot nem lehet manipulálni a vállalati haszon fényében. „A blokklánc használatával gyakorlatilag megszüntetjük e vállalatok azon lehetőségét, hogy túlértékeljék a hirdetési mérőszámokat, vagy felszámoljanak nekünk olyan kattintásokat, amelyek botoktól származnak. Ráadásul tisztább képet kapunk a közönségünkről, beleértve a kedveléseiket és preferenciáikat is, ahogy azok valós időben változnak” (Collins, 2024). Azaz közelebb tudunk kerülni az ügyfeleinkhez, tisztább képet kaphatunk a szokásaikról és ezzel egy átfogóbb vásárlói utat, azaz customer journey-t tudunk alkotni. Érdeemes még kiemelni, hogy mikre lesz, illetve lehet hatással egész pontosan a blokklánc a marketing digitalizáción belül. Több tényező is szóba jöhet. Elsőképpen a marketingkampányok teljesítményére gyakorolt hatást emelném ki. „A marketingesek évek óta állítanak be automatizált hirdetési kampányokat, amelyek végül kudarcot vallanak, mert pontatlan vagy régi adatokkal dolgoznak. A blokklánc használatával mostantól egy központosított adatbázissal fognak rendelkezni, amelyhez a vállalat minden részlege hozzáférhet. Emellett hatékonyan kiküszöböli a közvetítőket a hirdetésvásárlási és -eladási folyamatból. Ez a teljes átláthatóság révén fokozott bizalmat és elszámoltathatóságot teremt. Ráadásul többé nem kell az óriásvállalatokra hagyatkozni a kampányaira vonatkozó teljesítményadatok szolgáltatásában. A blokklánc főkönyvi rendszerével nyomon követheti a cég a kattintásokat, a like-okat és más értékes KPI-ket, amelyek segítenek a marketingstratégiák jövőjét megalapozni. Mivel a blokkláncban tárolt információkat nem lehet módosítani, ez azt is jelenti, hogy senki sem tudja letiltani vagy manipulálni ezeket az eredményeket” (Collins,

2024). Ezek mind fontosak ahhoz, hogy az adott vállalkozás, vagy akár a saját vállalatunk láthassa, hogy az adott üzenet, vagy kampány célba ért-e, elértük-e a célcsoportunkat vagy pedig még változtatni kell valamin a teljes siker reményében. A következő fontos pont maga a biztonság és a fokozott védelem kérdése. Cégtől függően, de szinte mindenki dolgozik adatokkal, amik akár szenzitív adatok is lehetnek. Ezeknél kifejezetten fontos, hogy ne kerüljön harmadik fél kezébe más adata, illetve az esetleges adathalász és kiberbűnözők se tudjanak hozzáférni ezekhez az adatokhoz. A blokklánc ebben is segítségünkre tud lenni. „A blokklánc anonimitást biztosít a felhasználók számára a tranzakciók során. Nem kapcsolja össze ezeket a tranzakciókat tényleges személyazonosságokkal. A hálózat ellenőrzi a tranzakciókat és a hozzájuk tartozó adatokat. Nem tárolnak azonosító adatokat. Ezáltal a fogyasztók nagyobb ellenőrzést kapnak személyes adataik gyűjtésének és felhasználásának módja felett. A tranzakciós előzmények segítségével automatikusan gyűjthet elemzési adatokat, a felhasználók adatvédelmi aggályai nélkül. A marketinges osztály számára az az előny, hogy a jobb kiberbiztonság javíthatja a SEO-t és az ügyfélélményt is” (Collins, 2024). Ezzel együtt pedig fontos pont még maga az esetleges csalások elleni védelem is. Ha már csak a PPC-s (Pay Per Click) hirdetéseket nézzük, a cég minden egyes kattintás után fizet egy adott összeget a hirdető számára. Azonban manapság egyre többen alkalmaznak automatizált botokat, amik egy adott kattintási számmal vannak beprogramozva, így óriási összegekhez tudnak egész egyszerűen kerülni ezek a csalók. Ezáltal pedig a cégek több milliókat, vagy akár milliárdokat veszhetnek el. „2019-ben például 6 milliárd dollárt vesztek a cégek a rengeteg „clicking bot” miatt” (Low, 2020). A blokklánc pedig többek között erre is tudja a megoldást. „A blokklánc minden egyes kattintást ellenőrizhet. Az ellenőrzött digitális értékesítési pontok blokklánc-nyilvántartásával azonnal azonosítani tudod a csalárd rendszereket vagy a hirdetéseiddel interakcióba lépni próbáló kattintás-farming csalásokat. Ez a blokkláncon keresztül egy olyan intelligens szerződéses viszonyítási pontot hoz létre, amely automatikusan képes minden benyomás és interakció hitelességének vizsgálatára” (Collins, 2024). Valamint vannak vállalatok, amik már régebb óta alkalmazzák a blokkláncot pontosan ezekből a helyzetekből adódóan. „A Toyota már 2018-ban elkezdte használni a blokklánc-technológiát a kattintási csalások ellenőrzésére. Ennek eredményeképpen a japán autógyártó 21%-os növekedést tapasztalt az érvényes webhelylátogatók számában” (Collins, 2024). Fontos még kiemelni a blokklánc működése kapcsán, hogy sokkal nyomon követhetőbben tudjuk a hirdetéseink terjesztését szemrevételezni. Mivel az ember naponta akár 6-10 ezer reklámot is láthat csak a képernyőnél ülve, ezért fontos, hogy a mi reklámjaink vagy egy adott cég reklámjai is strukturáltan és változatosan kerüljenek a fogyasztóink/ügyfeleink elé (Carr, 2021). A blokklánc

pedig erre is ad megoldást. „A blokklánc-technológia segítségével a felhasználók dönthetnek majd úgy, hogy az általuk kívánt hirdetéseket, vagy legalábbis az általuk kívánt tartalom alapján megjelenő hirdetéseket választják. Először is, a hirdető több információt kaphatnak arról, hogy mit akarnak a fogyasztóik, miközben megőrizhetik az emberek anonimitását. Ezek a felhasználók ezután több hirdetést látnak majd, amelyek személyre szabottan igazodnak az ő egyedi preferenciáikhoz. Nem lesz annyi irreleváns vagy ismétlődő hirdetés, amely olyan pontatlan dolgokon alapul, mint a keresési előzmények” (Collins, 2024). Végül pedig amit még fontos megjegyezni, hogy a blokklánc segítségével képesek vagyunk arra, hogy bizonyos paraméterek beállítása után képesek legyünk a számunkra lefontosabb célközönséget megcélozni. Bár lehetséges, hogy így kevesebb emberhez jut el a reklámkampányunk, azonban annál biztosabb, hogy azokhoz a fogyasztókhöz, illetve leendő fogyasztókhöz fog eljutni az üzenetünk, akik ténylegesen érdeklődnek az adott termék vagy szolgáltatás iránt. „A mennyiség helyett a minőség a lényeg. Ami magasabb konverziós arányt jelent, ezzel pedig a célunkat el is értük” (Collins, 2024).

4. A kriptovaluták korszaka

4.1. Kezdetek

Az egész kriptovaluta rendszer 2008-ban, a Bitcoin debütálásával jött létre. Tulajdonképpen „a Bitcoin az első olyan digitális tárgy, amely igazolhatóan korlátozott számú, így az első példája a digitális készpénznek.” (Ammous, 2018, p. 186.). Pár hónappal pedig a megjelenésétől számítva, 2009 január 12-én Hal Finney, amerikai szoftverfejlesztő volt az első olyan ember, akihez Bitcoin tranzakciót intézett Satoshi Nakamoto 10 Bitcoin értékben (plasbit.com, 2024). És inntől kezdve szépen lassan elkezdett beindulni a kriptovaluták iránti érdeklődés az emberekben. Elkezdtek tranzakciókat végezni a blokklánc alapú peer-to-peer rendszerben, aminek a lényege az, hogy nincs harmadik, közvetítő fél a tranzakció során.

4.1.1. A híres „Bitcoin pizza”

Egyre többen kezdték el halmozni Bitcoin készletüket és történtek nevezetesebb vásárlások is, mint például az első fizikai áru vásárlása kriptoval, amit egy magyar származású, amerikai állampolgár vitt végbe 2010 május 22-én, amikor is 10 000 Bitcoinért vásárolt két pizzát a Papa John's-tól összesen 41\$ értékben, mivel az aznapi árfolyama a Bitcoinnak 0,0041\$

körül alakult (portfolio.hu 2024). Mindezek mellett pedig egy évtizeddel később, amikor már a Bitcoin bőven a tízezresek kategóriáját erősítette dollárban, El Salvador kormánya úgy döntött, hogy bevezeti a Bitcoint, mint hivatalos fizetőeszközt az országba. Innentől kezdve pedig már Bitcoinnal is lehetett fizetni ebben a régióban akár boltokban is legyen szó akár élelmiszeripari akár ruházati vagy egyéb cikkekről (insights.com.yale.edu, 2023). Valamint fontosabb jellemzője volt a Bitcoinnak, hogy talán a kezdetek óta 2021 volt a legvolatilisabb és legizgalmasabb időszaka, ára 29 000\$ és 69 000\$ között mozgott, ebből is látszott, hogy mennyire drasztikusan változott egy éven belül.

4.2. Motivációs tényezők a befektetéshez

Az emberek fantáziáját pedig maga a lehetőség mozgatta és mozgatja is mai napig annak reményében, hogy viszonylag rövid időn belül nagy mértékű haszonra, avagy profitra tehetnek szert. Amit ebből leszűrhetünk, hogy az emberek nagy része kapzsiság miatt fektet be pénzt a kripto szektorba, legalább is, ami a magánszemélyű és rövidtávú befektetéseket tükrözi. De ez is országoként eltérő lehet.

1. táblázat: A befektetők indokai, amiért kriptovalutákba investáltak be 2022 és 2023 között Kanadában

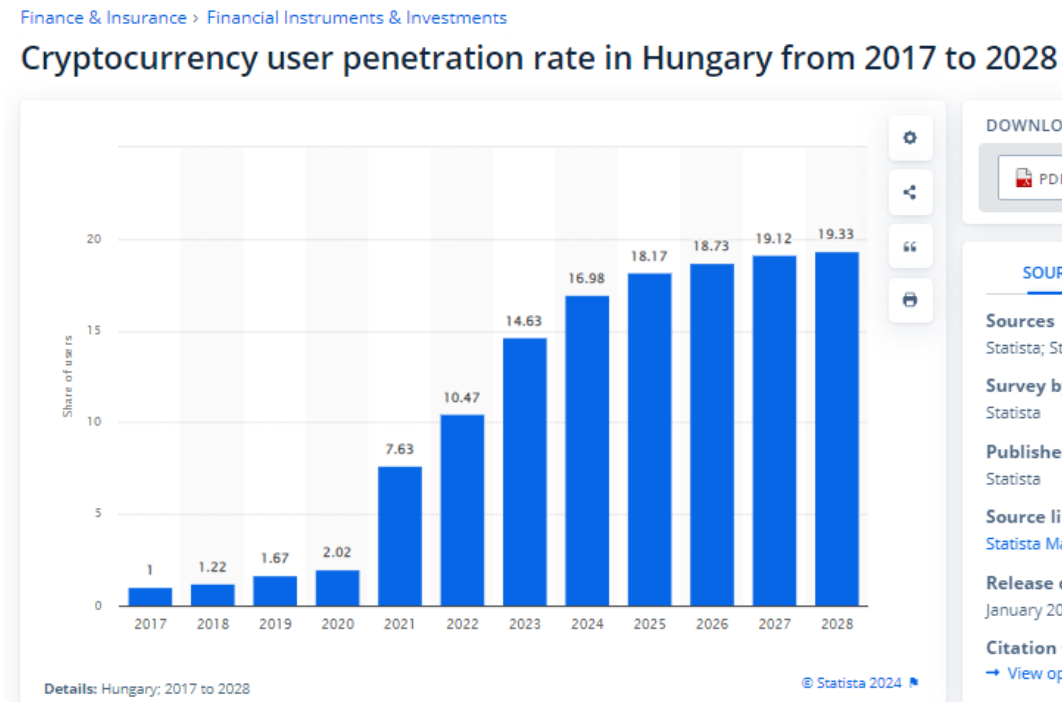
Reasons for consumers in Canada to invest in cryptocurrency in 2022 and 2023

Characteristic	2022	2023	Year-on-year percentage point change
As an asset whose performance is not correlated with the stock market/equities markets	11%	18%	7%
To be able to tell others I own some crypto	8%	11%	3%
Notable influencers have promoted it	7%	10%	3%
To make more money than if I bought mutual funds or individual stocks listed on a public exchange	17%	19%	2%
For payment of goods/services	11%	13%	2%
I don't trust the financial system	7%	9%	2%
To try it out/ try something new	0%	2%	2%
To use it to digitally transfer money	15%	16%	1%
Did not purchase them	0%	1%	1%
As a speculative investment/gamble	28%	28%	0%
Bonus offer/ reward/ free	1%	0.3%	-0.7%
For fun	1%	0.3%	-0.7%
As part of my fixed income allocation	8%	7%	-1%

Forrás: statista.com, 2023

Az 1. táblázat például Kanada befektetési szándékait láthatjuk százalékos arányokban, 2022-es és 2023-as évet összehasonlítva. Ami egyből szembetűnő, hogy a spekulatív befektetés, tehát a kockázatvállalással teli, magas hozamra és rövidtávú célokra törekvő, gyakran hozzá nem értő személyekből álló befektetési módszer, illetve szerencsejáték célokra történő felhasználás van a legnagyobb, 28%-os arányban jelen mindkét évben. Ebből az következik, hogy az emberek életében nagy szerepet játszik a kapzsiság és a kockáztatás, céljuk leginkább a minél hamarabb történő profitszerzés, valamint szeretnek valamilyen szinten megfontolatlan módon cselekedni. Valamint a második helyen áll az a fajta motivációs tényező, amely azért sarkallta az embereket a kripto befektetésbe, mert szerintük több profitot tudnának elérni ezzel a módszerrel, mint mondjuk különböző befektetési alapokba való investálással, amelyek tőzsdei profittal rendelkeznek. Ez az arány 2022-höz képest 2 %-os emelkedést mutatott a 2023-as évre, összesen 19%-kal. Valamint a harmadik hely is érdekes információt ad arról, hogy a felhasználók, akik ennek a rendszernek a tagjai, 2023-ban 16%-ban fektettek be azért, hogy digitálisan tudjanak fizetni Bitcoinnal különböző weboldalakon, ami egy százalékos növekedést mutat 2022-es évhez képest. A cégek itt leginkább arra törekednek, hogy mindig megtalálják azokat a fogyasztókat motiváló tényezőket, amik elvezetik őket az adott vállalatokhoz, és elköteleződnek az adott termékük mellett, valamint a kommunikáció is egyszerűbb, jobb és gyorsabb lesz a fogyasztó és a terméket, illetve szolgáltatást nyújtó között (Collier, 2011). Azonban ez csak egy példa a rengeteg ország közül, de mindenesetre elmondható, hogy a felhasználói trend afelé hajlik minden országban, hogy egy olyan DeFi központú rendszert használjanak a fogyasztók, amellyel egyszerű a fizetés, és mindeközben a befektetési oldalt nézve hamar profitálhat az adott felhasználó. Ha a magyar felhasználókat nézzük, itthon is egy szép, folyamatosan növekvő százalékmennyiség jellemzi az itthoni felhasználók arányát.

5. ábra: Magyarországon történő kriptovaluta felhasználók aránya 2017-től 2028-ra előrevetítve



Forrás: statista.com, 2024

Az 5. ábrán láthatóan kirajzolódik, ahogyan 2017-től egészen 2024-ig egy szinte exponenciálisan növekvő százalékos arányról beszélünk, ami a kriptoba újonnan befektető felhasználókat jelenti. Hét év alatt 1 %-ról 16,98%-ra nőtt a felhasználók száma, azaz majdnem 16%-ot ugrott az új regisztrációk és felhasználók köre. Ha ezt a magyar lakosság számához viszonyítjuk, nem számít kis átlagnak, főleg, ilyen rövid időintervallumon belül. És sokan felteszik magukban a kérdést, hogy mi okozhatta ezt a nagy megugrást, nem csak Magyarországon, hanem az egész világban. A megfelelő kulcsszó természetesen erre is a marketing lesz.

5. Kripto és a marketing

A marketing rendkívül fontos szerepet játszott és mai napig játszik is a kripto világban, csak kifejezetten egy niche célközönség számára készülnek ezek a tartalmak, illetve kampányok, amit vagy csak azok látnak, akik valamilyen kötődést mutatnak a kriptok iránt, ez lehet befektetés alapú, vagy csak érdeklődés alapú, de olyanok is kaphatnak hirdetéseket akár, akik egyáltalán nincsenek semmiféle „kapcsolatban” a kripto világgal. Ez általában akkor

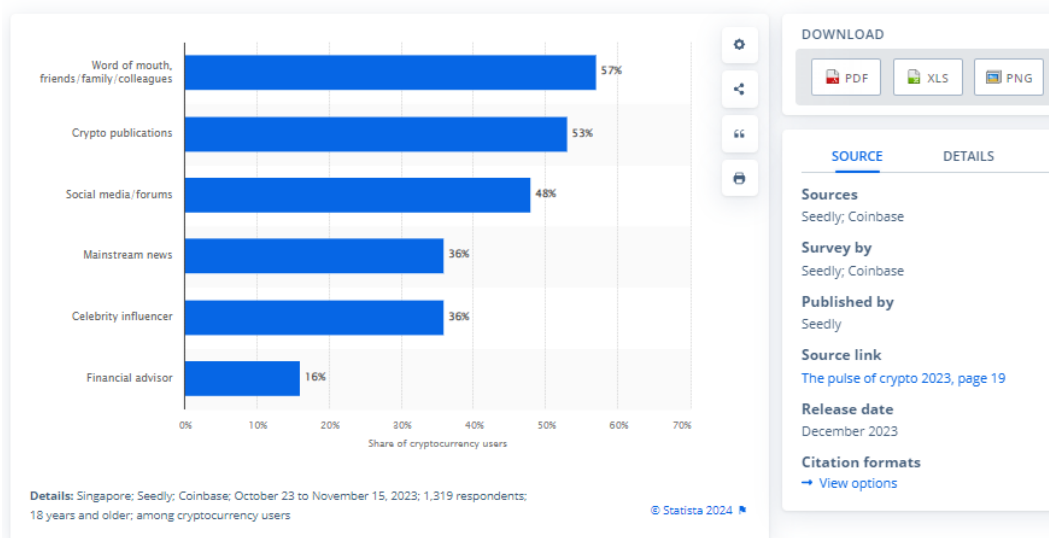
következik be, ha az illető olyan nem kívánt oldalra, illetve linkre, URL címre vagy akár képre, videóra kattintott, ami esetleges vírusokat hordoz magával, és ezután kéretlenül is megjelennek az érintett gépen hasonló témájú tartalmak. De elsőképpen visszatérek arra a gondolatmenetemre, amikor is az illetőt érdekli, illetve akár felhasználója a kripto közösségnek.

5.1. Marketing módszerek

Hogyha a fogyasztók és vállalatok közti kapcsolatot nézzük, elmondható, hogy a fogyasztók még többet várnak el a cégektől, mint a cég a fogyasztóktól, ezért, ha nem építenek ki a vállalatok egy bizalomra épülő kapcsolatot a vevői körrel, akkor egyszerűen nem fognak tudni fenntartani hűségesebb fogyasztókat maguk számára, akik támogatnák a céget vásárlásaikkal (Cundari, 2015). És így jutunk el a különböző marketing módszerekig, illetve ezek megfelelő kommunikációjukig. Mivel egyre több felhasználási módja van, mint a blokkláncnak, mint pedig a kriptónak, ezért sokan gondolnák, hogy egyre több hirdetési felületen jelenik meg a kripto, azonban egyelőre ez még csak gyerekcipőben jár, legalább is, ha a nagyközönséget nézzük. Azonban, ha az ember kicsit is nyit a kripto világa felé, egész hamar bele tud futni különböző cikkekbe, hirdetésekbe, amik hol tanító jellegű funkcióval bírnak, hol pedig ösztönözni próbálják az embert, és ezzel egyfajta befektetési kényszert produkálni az érintettek elméjében.

6. ábra: A felhasználók által használt marketingalapú eszközök használata a kriptovaluták megismerése során

Trusted sources used to learn about cryptocurrency among users in Singapore as of November 2023



Forrás: statista.com, 2024

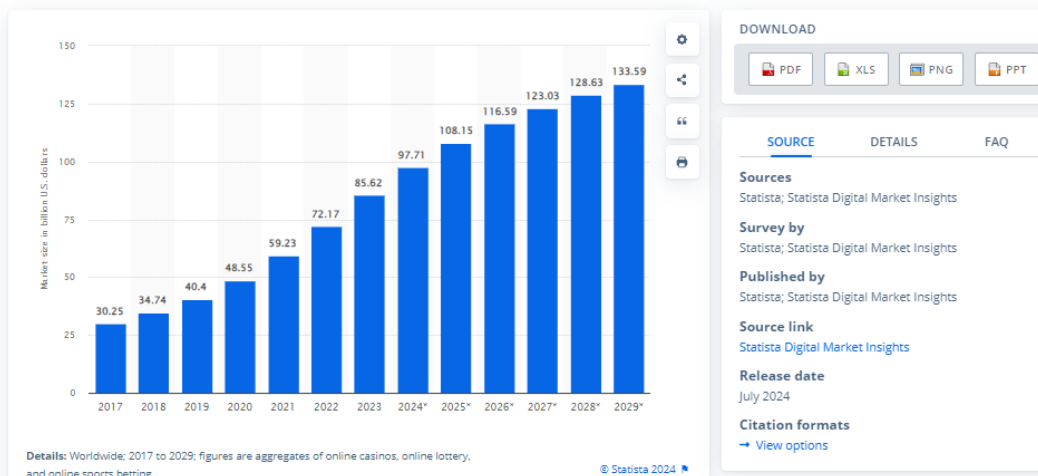
A 6. ábrán láthatjuk, hogy Szingapúrban egy 2023 novemberi felmérés alapján a legmegbízhatóbb forrás például a kriptokkal való tanulás, illetve ismerkedés szempontjából a Word-of-Mouth marketing volt 57%-kal. Ez számított a leginkább befolyásos tényezőnek az érintettek körében, ezen belül is leginkább barátok, családtagok, egyetemi társak voltak a középpontban. Ebből az szűrhető le leginkább, hogy a kriptotőzsdéknek érdemes jó imázst kialakítani az emberek szemében, hogy a már tapasztalt és a céget ismerő emberek jó hírnévvel adják tovább barátaiknak, rokonaiknak, ismerőseiknek a cégről alkotott képüket és ismereteiket. A második helyen a kriptoval kapcsolatos publikációk állnak 53%-kal, ezek lehetnek különböző tudományos cikkek, könyvek, folyóiratok is. A harmadik helyen maga a social media, illetve fórumok állnak. Social medián belül érdemes megemlíteni az Instagram, Facebook, TikTok és egyéb social platformok mellett a streaming szolgáltatókat is, mint például a Twitch vagy a YouTube. Az e-marketingnek is óriási szerep jut a mai világban. Azért is fontos ez a tényező, mert lehetővé teszi, hogy azok a termékek és szolgáltatások, amiket hirdet a cég tükrözze a felhasználók igényeit és szükségleteit, amivel meg lehet szólítani őket és motiválni őket a vásárláshoz (Molenaar, 2011). Emellett a cégeknek ismerni kell, hogy hogyan is alakul a piaci kereslet egy adott szektoron belül. Számítani kell előreláthatatlan fogyasztói igényekkel is, amik megnehezíthetik a cégeknek a terveit a fogyasztókkal szemben, de ezekre is ki kell alakítani különböző technikákat, vagy akár más, külső embereket is bevonni a folyamatokba.

Ilyenek lehetnek például a tartalomgyártók (William et al., 2001). Vannak tartalomgyártók, akik tanító jelleggel próbálják az embereket a helyes irányba terelni, valamint akár előfizetés ellenében plusz tartalmakat is gyártanak az előfizetett felhasználók számára, bár ez főként YouTube-on dominál. A másik fele pedig influenszerként próbálja befolyásra bírni a közönségét akár egy adott szponzorációs megkeresés miatt, vagy csak a saját „termékét” szeretné beindítani. A Twitch oldalán egy másfajta marketingmódszert alkalmaztak a tartalomgyártók. Itt leginkább az online gambling játszott kifejezetten nagy szerepet a közösségi térben, ahol online kaszinók keresték fel a kiszemelt influenszereket, illetve streamereket, hogy egy adott napi kriptoalutáért cserébe, legalább egy adott ideig játszani kell a szponzoráló cég online kaszinóján. Ez a fajta „marketingmódszer” pedig rendkívül nagy hatást váltott ki az emberekből és elkezdtek növekedni a regisztrációs számok az online kaszinó oldalakra. Viszont ami még inkább elképesztő adatokat generált az maga a pénzmennyiség ebben a szektorban.

7. ábra: Az online szerencsejátékpiacon világszintű piaci részesedése 2017-2023, valamint 2029-ig tartó előrejelzéssel

Market size of the online gambling industry worldwide from 2017 to 2023, with a forecast until 2029

(in billion U.S. dollars)



Forrás: statista.com, 2024

A 7. ábra jól szemlélteti, hogy milyen elképesztő mennyiségű pénzt pumpáltak az online gambling piacába 2017 és 2023 között. Míg 2017-ben „csak” kicsivel több, mint 30 milliárd dollár állt rendelkezésre a piacon, addig ez a szám 2023-ra majdnem megtriplázódott 85,62 milliárd dollárra. Valamint a 2024-2029-es előrejelzésben is láthatjuk, hogy a szakértők további közel 50 milliárd dolláros emelkedésre számítanak az elkövetkezendő 6 évben. És bár a Twitch 2024 elejére szigorú szabályozások alá vetette az online gambling tartalmakat, többek között

csak korlátozott mennyiségű és fajtájú szerencsejátékot lehet közvetíteni, ennek ellenére is még mai napig nagyon nagy a fogyasztói bázisa az ilyen streaming tartalmaknak. Főként azért, mert egyre több online kaszinó (pl. SnatchCasino, Fairspin) jelenik meg a B2C piacon, ahol egyre több helyen lehet különböző kriptovalutákkal befizetni, illetve játszani, valamint a kifizetéseket is azokban megadni és az emberek az ilyen Twitch streamerek hatására még jobban befolyásolva lettek, így pedig a felhasználók száma is a szerencsejátékipar növekedésével megfelelő mértékben gyarapodott. Szóval összességében elmondható, hogy egyre több helyen találkozhatunk kriptoval kapcsolatos hirdetésekkel, illetve szponzorált tartalmakkal, emellett egyre több helyről kaphatunk információkat magáról a rendszerről, és működéséről, akár internetes akár személyes megkeresésekben.

