

MARKETING A KRIPTO ESZKÖZÖK VILÁGÁBAN

MARKETING IN THE WORLD OF CRYPTOCURRENCIES

Nagy Péter

ÖSSZEFOGLALÁS

Mennyire számítanak a marketing eszközök a kriptovaluták világában? Vajon tényleg a blokklánc és a kriptoeszközök a jövő? A kutatásom során ezeknek a kérdéseknek a halmazából ragadtam ki egy darabot, és tártam fel a marketing és promóció dimenzióit a területtel kapcsolatban magyarországi, illetve nemzetközi viszonylatban is. Bízunk az emberek a kripto pénzekben? Mennyire népszerűek a kripto eszközök? Honnan hallanak róluk az emberek? Kell e egyáltalán ezen a területen marketing? A munkám során ezekre a fő kérdésekre kerestem első sorban a választ. A specifikus kérdések mellett átfogó képet alkottam a kriptopiac világáról. Kutatómódszeremben megvizsgáltam, hogy milyen promóciós eszközöket használnak a kripto eszközöket létrehozók, illetve megvizsgáltam a relevánsabb befektetői motivációkat. Az említett kérdésekre a válaszokat saját, illetve más szerzők kutatásai alapján dolgoztam fel.

Kulcsszavak: kriptovaluta, bitcoin, marketing, kripto, blokklánc

ABSTRACT

How important are marketing tools in the world of cryptocurrencies? Are blockchain and crypto-assets really the future? In the course of my research, I picked out a piece from the set of these questions and explored the dimensions of marketing and promotion in relation to the area, both in Hungary and internationally. Do people trust cryptocurrencies? How popular are crypto assets? How do people hear about them? Is there any need for marketing in this area at all? During my work, I primarily sought answers to these main questions. In addition to the specific questions, I created a comprehensive picture of the world of the crypto market. In my research, I examined what promotional tools are used by those who create crypto assets, and I examined the more relevant investor motivations. I elaborated the answers to the mentioned questions based on my own and other authors' research.

Keywords: cryptocurrency, bitcoin, marketing, crypto, blockchain

BEVEZETÉS

Napjainkban a gazdaság minden szereplőjének egyre nehezebb és összetettebb kihívásokkal kell szembenéznie (NAGY et al., 2009). A jelenkor a bankrendszerek reformkorát éli. A bankrendszer kialakulása a reneszánsz időkre tehető vissza. Az érmék elterjedésével társadalmi igény volt arra, hogy valami rendszer körbeölelje a pénzmozgásokat. Az akkori vezetői réteg létrehozta a mai bankrendszer alapjait. Maga a bank kifejezés az olasz „banca” – pad szóból származik, ez az akkoriban működő pénzváltó padokra utal. A 19. századra az aranyfedezet megkérdőjeleződött. Számos vitát és érdekellentétet váltott ki (HERMANN, 1987). A legnagyobb kérdés az volt, hogy aranyfedezet nélkül is működhet e stabilan az addig megalkotott pénzrendszer vagy sem. Hiszen az akkori kereskedők egy idő után pénzhiányban szenvedtek, és a vezetők saját szakállukra elkezdtek pénzt nyomtatni. Ennek a konfliktusnak a végét az állami adósságlevelek oldották meg, amik csak felületesen kezelték az akkori problémákat (JONATHAN, 1999). A 20. századi háborúk után ez a probléma újra felmerült, sőt még nagyobb volumenben jelentkezett így megállapodtak a világ vezetői, hogy felszámolják az aranyfedezetre épülő rendszert, így végérvényessé vált, hogy tetszés szerint, fedezet nélkül nyomtathatnak pénzt a vezetők (GILINCSEK, 2003). Így elérünk a pénztörténetünk aktuális korszakához: a kripto pénzek világához. Ennek lényege, hogy a bankrendszert kivéve a képletből, köztes szereplő, illetve harma-