5.2. A kriptohirdetések árnyoldala

5.2.1. A vírusos hirdetések fajtái

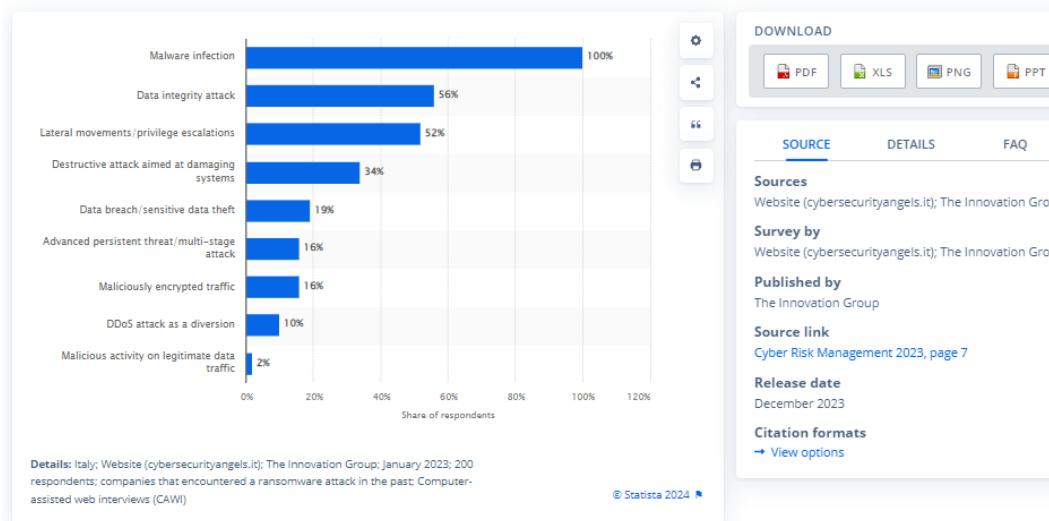
Sok olyan hirdetésekkel kapcsolatos visszaélés van manapság, amik nagyon káros hatással tudnak lenni az emberek mindennapjaira és kényelmetlen szituációkat okozni. Alapból ezeknek is az egyik fő célja, hogy manipulálja a fogyasztók érzelmeit és döntéseit (Hansen - Christensen, 2007). Ilyen hatással vannak a fogyasztói közösségre nézve a kriptohirdetések is. Ezek is rendelkeznek egy árnyoldallal a kriptovaluták felhasználásaira, ezt pedig nem más tudná jobban szemléltetni nekünk, mint a különböző zsarolóvírusok, azaz angol nevén ransomware-ek használata. „Ezek olyan programok, amelyek engedély nélkül férnek hozzá az áldozat számítógépéhez, majd titkosítják a fájlokat, és a feloldásához általában Bitcoinban kérik a váltságdíjat” (Ammous, 2018, p. 255.).

8. ábra: Az olaszországi cégek aránya, akik 2023 januárjáig átéltek valamilyen zsarolóvírus támadást, részekre bontva

Internet > Cyber Crime & Security

PREMIUM

Share of companies in Italy experiencing ransomware attacks as of January 2023, by type



Forrás: statista.com, 2024

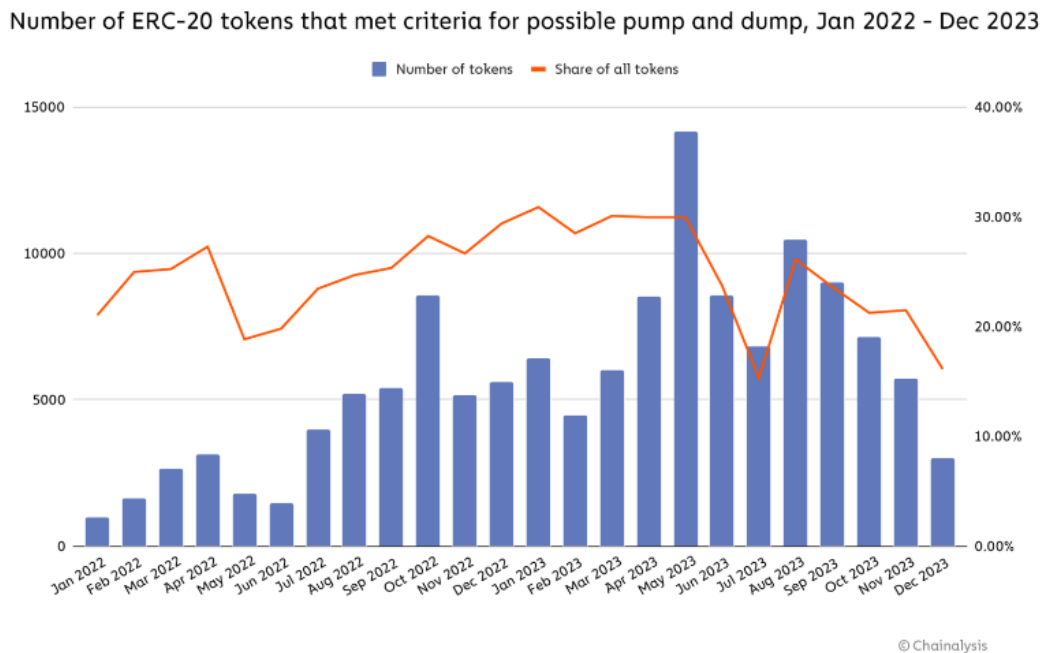
A 8. ábra szemlélteti például, hogy 2023-as Januári adatok alapján Olaszországban a nagy cégek mindegyike keresztülment valamilyen zsarolóvírus támadáson a válaszadók közül. Emellett a cégek 56%-a szenvedett adatintegritással kapcsolatos támadást, 52%-nál pedig történt valamilyen lateral movement (oldalsó mozgás) is, ami annyit jelent, hogy a hackerek a rendszer feltörése után még tovább kutakodnak mélyebb és érzékenyebb adatok után, hogy még több információt tudjanak kinyerni az adott vállalatból. 34%-a a cégeknek kapott egy úgynevezett destructive attack-et, ami rendszerkárosító hatással bírt a cég egészére nézve beleértve a különböző eszközök, illetve hálózatok működésképtelenné tételét. További 19%-a a vállalatoknak szenvedett adatlopást, illetve érzékenyebb adatok ellopását is. Másik 16% számolt be Advanced Persistent Threat, azaz APT-ről. „Az APT-támadás célja alapvetően nem a rongálás útján való károkozás, hanem az adatlopás. A támadó jogosultság nélkül behatol egy hálózatba, ahol hosszabb időn keresztül észrevétlenül bent marad és ezalatt értékes információkat szerez meg. Éppen ezért az áldozatok között olyan szervezeteket találunk, akik értékes pénzügyi, nemzetbiztonsági és ipari, üzleti titkokat kezelnek” (fogalomtar.hte.hu, 2018). Illetve, ami még a fontosabb támadási kísérletek közé tartozik az a további 16%-os részarányban történő maliciously encrypted traffic, azaz rosszindulatú titkosított forgalom, ami azt a célt szolgálja, hogy egy hálózati forgalmon belül rosszindulatú tartalmat, programot rejtsenek el titkosítással, amit nem fognak tudni olvasni a biztonsági rendszerek, mivel a fájl kibontásáig titkosítva van és a legtöbb biztonsági ellenőrzést ki tudja ezzel játszani. Továbbá

ezekhez az adatokhoz az is hozzájárul, hogy nagyon, mivel jelenleg a Web 3.0 késői korszakát, sőt lassan a 4.0-ás korai korszakát éljük meg, így lehet egyre biztonságosabb rendszereket létrehozni, de ezzel egyidejűleg a kibertámadások, hackelések fajtája, száma és mikéntje is nőni fog az internet fejlettségének és a mesterséges intelligenciának (MI) köszönhetően. Tehát elmondható, hogy talán ezek a zsarolóvírusok jelentik a legnagyobb problémát mai napig főként nagyobb cégek esetén, de magánszemélyeknél is érkeznek bejelentések ilyen fajta hackelési precedensek.

5.2.2. Pump and dump csoportok

A hirdetések kreativitása és sokszínűsége nagy hatással van a gondolkodás, a képesség, a problémamegoldás, az elképzelés, az innováció és hatékonyság fogalmának terén, ami figyelemfelkeltéssel ötvözve egy igen hatékony eszköz lehet a vevők számára egyes szolgáltatásoknál vagy termékeknél (Petruzzellis - Winer, 2016). Azonban, ha a magánszemélyeket is jobban figyelembe vesszük, itt is találhatunk sok bukkanót, ami érdekes és figyelemfelkeltő lehet. Egy ilyen jó példa a különböző webes közösségeken belüli „pump and dump” csoportok. Ezeknek a csoportoknak, amik általában Discordon, Telegrammon és egyéb közösségi felületeken jöttek létre, az volt a céljuk, hogy egy adott magas összegért cserébe lehetett havi tagságot fizetni, ami akár több száz, vagy több ezer dollárnyi kriptót ölelt fel, a vezetők pedig ebből nyereszkedtek, úgy, hogy közbe ők szinte semmi kriptotudással nem rendelkeztek, tehát hamis adatokkal hirdettek, és míg ők ezen hatalmasat nyereszkedtek, addig a felhasználók, akik fizettek a drága havi tagságot, bizonyos esetekben 99%-uk bukott az ügyleteken (Stanford, 2021). Olyan projektek kriptovalutáinak vételével bíztatták a felhasználókat, amelyeknek a létrehozói vagy fejlesztői már rég megbuktatták magát a projektet, vagy nem volt egy ideje fejlesztés a projektben. (Stanford, 2021). Valamint ami még ehhez hozzátesz, hogy a kriptopiacon történő pump and dump manipulációk nagy része nyilvánosan zajlott. Influenszerek álltak be a projekt mögé, hogy promotálják az egész folyamatot adott közösségi felületeken annak érdekében, hogy minél szélesebb felhasználói kört lopjanak meg, azonban ezeknek az influenszereknek nagy része bírságot vagy akár börtönbüntetésben is részesült a kriptopiaci manipulációs folyamatok végett. (Stanford, 2021). Erre egy jó példa az ERC-20 tokenből indult, lehetséges pump and dump kísérlet.

9. ábra: ERC-20 érmék száma, amik lehetséges pump and dump csaláson mentek keresztül



Forrás: chainalysis.com, 2024

A 9. ábrán láthatjuk kék színű oszlopokkal jelölve az ERC tokenek számát, ami a diagram bal oldali sorához van igazítva. A narancssárga vonal pedig az összes tokenből való részesedést mutatja százalékban a diagram jobb oldalához igazítva. De ez csak egy lehetséges példa a sok csalási projektből.

5.2.3. „Scam” oldalak, valamint saját példa

Vannak azonban még másfajta csalási módszerek is. Ilyenek például a „scam” kripto oldalak. Itt egy saját példát is fel tudok hozni, amely a saját kezdeti tanulatlanságomból és hozzá nem értésemből fakadt. 2023 év nyarán egyre több úgynevezett meme token látott napvilágot, mai napig ismertebbek ezek közül a DOGE coin, vagy a PEPE coin, azonban ezen kívül még rengeteg másfajta érme jelent meg a piacon. Saját esetem az úgynevezett Sonic coin-nál történt. Lényege tulajdonképpen az volt, hogy volt egy adott kreátor, aki létrehozta a teljes legitimitással rendelkező oldalt, kicsit a sonic nevű játék és karakter kinézetével ötvözve a weblap dizájnját, valamint egy kicsit radikálisabb marketingszöveggel vonzotta be az oldalra érkezőket: „Sonik is fast as f**k. \$SONIK make him go speedy. We run up and down. But mostly up. Stake \$SONIK to make him more speedy.” És ezzel egy olyan szintű kampányt generált, hogy több kriptóval foglalkozó hírportál mint a Coindesk vagy a Crypto news, illetve

blog és egyéb hírfolyam elkezdett foglalkozni az oldallal és nagyon hamar felkapott lett. Az oldal létrehozója, aki teljesen anonim volt, létrehozott egy web3-as alapú kriptopénztárcát, amivel össze lehetett kötni a különböző nagyobb cégeknél (pl. Binance) tartott kriptopénztárcánkat, ahol kifejezetten csak Etherummal lehetett Sonic coin-t vásárolni. Velem együtt több 10 ezer ember vásárolt vagy kötött le bizonyos mennyiségű Etherumnak megfelelő Sonic coin-t várva a coin kamatozását. És mikor megfelelő mennyiségű dollár összegyűlt a tárcán (kb. 2,5 millió dollárnak megfelelő Sonic coin) a kreátor úgy döntött, hogy lekapcsolja az oldalt és a pénztárcát pedig bezárja, ezzel pedig ő meggazdagodott, az a több 10 ezer ember velem együtt pedig elvesztette a befektetését. Saját esetemnél ez összesen 35 dollárt jelentett „csak”, azonban voltak olyan érintettek, akik 9-10 ezer dollárt vesztek ezzel a művelettel. Tehát nagyon meg kell gondolni, milyen marketingkampányoknak hiszünk és ha még legitimnek és valósnak is tűnnek, jobban olvassunk utána ezeknek, mielőtt fejvesztve beleugranánk az adott scam oldalak csapdáiba.

5.2.3.1. Scam kripto oldalak elemzője és hirdetője példa

Rengeteg oldal foglalkozik scam kripto weboldalak keresésével és elemzésével, ilyen például a DFPI (Department of Financial Protection & Innovation) weboldala is, ahol táblázatba sorba rendezve találhatjuk meg a scam gyanús vagy biztosan scam-mel élő oldalak listáját, valamint mi is kiegészítést tudunk adni, ha van új észrevételünk, amit majd ők fognak felülbírálni.

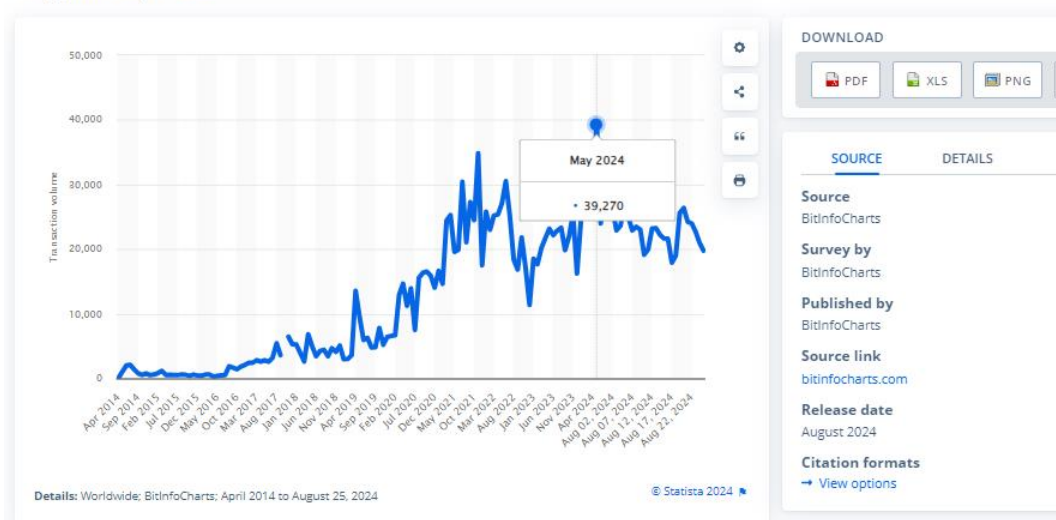
6.A Deepweb, Darkweb és a kriptovaluták kapcsolata

Viszont ami leginkább eszébe jut sok embernek, ha valami bűncselekményről, vagy csalásról van szó, akár a Bitcoinról, akár magáról a kriptovalutákról az maga a Deepweben, illetve Darkweben alkalmazott kriptó használata. „Előszórettel szeretik sokan azt látszatot kelteni, hogy bitcoin valójában az alvilág pénze és az illegális tranzakciókat ezzel fizetik ki” (Bitcoinbázis.hu, 2024). Viszont a valóság ettől igazán távol áll. A Bitcoin jelenleg már a kifutó felében van már, ha ezt a szektort nézzük alapul. „A Bitcoin sokat veszített a népszerűségéből az utóbbi időben a magas díjak és lassú tranzakciók miatt. Egy orosz darkweb user kifejezetten utalt rá, hogy a magas tranzakciós költségek miatt, azért, hogy a “boltot” fenn tudja tartani, új kriptopénz után kellett néznie. Az alvilági gazdaságban ugyanis egy átlagos tranzakció 50-300

dollár között mozog, mely nem bírja el a közel ilyen mértékű tranzakciós díjat. Ráadásul itt a gyors tranzakció elengedhetetlen, mivel minél tovább állnak a felek kapcsolatban, annál nagyobb a lebukás kockázata” (Bitcoinbázis.hu, 2024). Szóval az itt kereskedők áttértek ezek miatt az olcsóbb és gyorsabb kriptovalutákra. Az egyik leghíresebb kriptopénz, amit előszeretettel alkalmaznak kifizetésre, az pedig nem más, mint a Monero (XMR).

10. ábra: A blokkláncban történő Monero (XMR) token tranzakciók száma napi jelleggel 2014-től 2024 augusztus 25-ig

Number of Monero (XMR) transactions per day on the blockchain from April 2014 to August 25, 2024



Forrás: statista.com, 2024

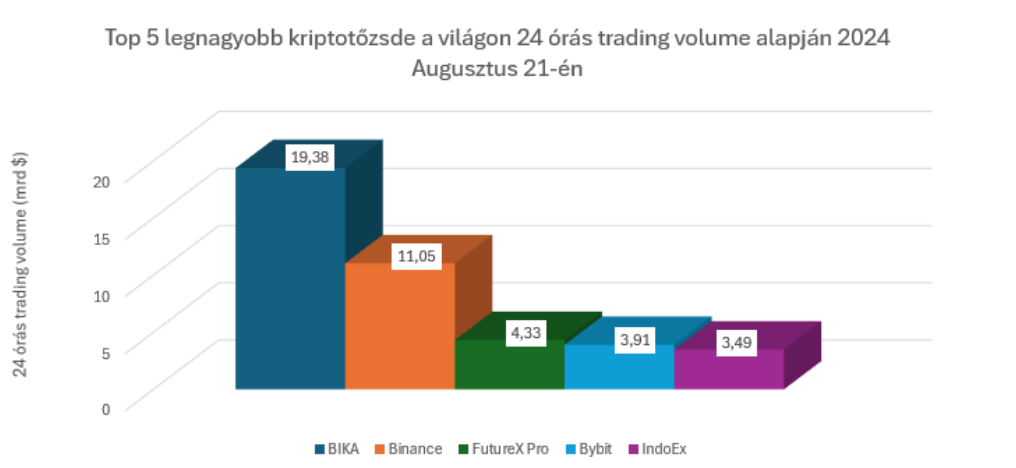
A 10. ábrán figyelhető meg a Monero trading volumenje egészen 2014 áprilisától 2024 augusztusáig, 10 évet felölelve. 2024 májusában volt a csúcsa a trading volumenjének 39 270 dollárnyi Monero eladásával, illetve vételével, ami főként annak volt köszönhető egyrészt, hogy különböző szabályozási fejlemények és piaci reakciók történtek ezen a téren, ugyanis miután leállították a LocalMonero kereskedési platform oldalát, mindenki elkezdte a figyelmét fordítani erre a kriptovalutára a növekvő szabályozási szigor miatt, és elkezdtek eladni a Moreno tokenjeiket az emberek (cryptonews.net, 2024). Valamint nagy hangsúlyt kapott még a megnövekedett igény a teljesen anonim tranzakciókra, amely a különböző szabályozások hatására még egy plusz érdeklődést és figyelmet váltott ki az emberekből. (Vasileva, 2024) Sokan mai napig nem értik azonban a Monero lényegét, hogy hogyan működik és mire használják. „A Monero (XMR) egy adatvédelem-központú peer-to-peer digitális valuta, amelyet úgy terveztek meg, hogy lenyomozhatatlan és névtelen legyen. A Monero blokklánc egy adott tranzakciója nem kapcsolható össze egy adott felhasználóval vagy valós identitással,

mivel a kriptovaluta helyettesíthető. Ez a kifejezés olyan valutát ír le, amelyben minden egység azonos és kölcsönösen felcserélhető az adott pénznem összes többi egységével. Tehát míg blokklánc tranzakcióanalízissel a darknetről vásárolt Bitcoin megkülönböztethető a Coinbase-en vásárolt Bitcointól, két különálló Monero érme pontosan ugyanolyannak tűnik, és nem lehet őket megkülönböztetni” (kriptomat.io, 2020). Ez a másik fontos attribútuma a Moneronak, ami hiányzik a Bitcoinból, emiatt is vált híresebb fizetőeszközzé a Darkweben. Azonban míg az illegális kereskedők előszeretettel használják ezt a kriptovalutát, addig a pénzügyi szabályozó hatóságok miatt nem szeretik használni, mivel nem tudják a különböző felhasználók adatait és a tranzakciós ügyleteit nyomon követni (kriptomat.io, 2020). Ezek után pedig letisztultabb képet kapunk, hogy miért is jár olyan nagy nehézségekkel a hatóságok és az etikus hackerek számára, ha egy adott felhasználót Darkweben keresztül próbálnak lekövetni.

6.1. Legális kriptotőzsdék trendje

Ami a normális kriptóvételi és eladási platformokat jellemzi, kijelenthető, hogy egyre növekvő trendet követ világszerte a használatuk.

11. ábra: Top 5 legnagyobb kriptotőzsde a világon 24 órás trading volume alapján 2024 augusztus 21-én



Forrás: saját szerkesztés

A 11. ábrán láthatjuk a top5 legnagyobb piaci trading volumennel, azaz 24 órán belül legtöbb eladással és vétellel rendelkező kriptotőzsdét a világon 2024 augusztus 21-ei napján. A BIKA vezet 19,38 milliárd dolláros trading volumennel a piaci versenyt. BIKA-ról ismertetésképpen annyit, hogy 2021 áprilisában alapították Amerikában azzal a céllal, hogy gazdagítsák az egész kriptopart és egy megbízható, biztonságos, felhasználóbarát felületet alakítsanak ki ennek az

egésznek. A harmadik, negyedik, ötödik helyen szorosan áll egymás mellett a FutureX Pro 4,33 milliárd dolláros, a Bybit 3,91 milliárd dolláros, végül pedig az IndoEx 3,49 milliárdos 24 órás trading volumennel. A második hely pedig magát a Binance-t illeti, 11,05 milliárd dolláros trading volumennel. És bár itt csak a második helyezést érte itt el, más-más tényezőkben az első helyen áll. De kezdjük ott, hogy mi az a Binance és miért pont ezt a céget az elemzését választottam.

7. A Binance Holdings Ltd. bemutatása

Ismertetésének bevezetése képpen kezdeném a történetével. Magát a céget 2017-ben alapította egy Changpeng Zhao nevezetű, félig kínai, félig kanadai származású vállalkozó, aki már az alapítás előtt is a technológiai iparágban tevékenykedett. Először csak egy olyan platformot készített el, aminek a lényege, hogy kriptóvalutákat lehessen kriptóvalutákért cserébe eladni és venni, anélkül, hogy bármilyen FIAT, tehát készpénz, vagy bankártya alapú, centralizált, korlátlan mennyiségben rendelkezésre álló valutát kelljen használni a felhasználóknak. A cég folyamatosan növelte a hírnevét az alacsony adóknak és a gyors utalásoknak köszönhetően (LoremBNB, 2022). Majd 2018-ban megjelent a saját tokenjük is, ami a Binance Coin (BNB) nevet kapta annak érdekében, hogy ezzel tudják fizetni a különböző használati díjakat a felhasználók, valamint cserekereskedelemre is jó legyen más platformokon. A cég alapítása óta pedig állandó bővítésen ment keresztül a lehetőségek nyújtása terén a felhasználók számára. Létrehoztak egy olyan decentralizált tőzsdét, ahol peer-to-peer (felhasználótól felhasználónak központi intézmény nélkül), és stake szolgáltatást (befektetés a hálózat támogatásába, kamatjutalmakért cserébe) is használhat az ember. Emellett a bővülésének köszönhetően tett sikeres felvásárlásokat is, mint például a Coinmarketcap kriptovaluta adatokkal foglalkozó oldal „bekebelezése”. Mára pedig a cég világszinten kinőtte magát az egyik leghíresebb kriptotőzsde vállalatává, több millió felhasználóval, valamint központjában a felhasználóbarát tudattal (LoremBNB, 2022).

7.1. Általános adatok

A cég szolgáltatásait jelenleg valamivel több, mint 150 millió felhasználó használja, napi 65 milliárd dolláros eladás-vételi volumennel, valamint 300 milliárd darab spot

tranzakcióval a 2022-es éven belül. 40 nyelven nyújtanak segítséget az oldal felhasználóinak. Két tulajdonosa van, az egyik maga Chanpeng Zhao, a cég megalapítója, a másik pedig Yi He, aki az üzleti, marketing és márkáépítési stratégiában vesz részt. Emellett pedig még 7 vezető dolgozik alattuk. Az összes munkatárs pedig nagyjából 8000-re datálható, akik egy decentralizált cég működési alapján a világ különböző pontjain helyezkednek el és dolgoznak együtt a közös és állandó fejlődés, valamint az ügyfélelégedettség érdekében. (LoremBNB, 2022)

7.2. Célcsoport

Megkérdezésem során megtudhattam, hogy a cég olyan célközönséget akar elérni, akik elsősorban hajlandóak valamilyen befektetésre, nem félnek az újat kipróbálni, mindemellett nyitottságot mutatnak a kriptovaluták felé és azért tisztában vannak valamilyen szinten ezzel a témával kapcsolatban. Demográfiailag nincs különösebb céluk meghatározva, nyilván főként a fiatalokat (18+) szólítják meg, de abszolút nyitottak a középkorúak és az idősebb generáció felé is.

7.3. Makrokörnyezeti elemzés

7.3.1. STEEP elemzés

Megkérdezésem során megtudhattam azt is, hogy a cég, mint a makro- mint pedig a mikrokörnyezeti hatásokra is nagy figyelmet szentel.

7.3.1.1. Társadalmi környezet

A társadalmi környezetnél több szempontot is figyelembe kell venniük. Elsősorban, ami fontos, az maga a társadalmi elfogadottság, vagyis, hogy az emberek hogyan viszonyulnak a kriptovalutákhoz, milyen véleményük van róla, és hogyan osztják meg egymással ezeket a véleményeket. Nem mindegy, hogy ajánlják-e vagy éppen óva intik a másik feleket a használatuktól és a befektetés lehetőségétől. Ezek mentén fontos szempont még maga a bizalomelv is. nagyon sokan a mai napig nem bíznak az ilyesfajta befektetési módszerekben, mivel vagy nincs rálátásuk az embereknek, hogyan lehet okosan befektetni, de az is lehet, hogy mások hatására veszik el a bizalom bennük és emiatt nem fognak befektetni soha, vagy pedig egyszerűen önmaguk félnek belevágni, mert nem szeretnék elveszteni a befektetett összegüket, ezért inkább vagy biztosabb pénzügyi szolgáltatás lesz a helyettesítő termék, vagy pedig

egyáltalán nem is fognak befektetni ilyenfajta szolgáltatásba. És emiatt a bizonytalanság és az újtól való félelem miatt próbálja a Binance is a tudatosságra és az oktatásra is fektetni a hangsúlyt a célközönségük felé, akár különböző oktatóvideókkal, blogokkal, vagy magán a Binance weboldalán belül a Binance Academy-n, hogy megértsék az emberek, mikor, miért és hogyan is érdemes a kriptovalutákba fektetni a jövedelmük egy bizonyos részét. Nyilván lesznek olyan emberek is, akiket ez se fogja ösztönözni arra, hogy befektessenek, de ezek figyelembevételével egy szélesebb célközönséget is be tud vonzani a Binance magával.

7.3.1.2. Technológiai környezet

A technológiai résznél mindenképpen megemlíthetőek a különböző fejlődések és innovációk. Már ha magát csak a blokkláncot vesszük alapul, óriási fejlődési ütemben növekszik a felhasználási köre, emellett mivel a kriptotranszakciók alapját szolgálja, ezért a folyamatos fejlődéssel egyre biztonságosabban és gördülékenyebben tudják lefolytatni a felhasználók a különböző mikrotranszakcióikat a Binance-en belül is. Ami itt leginkább fontos szerepet játszhat az a kibertámadásokkal elleni védelem. Ezeket szinte lehetetlen kikerülni, de például egy blokklánc alapú rendszerrel a biztonság fogalma jóval magasabb szintet játszik a többi, akár centralizált alapú technológiával szemben. És itt érdemes lehet megemlíteni akár a nemrég piacon levő Decentralizált appokat (Dapp) is, amelyek szintén arra szolgálnak, hogy a felhasználó biztonságosabb keretek között tudjon befektetni, mikrotranszakciókat folytatni a lehető legegyszerűbben és leghatékonyabban.

7.3.1.3. Gazdasági környezet

A gazdasági környezet az egyik legmeghatározóbb alapját szolgálja a kriptovaluták áringadozásának. Bármilyen kicsit nagyobb gazdasági esemény következik be, ami az egész világra, vagy egy nagyobb részére kihatással van, az árak egyből nagyobb ingadozást kezdenek el mutatni. Fontos megemlíteni itt, hogy sok olyan befektető van, akik a kriptovalutákat biztonsági befektetésnek találják és úgy is kezelik, tehát az ilyen szolgáltatásokba fektetik inkább pénzüket, főleg akkor, amikor a hagyományos (Fiat alapú) piacok gyengélkednek, így ez a Binance számára előnyös lehet, mivel ilyen magasabb forgalommal működnek a kriptotőzsdék is. Fontos szerepet kap itt maga a volatilitás is. Minél volatilisabb egy kriptovaluta, annál nagyobb és gyakoribb áringadozásokkal kell számolni. Ennek az egyik iskolapéldája maga a Bitcoin, ami a mai napig a legvolatilisabb kriptovaluta a történelmi kezdete óta. És mivel ennyire ingadozik az árfolyama, ezért nagyon sokan fektetnek bele rövidtávú befektetési eszközként annak a reményében, hogy minél hamarabb minél nagyobb

profitot tudjanak vele elérni a felhasználók, így növelve a piaci volumenét a Binancenek is. Valamint megemlíthető még a konverziós arány is, ami a Fiat és kriptopénzek között történik, mivel ezeknek az elérhetősége és átváltási ára is nagy behatással lehet a platform használatára.

7.3.1.4. Környezeti tényezők

A környezeti tényezőknél még mindig vannak negatívumok, amik kihatással vannak a kriptovaluták iránti érdeklődésre. A mai világban már nagyon fontos szerepet kap a fenntarthatóság kérdése. Ami pedig leginkább befolyásoló tényező ezen a ponton, az maga a mai napig tartó kriptobányászat, valamint a kriptokhoz használt „szerverraktárak” környezeti hatásai. Egyrészt az ilyen szerverraktárak hatalmas energiakapacitást igényelnek, valamint hatalmas pénz kell a fenntartásukhoz, legyen szó akár különböző alkatrészekről, ami borzasztóan drága, másrészt pedig nagy nyersanyagforrásigénnyel bírnak. Összehasonlításképpen egy Bitcoin-hálózat évi energiafogyasztása egy kisebb országéval egyenértékű, Magyarországot sok esetben le is körözi. Másrészt pedig a szén-dioxid kibocsátás is borzalmas hatással van a környezetre nézve, ami szintén nem sok jóval szolgál a jövőre tekintve. Nyilván nem minden felhasználónak számít ez, de sokan pont ezekből az okokból már csak elvből sem fogják támogatni az ilyenfajta szolgáltatásokat, főleg, akik tisztába vannak ezekkel a hatásokkal. A Binance mostani céljai közé tartozik az is, hogy olyan megújuló energiaforrásokkal rendelkezőszerverszobákat/raktárakat hozzanak létre, amely megtisztítja a kibocsátott CO₂-t csökkenti az üvegházhatás fokozódását a légkörben. Így pedig a Binance lehet az első olyan cég, aki nyit a környezetóvás felé, ezzel pedig a márkaimázsa is tovább fejlődhet a cégnek.

7.3.1.5. Politikai tényezők

A politikai tényezők is a gazdasági tényezőkhez mérten jelentős befolyást tudnak tenni leginkább az árváltozások terén. Bármilyen politikai esemény, ami kihatással van egy jelentős részére a világnak, illetve várható fordulatokat eredményez a mindennapi életben, az összes ilyen esemény óriási ingadozásokat tud kiváltani a kriptovaluták árában. Szintén jó példa erre a Bitcoin. Példaként lehet venni az orosz ukrán háborút, mint politikai konfliktust. A kitörése előtti napokban a Bitcoin 43-44 ezer dollár körül mozgott, míg a kitörése utáni első napon ez lecsökkent drasztikusan 36-37 ezer dollár környékére, mivel nagy volt a bizonytalanság a befektetők körében. Majd az elkövetkezendő napokban egy emelkedő trendet lehetett észrevenni és visszakúszott 40 ezer dollár felé szépen lassan az ára, ugyanis a befektetők biztonsági okokból ezt a módszert választották pénzüik elhelyezéseként, és így elkezdett megint

nőni a piaci kapitalizáció. Másik példa, ami még nehezítheti a Binance piacra való belépését, az maga a nemzetek közötti kapcsolatépítés. Itt arra lehet kitérni, hogy vannak olyan nemzetek, akik nyitottabbak például már a kriptoval való fizetés témájában, erre egy jó példa Salvador, ahol 2021 óta már a Bitcoin a hivatalos fizetőeszköz, viszont vannak olyan országok is, amelyek nehezen, vagy egyelőre el se akarják fogadni a kriptovalutákkal történő kereskedést, így a Binance számára is korlátozottak a lehetőségek piacra lépés terén.

7.4. Mikrokörnyezeti elemzés

7.4.1. Porter féle 5 tényezős erőmodell

Fontos nem csak makroszinten, hanem mikroszinten is elemezni a vállalatokat, ezért megkérdezésem során olyan témákra is rákérdeztem az érintett személyeknél, amely kicsit rávilágít a Binance mikrokörnyezeti elhelyezkedésére. És ebből kifolyólag a legjobb választásként a Porter 5 erőmodellt választottam, mint stratégiai modellt, hogy egy tisztább kép rajzolódjon ki a cég jelenlegi mikroszintű helyzetéről.

12. ábra: A Binance cég Porter 5 erőmodellje



Forrás: saját szerkesztés

7.4.1.1. Új belépők fenyegetése

A megkérdezésem során az új belépőknél arra a következtetésre jutottam, hogy viszonylag magas fenyegetettségi szint észlelhető ezen a téren. Leginkább az az oka ennek, hogy új belépők viszonylag könnyen jelenhetnek meg a piacon, amelyekbe még a szabályozások szerepe is belejátszik, mivel vannak országok, amelyek teljesen más szabályozási rendszerrel rendelkeznek és így nem egy egységes rendszerről beszélünk. Annak ellenére, hogy a Binance jelenleg globálisan is piacvezetői szinten van, érdemes állandóan lépést tartani a piaci trendekkel, emellett pedig arra is törekedni, hogy maga a cég is a piaci trendek csúcsán helyezkedjen el. Fontos még megemlíteni mindemellett a magas tőkeigényeket és a felhasználói bizalmat, ami viszont egy nehezítő tényezőként jelenik meg az új belépők számára, mivel a felhasználók bizalmába férkőzni és „megvenni” ezt a bizalmat csak nehéz munka árán teljesíthető.

7.4.1.2. Vevők alkupozíciója

Mivel számos kriptotőzsdéből választhatnak a felhasználók, ezért kifejezetten magas az alkupozíciója az ügyfeleknek. Olyan userekről beszélünk, akik általában alacsony díjakat, emellett gyors tranzakciókat és széleskörű választékot keres az oldalon különböző szolgáltatások formájában. A Binance ezt leginkább úgy reagálja le, hogy próbál a felhasználói számára minél kedvezőbb feltételeket, promóciókat és nyereményjátékokat nyújtani. Ilyenek például az állandó platformfejlesztések, különleges token nyeremények, valamint különböző egyéb szolgáltatások nyújtása, mint például a Staking, margin trading, kereskedelmi botok és egyebek lebonyolítása az oldalon. A Binance célja, hogy állandóan fenntartsa az érdeklődést a vevőkben és eleget tegyen a felhasználói kéréseknek / ajánlásoknak.

7.4.1.3. Helyettesítő termékek fenyegetése

Jelenleg a piacon a leginkább veszélyeztettségre adó okot az úgynevezett Decentralizált tőzsdék (DEX) jelentik. Az ilyenfajta tőzsdéknek leginkább az a szerepe, hogy a felhasználóknak nem kell egy centralizált kriptotőzsdén keresztül mikrotranzakciókat folytatni, hanem közvetlenül, Peer-to-Peer formában jut el az adott tranzakció A-ból B pontba. Ez kifejezetten előnyös, mivel egyrészt az ilyen tőzsdék alacsonyabb díjakkal dolgoznak, mint centralizált versenytársaik, valamint még gyorsabb folyamatot tesz lehetővé a tranzakciók lefolyása során. Jó példa ilyen helyettesítő termékre az UniSwap vállalat megoldásai.

7.4.1.4. Szállítók alkupozíciója

A szállítók itt leginkább az olyan szolgáltatókat jelentik, akik blokkláncfejlesztéssel, bányászással és különböző adatközpontok üzemeltetésével foglalkoznak. Ami elmondható róluk, hogy viszonylag alacsony alkupozícióval vannak jelen a piacon, mivel az open-source technológia növeli a versenyt, viszont ezzel szemben csökkenti a beszállítók hatalmát. Azonban ilyen esetekben is vannak kivételek. vannak olyan esetek, amikor a kriptobányászok és akár a szabályozó hatóságok is befolyással lehetnek a Binance piaci dinamikájára.

7.4.1.5. Az iparági versenytársak

Ennél a résznél is egy abszolút magas szintű iparági verseny rajzolódik ki. Korábbi említésem során már kitértem a Binance piacvezetői szerepére, azonban rengeteg fejlett és versenyképes társa van, mint például a Coinbase, a Kraken vagy akár a Crypto.com, akikkel szemben az állandó versenyelőnyt fent kell tartani és ez egy elég nagy súlyt vet a cég biztonsági alapjaira versenytársi szinten. Ezért is kell állandó jelleggel követni a piaci trendek változásait, és a lehető leghamarabb akklimatizálódni ezekhez a trendekhez, ugyanis bármikor kerülhet egy olyan lépés elé a Binance is, amivel a későbbiekben csökkenni fog az imázsa a cégnek, és egyből kikerülhet a piacvezetői státuszából, a hírnevének csökkenésével együtt.

6.5. Fogyasztói magatartás – 7o

A céggel folytatott megkérdezésem során a fogyasztói magatartás témában is jöttek válaszok, amiket végül Philip Kotler 7o alapú fogyasztói magatartás szemlélete alapján készítettem el.

7.5.1. A vevőkről (Occupants)

Elsősorban olyan vevői/fogyasztói kört alakított ki a Binance, ami nem demográfiailag különbözteti meg az adott célcsoportot, bár ez is egy szempont lehet, de a cég jelen esetben sokkal inkább a vagyoni alapú megkülönböztetés alapján próbálja meghatározni a célcsoportját, az érdeklődés és kíváncsisági faktort, valamint a cégbe vetett bizalmat is beleszámítva ezzel együtt. Magyarán minden olyan élő ember, aki rendelkezik egy olyan szintű jövedelemmel, amiből nem fél félre rakni, valamint megvan az elegendő bizalom és érdeklődés az adott szolgáltatás iránt. Amit megtudtam, hogy ha a normál felhasználókat nézzük, akik nem üzleti szempontból fektetnek be, 25-35 év között helyezkedik el, vagyoni helyzetüket azonban nem tudtam kideríteni, mivel ez üzleti titoknak számít. Viszont nagyon sok az üzleti célú befektetés

is, valamint vannak olyan önkormányzati szervezetek, akik szintén fektetnek kriptokba az oldalon, de ezeknek a szervezetek és cégek adatainak nyilvánosságra hozatala is a vagyoni helyzethez hasonlóan üzleti titkok, nem tudtam meg többet erről sajnos.

7.5.2. A termékekről (Objects)

Természetesen a legtöbb mikrotranzakciós folyamat a tőzsdén a kriptovalutákra éleződik ki. Majdnem 85%-ban az emberek és cégek, valamint önkormányzati szervezetek valamilyen kriptovalutába fektetnek. Mai napig a leghíresebb a Bitcoin és az Ethereum a Binance oldalán, tehát ebbe fektetnek a legtöbben, de nagy hangsúlyt kap a cég saját tokenje, a BNB is, valamint a Solana (SOL) és a Ripple (XRP) token is. Viszont a Binance nemrég kialakult piacterén már lehet különböző fajta konzolos és pc játékokat is venni, akár kriptovalutáért cserébe, akár USDT vagyis Tether (elektronikus USD) formájában. Vannak emellett különböző, heti rendszerességgel történő nyereményjátékok is, ahol legtöbbször értékes tokeneket lehet nyerni, valamint állandó jelleggel indulnak a Launchpool-ban is újabb kriptovaluták, amikbe a felkészülési fázisban előre be lehet fektetni adott összegű kriptovalutát vagy USDT-t. Indítanak néha úgynevezett Megadropokat, ahol például a meglévő BNB összegünket kisebb mennyiségtől a teljes készletig be tudjuk fektetni az adott Megadrop-os tokenbe, majd pedig, ha vége a Megadropnak, akkor vagy visszkapjuk az összeget bizonyos összegű kamattal, vagy pedig benne hagyjuk stake-elni. Minél hosszabb ideig hagyjuk bent, annál jövedelmezőbb lesz a befektetett összegünk. Ezek talán a jelenleg futó legismertebb szolgáltatásaink, de ezen kívül még rengeteg lehetőséggel találkozhat a felhasználó a platformon.

7.5.3. A vevők motivációjáról (Objects)

Ami teljes mértékben kijelenthető, hogy a vevők/felhasználók nagy része kapzsiság miatt fektet be különböző kriptovalutákba. Egy nagyon jó példa erre megint csak a Bitcoin. Ez az egyik legvolatilisabb token a mai napig. Tehát egy napon belül nagyon rövid idő alatt, akár percenként szélsőségesen nagy különbségek, úgymond völgyidőszakok és csúcsidőszakok tudnak kialakulni, ami arra ösztönzi az egyszerű felhasználót, aki mondjuk még nem nagyon ért a kriptokhoz, hogy ha ő befektet egy adott összeget, akkor pár percen belül akár meg is ötszörözheti annak az összegét, vagy akár el is bukhatja az egészet, de azzal általában az ilyen felhasználók nem foglalkoznak, őket teljes mértékben a kapzsiság hajtja. És ebből van mai napig a legtöbb, ha az egyszerű, nem üzleti vagy kormányzati felhasználókat figyeljük, hanem a természetes személyeket vesszük csak figyelembe. Általában ide tartoznak azok a felhasználók is, akik hallgattak például egy influenszerre és az ő ajánlására felbuzdulva egyből

kérdés nélkül fel is rakták a vagyonuk egy nagyobb részét. Sok esetben sajnos az ilyen felhasználók bukják el leghamarabb a pénzüket. Viszont a kapzsiság mellett az érdeklődés és a kíváncsiság a másik két fő szempont. Ez már a következő szintje úgymond a felhasználóknak. Ők már szeretnek jobban utánajárni a témáknak, információkat, véleményeket gyűjteni, mielőtt elhatároznák magukat a befektetés mellett. Itt már nagyobb szerepet játszik a tudatosság a kapzsiság mellett. Végül pedig vannak a teljesen tudatos felhasználók, akik állandó felügyelet alatt tartják befektetett pénzüket, állandóan a napi ingadozásokat figyelik, javaslatokat, véleményeket és ötleteket olvasnak, állandóan informálódnak és tudatosan fektetnek be, Ezeket a felhasználókat már nem csak a nyereség, hanem sokkal inkább az izgalom, a vágy hajtja és a kriptó iránti szeretet.

7.5.4. A vásárlás résztvevői köréről (Organizations)

A vásárlás résztvevői leginkább a magáncélú, természetes felhasználók, ők vannak a legnagyobb arányban, de közeli értékkel van jelen a felhasználók körében az üzleti felhasználás is majd pedig a kormányzati szervek alkotják a harmadik legnagyobb csoportot. Kisebb százalékban még jelen vannak a különböző szociális egészségügyi szervezetek, valamint oktatási intézmények is.

7.5.5. A vásárlás menetéről (Operations)

Nagyon sok fajta szolgáltatással van jelen a piacon a Binance ezért amilyen sokféle szolgáltatás ugyanolyan sokszínű a vásárlási, illetve kereskedési lehetőségek palettája. Első és legfontosabb dolog, hogy regisztrálni kell a Binance-en. Ez több időt is igénybe vehet, mivel kell fényképes igazolás is a 18. életév betöltéséről, valamint a bankkártya adatokról. Ha sikeres volt a regisztráció, onnantól kezdve már csak egy bankkártyát kell hozzákötni a felhasználói profilhoz, amiről majd a későbbiekben tudunk átutalni összeget a Binance accountra. Ez után pedig vásárolni kell USDT-t vagy USDC-t ahhoz, hogy később kriptovalutákat tudjunk venni, illetve eladni. Itt vannak bizonyos limithatárok különböző fiat valuták esetén. A forint esetében minimum 7800 Ft-nak megfelelő összegű USDT-t kell feltölteni ahhoz, hogy sikeres tranzakciót tudjunk végrehajtani és tudjunk venni kriptovalutákat. Másik példaként a nyereményjátékokat hoznám. Ezeknél általában rendelkezni kell egy úgynevezett Web-3 tárcával, ami abban segít, hogy a Binance fiókot összeköthessük más külső kriptotőzsdei, vagy tokeneket áruló weboldallal, appokkal. Ide is fel lehet tölteni adott mennyiségű USDT-t vagy akár át is lehet emelni pénzt az állandó tárcánkból. Illetve meglévő kriptovalutákat is át tudunk helyezni az állandó tárcánkból. Ha ezek megvannak, akkor a nyereményjátékokra kattintva

elfogadjuk a feltételeket és csatlakozunk a versenyhez, ami különböző feladatokat rejt, különböző nyereményekkel párosítva. Ha ezeket a feladatokat teljesítettük, akkor pedig benne vagyunk a pool-ban, tehát már részesei vagyunk a nyerteseknek, akik megkapják az adott feladatokért elvégzett jutalmakat megfelelő arányban szétosztva. Ezeken kívül pedig még van jó pár vásárlási folyamat, viszont saját tapasztalataimból kiindulva én ezt a két jó példát választottam ki elemzésre.

7.5.6. A vásárlás alkalmi (Occasions)

A Binance-en szinte majdnem minden egyes másodpercben történik valamilyen kereskedéssel kapcsolatos tranzakció, az emberek, a cégek, és a szervezetek is majdnem állandó jelleggel jelen vannak a platformon és fektetnek be adott összeget. A gyakoriság egy felhasználón belül rendkívül változó. Van olyan user, aki csak fél évente egyszer jön fel vagy akár annál ritkábban és nagyon kis összeget fektet be, de vannak olyan aktív felhasználók is, aki napi gyakorisággal akár egy napon belül többször is feljönnek a felületre és több kriptovalutába is fektetnek be egyszerre. Rendkívül nagy a szórás ilyen téren.

7.5.7. A vásárlás helyéről (Outlets)

A vásárlás csakis online térben zajlik, ezen belül pedig nyilván, ha a Binance-t vesszük alapul, akkor a cég weboldalán, vagy pedig a Binance appon keresztül történik a vásárlás minden esetben.

7.6. 7p marketingstratégia

A Binance másik részletesebb elemzéseként a 7p marketingstratégiát választottam. Ez alapján pedig még tisztább képet kaphattam a cég struktúrájáról, működési rendszeréről, valamint a különböző szolgáltatásairól és azoknak felépítéséről, valamint a hirdetési felületeiről.

7.6.1. A termék (Product)

A termék (jelen esetben pénzügyi szolgáltatás) itt maguk a kriptovaluták. Ha ebből az irányból nézzük, a termékpaletta szinte végeláthatatlan a cégnél. Ha csak egy pár terméket kéne említenem a legnépszerűbbek közül, amit a Binancen elsőként vásárolnak, akkor mindenképpen szóba jöhet a már jól ismert és elemzett Bitcoin, de ide sorolható még az Ethereum a cég saját tokenje, a BNB, a Solana (SOL), a Ripple (XRP), a PEPE Coin vagy a DogeCoin, mint meme tokenek. De ezeken kívül még rengeteg másfajta kriptovaluta létezik,

amikbe fektetnek a felhasználók, emellett állandón jönnek a piacra új Coinok is, amik vagy a Launchpool-ban, vagy pedig már egyből a tőzsdén jelenik meg erre jó példa a jelenleg (11.15-én) is futó USUAL token, vagy a nemrégiben debütált Scroll (SCR) token. Viszont vannak olyan coinok is, amiket éppen kivezetnek, erre a legutóbbi példa a Contentos (COS) vagy a Frax Share (FXS) kivezetése. Így szinte tényleg megszámlálhatatlan, hogy mennyi termékkel rendelkezik a cég, mert minden nap változik ez a szám. De ezen kívül még kiegészítő szolgáltatásokkal is rendelkezik a cég. Ilyenek például az arbitrázsbotok, amik a felhasználó saját pénzével kereskednek, de csak egy bizonyos értékhatárig mennek, ha elérik azt a minimumot, akkor onnantól kezdve leállnak a kereskedéssel. Vannak határidős ügyletek, Futures ügyletek. Ezek a leginkább népszerűek, viszont a termékpalettához hasonlóan a kiegészítő szolgáltatások száma is állandóan bővül, így nehéz pontos számot mondani.

7.6.2. Az ár (Price)

Az ár egy olyan tényező jelen esetben, ami minden termékénél más és más, nem a cég határozza meg, hanem a kereskedők maguk, szebben fogalmazva a kereslet és kínálat kapcsolata. Ez minden token-nél így működik. Ha viszont a díjszabásokat nézzük, ami mondjuk egy adott kriptovaluta vételénél képződik Spot trading-en példaként, akkor mindig 0,1%-os trading díjjal kell számolni. Tehát ha például 1 Etherumot veszünk, ami példaként \$3100, akkor 0,001 Etherum lesz a vételi díj, tehát ennyi fog levonódni az 1 Etherumból a vásárlás végeztével. Viszont, ha el akarok adni az egyszerűség kedvéért ugyanúgy 1 Etherumot, ami, ha szintén az egyszerűség végett marad \$3100, akkor már az USD-ből fog levonódni az a 0,1%, jelen esetben \$3,1 fog eltűnni az összegből.

7.6.3. Az eladás helye (Place)

A Binance, minden kriptotőzsdéhez hasonlóan nem tart fent külön létesítményt a kereskedők számára észszerűtlensége miatt. Az eladás minden esetben online felületen, a Binance által üzemeltetett weboldalon, illetve a cég mobilapplikációján keresztül megy végbe.