dik fél nélkül történnek a tranzakciók egy megbízható hálózaton, amit annak szereplői tartanak fenn. Csak küldő és fogadó létezik, illetve a rendszert fenntartó csomópontok és bányászok, akik a technológia biztonságáért és tranzakciók hitelesítéséért felelnek meg. (GYÖRFI et al., 2019). A 2008-as gazdasági világválság óta egyre népszerűbbek a kriptovaluták. A Bitcoin-t 2009. január 3-án egy névtelen személy, vagy csoport (álnevén: Satoshi Nakamoto) alkotta meg. Nyílt forráskódú digitális fizetőeszköz. Az alkotó(k) a rendszert közvetlenül a 2008-as válságra reflektálva, alternatív fizetési és pénzügyi rendszerként alkotta meg. Maga a rendszer elosztott hálózatú, tehát nem függ semmilyen központi szervertől, hatóságtól vagy kibocsátótól. A hálózaton lévő számítógépek tárolják a bitcoin főkönyvét, ami tartalmazza az adott tranzakciók adatait, ezzel eleget téve az alapvető követelményeknek az elektronikus fizetőeszközök területén (BITCOIN.ORG, 2022). A projektet akkoriban a bitcointalk.org oldalon, illetve partnerprogramokon keresztül kezdte el promótálni. Mára már a kripto eszközök értékesítése és reklámozása különálló terület, vállalkozások és karrierök épülnek az egyes projektek népszerűsítésére (VINGA, 2015).

ANYAG ÉS MÓDSZER

Manapság már nem elegendő a hagyományos üzleti megoldásokat és módszereket ismerni, ha átfogó képet akarunk kapni a gazdaság aktuális helyzetéről. KOVÁCS et al. (2021) tanulmányukban utalnak arra, hogy a keresletoldali, platformalapú, együttműködő gazdaság gyors elterjedése és annak különböző formái már több mint egy évtizede a mindennapi élet részei. Ebbe a sorba beleillenek a kripto eszközök is. A téma újszerűségére miatt az egyes területekről csak online források és adathalmazok érhetők el. Adatokat gyűjtöttem az egyes kripto eszközök hivatalos weboldalairól, fórumairól. A projektek ökoszisztémáját és működését vizsgáltam meg annak érdekében, hogy kiderüljön, milyen promóciós eszközöket, programokat alkalmaznak a készítőik. Feldolgoztam más, a témában jártas kutatók munkáit. Többek között a befektetői motivációkat ilyen források alapján elemeztem. A kutatáshoz szükséges kérdőív közérthető, egyértelmű, többnyire zárt kérdések tartalmaz (HORVÁTH, 2004). A Horváth szerinti kérdőív készítés szabályainak mentén online kérdőíves megkérdezést végeztem kripto eszközökkel foglalkozó fórumokon, annak érdekében, hogy csak és kizárólag olyan emberek töltsék ki a formot, akik jártasak a kriptovaluták világában. A kérdéskör a kripto eszközökkel kapcsolatos alaptudást igényel, így hozzáértő emberek csoportjait kutattam fel annak érdekében, hogy releváns adatokat dolgozhassak.

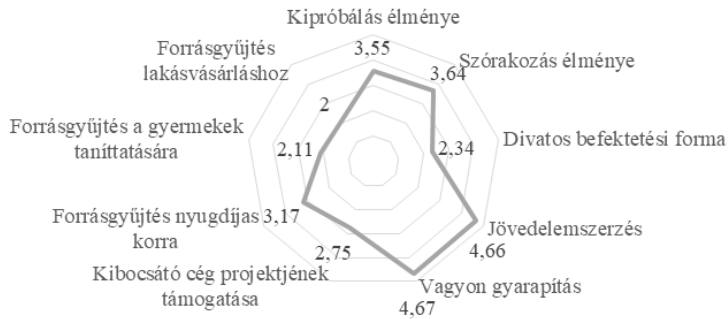
EREDMÉNYEK

Adatgyűjtés

Kripto projektekről a következő fórumokon lehet informálódni: hírekkel foglalkozó weboldalak (pl. coindesk.com); elemzésekkel, vásárlásokkal foglalkozó felülete (pl. coinmarketcap.com); hivatalos projekt oldalak (pl. bitcoin.org); offline fórumok (pl. bitcoin conference); közösségi média (pl. twitter.com). Az alábbi promóciós módszereket alkalmazzák a kripto eszközöket létrehozó vállalkozások: informatív weboldal, direkt üzenetek SMS és MAIL formájában, organikus közösségi média megjelenések, fizetett hirdetések, affiliate marketing, PR marketing, offline marketing - rendezvények (BINANCE.COM, 2022).

Befektetői motivációk

Tachscherer és Benedek egy 2019-es felmérése szerint a megkérdezettek nagy részének a legfőbb motivációja a vagyongyárapítás és a jövedelemszerzés.