7.6.4. Az eladásösztönzés (Promotion)

Ami a promóciót, vagyis magát az eladásösztönzési politikáját illeti, a cég próbál minden téren jelen lenni. A hírcsatornák terén próbálnak a social csatornákra fókuszálni jelenleg, az Instagram, a TikTok és a Facebook platformokra elsősorban. De rajta vannak még X-en (korábban Twitter) is, bár a felület leginkább az amerikai és ázsiai közösség számára van fenntartva, mivel az európai országokban nem olyan elterjedt az X használata még. A

hirdetéseik általában tájékoztatás jellegűek, valamint promóciókat is hirdetnek, ezek mellett pedig szponzorációs tartalmak is megjelennek néha hirdetéseikben. Információközlő hirdetéseik között leginkább olyan tartalmak jelennek meg, amik újdonságnak számítanak, például az app felületén, ezzel kapcsolatba pedig részletes leírást is hoznak használati útmutatóként. Megosztanak még rendkívüli híreket, például árfolyamokkal kapcsolatban, amikor valami kiugró, vagy akár történelmi értéket ér el egy adott token a kriptopiacon. Promóciós hirdetéseik között legrelevánsabb példaként a cég által hirdetett nyereményjátékokat említeném meg. Általában különböző feladatok teljesítésével, más, DEX-es kriptotőzsdékkel együttműködve lehet értékes coinokat nyerni. Ezekkel is próbálják a felhasználóik érdeklődését és figyelmét állandóan fenntartani. Szponzoros hirdetéseknél pedig akár egy jó magyarországi példát is lehet hozni, ami a Ferencvárosi TC és a Binance közötti szponzorációs együttműködést szemlélteti. A Fradi és a Binance 2022. júliusában hozott létre egy együttműködést, amivel a Binance vált a fociklub hivatalos kriptovaluta partnerévé, ezzel pedig a Fradi lett az első olyan magyar válogatott, aki egy kriptotőzsdével vállalt együttműködést. A cél leginkább pedig az volt ezzel az iránnyal, hogy klub népszerűsítse a magyar lakosság körében is a kriptovalutákba való befektetést és erősítse a kriptotőzsdébe vetett bizalmat és a befektetési szándékot az ilyen pénzügyi szolgáltatásokba is.

7.6.5. Az emberi tényező (People)

Az emberi tényezőnél jelen esetben nem az eladók lesznek központban, mivel itt minden felhasználó eladó is egyben. Az ügyfélszolgálati központ, az adminisztrátorok és a fejlesztők egyaránt beleszámítanak ebbe a közegbe. Bár közvetlen kapcsolatban nem állnak az ügyfelekkel/felhasználókkal, de mindig próbálnak segítőkészek lenni és a lehető leghamarabb választ adni az ügyfél által beküldött kérdésre/kérésre. Általában, ha valami problémáról van szó, a megoldását egyből próbálják tisztázni az ügyfél felé, valamint fontos hangsúlyt fektet itt is a cég az ügyfélközpontúságra. Tehát mindig az ügyfél kedvében kell járni ilyenkor is. Az adminisztrátorok és fejlesztők pedig szintén az ügyfélközpontúságból kifolyólag próbálják a platformot úgy alakítani, fejleszteni, hogy a lehető legfelhasználóbarátibb legyen. Nagy szerepet játszik többek között a User Experience (UX) és a User Interface (UI) kialakítása is az oldalon.

7.6.6. Fizikai megjelenés (Physical Evidence)

A Binance-nek nincs külön, a kereskedőknek fenntartott létesítmény, így ebből a szempontból nem lehet elemezni a fizikai megjelenésüket. Viszont, ha az online teret vesszük

alapul, leginkább letisztult design-nal dolgoznak. A színek is ezt tükrözik a fekete alapon arany színek kombinációjával. Az oldal maga viszont egyelőre még mindig nem számít a legfelhasználóbarátibb applikációk körébe. Leginkább az az oka, hogy annyi információt és szolgáltatást nyújt az applikáció, ami miatt egy olyan felhasználó, aki először tölti le az appot vagy nyitja meg a weboldalt a regisztráció után, teljesen átláthatatlan lesz számára. Bár a Binance Academy tananyagban erről is részletesen írnak, de a sok gomb és fülecske miatt ezt se olyan egyszerű megtalálni. Szóval ezen a téren még fejlődésre szorul a UX, de az kijelenthető, hogy már kimagaslóan jobb felhasználói élményt nyújtanak akár az előző két évhez képest is.

7.6.7. Folyamat (Process)

A folyamat is kicsit több időt vesz igénybe, legalábbis, aki első felhasználóként van jelen a cégnél. Először is regisztrálni kell a felületre. Ez időigényesebb is lehet, mivel fényképes igazolást is kell bemutatni a cég felé, ami igazolja a felnőtt létünket és hitelesíti a felhasználói profilunkat (Magyarországon 18+ év). És nem minden esetben esik át egyből az ellenőrzési folyamaton. De általában, ha egyből eljut az ellenőrzési fázishoz, akkor körülbelül 15-20 perc sikeresen be tudunk jelentkezni a felhasználói profilunkkal. Innentől kezdve elkezdhetünk szabadon befektetni különböző opciókkal. Lehet Spot trading-et választani, de beszállhatunk határidős ügyletekbe is vagy Futures ügyletekbe is. Kereskedhetünk botokkal is, készíthetünk Web-3 tárcát is a külső szolgáltatókkal való összekapcsolás, illetve nyereményjátékon való részvétel esetére. Egy számomra pozitív feature, hogy például, ami veszélyesebb szolgáltatásnak számít (pl. határidős ügyletek), az első kereskedés előtt fel is hívja rá a figyelmet az oldal külön és csak az után léphet tovább a felhasználó, miután elismerte a kockázatvállalást és annak felelősségét. A lényeg, ha bármivel szeretnénk kereskedni, előtte szükség lesz bankkártyaadatokra, hogy azt össze lehessen kötni a felhasználói profilhoz kötött elektronikus pénztárcával. Ebből a pénztárcából fogunk tudni a későbbiekben befizetni, trade-elni, venni, eladni, egyszóval kereskedni. Ha pedig elfogadták a kártyát és sikeres volt a kártyaregisztáció, innentől kezdve pedig szabad útja van a felhasználónak. Innentől kezdve tudja igazán tanulmányozni az oldalt és a szolgáltatásait.

7.7. SWOT analízis

Megkérdezésem során kitértünk a cég mikroszintű gyengeségeire, erősségeire, valamint a makroszintű lehetőségeire és veszélyeire is, ezek alapján pedig készítettem egy SWOT analízist, amellyel átfogóbb képet kaphatunk a Binance jelenlegi helyzetéről és céljairól.

2. táblázat: A Binance cég SWOT analízise

<i>Erősségek</i>	<i>Gyengeségek</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Piacvezetői státusz • Kifejezetten magas likviditás és alacsony tranzakciós díjak • Széles termékportfólióval rendelkezés • Állandó innováció és fejlesztés • Állandó adaptáció a piaci körülményekhez • Oktatási felületek és tananyagok a kezdők számára • Nagy választékú fiat-kripto átváltás • Sok nyereményjáték • Ügyfélközpontúság 	<ul style="list-style-type: none"> • Összetett kezelőfelület • Vegyes felhasználói értékelések • Hálózati terhelés és technikai problémák • Átláthatósági problémák • Applikáció csak jobb telefonokon működik • Értesítés hiánya Megadrop vagy Launchpoolban történő eseményeknél
<i>Lehetőségek</i>	<i>Veszélyek</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Nyitottság az emberekben a kriptopiac felé • Állandó technológiai fejlesztések • Országok, cégek nyitottsága • Metaverzumok fejlődése • Marketing fejlődése • A BNB széleskörű elfogadottsága 	<ul style="list-style-type: none"> • Jogi és szabályozási korlátozások • Verseny erőteljes fokozódása • Kibertámadások, meghackelések • Lehetséges kriptopiaci összeomlások • Természeti katasztrófák (erősebb napkitörés, hurrikánok, tornádók pl.)

Forrás: saját szerkesztés

A SWOT analízis elkészítése után lehetőségem nyílt a céget még jobban megismerni, és egy mélyebb belelátást nyerni a mostani helyzetébe.

7.7.1. Erősségek

Az erősségeknél több témát is hoztak. A piacvezetői státuszt emelték ki legelsőként. Számukra ez egy nagyon nagy előnnyel szolgál, mivel már csaknem az összes kriptobefektető hallott a cégről, ezzel pedig hatalmas piaci imázst tudtak megszerezni a többi versenytársukkal szemben. Kiemelhető tényezők közé tartozik még az, hogy kifejezetten magas likviditási rátával, valamint alacsony tranzakciós díjakkal dolgozik, ami leginkább a magas kereskedési volumennek köszönhető, így még vonzóbb lesz a kereskedők számára a cégnek a szolgáltatásai. Az alacsony tranzakciós díjak pedig tovább fokozzák a versenyelőnyt. Rengeteg lehetőséget kínál a cég ahhoz is, hogy a felhasználó, mikor, miként, és hogyan fektessen be. Lehet akár botokkal is kereskedni, vagy határidős ügyleteket végezni, de emellett még számos olyan funkció van, ami miatt a Binance lesz a megfelelő választás befektetés szempontjából. A cég folyamatosan fejlesztés alatt tartja az appot, hogy minél felhasználóbarátibb és ügyfélközpontúbb legyen, valamint folyamatosan up-to-date adatokkal szolgál az ügyfélkör számára, azért, hogy külön ne kelljen rákeresni más oldalakon és ezzel bajlódni a felhasználóknak, egyszóval a kényelmet próbálja minél magasabb szintre emelni. Ha valaki még kezdő a kriptok terén, akkor a Binance ebben is segíteni tud az Academy felületével, ahol minden egyes fogalmat, tevékenységet, működést végig lehet olvasni A-tól Z-ig és ezzel is tanítani tudják az újonnan érkezőket anélkül, hogy más oldalakra ellátogatnának. Ami szintén nagyon kiemelkedő, hogy rengeteg nyereményjátékkal készülnek. Általában értékes token nyereményekért lehet küzdeni, közel sem olyan nehéz feladatok teljesítésével.

7.7.2. Gyengeségek

A gyengeségeknél is megtudtam pár alapvető fontosságú információt. Amit fontos kiemelni az maga a kezelőfelület összetettsége. Nagyon sokoldalú felhasználásról és sokrétű kezelésről van szó. Rengetegfajta opció várja a felhasználókat a felületen, ezáltal a kezdők, akik még nem használtak ilyen, ehhez hasonló appot, azoknak valószínűleg túl bonyolult lesz a használata elsőre. Hiába van ott az Academy rész, sokan például ezt se tudják pontosan, merre van az appon belül. Ezen mindenképpen érdemes lenne változtatni. Emellett, mint az már említve volt az erősségek részénél, állandóan próbálják fejleszteni az appot, ennek ellenére vannak technikai problémák, főleg szerverügyileg, ami akár több perces leállást is okozhat.

Szerencsére nem gyakori, de ettől függetlenül nagyon meg tudja nehezíteni az ügyfelek dolgát, akár különböző tranzakciók, akár csak elemzések terén is. Ami még másik negatívum az maga a telefonok leterhelése. Jelenleg csak Android 8.0 és iOS 15-ös verzió fut el az alkalmazás, de ezeknél is csak az erősebb készülékeken. Valamint még egy negatívum, ami inkább felhasználói megjegyzésekből jött, hogy egyáltalán nem kapnak értesítést akár Megadrop, akár Launchpool eseményeknél, amit a jelenlegi helyzetben próbál is orvosolni a Binance.

7.7.3. Lehetőségek

Lehetőségekből is lett néhány példa hozva. Ami jelenleg látható az adatokból, hogy az emberek egyre nagyobb része nyit a kriptok felé. Egyre többen fektetnek be, vagy csak egyszerűen egyre többen szeretik elemezni a kriptovaluták árának alakulását percről percre, ami szintén előnyösen hathat a cégre nézve. Sok ember számára fontos, hogy tárolja valahol a pénzét, ahol jövedelmezhet is, sokan pedig a kriptot választják ebből kifolyólag, annak ellenére, hogy nem minden esetben lesz nyeresége a felhasználónak. Sokan szimplán valami újba akarják magukat kipróbálni és befektetési lehetőségek elé is néznek, akár kisebb akár nagyobb összegben. Szintén jó látni, hogy egyre több cég, multi nyit szintén a kriptotőzsdék használata felé befektetési célú motivációs tényezővel, valamint az országok közül is egyre több területen nyer helyet a fizetési, tranzakciós opciók között a kriptovalutás fizetés. Ami szintén nagyon fontos tényezővel bír, az maga a BNB, azaz a Binance saját kriptovalutájának az egyre széleskörűbb elfogadottsága, ami szintén arrafelé tereli az embereket, hogy látogassák meg a Binance oldalát és fektessenek be ebbe az eszközbe abból a célból, hogy a későbbiekben ezzel az eszközzel is képesek legyenek tranzakciókat folytatni különböző oldalakon. Valamint maga a marketing fejlődése is nagyobb-nál nagyobb lehetőségeket biztosíthat a Binance számára. A social csatornákon való hirdetések, valamint a digitalizáció egyre jobb helyzetet alakít ki a cég számára ahhoz, hogy minél gyorsabban és gördülékenyebben jusson el minél több potenciális felhasználóhoz az üzenet.

7.7.4. Veszélyek

Veszélyek terén is sikerült összeszednem pár gondolatot a cégtől. Amire állandó figyelmet kell szentelni azok a jogi szabályozások és korlátozások. Kötelessége a cégnek a jognak és a törvénynek megfelelni minden ország törvényéhez igazítva a saját szolgáltatásukat, ezért, ha bármi olyan jogi szabályozás lép életbe valamelyik országban, amely ellentmond a cég aktivitással kapcsolatos tevékenységeinek, akkor legrosszabb esetben még az országból

való kivonulást is meg kell lépniük, ami elég nagy nehézséget okozhat a cégnek. Idesorolhatjuk még a versenytársakat is. Egyre több kriptotőzsde lép be a piacra, ami által a Binance-nek egy állandó harccal kell szembenéznie. Egyelőre nincsen veszélyben a piacvezető pozíciójuk, de bármelyik pillanatban jöhet egy olyan versenytárs, amelyik megtalálja azt a kiskaput, amellyel átveheti a piacvezető pozíciót, ezzel csökkentve a Binance imázsát. Az állandó kibertámadások is megnehezítik a vállalat szerepét a piacon. Bár rendkívül biztos alapon üzemel a Binance és több biztonságtechnikus is dolgozik a cégnél, illetve a cégnek a világ több pontjáról, ennek ellenére előfordulhat, hogy a hackerek ezen a „falon” is át tudnak törni. Ilyen eset volt például a legutóbbi 2019-es helyzet is, amikor egy hackertámadás során 40 millió dollár értékű Bitcoin sikertelenül ellopni a cégtől. Emellett pedig még a különböző természeti katasztrófák is nagy hatással lehetnek a cég és a szolgáltatáskörük működésére. Ilyen lehet pl. egy nagyobb mértékű napkitörés, amely a hálózatot roncsolhatja, de akár egy hurrikán vagy tornádó is hatalmas károkat tehet például a szerverraktárakban, aminek a helyreállítása elképesztő mennyiségű összeget követelne.

8. Anyag és módszer

A következő részben a kutatásom lesz a középpontban, amit a nagyközönség számára tettem elérhetővé. Maga a kutatás célja az volt, hogy kiderítsem a magyar lakosság körében mennyire elterjedt a befektetések száma, mik befolyásolják a vásárlókat a felhasználói döntésükben, mennyire vannak képvényben a blokklánc, illetve kriptovaluták témakörben, valamint mik azok az eszközök, amikbe fektetnek, emellett milyen predikcióik vannak a jövőre nézve a blokklánc és a kriptovaluták részén. A kutatási módszerem típusa kérdőíves megkérdezés volt. A kérdéseket a Google Forms nevű online program segítségével írtam meg és készítettem el. November első három hetére ütemeztem az élesítését a kérdőívemnek és a teljes sokaság szám N=122 volt. Az összesen 42 kérdésből álló kérdőív segítségével próbáltam olyan adatokat begyűjteni, amik segítségével egy átfogóbb képet kaphattam a Magyarországon élő emberek befektetési helyzetéről. Összesen 4 részre osztottam a kérdőívemet. A kérdések fajtája leginkább zárt típusú kérdés volt, azonban egy-két kérdésnél muszáj volt nyitott kérdést alkalmazni a kérdéskör mélyebb megértése végett. Próbáltam viszont a zárt kérdések között is minél sokszínűbb kérdéseket és válaszadási lehetőségeket megadni annak érdekében, hogy fenntartható legyen a kitöltő érdeklődése. A 4 részből álló kérdőívemet próbáltam úgy szétosztani, hogy mindegyik rész külön témaköröket érintsen, de mégis megmaradjon a fő

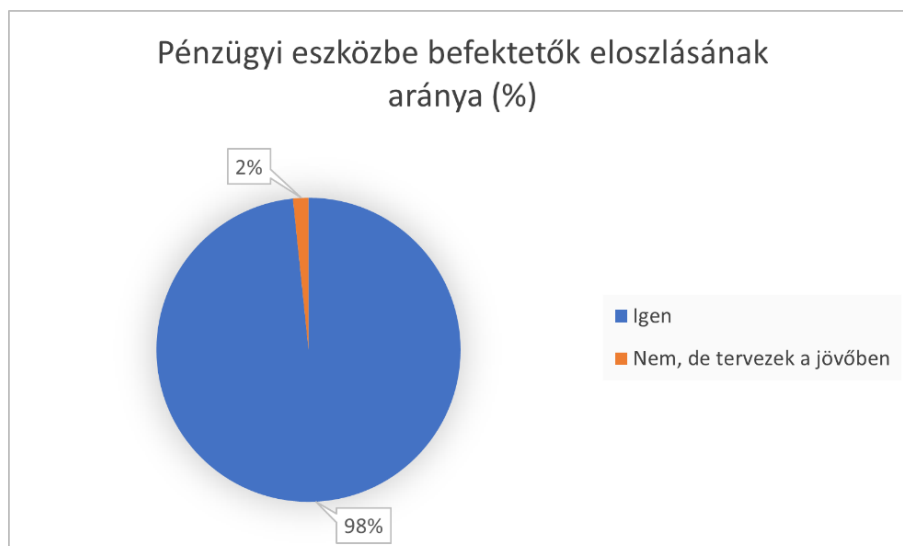
kérdéskör, amire a hangsúlyt fektetem. Az első kérdéskör 8 kérdést dolgoz fel. Ebből összesen hat volt, amit kötelezően ki kellett tölteni. Ezeknél a kérdéseknél leginkább a befektetés témakörre, illetve a blokklánc technológiára kérdeztem rá. A következő kérdéscsoport volt a legtagabb és legtöbb kérdést tartalmazó szakasz. Itt főként a kriptotőzsdékre, ezen belül a Binance céget célozva, valamint a kriptovalutákra és azok felhasználási területeire kérdeztem rá. A harmadik kérdéskör a kriptovaluták jövőjére kérdez rá, valamint a magyarországi kriptohelyzet értékelésére is kitér. Végül pedig a negyedik kérdéskör tartalmazza a demográfiaiailag fontos kérdéseket.

9. Eredmények

9.1. Általánosabb kérdések

A kérdőívem első része az általánosabb kérdésekről szólt. A kérdőívemet elsősorban befektetéssel és kriptovalutákkal foglalkozó oldalakon osztottam meg. Az első kérdésnél a kitöltőket általánosságban a befektetési szándékairól kérdeztem meg.

13. ábra: A pénzügyi eszközbe befektetők eloszlásának aránya

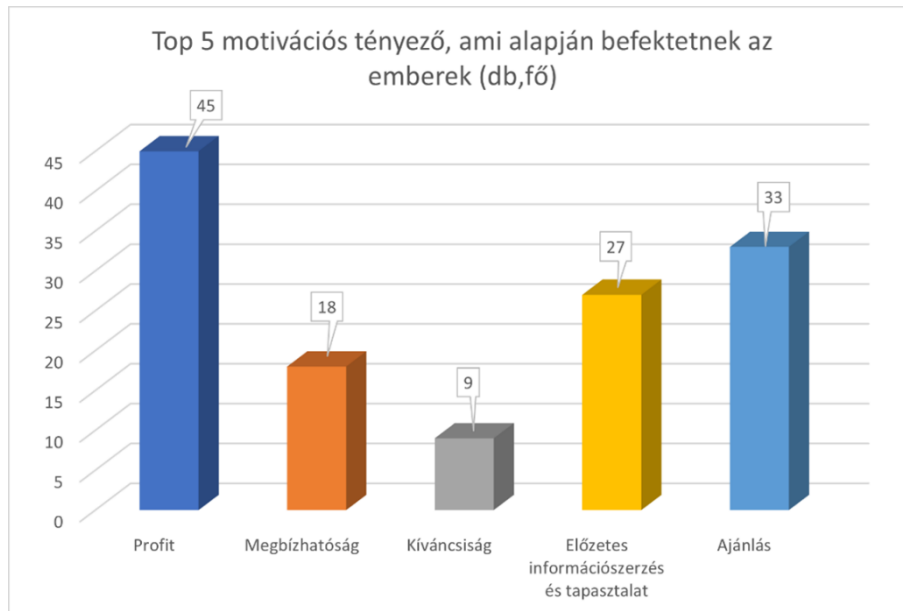


Forrás: saját szerkesztés

Ahogy a 13. ábrán is látni, a kitöltők legnagyobb része fektet be valamilyen eszközbe. Külön, szabad feleletválasztós kérdésként feltettem azt is, hogy milyen fajta eszközök ezek. Ezek alapján pedig a kitöltők többsége részvényekbe, különböző fajta kriptovalutákba, kötvényekbe

és állampapírokba fektet. A második kötelezően kitöltendő topik egy strukturálatlan kérdés volt, ami tovább fejtve az előző témakört arra kérdezett rá, hogy mi volt az a motivációs tényező, ami alapján az emberek befektettek az adott eszközbe.

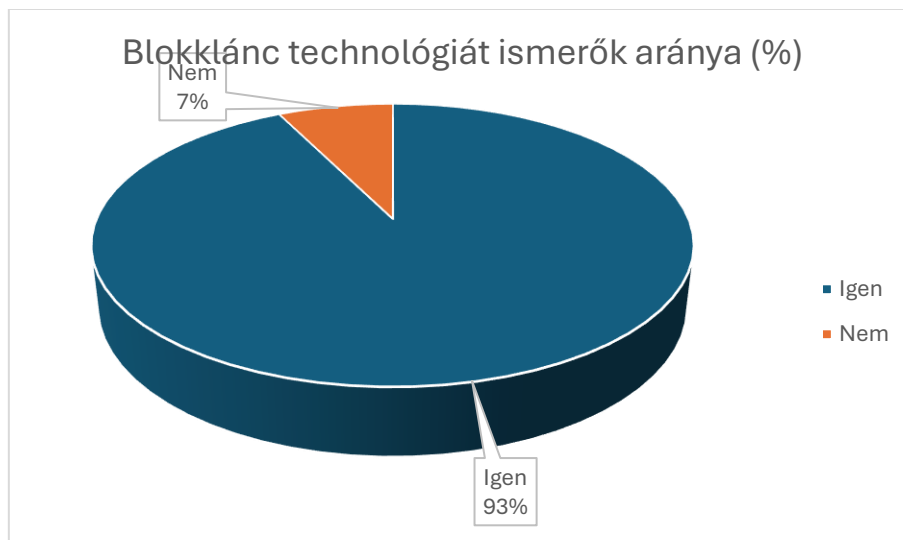
14. ábra: Top 5 motivációs tényező, ami alapján befektetnek az emberek



Forrás: saját szerkesztés

A 14. ábra alapján jól látható, hogy legtöbben a profitot választották, mint motivációs tényezőt. Második helyen áll az ajánlás 33 fővel, majd pedig az előzetes információszerzés 27 fővel. Számomra érdekes és kicsit meglepő tény, hogy a megbízhatóság csak a 4. helyre került. Ebből is látszik, hogy rengeteg ember, nem azért fektet be, mert megbízik az adott szolgáltatásban, hanem inkább másoktól várnak tanácsokat és keresik azt az eszközt, amivel a legtöbb nyereséget lehet elérni minél rövidebb időn belül. De emellett a kíváncsiság is közrejátszik egyes embereknél, akik csak azért fektetnek be pénzt különböző eszközökbe, mert érdeklődnek az adott szolgáltatás iránt, és kíváncsiak, hogy mennyire lesz megtérülő számukra az a befektetés. A harmadik kérdésnél kicsit a blokklánc technológiát is érintettem. Itt egészen pontosan annyi volt a kérdés, hogy a kitöltő hallott-e már a blokklánc technológiáról.

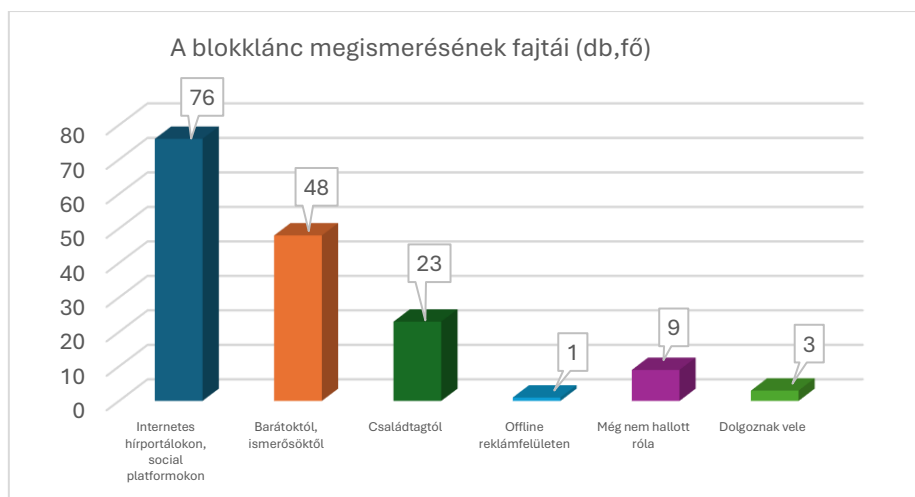
15. ábra: Blokklánc technológiát ismerők aránya



Forrás: saját szerkesztés

A 15. ábrán jól látható, hogy a kitöltők nagy része tisztában van a blokklánc technológiával, csupán 7%-uk nem ismeri, vagy nem hallott még róla. Ez is leginkább annak köszönhető, hogy a befektetéssel és kriptovalutákkal kapcsolatos csoportokban általában tisztába vannak a blokklánc technológia használatával, aki pedig nincsen, az valószínűleg még nincs teljesen benne mélyen a kripto világában. A 4. kérdés kicsit tovább szedi ezt a témakört. Itt arra kellett választ adnia a kitöltőnek, hogy honnan hallott róla, ha már ismeri.

16. ábra: A blokklánc megismerési helyeinek fajtái



Forrás: saját szerkesztés

A 16. ábra alapján láthatjuk, hogy legtöbben különböző internetes hírportálokon, illetve social csatornákon hallottak először a blokklánc technológiáról. Feltehetőleg, amikor ismerkedtek a

kriptovalutákkal és működésükkel, nagyrészt akkor jött szembe velük ez a téma is az interneten. A második a barátok ismerősök volt, erre 48-an szavaztak, emellett a családtagoktól jött informálódás van a 3. helyen 23 szavazattal. Volt 9 résztvevő, aki még nem hallott a rendszerről, ők valószínű még új belépők, vagy csak nem jutottak el addig, hogy jobban belemélyüljenek a kriptovaluták és kriptotőzsdék működésébe. Valamint 3 résztvevő van, akik dolgoznak is blokklánc technológiával, sajnos itt részletesebben nem mondták, hogy milyen területen, így további információt nem tudtam kinyerni, emellett van 1 olyan résztvevő, aki offline reklámfelületen is látott már a technológiáról szóló hirdetést, az ő állítása szerint külföldön egy plakáton. Emellé még tettem egy szabadon válaszolható kérdést, ahol a résztvevőknek kellett megírni, hogy ismernek-e bármilyen olyan piaci területet, ahol már használatban van a blokklánc. Ide összesen 8 válasz érkezett, a kriptoszektorra írták a legtöbben 4 válasszal. A pénzügyi szektort is írta egy személy, de írták még az egészségügyet is ketten, illetve egy ember írta az oktatást is, valamint a játékfejlesztést és az ingatlanpiacot is ingatlannyilvántartásokra alapozva a választát. A következő fő kérdés az a blokkláncon alapuló szolgáltatások használatára irányult.

17. ábra: Blokklánc alapú szolgáltatást használók aránya (%)

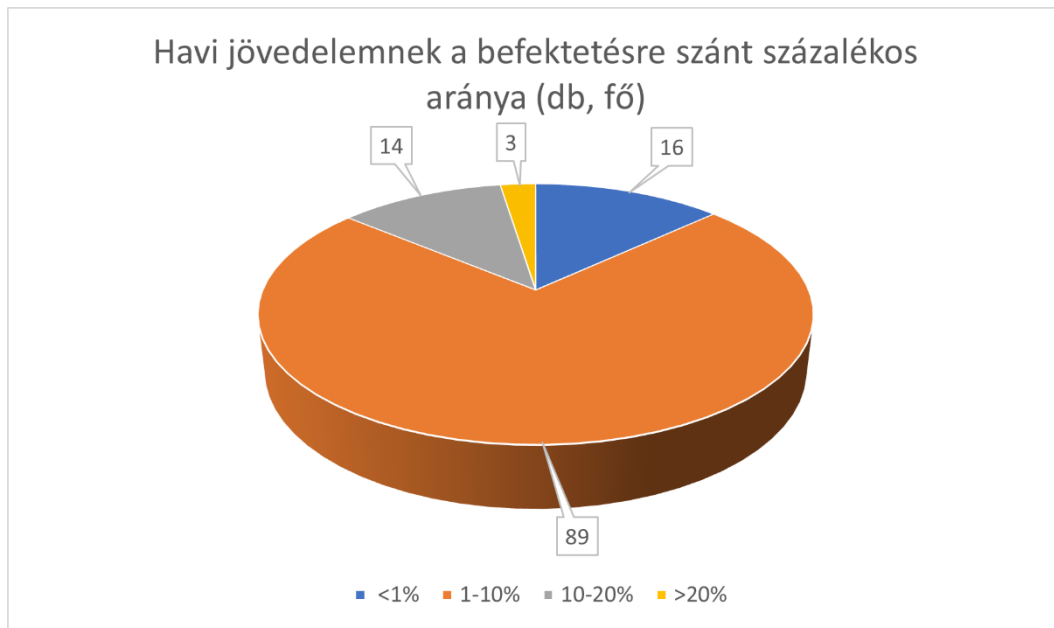


Forrás: saját szerkesztés

A 17. ábrából kivehető, hogy a válaszadók 90%-a már használt is blokkláncalapú szolgáltatást, emellett 7% nem tud róla, hogy használt-e, de lehetséges. Ők azok, akik valószínűleg még nincsenek tisztában azzal, hogy hogyan működik maga a rendszer felépítése. Emellett 3% állítja azt, hogy biztosan nem használt. Itt is megkérdeztem egy nem kötelező, szabad válaszadással

rendelkező kérdéssel, hogy melyek voltak ezek a szolgáltatások. 11 válasz érkezett. Itt az összes válasz pénzügyi szolgáltatásokat tartalmazott és ezen belül is kriptotőzsdét írták. A következő kérdésben a válaszadóknak arról kellett információt nyújtaniuk, hogy a havi jövedelmük hány százalékát forgatják befektetés céljára. Itt viszonylag olyan válaszok érkeztek, mint amikre számítottam.

18. ábra: Havi jövedelemnek a befektetésre szánt százalékos aránya



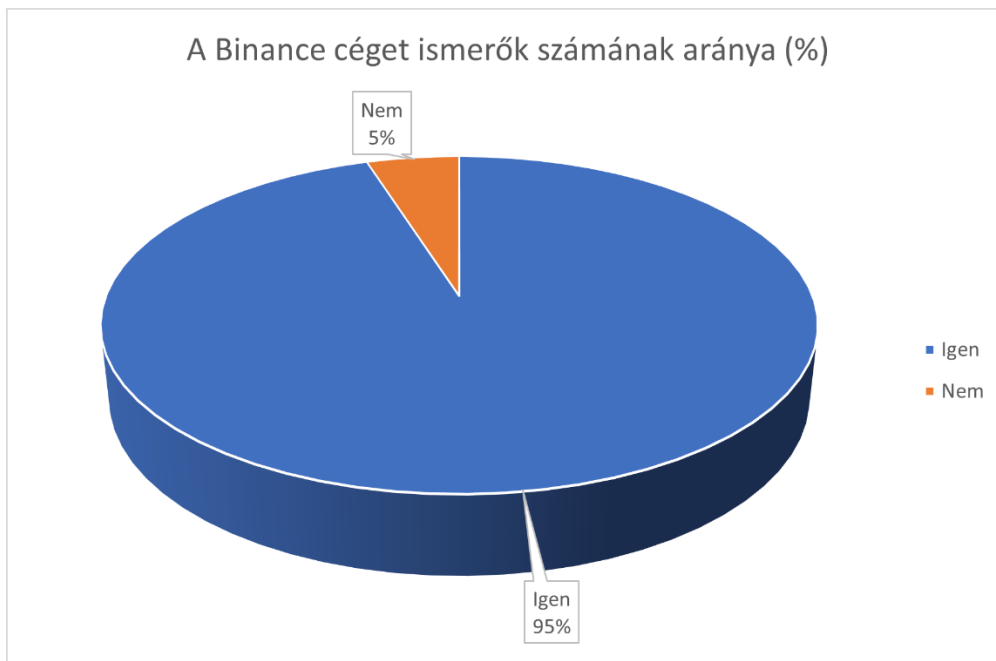
Forrás: saját szerkesztés

A 18. ábrából jól leolvasható, hogy a legtöbb arányban az 1-10% van jelen 89 szavazattal, ami számomra reálisnak tűnik, akár már csak saját tapasztalatból adódóan is mivel én is hasonló mennyiséget szánok befektetésre havi szinten. A második helyen a kevesebb, mint 1%-kal résztvevők vannak 16 szavazattal, nem sokkal utánuk pedig a 10-20%-ba tartozó válaszadók foglalnak helyet 14 szavazattal. Illetve 3 személy még a több mint 20%-ra szavazott. Ezzel is jól látszik, hogy egyes emberek mennyire szeretnek kockáztatni, vagy akár mennyire hatnak rájuk a marketing különböző módszerei, viszont vannak a sokkal megfontoltabb emberek, akiknek viszont jóval több idő kell, míg komolyabban elkezdnek befektetni egy adott termékbe, szolgáltatásba.

9.2. A kriptovalutákról, a Binance-ről és a szolgáltatásairól

A következő kérdéscsoport a Binance-ről, azoknak szolgáltatásairól és a kriptovalutákról szól. Itt első kérdésként a Binance ismertségével kapcsolatban kérdeztem a válaszadókat, hogy kicsit jobban megismerjem az itthoni versenypiacot és hogy a Binance hol helyezkedik el ezen belül.

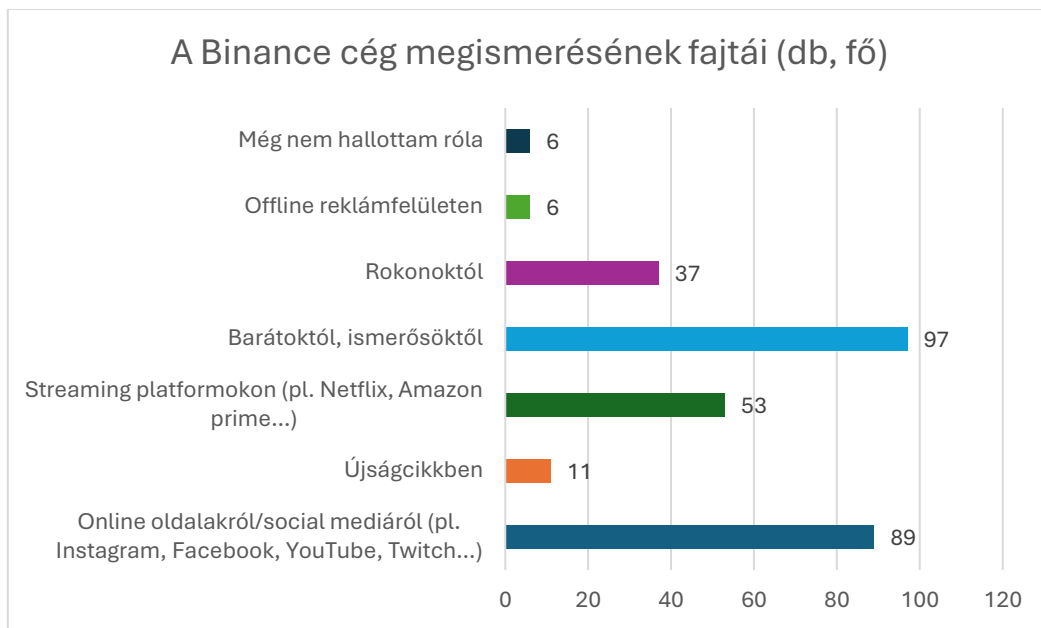
19. ábra: A Binance céget ismerők aránya (%)



Forrás: saját szerkesztés

A 19. ábrából kiderül, hogy a válaszadók kimagasló többsége már ismeri a céget valahonnan. Ez annak is köszönhető, hogy befektetéssel és kriptovalutákkal kapcsolatos csoportokba osztottam meg elsősorban a kérdőívemet, de tisztán látszik, hogy akik befektetőként vannak jelen a piacon, azok többsége ismeri a Binance-t, mint kriptotőzsdét. A következő, ehhez kapcsolódó több lehetőséget adó feleletválasztós kérdés, hogy pontosan honnan ismerték meg az emberek.

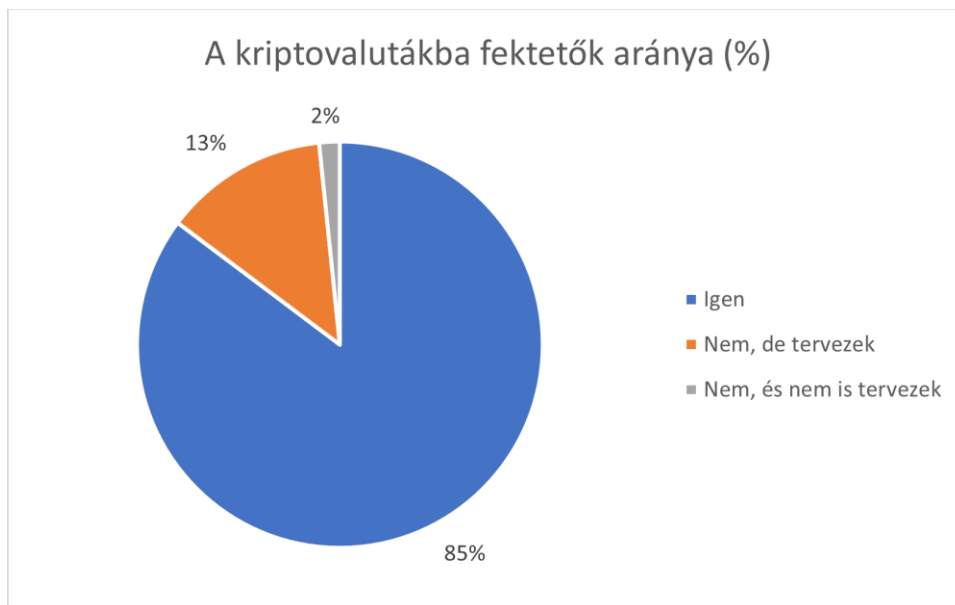
20. ábra: A Binance megismerési helyeinek fajtái



Forrás: saját szerkesztés

A 20. ábra szemlélteti, hogy 2 kimagasló, ismeretséget növelő faktor vív egymással harcot. A legtöbb válasz a baráti, ismerősi körre érkezett. Itt leginkább a Word-of-Mouth marketing érvényesült valószínűsíthetően. Viszont közel hasonló válaszadási aránnyal, összesen 89 szavazattal áll a második helyen az online oldalak és social media tartalmaknak a köre. A Binance havi milliókat költ csak reklámra, ha az anyavállalatot nézzük, hogy minél több emberhez eljuthasson az üzenetük, valamint a célcsoportjukat is tudják bővíteni, ami Magyarországot és még rengeteg más országot is magába foglal. Készítenek kisfilmeket is különböző streaming platformokkal együttműködve, hogy jobban elsajátíthassák a kriptovilág iránti tudást az emberek, okkal szerepel ez a harmadik helyen összesen 53 szavazattal. Ezek mellett még 37 ember ismert meg a Binance-t, vagy hallott a cégről közvetlen rokonoktól, valószínűleg szintén Word-of-Mouth fajta marketing állt ennek is a háttérében. 11 ember olvasott még újságcikkben is róla, mint például a Forbes, vagy hasonló ismertebb újságcikkek, és 6 ember látott már offline típusú reklámfelületen is a céggel kapcsolatos reklámkampányt, illetve további 6 ember jelölte be azt válaszként, hogy még nem hallott a cégről. A következő kérdés már a kriptovalutákhoz kapcsolódik. Itt először magára arra kérdeztem rá, hogy milyen arányban fektetnek egyáltalán be az emberek kriptovalutába. A válasz számomra kicsit meglepőre sikeredett.

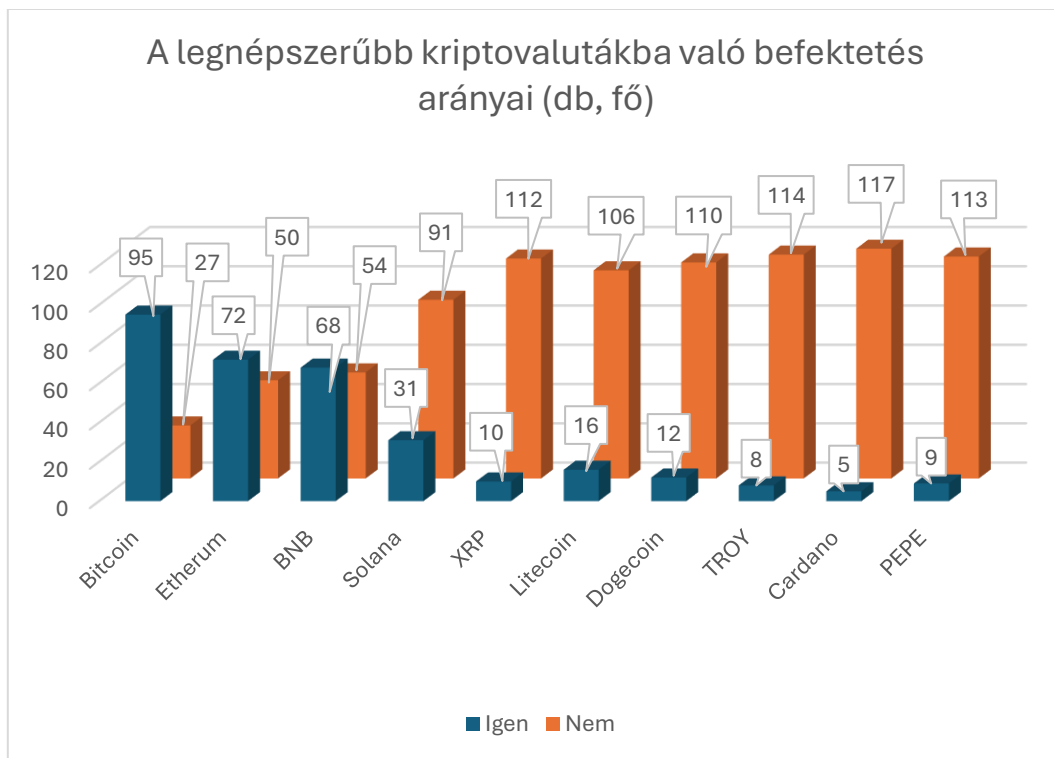
21. ábra: A kriptovalutákba fektetők aránya



Forrás: saját szerkesztés

A 21. ábrával szemléltetve látható, hogy a válaszadók 85%-a fektet be valamilyen kriptovalutába, valamint további 13% válaszolta azt, hogy ha még nem is, de hamarosan vagy a későbbiekben tervez kriptovalutába fektetni, és csupán 2% válaszolta azt, hogy nem, és nem is tervez befektetni, ami számomra azért volt meglepő, mivel szerintem nem tartozik a legprofitbiztosabb befektetési eszközök közé, főleg, ha nagy volatilitású eszközbe fektetnek, mint például a Bitcoin, de számomra ez egy pozitívum, hogy a legtöbben szívesen fektetnek kriptovalutákba, mivel ebből adódóan növekszik az érdeklődés és nyitnak az emberek a kriptovilág felé. És akkor ezzel folytatólagosan a következő többfeleletválasztós kérdés jobban belement abba a témakörbe, hogy melyek is azok a kriptovaluták, amikbe fektetnek.

22. ábra: A legnépszerűbb kriptovalutákba való befektetés arányai

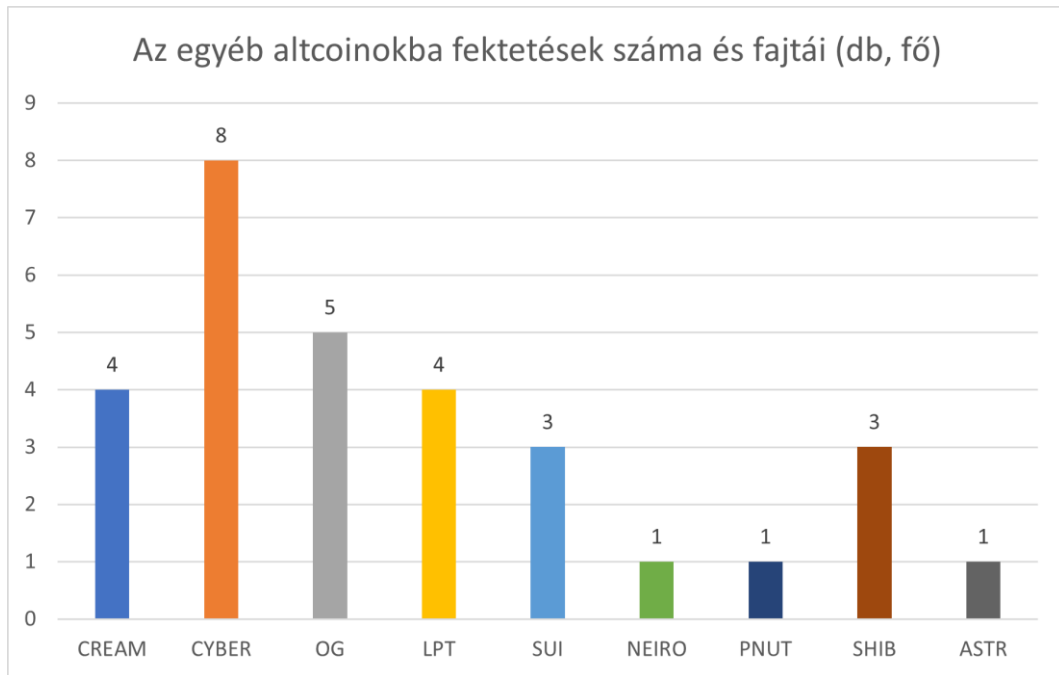


Forrás: saját szerksztés

A 22. ábra pedig még egy jó példa arra, hogy megmutassa, hogy az emberek mennyire szeretnek kockáztatni. A Bitcoin, jelenleg is a kripto piacon a legvolatilisabb eszköz, mégis a válaszadók nagy része, összesen 95 igen válasszal és csupán 27 nem válasszal vallja azt, hogy a Bitcoinba mindenképpen fektet pénzt. Itt is az a szabály érvényesül, hogy minél többet fektet be az ember, annál többet nyerhet, de ezzel együtt bukhat is, ám az emberek nagy része csak a nyereséget tartja szem előtt. Ez visszautalhat a második kérdésemre adott válaszokra is akár, ahol a profit jött ki motivációs tényezőként a legtöbb szavazattal, tehát az emberek egy nagy részét a kapzsóság hajtja, és ezt akarja megfogni a Binance is, erre akar építkezni akár reklámkampányokkal, akár nyereményjátékokkal vagy más motiváló tényezőkkal, hogy az emberek érdeklődését fenntartsa és a profitot lehetőségét állítsa a szemük elé. A tabellán helyet kap még az Ethereum is 72 igen és 50 szavazattal, ami a második leghíresebb kriptovaluta jelenleg a világon is befektetés szempontjából, valamint a BNB, a Binance saját kriptovalútája helyezkedik el a harmadik helyen 68 igen és 54 nem szavazattal, hasonlóan a világranglistához képest. A negyedik helyen, a Solana-t érdemes még kiemelni, ami az elmúlt két évben kezdett el feltörekvő versenytársa lenni a BNB-nek. Ebbe összesen 31 válaszadó fektet be jelenleg, viszont a többség, összesen 91 válaszadó még mindig nem lát benne lehetőséget. A többi kriptovalutába pedig egyelőre még nem tartanak akkora igényt, legalábbis, ami a magyar

válaszadásokból kiderül. Itt is volt még egy kiegészítő, nem kötelező szabadválaszadós kérdés, ami arra kérdezett rá, hogy van-e egyéb kriptovaluta, amibe még fektetnek a kitöltők. Ebből készítettem egy oszlopdiagramot is.

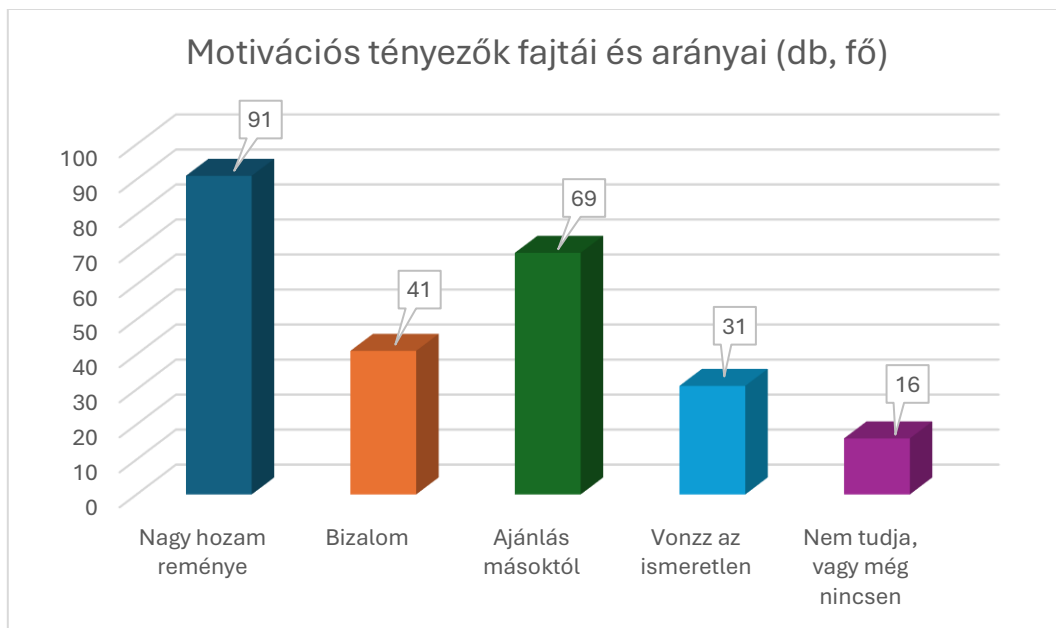
23. ábra: Az egyéb altcoinokba való befektetések száma és fajtái



Forrás: saját szerkesztés

A 23. ábra szemlélteti összesen 21 válasszal az egyéb altcoinokat, amikbe még fektetnek a válaszadók, de egyelőre ezek a számok is arra utalnak, hogy az altcoinoknak még nincs akkora hírneve a magyar befektetők körében. A következő többfeleletválasztós kérdés számomra talán az egyik legizgalmasabb mindközül, ez pedig arról kérdezte a kitöltőket, hogy melyik, illetve melyek azok a motivációs tényezők, amelyek szerepet játszottak abban, hogy ezekbe a kriptovalutákba fektessenek be. Számomra nem túl meglepő, azonban annál figyelemfelkeltőbb eredmények jöttek ki.