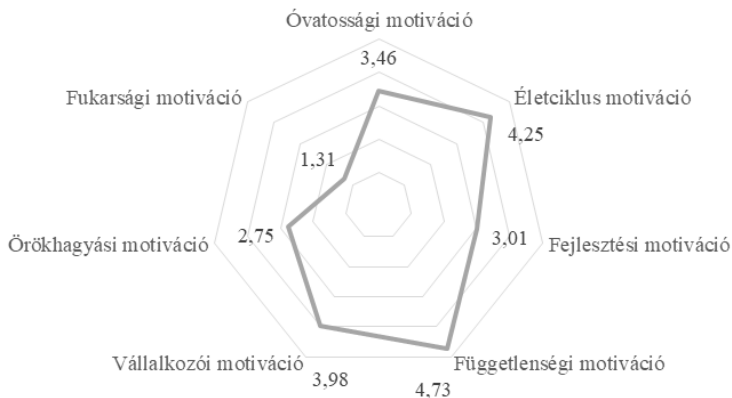


1. ábra: **Befektetők motivációi a kriptovaluta befektetések során (Likert-skála)**

Forrás: Tachscherer – Benedek (2019)

A kutatás a likert skálát használta. A skálán 1-től 5-ig terjedő intervallumban nyilatkozhattak a megkérdezettek, mi szerint 1 = egyáltalán nem, 5 = teljes mértékben. A felmérés nyertesei a vagyon gyarapítása (4,67) és a jövedelemszerzés (4,66) voltak. Az előbbi preferálók körében a fő cél, hogy a befektetés fedezze az infláció mértékét, azaz a befektetett összeg reálértéke növekedjen.

Keynesi megközelítésben a megtakarítás is érdekes eredményeket mutat a kriptovaluta befektetésekkel összevetve. Az alábbi kutatás is a Likert-skálát alkalmazza, mi szerint 1 = egyáltalán nem, 5 = teljes mértékben.



2. ábra: **Keynesi értelmezésben vett megtakarítási motivációk jelenléte a kriptovaluta befektetőknél (Likert-skála)**

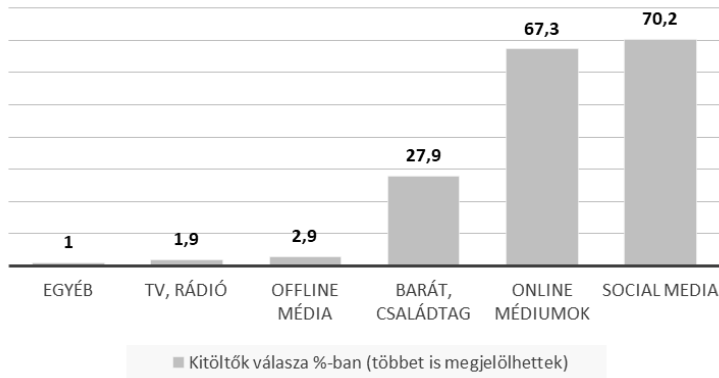
Forrás: Tachscherer – Benedek (2019)

A 2019-es felmérés alapján a megkérdezettek 86,2%-a teljes mértékben egyetért azzal, hogy fontos a tartalékolás, például: gondoskodás az öregkorról. A megkérdezettek 4,25-re értékelték összességében az életciklus motivációt.

Kérdőíves kutatás

Felmérésemben kvantitatív kérdőíves megkérdezést alkalmaztam. Célcsoportom a kripto világában jártas emberek voltak. Őket különböző közösségi média felületeken értem el. Ezek a felületek 20 ezer fő elérhető, amelyből kicsit több, mint 5%, pontosabban 1040 fő töltötte ki a kérdőívemet. A felmérés nem reprezentatív, de véleményem szerint az eredmények egybecsengenek a nagy egész véleményével. A résztvevők 88,5%-a jelenleg is birtokol valamilyen