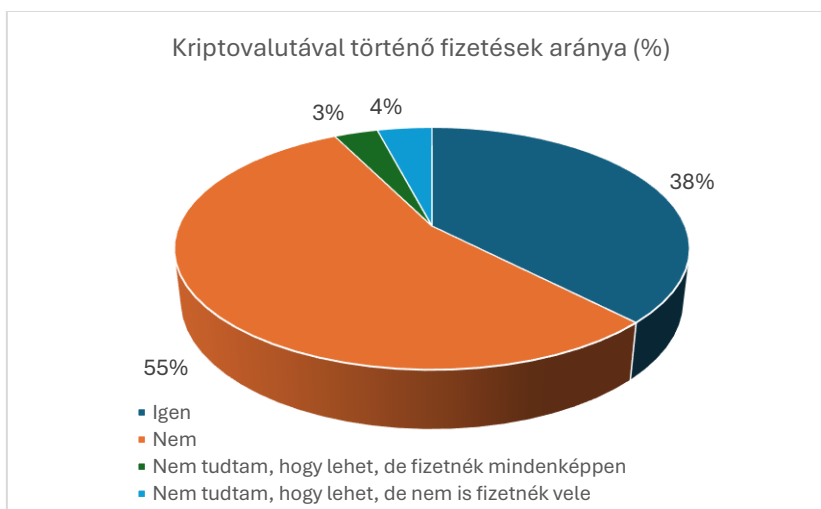
24. ábra: Motivációs tényezők fajtái és arányai



Forrás: saját szerkesztés

A 24. ábra mutat rá arra a pontra, amit már korábban is említettem és a befektetésnél is szó volt már erről, hogy az emberek kifejezetten nagy százaléka a profit lehetősége miatt fektet be különböző kriptovalutákba különböző kriptotőzsdéken, ezzel is mutatva azt, hogy az emberek nagy részében fellelhető a kapzsiság. A második helyen 69 szavazattal helyezkedett el maga az ajánlás másoktól, itt szó lehet olyan tartalomgyártókról, influenszerekről is, akik akár a Binance-szel együttműködve próbálják emberek tízezreit arra ösztönözni, hogy kis hazugságokkal, de rávegyék az embereket, hogy kriptovalutákba fektessék a pénzük egy részét, a kapzsibbak akár egy nagyobb részét is. Érdekes módon a bizalom csak a harmadik helyen áll 41 szavazattal, és ami még érdekes, hogy egy része, összesen 31 szavazattal a válaszadóknak csak kíváncsiságból fektet be a kriptovalutákba is, mert szeretnének valami újat kipróbálni és vonzza ezeket a felhasználókat az ismeretlen. Valamint további 16 kitöltő adta meg azt válaszként, hogy nem tudja, vagy még nincsen ilyen motivációs faktora ilyen esetben. A következő kérdésnél afelől érdeklődtem, hogy a kriptóba fektetők fizettek-e már bármilyen fajta kriptovalutával a befektetésük óta.

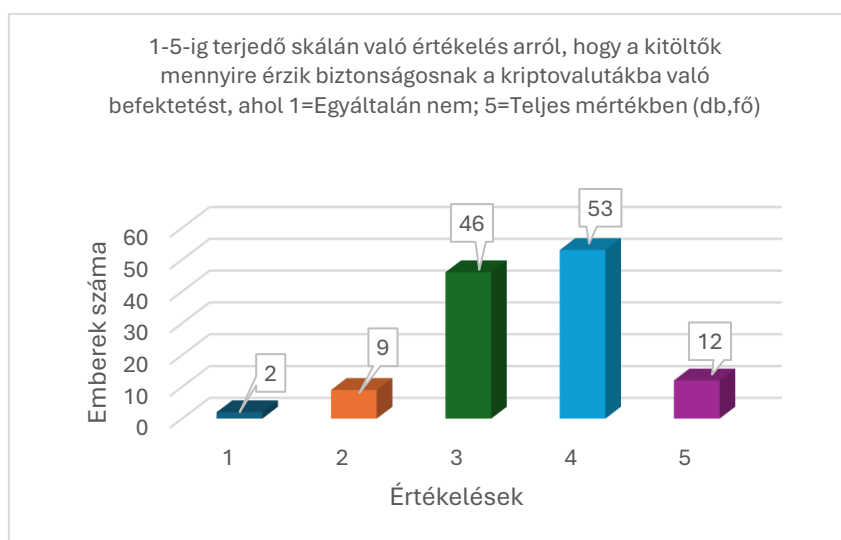
25. ábra: Kriptovalutával történő fizetések aránya



Forrás: saját szerkesztés

A 25. ábra kiválóan tükrözi, hogy elég megosztó ez a témakör. 55%-a a válaszadóknak egyelőre még nem fizet kriptoval, mert egyszerűen nem akarnak. Van további 38% aki már fizetett kriptoval és emellett még 4%, aki nem tudta, hogy lehet vele fizetni, de nem is fizetne és 3%, aki szintén nem tudta, hogy lehet, de fizetne vele. Az ezt követő kérdés egy 1-5-ig terjedő skálaalapú kérdés volt, ami a kriptovalutába való befektetések biztonságát feszegette.

26. ábra: A kriptovalutákba történő befektetések biztonságosságának értékelése

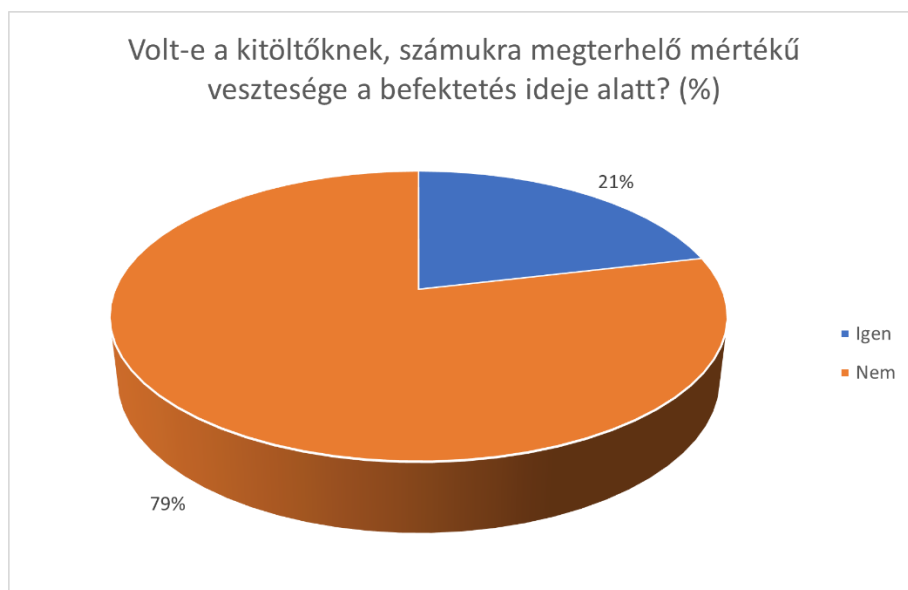


Forrás: saját szerkesztés

A 26. ábra alapján a felhasználók majdnem fele 53 szavazattal jelölte meg a 4-es értékelését a kriptovalutákba történő befektetés biztonságosságáról, valamint további 46 szavazat érkezett a

3-as értékelésre is, akik leginkább bizonytalanok ítélték meg ezt a témát. 12 válaszadó az 5-ös értékeléssel teljesen megbízhatónak tartja az ilyenfajta szolgáltatásokat befektetés szempontjából, további 18 viszont 2-es értékeléssel és 2 szavazó 1-es értékeléssel nem tanácsolja a kriptovalutákba történő befektetéseket. Ezt véleményem szerint az embernek kell eldönteni saját magának, hogy miként, milyen lépésekben és mikor akar elkezdni befektetni ilyen eszközökbe. Volt még itt is egy kiegészítő kérdés, ahol azok írhatták le válaszukat tetszőleges jelleggel, akik nem érezték biztonságosnak az ilyenfajta befektetési módszereket. Itt saját válaszukkal összesen 6 válasz érkezett és leginkább a bizonytalanság, a kiszámíthatatlanság és a hirtelen árfolyamingadozásokat írták fő okként. Az ez után érkező kérdés a veszteségekre és a nyereségekre tért ki, két külön táblázatban egy igen-nem feleletválasztós kérdéssel.

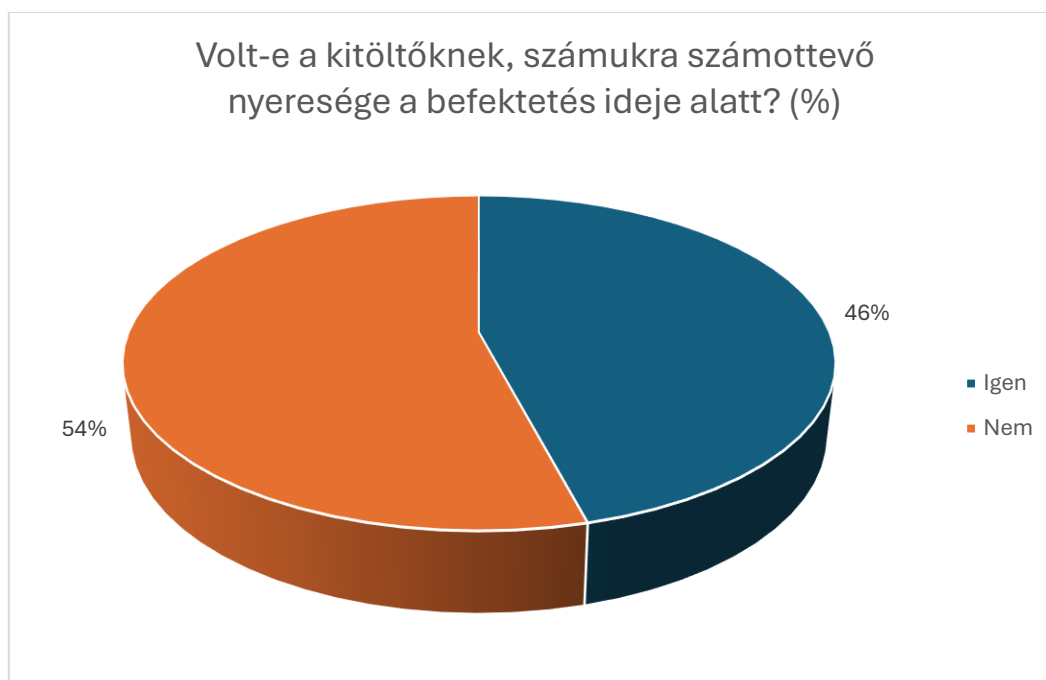
27. ábra: Volt-e a kitöltőknek, számukra megterhelő mértékű veszteség a befektetés ideje alatt?



Forrás: saját szerkesztés

A 27. ábrán a százalékos arányát láthatjuk, hogy a válaszadók hány százalékának volt már olyan mértékű vesztesége, ami számára is megterhelő volt. A válaszokból az derül ki, hogy a többségük okosan fekteti be és veszi ki pénzét, tehát annak ellenére, hogy kapzsik, értik a lényegét a kriptovalutába való fektetésnek és jól tudnak időzíteni. Mindemellett természetesen a szerencse is egy nagyon fontos tényező.

28. ábra: Volt-e a kitöltőknek, számukra számottevő nyeresége a befektetés ideje alatt?



Forrás: saját szerkesztés

A 28. ábrán pedig azoknak az arányát láthatjuk, akik számukra jelentős mértékű nyereséget értek el a befektetésük ideje alatt. Itt viszont már egy lényegesen kisebb különbség van, ami véleményem szerint leginkább az olyanok miatt lehet, akik biztonsági játékot „játszanak” és idő előtt kiveszik a kismértékű profitjukat. A következő saját válaszalapú kérdést pedig ehhez lehet csatolni, ahol megkértem a kitöltőket, hogy nézzék meg a napi Profit and Loss (PnL)-ukat azon a kriptovalután, amibe a legtöbbet fektettek, így pedig egy viszonyító képet kapok arról, hogy tényleg sokan biztonsági alapon fektetnek-e be vagy sem. Ezeket pedig egy táblázatba rendeztem.

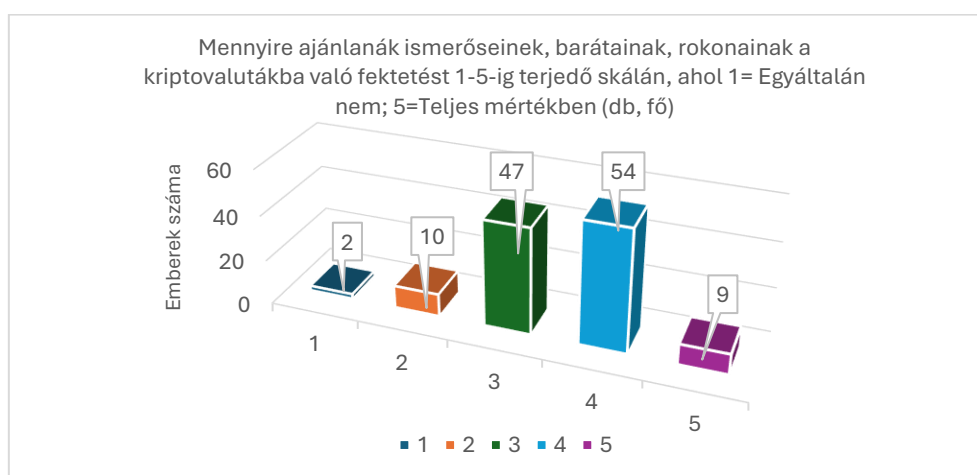
3. táblázat: A top 3 kriptovaluta, amibe legtöbbet fektetnek az emberek és a hozzá tartozó napi minimum és maximum, valamint átlag PnL-ek a válaszadók adataiból

Napi PnL	Etherum		Napi PnL	Bitcoin		Napi PnL	BNB
Legkisebb	-1,77%		Legkisebb	-1,78%		Legkisebb	-3,88%
Legnagyobb	5,74%		Legnagyobb	12,18%		Legnagyobb	6,24%
Átlag	1,35%		Átlag	2,16%		Átlag	0,80%
Összes befektető	30		Összes befektető	53		Összes befektető	13

Forrás: saját szerkesztés

A 3. táblázat szemlélteti, hogy a Bitcoinnál volt a volatilitásából kifolyólag a legnagyobb különbség a válaszadók PnL-jei között, valamint az átlag is ezzel együtt itt volt a legnagyobb. Ezt követi az Ethereum -1,77 százalékos napi minimum veszteséggel és 5,74-es maximum nyereséggel, valamint 1,35-ös átlaggal, végül pedig a BNB helyezkedik el a napi legkevesebb -3,88%-os veszteséggel és a maximum 6,24%-os nyereséggel, valamint 0,80%-os napi PnL átlaggal. Ezt még az is fokozza, hogy a Bitcoinban van a legtöbb (összesen 53) válaszadónak a legtöbb befektetése. A következő két kérdés a baráti ajánlásokat célozta meg, amelyeket egy 1-5-ig terjedő skálaalapú kérdéssel mértem fel. Az első kérdésnél kriptobefektetés szempontjából kérdeztem rá a kitöltőkre, hogy mennyire ajánlaná barátainak az kripto eszközökbe történő befektetést.

29. ábra: A kriptovalutákba fektetés ismerősök felé való ajánlásának eloszlása

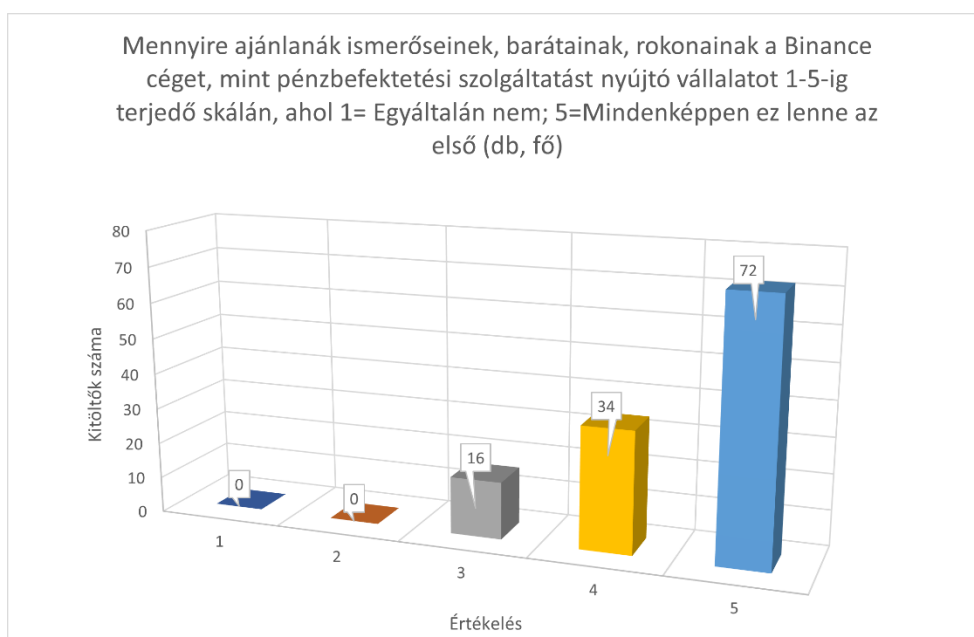


Forrás: saját szerkesztés

A 29. ábra jól szemlélteti, hogy viszonylag a többség, összesen 54 válaszadó 4-es értékeléssel válaszolt, tehát ha nem is teljes mértékben, de biztos megemlítenék számukra ezt az opciót is.

Emellett 47 válasz érkezett a 3-as értékelésre. Ők valószínűleg többségében bizonytalannak találják erre a kérdésre a választ. További 9 ember szavazott 5-ös értékeléssel, tehát teljes mértékben ajánlanák barátaiknak, és további 20 szavazott 2-es értékeléssel, valamint 2 személy 1-es értékeléssel, ők mászt ajánlanának nagy valószínűséggel. A másik kérdés pedig a Binance-t vette célpontba, hogy ha a válaszadó ismeri a céget, mennyire ajánlaná barátainak ezt a kriptotőzsdét választásként. Itt rendkívül pozitív eredményeket kaptam.

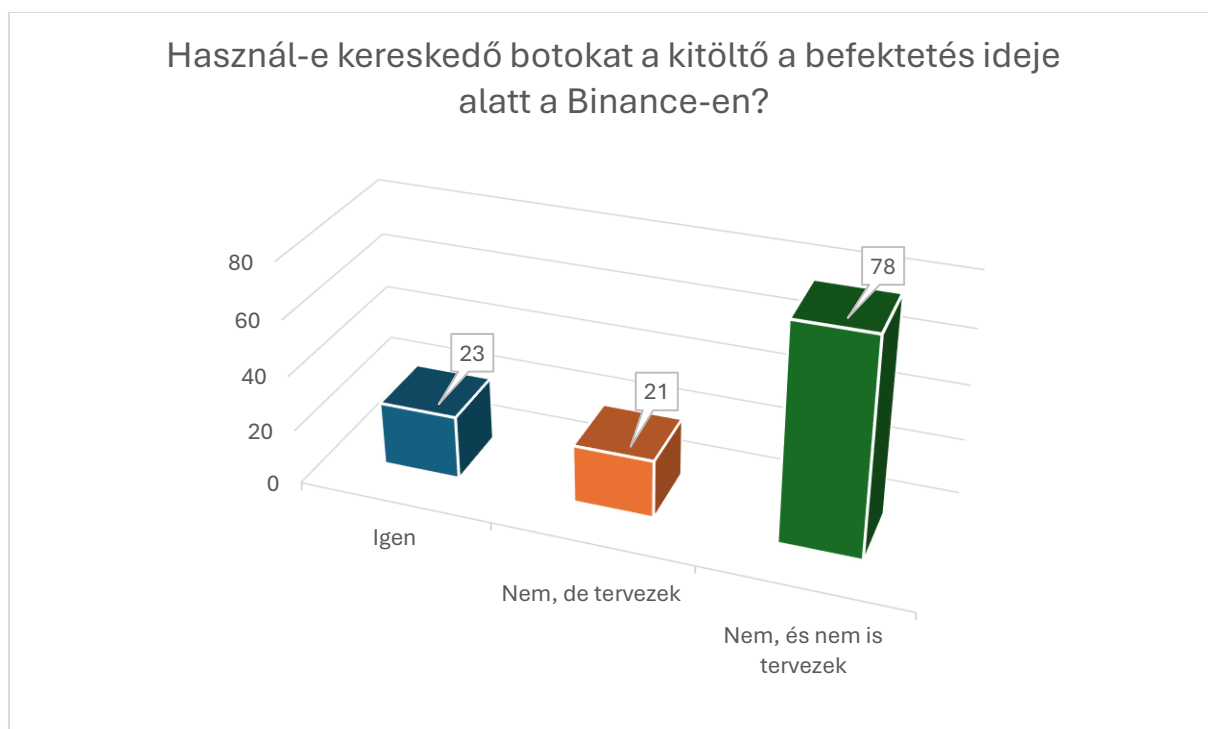
30. ábra: A Binance cég ismerősök felé ajánlásának eloszlása



Forrás: saját szerkesztés

A 30. ábrán látható, hogy 1-es és 2-es értékelésből nem is érkezett válasz. A 3-as értékelést is csak 16 kitöltő választotta. 4-es értékelésből 34 született és a maradék 72 kitöltő az 5-ös értékelést választotta, tehát ez lenne az első a kriptotőzsdék terén, ha ilyenfajta befektetési módszert ajánlana a válaszadó a barátainak, ismerőseinek. Ez pedig egy hatalmas pozitívum, mivel az adatok és kitöltések alapján a magyarok körében is egyre nagyobb a hírneve és imázsa is a cégnek. A következő kérdéstől a Binance szolgáltatására kérdezek kicsit rá, hogy jobb rálátásom legyen, milyen szolgáltatásokat használnak leginkább az emberek az oldalukon. Az első kérdésnél a kereskedelmi botokra kérdeztem külön rá, mivel érdekelt, hogy milyen véleménnyel vannak, ha egy MI alapú botra kell bízni a pénzüket az embereknek.

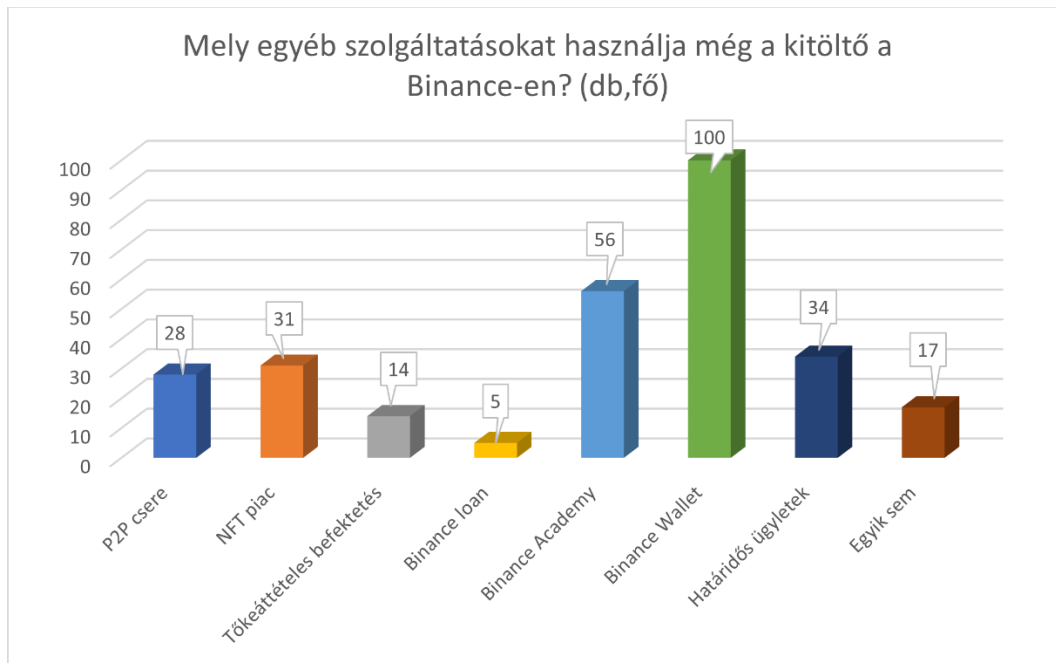
31. ábra: A Binance-en fellelhető kereskedő botok használatának az eloszlása



Forrás: saját szerkesztés

A 31. ábrából jól kivehető, hogy a legtöbben még nem bíznák a pénzüket AI alapú megoldásokra a válaszadók közül, pedig a kereskedelmi botok elméletben arra vannak kitalálva, hogy ne tudjunk olyan mértékű veszteséget elérni, ami számunkra hátrányos helyzetet nyújtana a későbbiekre nézve. 23 válaszadó már használ botokat, valamint további 21 válaszadó van azon a döntésen, hogy kipróbálja azokat. További kiegészítő, saját válaszadós kérdéseket itt is feltettem, miszerint, ha használ, illetve, ha nem használ, mi az oka? A használ részre 15, míg a nem használ részre további 20 válasz érkezett. Amit megtudtam, hogy akik használják azért veszik igénybe, mert hasznos funkciónak találják, megkönnyebbít helyzeteket számukra, valamint ajánlások miatt is ki szeretnék volna próbálni. Akik nem használják pedig főként azért nem veszik igénybe, mivel még vagy nem tudják, hogy mire jó, hogyan kell használni, vagy pedig nem bíznak benne. A következő többfeleletválasztós kérdés a további szolgáltatások használatára kérdez rá a kitöltőknél.

32. ábra: A Binance-en fellelhető egyéb szolgáltatások használatának az eloszlása



Forrás: saját szerkesztés

A 32. ábra mutatja meg, hogy mely további szolgáltatásokat használják leginkább a válaszadók. A Binance Wallet ugrik ki leginkább a többi szolgáltatás közül 100 válasszal, mivel ez a szolgáltatás elengedhetetlen ahhoz például, hogy részt vehess különböző nyereményjátékokban vagy folyamatokban. Ezt követi a Binance Academy, ami számomra nem meglepő, mivel ezen a platformon lehet a legtöbbet tanulni magáról a cégről és a szolgáltatásaik, funkcióik működéséről. A következő a határidős ügyletek 34 szavazattal, amit szorosán követ az NFT piac 31 válasszal, ahol különböző fajta NFT-eket lehet árulni és megvenni, valamint a P2P csere 28 válasszal, ahol élő emberekkel tudsz különböző kriptovalutákat cserélni, venni és eladni, egyszóval kereskedni. 17 ember egyik szolgáltatást sem használja, további 14 ember használ tőkeáttételes befektetést, ami talán az egyik legkockázatosabb befektetési módszer, mivel a tőkeáttétel miatt olyan mínuszba is kerülhetünk, ami adóssághoz is vezethet minket, de látszik, hogy ennek nincs is akkora híre itt a válaszadók között leginkább szerintem ebből kifolyólag. Valamint még 5 szavazat érkezett a Binance loanra, ami rugalmas kölcsönöket, hiteleket kínál adott időtávra. Az ezt követő két kérdés kicsit a versenytársakat veszi célul. Az első kérdésnél azt kell megválaszolnia Igen-Nem alapú válaszadással a kitöltőnek, hogy használ-e más kriptotőzsde oldalt befektetés céljából. A válaszok kifejezetten meglepőek voltak számomra.

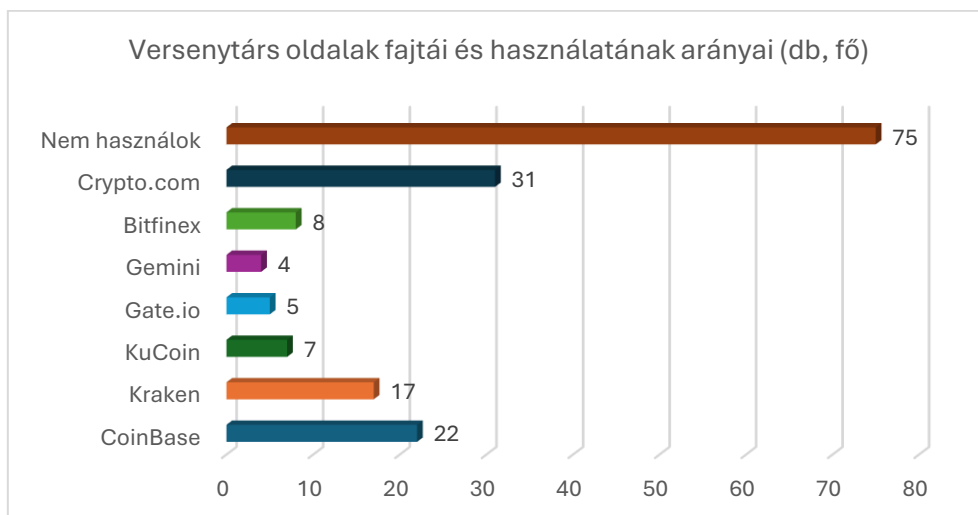
33. ábra: Versenytárs oldalak használatának aránya a válaszadók körében



Forrás: saját szerkesztés

A 33. ábra segít rámutatni arra, hogy bár vannak versenytársai a Binance-nek, sokan kitartanak a cég mellett és sikerül megtartani a célközönség nagy részét, jelen esetben a válaszadók 61%-át. Nagy része a felhasználóknak márkahű marad. Ezt a brand awareness is elősegíti, amit a Binance elsők közé helyez a fontossági sorrendjükben. Ennek a kérdésnek a folytatásában pedig pontos neveket kaphattam, hogy melyek a leginkább, a céget veszélyeztető versenytársak.

34. ábra: Versenytárs oldalak fajtái és használatának arányai



Forrás: saját szerkesztés

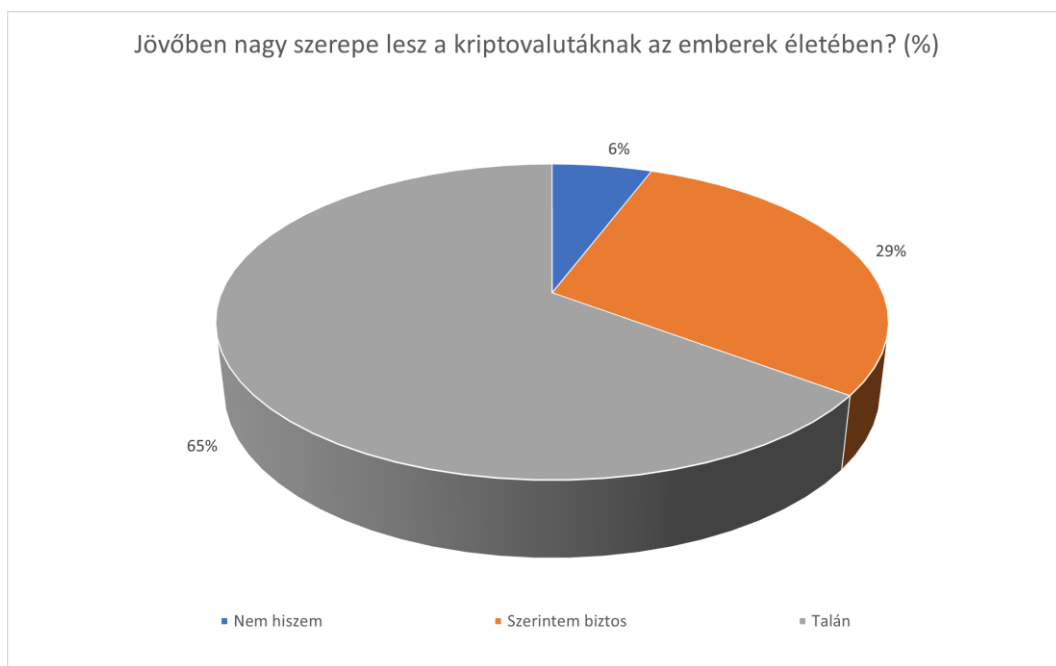
A 34. ábrán látható igazán, hogy a legtöbben csak a Binance-t használják, összesen 75 szavazattal. További 31 válasz érkezett a Crypto.com oldalra, valamint 22 válasz a Coinbase

oldalra. Talán ez a két vállalat az, ami zavart kelthet a későbbiekben a Binance működésében. De egyelőre még mindig elmondható, hogy a Binance a mai napig világvezetői szereppel bír a kriptotőzsdék terén. 17 szavazat érkezett még a Krakenre, valamint 8 szavazat a Bitfinexre. Ezt szorosan követi a KuCoin 7 szavazattal, valamint a Gate.io 5 szavazattal és a Gemini 4 szavazattal, azonban ezek egyelőre csak feltörekvő cégek közé tartoznak, különösebb behatást nem gyakorolnak a Binance-re nézve.

9.3. A kriptovilág jövője

A következő rész a kriptovaluták jövőjére kérdez rá. A kérdéscsoport első kérdése egy 1-5-ig értékelő skálaalapú kérdéssel kezdődik, ahol is a kitöltők szerint nagy szerepe lesz-e a kriptovalutáknak az emberek életében a jövőre nézve.

35. ábra: Nagy szerepe lesz a kriptovalutáknak a jövőben?

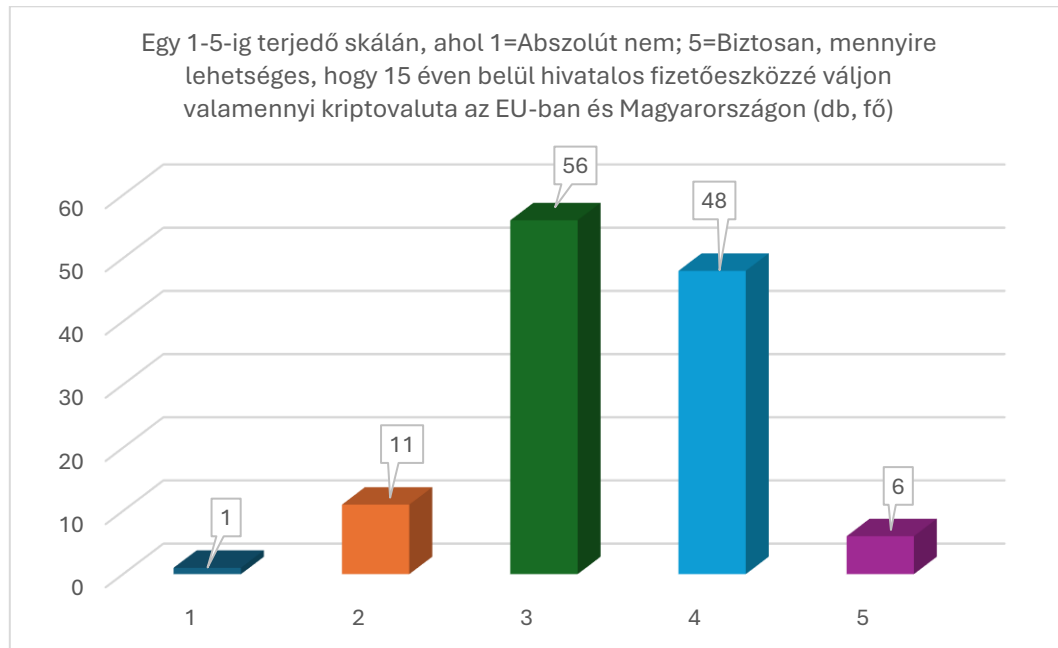


Forrás: saját szerkesztés

A 35. ábrából jól kivehető, hogy a válaszadók nagy aránya bizonytalan ezzel a kérdéssel kapcsolatban, a 65%-uk a „Talán” -ra szavaztak. További 29% biztosabbnak gondolja a kriptovilág jövőjét, emellett 6% számára nem hihető, hogy bármennyire is nagy szerephez jutna a kripto az emberek életében a jövőt nézve. A következő 1-5-ig terjedő skálaalapú kérdés 15 éves távlatra vetítve kérdezi meg a kitöltőket, hogy mennyire lehetséges szerintük, hogy

bizonyos kriptovaluták hivatalos fizetőeszközzé váljanak az európai piacon és Magyarországon ezzel együtt.

36. ábra: Lehetőség a kriptovaluták hivatalos fizetőeszközzé való bevezetéséről 15 éven belül az EU-ban és Magyarországon a kitöltők válaszadásai alapján

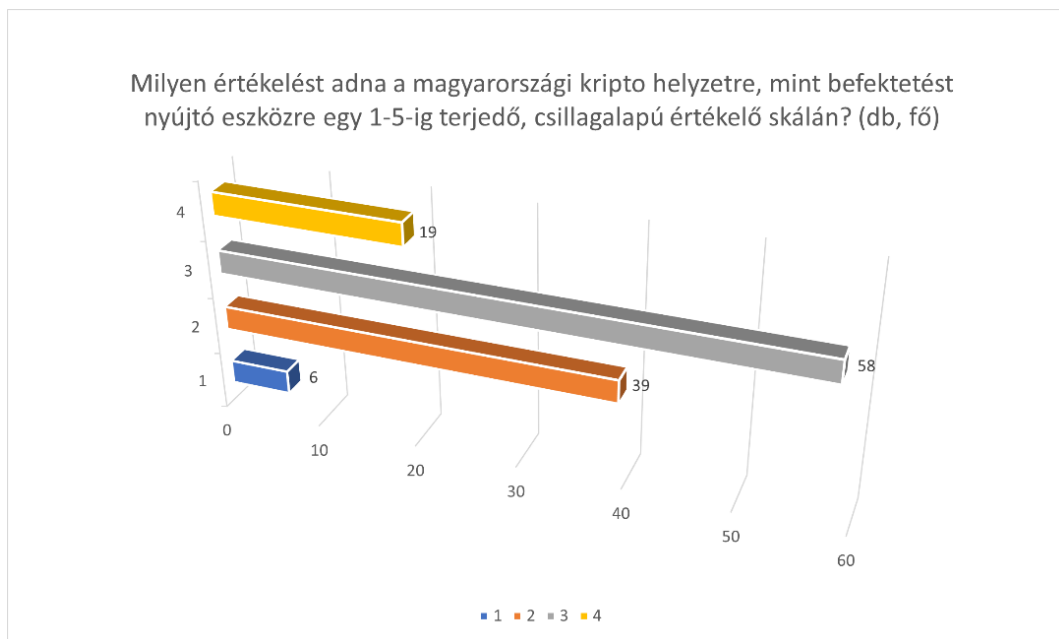


Forrás: saját szerkesztés

A 36. ábrán látható, hogy itt is leginkább a bizonytalanság dominál az emberekben. 56-an szavaztak 3-as értékeléssel, viszont kicsit talán jobb jövőképpel rendelkeznek ennél a képnél, mivel további 48 válaszadó szavazott 4-es értékeléssel. 11 szavazat érkezett 2-es értékelésre, valamint 6 szavazat 5-ös értékelésre és 1 fő gondolta úgy, hogy abszolút nem lehetséges annak az esélye, hogy 15 éven belül hivatalos fizetőeszköz legyen valamennyi kriptovaluta az EU-ban. Itt tettem fel kiegészítő, nem kötelező és saját válaszadós kérdést is azok számára, akik úgy tekintik, hogy majdnem biztosak a hivatalos fizetőeszköz bevezetésében, és akik úgy tekintik, hogy biztos nem lesz hivatalos fizetőeszköz egyik kriptovaluta sem. Akik a hivatalos fizetőeszköz mellett döntöttek, ide 4 válasz érkezett és mind a négy azt szűrte le, hogy szerintük, van annyira fejlődőképes az európai piac, hogy 15 éven belül valamelyik országban, akár Magyarországon is megjelenjen valamelyik kriptovaluta hivatalos fizetőeszközként, akik meg a nemre szavaztak, összesen 5 válasszal, ők meg pont az ellenkezőjét állítják, hogy az EU még nem lesz felkészülve addigra, hogy Bitcoin legyen egy hivatalos fizetőeszköz bárhol is, valamint az emberek sem akarnák ezt, mivel plusz bonyodalom lenne számukra kriptoszámlát

is fenntartani. Bónuszkérdésként pedig feltettem azt a kérdést, hogy a kitöltők milyenek érzik a jelenlegi kriptohelyzetet Magyarországon, mint befektetési lehetőséget egy 1-5-ig terjedő csillagozásalapú értékelő skálával.

37. ábra: A magyarországi kriptohelyzet, mint befektetést nyújtó lehetőség értékelése a kitöltők válaszadásai alapján



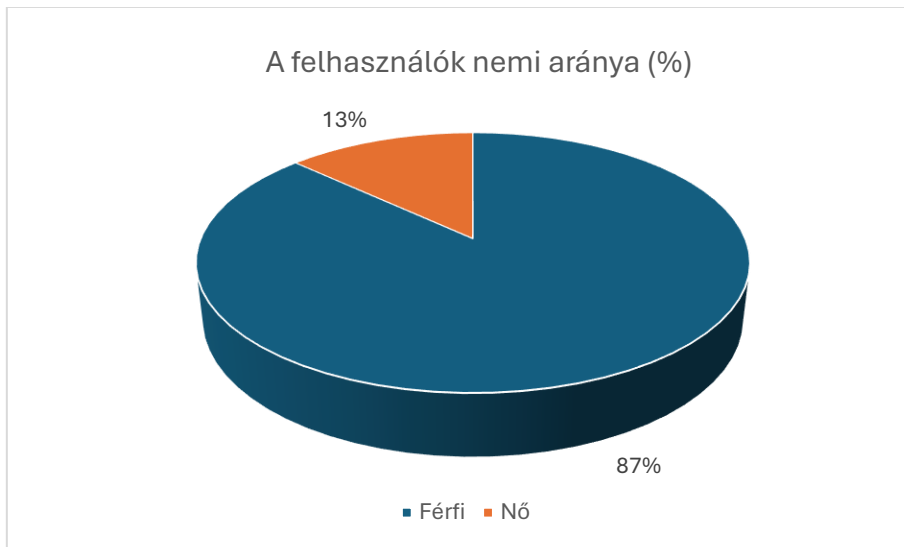
Forrás: saját szerkesztés

A 37. ábra szemlélteti, hogy jelenleg még ebben is inkább negativitást mutatnak az emberek, mint pozitivitást, illetve sokan bizonytalanok ezzel kapcsolatban is. Abból is látszik, hogy a legtöbb szavazat a 3-as értékelésre érkezett összesen 58 jelöléssel, a második helyen pedig a 2-es értékelés áll 39 válaszadó szavazatával és csak ezt követi a 4-es értékelés mindösszesen 19 szavazattal, valamint az 1-es értékelés 6 szavazattal, a teljes átlag pedig 2,73-as csillagozást kapott az 5-ből.

9.4. Demográfiai adatok

A kérdőívem végén pedig a kitöltők demográfiai adataira is rákérdeztem, összesen 7 féle kérdéssel. Az első kérdésem a nemi eloszlást vette figyelembe.

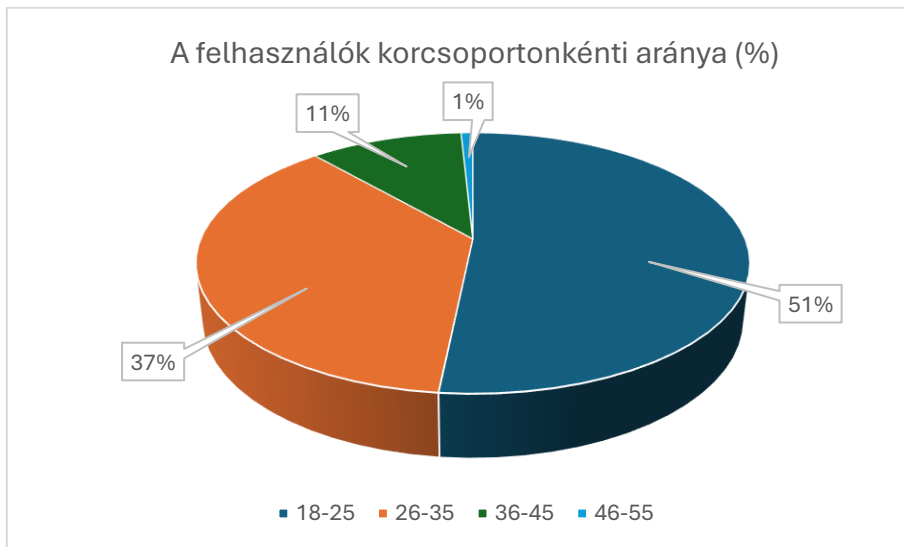
38. ábra: A felhasználók nemi aránya



Forrás: saját szerkesztés

A 38. ábra alapján a válaszadók döntő többsége férfi volt, összesen 87%-os arányban a nők 13%-os arányával szemben. Számomra ez nem meglepő adat, mivel az én ismeretségi körömben is nagyrészt férfiak használják a Binance-et, illetve befektetéssel is nagyrészt a férfi ismerőseim foglalkoznak. Az ezt követő kérdés a felhasználók korcsoportjaira kérdezett rá.

39. ábra: A felhasználók korcsoportonkénti aránya

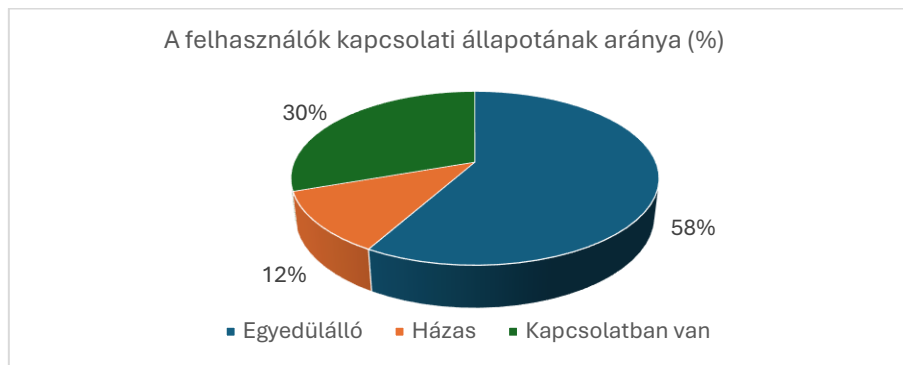


Forrás: saját szerkesztés

A 39. ábra igazolja azt a felvetésemet, miszerint a felhasználók nagy százalékban inkább fiatalok, mintsem középkorúak, ugyanis a válaszadók kitöltéseiből is látszik, hogy a

kitöltők kicsivel több, mint fele, összesen 51%-a a 18-25 éves korosztályban helyezkedik el, valamint az ezt követő korcsoport, a 26-35 évesek vannak a legnagyobb arányban jelen a válaszadók között 37%-os kitöltési aránnyal. További 11% tartozik a 36-45 éves korcsoportba és a maradék 1% pedig 46-55 éves korcsoportban helyezkedik el. Tehát leginkább a fiatalkorúak érdeklődnek a kriptovaluták iránt befektetés szempontjából, mintsem a középkorúak, vagy az idősebb generáció. A demográfiai kérdéseimet folytatva a következő pont a kitöltők kapcsolati állapotára kérdezett rá.

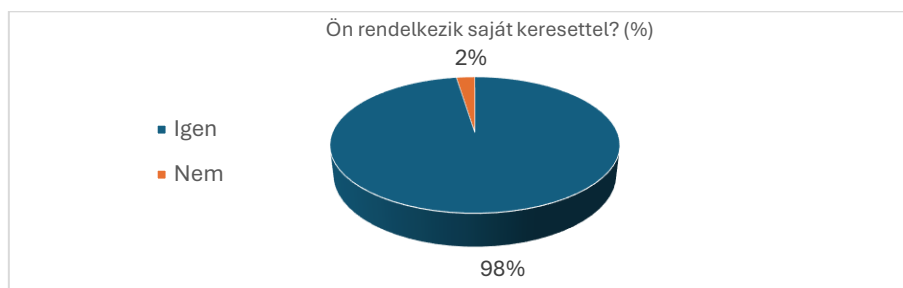
40. ábra: A felhasználók kapcsolati állapotának aránya



Forrás: saját szerkesztés

A 40. ábrán látható, hogy a kitöltők nagy százaléka egyedülálló, ez főként a fiatalságuknak köszönhető véleményem szerint. További 30%-uk van kapcsolatban és a maradék 12% házasodott már meg. Ebből a tenderből leginkább az vehető ki, hogy sokan, ha kapcsolatban is vannak, a házasság teljes mértékben a háttérbe szorul manapság már, nem sietik el az emberek. A demográfiai kérdéssorom következő eleme a kereseti helyzetéről szól a kitöltőknek.

41. ábra: Ön rendelkezik saját jövedelemmel?

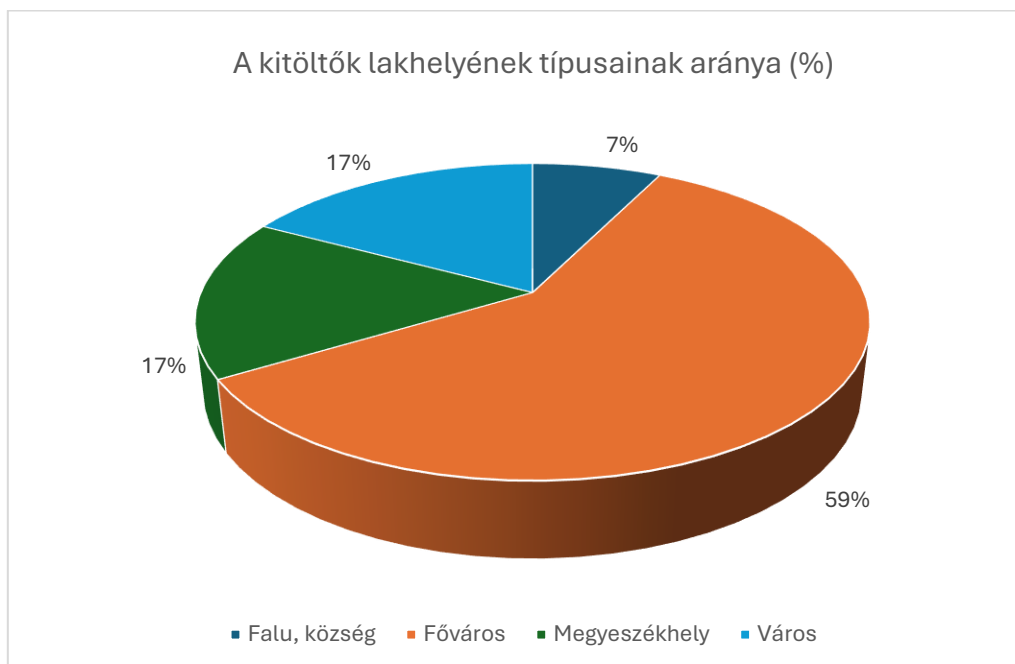


Forrás: saját szerkesztés

A 41. ábrával teljes mértékben igazolható, hogy a kitöltők majdnem teljes aránya rendelkezik valamilyen formában keresettel, és csupán 2%-uknak nincs jelenleg keresetük. Számomra ez

logikus, mivel, aki befektet, illetve van különböző eszközökbe befektetett vagyona, azoknak a nagy százaléka keres is bevételt magának valamilyen formában. A maradék 2%-ot pedig olyan csoportokba tudnám osztani, akik vagy még egyáltalán nem kezdtek el dolgozni a munkaerőpiacon fiatalságuk révén, és akár csak tervbe van a befektetés is, vagy pedig olyan emberekről van szó, akik éppen munkahelyváltásban vannak, vagy munkahely elhagyók lettek valamilyen okból kifolyólag a közel múltban. A témakörben mozogva tovább a következő kérdés a kitöltők lakhelyének típusaira kérdezett rá.

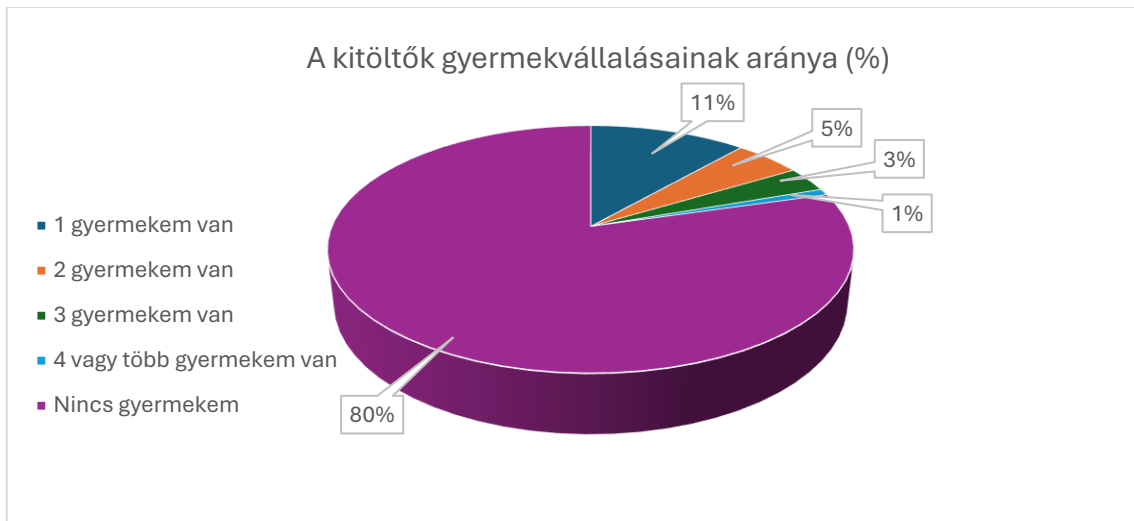
42. ábra: A kitöltők lakhelyének típusainak aránya



Forrás: saját szerkesztés

A 42. ábrából kideríthető, hogy a kitöltők nagy része, összesen 59%-a a főváros és vonzaskörzetében lakik, további 17-17% vagy megyeszékhelyen vagy pedig valamilyen városi joggal rendelkező településen lakik és csupán 7%-uk él valamilyen kisebb faluban, vagy községben. Ez is logikusnak mondható abból a szempontból, hogy az emberek Budapest és környékén tudják a legjobb bérezéseket átlagban elérni, így itt lesz a legtöbb esély arra, hogy az emberek egy bizonyos százaléka félretegyen pénzt és mondjuk befektesse azt különböző pénzügyi szolgáltatásokba. A hatodik kérdésem a gyermekvállalás felől érdeklődött a kitöltők felé.