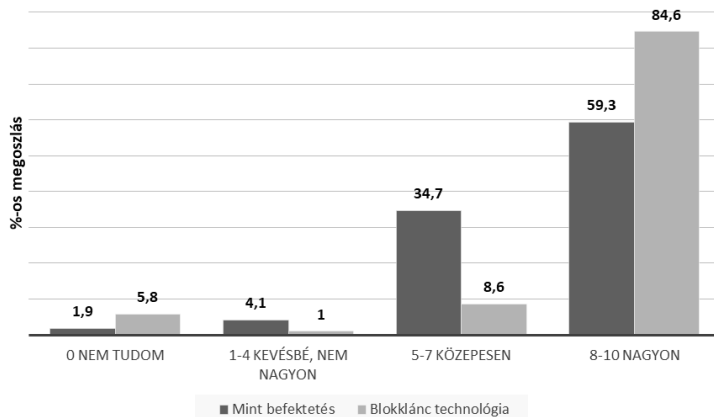
kriptoalutát. 2,9 százalék foglalkozott ezekkel a projektekkel komolyabb szinten és vásárolt is belőlük, de jelenleg nem birtokol ilyen eszközöket. 5,7% még nem vásárolt, de a közel vagy távoli jövőben tervezi, illetve van egy szűk réteg (2,9%) a kitöltők között, akik csak követik a témával kapcsolatos fórumokat, de nem is volt és nem is tervezik, hogy legyen kriptoalutájuk.



3. ábra: Hol szokott tájékozódni a kripto eszközökkel kapcsolatban?

Forrás: saját szerkesztés marketing a kripto eszközök világában kérdőív alapján.

A kettő vezető kategória az a Social Media (53,8%) és a Barát, Családtag (46,2%) opció. A kitöltők közel 100%-a ebből a két forrásból hallott először a kriptoalutákról. Jelentősebb réteg (34,6%) online médiumok által értesült először erről a témáról, és a felmérés kevésbé népszerű pontjai: TV, Rádió (6,7%); Offline média (1,9%). Ezekből az adatokból tisztán látható, hogy milyen jelentőséggel bír a közösségi média ezen a területen, illetve a barátok, családtagok meggyőző ereje.



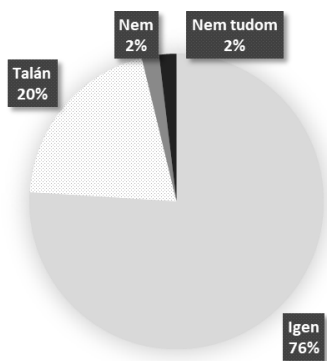
4. ábra: Mennyire tartja megbízhatónak a kripto eszközöket, mint befektetés és mint a mögötte lévő rendszert, a blokklánc technológiát?

Forrás: saját szerkesztés marketing a kripto eszközök világában kérdőív alapján.

A további információ szerzés céljából, illetve a tudás megszerzése érdekében látszik egyfajta átcsoportosulás az online médiumok és a social media javára. Jelentősen visszahúzódott a barát, családtag opció, hiszen a napi tájékozódást, illetve a részletes kimutatásokat, híreket az online médiumok és a social media szolgáltatja nap mint nap. Egyéb forrásokat az emberek 1%-a jelölt meg, ezek között olyanok szerepelnek, hogy saját elemzést folytatnak, vagy nem a felsorolt

forrásokból tájékozódnak. A kitöltők 1,9%-a követi az információkat TV-n vagy Rádióon, illetve 2,9% offline médiumokból, azaz nyomtatott sajtóból, plakátokról, könyvekből szerzi be a szükséges tartalmakat. 27,9 % informálódik barát vagy családtagok által, és a kitöltők nagyon nagy része Social Media (70,2%) és Online Médiumokon (67,3%) keresztül jut el a szükséges tudáshoz a kripto eszközökkel kapcsolatban.

Egy laikus szerint a kripto eszközök nagyon kockázatos befektetések pénzügyi szempontból. Ezt a korábban részletezett szakirodalomból is jól kikövetkeztethetjük, hiszen a kripto valuták nem rendelkeznek fedezettel, az értéküket a beléjük fektetett hit és a kereslet-kínálat viszonya határozza meg. Ezekből kifolyólag magas a volatilitásuk. Ennek ellenére az eredmények nem ezt tükrözik. A válaszadók 1,9%-a nem tudja megítélni, mindössze 5,8%-a tartja kockázatos befektetésnek a kripto projekteket, 34,7% szerint közepesen megbízhatók az ilyen fajta befektetések, és 57,6% nagyon megbízhatónak tartja a kriptovalutákba történő pénzügyi investálást. A kitöltők alapján elmondható, hogy az emberek szerint inkább megbízható a kripto eszközökbe való befektetés, mint kockázatos. A résztvevők 5,8%-a nem tudta megítélni, hogy mennyire kockázatos a blokklánc rendszer. 1% szerint nagyon kockázatos, 8,6% szerint közepesen veszélytelen és kimagasló, 84,6% szerint teljes mértékben megbízható a kripto projektek mögött lévő technológia.

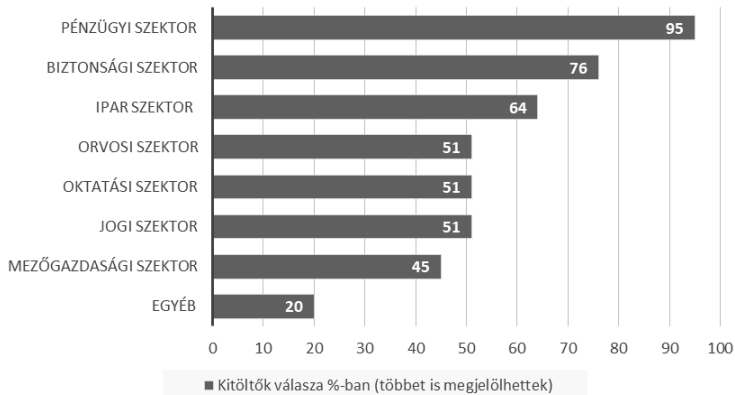


5. ábra: **Ön szerint a kripto eszközök, mint fizető eszközök és az azokkal kapcsolatos technológia (blokklánc) a jövő?**

Forrás: saját szerkesztés marketing a kripto eszközök világában kérdőív alapján.

A felmérés ezen része arra irányult, hogy a kitöltők mennyire érzik fontosnak a témát a jövőre nézve. 1,9% nem tudta megítélni a kérdést, szintén 1,9%-a a kitöltőknek azt vallja, hogy a kripto eszközök nem a jövő megoldásai. 20,2% szerint talán az ilyen jellegű projektek velünk lesznek a jövő mindennapjaiban, 76% pedig magabiztosan állítja, hogy a kripto eszközök és az azokkal kapcsolatos technológia a jövő.

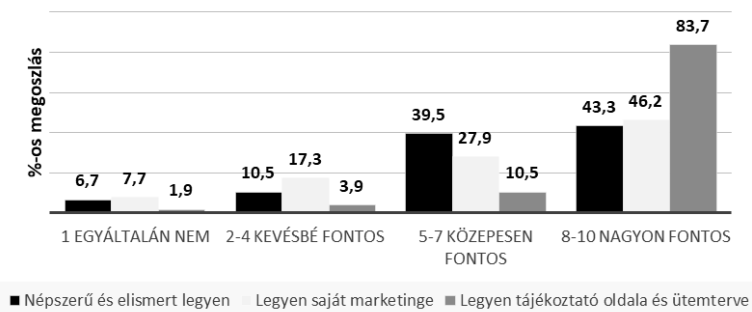
A kitöltők 95%-a egyetért abban, hogy a jövőben a pénzügyi szektorban lehet hasznosítani a kripto eszközökkel kapcsolatos technológiát, 76% hisz abban, hogy a biztonsági szektoré a jövő, illetve 64% szerint az ipari szektor is fontos szerepet vállal majd. A jogi, oktatási és orvosi szektor a kitöltők 51%-át győzték meg, és mindössze 45% tudja elképzelni, hogy a mezőgazdasági szektorban is jelen lesz a blokklánc technológia. Egyéb választ a kitöltők 20%-a írt. Ezek között többen írták, hogy mindenhol jelen lesz. Érdekes válaszok voltak még: kereskedelem, különböző gyártási folyamatoknál, különböző műkincsek adásvételénél és a személyazonosítás, igazoltatásnál. A felmérés alapján elmondható, hogy a kitöltők 100%-a el tudja képzelni valahol ezt a technológiát, ugyanis olyan válasz nem érkezett, hogy sehol. Minden kitöltőnek volt valamilyen elképzelése a jövőre való tekintettel. Természetesen a pénzügyi szektor volt a legnépszerűbb, de a biztonsági szektor és az ipari szektor is szép eredményt produkált.



6. ábra: Ön szerint milyen területeken lehet majd hasznosítani a kriptó eszközöket és az azokkal kapcsolatos technológiát (blokklánc-technológia)?