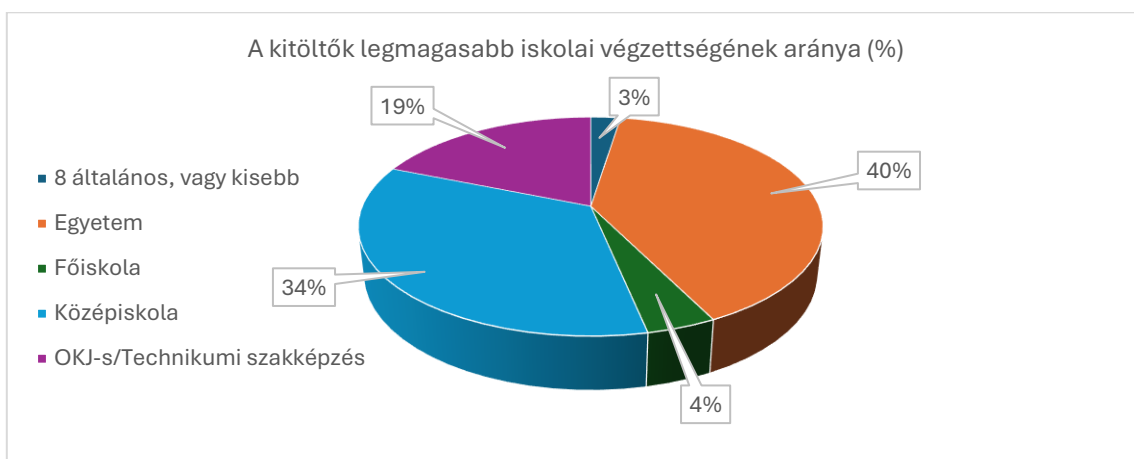
43. ábra: A kitöltők gyermekvállalásainak aránya



Forrás: saját szerkesztés

A 43. ábra kiválóan szemlélteti, hogy a kitöltők rendkívül kimagasló része, összesen 80%-a még nem vállal gyereket egyelőre, valamint további 11%-nak van egy gyermeke. További 5%-nál van két gyermek, valamint 3%-nál három és a maradék 1% rendelkezik négy vagy több gyermekkel. Ebből az szűrhető le, hogy a fiatalok körében a gyermekvállalás is kitolódik a házassághoz hasonlóan. Egyre kevesebben és egyre később szeretnék gyereket vállalni, ami az előregedő társadalmaknak az egyik alapvető okozója. Az utolsó, hetedik kérdésemnél pedig a kitöltők iskolai végzettsége felől szerettem volna informálódni kicsit.

44. ábra: A kitöltők legmagasabb iskolai végzettségének aránya



Forrás: saját szerkesztés

A 44. ábra pedig megmutatja az iskolai végzettségek diverzitását. A legtöbb válaszadó, 40%-ban már valamilyen egyetemi végzettséggel rendelkezik, viszont szorosan követi ezt a trendet

a Középiskolai végzettséggel rendelkezők aránya, összesen 34%-kal. További 19% végzett el valamilyen OKJ-s/Technikumi tanulmányt, illetve jóval kevesebb, 4% végzett el főiskolát. A maradék 3% pedig 8 általános vagy kisebb iskolai végzettséggel rendelkezik. A középiskolai végzettséggel rendelkezők magas száma is arra csatolható vissza szerintem, hogy sokan a fiatakorukban vannak még és nem végezték el az egyetemet. A főiskolások száma pedig a középkorú válaszadókra vonatkoztatható, hiszen manapság már nincsenek főiskolák, az egyetemek, valamint az egyetemi intézményekben tartott esetleges FOSZK képzések vették át a helyüket.

10. Összegzés

Szakedolgozatom összefoglalásával kapcsolatban kijelenthető, hogy egy számomra rendkívül izgalmas, és sokak számára rejtelmekkel teli utat járhattam be, ami nem csak az én, kriptovilágról alkotott képemet változtatta jobban meg, hanem egy sokkal mélyebb kapcsolatot építettem ki ezzel a rendkívül izgalomokkal teli, viszonylag új piaccal. A cég magyar követségével folytatott megkérdezésem során bepillantást nyerhettem a Binance színpalái mögé.

A mikro- és makrokörnyezeti elemzésem egy nagyobb részét is ő általuk sikerült fejlesztenem egy magasabb szintre, így több olyan információt tudtam meg, amit például az interneten, szekunder kutatás segítségével nem tudtam volna véghez vinni. Emellett rengeteg olyan, számomra érdekes és értékes információval bővült a tudástáram, amit esetleg a szakdolgozatom megírása nélkül soha nem is tudtam volna megszerezni. Nagy szerepet kapott ezen belül a STEEP elemzés, a SWOT analízis, vagy akár a 7p marketingstratégia elemzése a cégnek, de emellett megemlíthetem, akár Kotler 7o-ja alapján történő fogyasztói magatartás vizsgálatát is.

A primer kutatásom másik kvantitatív részénél a kérdőíves megkérdezés módszert használva, összesen 122 válaszadóval sikerült olyan válaszokat kapnom, amik részben meglepőnek és ledöbrentőnek, részben pedig egyértelműnek bizonyultak. Itt leginkább a hipotéziseimre térnék ki. Az első hipotézisem, miszerint a magyarok nagy része nincs tisztában azzal, hogy mi az a blokklánc technológia, és milyen területeken hogyan lehet használni részben megdőlt, mivel a blokklánc technológia ismertségére nagyon nagy részarány válaszolt igennel, ámde, azt a kérdést, hogy mire használják, legtöbben nem töltötték ki, viszont az a pár válaszadó

tudott egy-két példát hozni rá. A második hipotézisem, miszerint Magyarországon még nem olyan elterjedt a kriptovalutákba történő befektetés, valamint nem bíznak annyira benne még az emberek szintén részben dőlt meg, mivel Magyarországon a kitöltők arányára levetítve igen nagy százalék fektet már be kriptovalutákba, viszont a nem megbízhatóságáról nagyon vegyes válaszok érkeztek, így azt se jó, se rossz, hanem vegyes kategóriába sorolnám. A harmadik hipotézisem arra tért ki, hogy ha sokan is ismerik a Binance céget, a szolgáltatásait funkcióit még nem nagyon tudják kezelni, vagy még nem értenek hozzá teljesen. Ez az állításom abszolút helyt állt a megkérdezések alatt, ugyanis a válaszadók lényeges aránya tényleg csak maximum egy vagy két szolgáltatást ismer és a nagy részét még feltérképezetlenül, figyelmen kívül hagyja. A negyedik hipotézisem a mesterséges intelligenciával kapcsolatos témát fogalmazott meg. Úgy ítélt meg, hogy manapság még nagyon sokan nem bíznak a mesterséges intelligenciában, így a Binance-t használók közül is az emberek nagy része nem szívesen használ MI-n alapuló kereskedő botokat, főként a bizalmatlanság végett. Ez az állításom pedig abszolút helytálló maradt, ugyanis a kérdőívemből kiderült, hogy a kitöltők többségében tényleg nem használják ezeket a botokat, a másik, opcionális kérdésből pedig a néhány válasszal, amit kaptam megerősítette, hogy a bizalmatlanság és a hozzá nem értés a fő oka ennek a jelenségnek. Az ötödik hipotézisem, miszerint a Binance céget legtöbbször Word-of-Mouth marketing alapján ismerték meg, szintén helytálló megállapítás volt, ugyanis a kitöltők kicsivel több, mint $\frac{3}{4}$ -e szerint így hallott a Binance-ről, illetve egész közel volt még a social media, valamint internetes hírportálokról megismerők aránya is. Az utolsó hipotézisem pedig a demográfiai adatok témakörében történő állításról szólt. Itt azt állapítottam meg előzetesen, hogy a férfiak lesznek döntő többségben, akik használják a Binance-t befektetés és kereskedés szempontjából. És ez a hipotézisem is megfelelt a valóságnak, ugyanis lényegesen döntő többségben vannak a kitöltők alapján a férfi felhasználók, mint a nők.

Összességébe véve pedig nagyon remélem, hogy sikerült egy pontosabb képet alkossak a kriptovaluták és a blokklánc működéséről, valamint kicsit mélyebb ismereteket átadni a jövő generációjának a Binance cégről, ezzel is támogatva a cég, valamint a magyar nagykövetség munkáját és elképesztő segítőkészségüket.

Irodalomjegyzék

academy.binance.com (2023): Mi az a blokklánc és hogyan működik?

<https://academy.binance.com/hu/articles/what-is-blockchain-and-how-does-it-work>

Letöltés dátuma: 2024. 09. 04.

Rajesh Singh, Anita Gehlot and Bhavesh Dharmani (2022): Cross-Industry Blockchain Technology: Opportunities and Challenges in Industry 4.0, Bentham Science Publishers, Szingapúr (10.o. wordben)

Anders Bylund (2023): How blockchain works?

<https://www.fool.com/terms/b/blockchain/>

Letöltés dátuma: 2024. 09. 04.

Felix-Rose Collins (2024): A blokklánc hatása a marketing automatizációra

<https://www.ranktracker.com/hu/blog/the-impact-of-blockchain-on-marketing-automation/>

Letöltés dátuma: 2024. 09. 04.

statista.com (2024): Distribution of blockchain market value worldwide in 2020, by vertical

<https://www.statista.com/statistics/804775/worldwide-market-share-of-blockchain-by-sector/>

Letöltés dátuma: 2024. 09. 04.

statista.com (2024): Number of identity-verified cryptoasset users from 2016 to June 2024

<https://www.statista.com/statistics/1202503/global-cryptocurrency-user-base/>

Letöltés dátuma: 2024. 09. 04.

Kiana Danial (2019): Cryptocurrency Investing for Dummies, John Wiley & Sons, Inc. New Jersey (13.o. wordben

techhq.com (2020): Companies are losing billions due to fake clicks

<https://techhq.com/2020/01/companies-are-losing-billions-due-to-fake-clicks/>

Letöltés dátuma: 2024. 09. 06.

Sam Carr (2021): How many ads do we see a day?

<https://www.lunio.ai/blog/how-many-ads-do-we-see-a-day>

Letöltés dátuma: 2024. 09. 06.

Saifedean Ammous (2018): The Bitcoin Standard – The Decentralized Alternative to Central Banking, John Wiley & Sons, Inc., New Jersey (18., 25. o. wordben)

plasbit.com (2022): What was the first bitcoin transaction?

<https://plasbit.com/blog/what-was-the-first-bitcoin-transaction>

Letöltés dátuma: 2024. 09. 06.

portfolio.hu (2024): A 252 milliárd forintos pizza története

<https://www.portfolio.hu/uzlet/20240522/a-252-milliard-forintos-pizza-tortenete-687457>

Letöltés dátuma: 2024. 09. 06.

insights.com.yale.edu (2021): El Salvador adopted Bitcoin as an official currency

<https://insights.som.yale.edu/insights/el-salvador-adopted-bitcoin-as-an-official-currency-salvadorans-mostly-shrugged>

Letöltés dátuma: 2024. 09. 06.

statista.com (2023): Reasons for consumers in Canada to invest in cryptocurrency in 2022 and 2023

<https://www.statista.com/statistics/1445649/reasons-to-purchase-crypto-in-canada/>

Letöltés dátuma: 2024. 09. 06.

Marsha Collier (2011): The Ultimate Online Customer Service Guide: How to Connect with Your Customers to Sell More!, John Wiley&Sons, Inc., New York

statista.com (2024): Cryptocurrency user penetration rate in Hungary from 2017 to 2028

<https://www.statista.com/forecasts/1429599/hungary-cryptocurrency-user-share>

Letöltés dátuma: 2024. 09. 06.

Aldo Cundari (2015): Customer-Centric Marketing: Build Relationships, Create Advocates, and Influence Your Customers, Wiley&Sons, Inc., New York

statista.com (2024): Trusted sources used to learn about cryptocurrency among users in Singapore as of November 2023

<https://www.statista.com/statistics/1295802/singapore-cryptocurrency-information-sources/>

Letöltés dátuma: 2024. 09. 06.

Cor Molenaar (2011): E-Marketing: Applications of Information Technology and the Internet Within Marketing, Taylor&Francis Group, Oxfordshire

William E., Jr. Hoover, Eero Eloranta, Jan Holström, Kati Huttunen (2001): Managing the Demand-Supply Chain: Value Innovations for Customer Satisfaction, John Wiley&Sons, New York

statista.com (2024): Market size of the online gambling industry worldwide from 2017 to 2023, with a forecast until 2029

<https://www.statista.com/forecasts/270728/market-volume-of-online-gaming-worldwide>

Letöltés dátuma: 2024. 09. 06.

Flemming Hansen and Sverre Riis Christensen, (2007): Emotions, Advertising and Customer Choice, Samfundslitteratur, Frederiksberg

renewableenergyworld.com (2021): Blockchain: Opening doors in the energy sector

<https://www.renewableenergyworld.com/energy-efficiency/blockchain-opening-doors-in-the-energy-sector/>

Letöltés dátuma: 2024. 09. 06.

Jon Cohen – Laura Wronski (2021): Demographic characteristics of different investors

<https://www.cnbc.com/2021/08/30/cryptocurrency-has-a-big-gender-problem.html?&qsearchterm=crypto%20gender%20problem>

Letöltés dátuma: 2024. 09. 17.

statista.com (2024): Share of companies in Italy experiencing ransomware attacks as of January 2023, by type

<https://www.statista.com/statistics/1447189/companies-affected-by-ransomware-in-italy-by-type/>

Letöltés dátuma: 2024. 09. 17.

fogalomtar.hte.hu (2018): APT-támadás

<https://www.fogalomtar.hte.hu/wiki/-/wiki/HTE+Infokommunikacios+Fogalomtar/APT-t%C3%A1mad%C3%A1s>

Letöltés dátuma: 2024. 09.17.

Luca Petruzzellis and Russel S. Winer (2016): Rediscovering the Essentiality of Marketing: Proceedings of the 2015 Academy of Marketing Science (AMS) World Marketing Congress, Springer International Publishing AG, Cham

Erica Stanford (2021): Crypto Wars: Faked Deaths, Missing Billions and Industry Disruption, Kogan Page, London (27.o. wordben)

chainalysis.com (2024): Number of ERC-20 tokens that met criteria for possible pump and dump, Jan 2022 – Dec 2023

<https://www.chainalysis.com/blog/crypto-crime-2024-pump-and-dump/>

Letöltés dátuma: 2024. 09. 20.

Bitcoinbasis.hu (2024): Kriptopénzek a Darkneten – Milyen kriptopénzt használnak a Dark weben?

<https://www.bitcoinbasis.hu/kriptopenzek-darkneten/>

Letöltés dátuma: 2024. 09. 22.

statista.com (2024): Number of Monero (XMR) transactions per day on the blockchain from April 2014 to August 25, 2024

<https://www.statista.com/statistics/730827/average-number-of-monero-transactions/>

Letöltés dátuma: 2024. 09. 22.

cryptonews.net (2024): XRP and XMR See Spike in Social Volume Amid Regulatory Scrutiny

<https://cryptonews.net/news/analytics/28997201/>

Letöltés dátuma: 2024. 09. 23.

Hristina Vasileva (2024): Monero (XMR) rallies to monthly high after spike in Google searches

<https://www.cryptopolitan.com/monero-rallies-spike-in-google-searches/>

Letöltés dátuma: 2024. 09. 23.

kriptomat.io (2020): Mi az a Monero (XMR) kriptovaluta és hogyan működik?

https://kriptomat.io/hu/kriptovaluta-arfolyam/monero-xmr-erteke/mi-az/#Mi_az_a_Monero_XMR

Letöltés dátuma: 2024. 09. 24.

LoremBNB (2022): The History of Binance

<https://www.binance.com/en-IN/square/post/121718>

Letöltés dátuma: 2024. 09. 25.

Mellékletek

Kérdőív kérdései

Hallott már a blokklánc technológiáról? *

- Igen
 Nem

Tudna mondani olyan piaci területeket, amelyek Ön szerint blokklánc technológiát használnak már?

Saját válasz

Honnan hallott róla? *

- Internetes hírportálokon, social platformokon
 Barátoktól, ismerősöktől
 Családtagtól
 Offline reklámfelületeken
 Még nem hallottam róla
 Egyéb: _____

Használt már bármilyen blokkláncon alapuló szolgáltatást? *

- Igen
 Nem
 Nem tudok róla

Ha igen, milyen szolgáltatás(ok) volt(ak) ez(ek)?

Saját válasz

A havi jövedelmének hány százalékát szánja befektetésre? *

- <1%
- 1-10%
- 10-20%
- >20%

Hallott már a Binance cégről? *

- Igen
- Nem
- Talán

Honnan ismerte meg? *

- Online oldalkról, social mediáról (pl.: Instagram, Facebook, YouTube, Twitch...)
- TV-ben, újságcikkekben
- Streaming platformokon (pl.: Netflix, Disney+, Amazon Prime, SkyShowtime...)
- Barátoktól, ismerősöktől
- Rokonoktól
- Offline reklámfelületeken
- Még nem hallottam róla
- Egyéb: _____

Ön fektet be kriptovalutá(k)ba? *

- Igen
- Nem, de tervezek
- Nem, és nem is tervezek

Ha igen, akkor melyek ezek közül? *

	Igen	Nem
Bitcoin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Etherum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
BNB Smart Chain	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Solana	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
XRP	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Litecoin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dogecoin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
TROY	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cardano	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PEPE	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Van egyéb token, amikbe fektet még a felsoroltakon kívül?

Saját válasz

Mi motiválta Önt arra, hogy ezeket a kriptovalutákat válassza? *

- Nagy hozam ígérete
- Bizalom
- Ajánlás másoktól
- Vonzz az ismeretlen
- Egyéb: _____

Ha Ön nem érzi biztonságosnak, egy mondatba meg tudná fogalmazni, hogy mi a fő indoka?

Saját válasz

Volt olyan mértékű vesztesége a befektetés ideje alatt, ami megterhelőnek bizonyult az Ön számára? *

- Igen
 Nem

Volt olyan mértékű nyeresége a befektetés ideje alatt, ami számottevőnek bizonyult az Ön számára? *

- Igen
 Nem

1-5-ig terjedő skálán Ön mennyire ajánlaná barátainak a kriptóba való fektetést? *

- Egyáltalán nem 1 2 3 4 5 Teljes mértékben
-

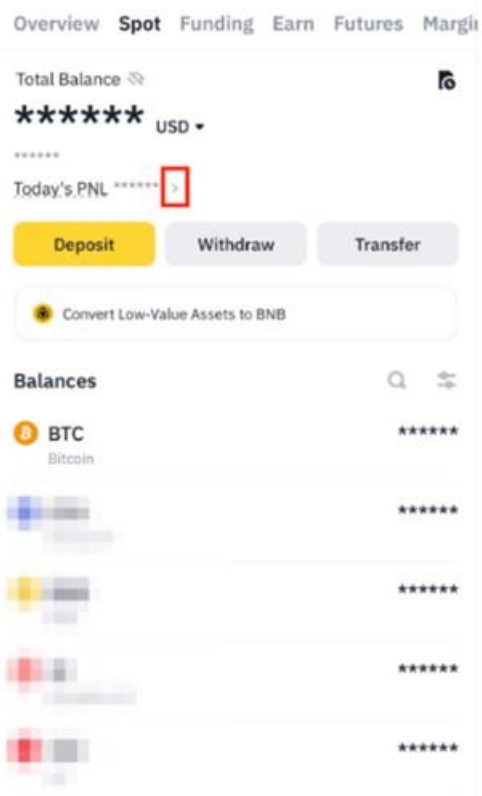
1-5-ig terjedő skálán, ha már ismeri a Binance céget, mennyire ajánlaná barátainak, ismerőseinek, rokonainak, mint pénzbefektetési szolgáltatást nyújtó vállalatot? *

- Egyáltalán nem 1 2 3 4 5 Mindenképpen ez lenne az első
-

Ha az "Egyáltalán nem" mellett döntött, meg tudná fogalmazni egy mondatban, hogy miért hozta ezt a döntést?

Saját válasz _____

Mekkora a jelenlegi napi PnL (Profit and Loss) százalékos formában azon a kriptón, amibe a legtöbbet fektetett és melyik ez a kriptovaluta? **PL: +/-...%**, **kriptovaluta rövidített neve** (A kép segítséget nyújthat azoknak, akik nem tudnák, hol kell keresni)



Saját válasz

Használ kereskedő botokat a saját befektetései kezeléséhez a Binance-en? *

- Igen
- Nem, de tervezek
- Nem, és nem is tervezek

Ha igen, mi az oka?

Saját válasz

Ha nem, mi az oka?

Saját válasz

Milyen egyéb kiegészítő szolgáltatásokat használ a Binance-en, ahol saját vagyonát, illetve a már rendelkezésre álló kriptovalutáit teszi fel befektetés, illetve kereskedés céljából? *

- P2P csere
- NFT piac
- Tőkeáttételes befektetés
- Binance loan
- Binance Academy
- Binance Wallet
- Határidős ügyletek
- Egyik sem
- Egyéb: _____

Van egyéb kriptotőzsdei oldal is, amit használ befektetés céljából? *

- Igen
- Nem

Mely(ek) ez(ek) az oldal(ak)? *

- Coinbase
- Kraken
- KuCoin
- Gate.io
- Gemini
- Bitfinex
- Crypto.com
- Nem használlok
- Egyéb: _____

Fizetett már kriptóval különböző vásárlások alkalmával? *

- Igen
- Nem
- Nem tudtam, hogy lehet, de fizetnék mindenképpen
- Nem tudtam, hogy lehet, de nem is fizetnék vele

Ön szerint a jövőben nagy szerepe lesz a kriptónak az emberek életében? *

- Szerintem biztos
- Talán
- Nem hiszem

Mit gondol, 15 éven belül lehetséges az, hogy hivatalos fizetőeszközzé váljon valamennyi kriptovaluta az európai piacon és Magyarországon egyaránt? (pl. Bitcoin, Ethereum, Solana, BNB, stb.) *

- | | | | | | | |
|--------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Abszolút nem | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Biztosan |

Ha igen, miért gondolja ezt?

Saját válasz _____

Ha nem, miért gondolja ezt?

Saját válasz _____

Összességében véve hogyan értékeli a jelenlegi kripto helyzetet Magyarországon, *
mint befektetési eszközt?

1

2

3

4

5



Egy mondatban kérem fogalmazza meg, mi alapján hozta ezt a döntést.

Saját válasz _____

Az Ön neme *

Férfi

Nő

Nem nyilatkoznék

A felsorolt célcsoportok közül Ön melyikbe tartozik? *

18-25

26-35

36-45

46-55

56-65

66+

Ön jelenleg *

- Egyedülálló
- Kapcsolatban van
- Házas

Ön rendelkezik saját keresettel? *

- Igen
- Nem

Lakhelyének típusa *

- Főváros
- Megyeszékhely
- Város
- Falu, község

Hány gyermeke van? *

- Nincs gyermekem
- 1 gyermekem van
- 2 gyermekem van
- 3 gyermekem van
- 4 vagy több gyermekem van

Az Ön legmagasabb iskolai végzettsége *

- 8 általános, vagy kisebb
- OKJ-s/Technikumi szakképzés
- Középiskola
- Főiskola
- Egyetem

NYILATKOZAT

Alulírott PUSZTASZERI BENCE MÁRK büntetőjogi felelősségem tudatában nyilatkozom, hogy a szakdolgozatomban foglalt tények és adatok a valóságnak megfelelnek, és az abban leírtak a saját, önálló munkám eredményei.

A szakdolgozatban felhasznált adatokat a szerzői jogvédelem figyelembevételével alkalmaztam.

Ezen szakdolgozat semmilyen része nem került felhasználásra korábban oktatási intézmény más képzésén diplomaszerzés során.

Tudomásul veszem, hogy a szakdolgozatomat az intézmény plágiumellenőrzésnek veti alá.

Budapest, 2024 év11..... hónap28..... nap

Pusztaszeri Bence Márk

hallgató aláírása


Nyilatkozat a szakdolgozat státuszáról (nyilvános, bizalmas)

Alulírott PUSZTASZERI BENCE MÁRK (Neptun kód DODAML) a
A BLOKKLÁNC, A KRIPTOVILÁG ÉS A MARKETING KAPCSOLATA, A KRIPTOVALUTÁK
KORSZAKA ÉS A BINANCE CÉG MARKETINGSTRATÉGIÁJÁNAK ELEMZÉSE

című szakdolgozatommal/zárodolgozatommal (továbbiakban mű) kapcsolatban az alábbiakról nyilatkozom:

- Kijelentem, hogy a mű BGE Dolgozattár repozitóriumába való feltöltésével más jogát nem sértem. Tudomással bírok arról, hogy az Egyetem a szerzői jogok meglétét nem ellenőrzi.
- Nyilatkozom, hogy a mű (a megfelelő rész aláhúzendó)
 - a bizalmas
 - a nyilvánosság számára hozzáférhető.
- Tudomásul veszem, hogy
 - szerzői jogsértés esetén az Egyetem az érintett dokumentum elérhetőségét a szerzői jogsértés tisztázása idejére átmenetileg korlátozza,
 - szerzői jogsértés esetén az érintett művet a Repozitórium adminisztrátora a Repozitóriumból haladéktalanul eltávolítja,
 - amennyiben a dolgozatomat a nyilvánosság számára hozzáférhetővé teszem, az egyetem a dolgozatomat az interneten a nyilvánosság számára hozzáférhetővé teszi. Hozzájárulásom – szerzői jogaim maradéktalan tiszteletben tartása mellett – nem kizárólagos és időtartamra nem korlátozott felhasználási engedély.

Kelt: BUDAPEST 2024. 11. 28.



hallgató

s.k.