Forrás: saját szerkesztés marketing a kriptó eszközök világában kérdőív alapján.

A kitöltők szerint sokkal fontosabb, hogy egy projekt rendelkezzen saját weboldallal és ütemtervvel, mint hogy népszerű és elismert legyen, folytasson saját marketinget. Ettől függetlenül, mind a 3 nagyon fontos tényező, de tény, hogy az alapvető sikerességhez szükséges egy ütemterv és a projekt részletes leírása, ami alapján a kívülálló személyek meg tudják ítélni a program megbízhatóságát és sikerességét.



7. ábra: Mennyire tartja fontosnak, hogy egy adott kriptó eszköznek legyen saját tájékoztató oldala és roadmapje, népszerű és elismert legyen, legyen saját marketingje? (1 - egyáltalán nem fontos, 10 - nagyon fontos)

Forrás: saját szerkesztés marketing a kriptó eszközök világában kérdőív alapján.

A kitöltők 90,4 százalékának fontosabb, hogy egy kriptó projektnek legyen hozzáadott értéke, egy valós problémára keresse a megoldást, mint hogy felkapott vagy népszerű legyen a felhasználói közösségben. 9,6% jelölte meg azt, hogy fontosabb „hype” és felkapottság egy kezdeményezés körül. Ugyanebben a kérdéskörben volt az a rész, ahol a kitöltőknek meg kellett válaszolni azt, hogy szerintük mi a meghatározóbb egy kriptó eszköz életében: a készítő által saját marketing, vagy a felhasználók, traderek véleménye, hírverése. 32,7 százalék szerint a fejlesztők által végzett marketing fontosabb, mint az organikus reklám. 67,3% úgy ítélte meg, hogy sokkal fontosabb a közösség véleménye, mint a generált mesterséges marketing.



8. ábra: Melyik a fontosabb? Egy projektnek legyen hozzáadott értéke vagy inkább népszerű és felkapott legyen, egy projekt saját marketingje vagy a felhasználók véleménye.

Forrás: saját szerkesztés marketing a kriptó eszközök világában kérdőív alapján.

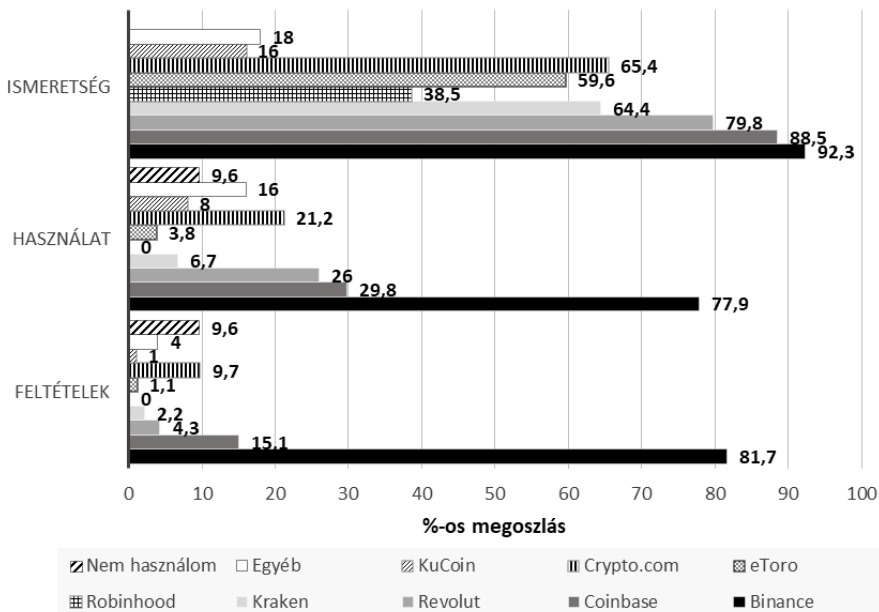
Ő szerint mi a fontosabb? A válaszolók 3 opció közül választhattak:

1. létrehozók által generált fizetett marketing különböző csatornákon,
2. felhasználók / emberek által generált organikus marketing,
3. mind a kettő egyaránt fontos.

3,8% szerint ebben a kérdéskörben is a fizetett, mesterségesen generált marketing a legfontosabb, 28,8 százalék csak az organikus elérésekben hisz, és 67,3%, több mint kétharmad gondolja úgy, hogy mind a kettő egyaránt fontos.

A felmérés ezen része arra irányult, hogy a kutatásom korábbi fejezeteiben taglalt kriptó projektekkel foglalkozó felületeket mennyi ismerik az emberek, melyeket használják, illetve mi a véleményük róluk. Alapvetően a saját tapasztalataimra és a szakirodalomra támaszkodva megjelöltem azokat a nevesebb kriptovaluta váltókat, amik ismertebbek, ezek közül választhattak a kitöltők. A felmérés során egy válaszadó több platformot is megjelölhetett az ide tartozó kérdéskörökben. Ezen belül három témát vizsgáltam: (1) Milyen platformokat ismer? Binance, Coinbase, Revolut, Kraken, Robinhood, eToro, Crypto.com, KuCoin, egyéb. (2) Melyiket használja? Binance, Coinbase, Revolut, Kraken, Robinhood, eToro, Crypto.com, KuCoin, egyéb, nem használom egyiket sem. (3) Melyik nyújtja a legjobb feltételeket? Binance, Coinbase, Revolut, Kraken, Robinhood, eToro, Crypto.com, KuCoin, egyéb, nem használom egyiket sem.

Ahogy eljutunk a feltételek részhez annál jobba tisztult a megítélésünk az adott platformokkal kapcsolatban. Az ismeretségben szinte mindenki jól szerepel, a kitöltők következő százaléka ismerte a felsorolt platformokat: Binance 92,3%, Coinbase 88,5%, Revolut 79,8%, Kraken 64,4%, Robinhood 38,5%, eToro 59,6%, Crypto.com 65,4%, KuCoin 16%, egyéb 20%. Az egyebek között a következő platformok szerepeltek mind a 3 kérdéskörben: többek között Huobi, Nexo, Celsius Network, Bybit, Bitmex, Ftx, Exodus, Uniswap, Gate.io, Pancakeswap, WetBit, DeFi. Használat tekintetében kimagaslóan győzött a Binance a megkérdezettek körében: Binance 77,9%, Coinbase 29,8%, Revolut 26%, Kraken 6,7%, Robinhood 0%, eToro 3,8%, Crypto.com 21,2%, KuCoin 8%, egyéb 16%, nem használja egyiket sem 9,6%. A feltételek tekintetében is arányaiban hasonlóan értékelték az opciókat a kitöltők: Binance 81,7%, Coinbase 15,1%, Revolut 4,3%, Kraken 2,2%, Robinhood 0%, eToro 1,1%, Crypto.com 9,7%, KuCoin 1,1%, egyéb 7%, nem használja egyiket sem 9,6%. Összességében levonható, hogy Magyarországon a három legnépszerűbb platform a Binance, Coinbase és Revolut. A három legtöbbet használt felület szintén ez a trió, a legjobb feltételeket nyújtó programok közül pedig a harmadik helyre felzárkózott a Crypto.com, a Binance maradt az élen és a Revolut lett szintén a második. Ezeken a felületeken alapvetően vásárolni és kereskedni lehet a kriptó projektek coinjaival vagy tokenjeivel. Ezek mellett tanulhatnak a felhasználók, illetve követhetik a mindennapi kriptó híreket, informálódhatnak erről a területről 0-24.



9. ábra: **Kripto platformokkal kapcsolatos felmérés a fentebbi kérdések alapján**
 Forrás: saját szerkesztés marketing a kripto eszközök világában kérdőív alapján.

KÖVETKEZTETÉSEK

Kutatásom során feltártam, hogy a kripto világában jártas emberek nagy százaléka inkább online közösségi média felületeken és online médiumokon keresztül értesülnek a kripto eszközökkel kapcsolatos témákról. A kitöltők magas százaléka követi az említett felületeken a mindennapi híreket és azokon képzi magát a területtel kapcsolatban. A célcsoport jelentős bizalmat szavaz a kripto eszközökkel kapcsolatos technológiának, illetve nem gondolják veszélyesnek az ilyen projektben történő pénzügyi befektetést. Ez annak tudható be, hogy a célcsoport alapvetően olyan személyekből áll, akik hisznek ezekben a rendszerekben, így érthető, hogy nem tartják kockázatosnak a magas volatilitás ellenére sem. A kitöltők 76%-a szerint a kripto eszközökkel kapcsolatos világ a jövő, és számos szegmensben várják az azzal kapcsolatos blokklánc bevezetését. Ezek közül legnépszerűbbek a következők voltak: pénzügyi szektor, ipari szektor, biztonsági szektor és orvosi szektor. A válaszadók több, mint kétharmada egyetért abban, hogy fontosabb egy kripto eszköz valós hozzáadott értéke a jövőre nézve, mintsem hogy nagy „hype” legyen körülötte. Szintén egyetértettek abban a kitöltők, hogy a saját fizetett reklám helyett sokkal fontosabb a felhasználók véleménye az adott projektről. A tájékoztató oldal és a roadmap (ütemterv) létéről pedig szinte teljes egyetértés volt a résztvevők között. A projekt sikerességének érdekében szinte elengedhetetlenek az előbbieket megléte. Abban az esetben, amikor nem kellett a marketing típusáról sarkalatosan választani, a válaszadók kétharmada egyetértett abban, hogy egyaránt fontos a fizetett és organikus elérés is. Platformok tekintetében elmondható, hogy Magyarországon a Binance, Coinbase, Revolut és a Crypto.com felületek a legnépszerűbbek. A Binance vezet mind felhasználószám, mind felhasználói feltételek tekintetében. Ezeken a felületeken a válaszadók szívesebben követnek vagy vásárolnak olyan eszközöket, amelyeket nagyobb marketing vesz körül. Ezzel szembe menve nagyon érdekes, hogy a kutatásom utolsó kérdésre: saját marketing nélkül is befuthat-e egy kripto projekt a kitöltők kétharmada igennel válaszolt. Ahogy írtam az előző fejezetben ez annak tudható be, hogy egy kripto eszköz alapvető sikeressége nem csak a marketingen múlik.

Kutatásom elején a következő kérdésekre kerestem a választ: Bízna az emberek a kriptó pénzekben? – *Igen*. Mennyire népszerűek a kriptó eszközök? – *A kitöltők között nagyon népszerűek*. Honnan hallanak róluk az emberek? – *Főként az online térben*. Kell e egyáltalán marketing? – *a kitöltők megítélése szerint igen, de nem ez a legfontosabb egy projekt sikerességénél*.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- (1) Binance.com (2022): Affiliate Program <https://www.binance.com/en/blog/376015737666441216/community/join-the-binance-affiliate-program> (letöltve: 2022.08.08.) (2) Bitcoin.org (2022): Mi az a bitcoin <https://bitcoin.org/hu/gyik#mi-az-a-bitcoin> (letöltve: 2022.08.04.) (3) Coinmarketcap.com hivatalos oldala (2021): jelenleg elérhető kriptó eszközök listája www.coinmarketcap.com (letöltve: 2022.08.08.) (4) Gilincsek E. (2003): A brettton Woods-i pénzügyi rendszer születése (5) Györfi A. – Léderer A. – Paluska F. – Pataki G. – Trinh A. T. (2019): Kriptó Pénz ABC, HVG könyvek, Budapest (6) Hermann, K. (1987): Az itáliai nagykereskedő és a reneszánsz, Világtörténet (7) Horváth Gy. (2004): A kérdőíves módszer, Műszaki Könyvkiadó Kft (8) Jonathan, W. (1999): Money: A history, Budapest, Novella (9) T. Kovács; F. David; A. Nagy; I. Szűcs; A. Nábrádi. (2021): An Analysis of the Demand-Side, Platform-Based Collaborative Economy: Creation of a Clear Classification Taxonomy., Sustainability 13, no. 5: 2817.(10) Nagy A, - Fenyves V, - Nábrádi A, (2009): Project management systems in agriculture in the northern great plain region of Hungary, In: Marić, Sonja; Lončarić, Zdenko (szerk.) Proceedings on 44th Croatian and 4th International Symposium on Agriculture: Zbornik Radova 44. Hrvatski i 4. Međunarodni Simpozij Agronoma, Osijek, Horvátország: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Poljoprivredni fakultet (2009) 959 p. pp. 223-226., 4 p. (11) Tachscherer B. – Benedek A. (2019): Befektetői motivációk vizsgálata a kriptovalutával rendelkezők körében, 99-116p. (12) Vinga, P. Kasey, M. (2015): The Age of Cryptocurrency, 384p

1. SZ. MELLÉKLET: KÉRDŐÍVES KUTATÁS KÉRDÉSEI

Kor:

Nem: Férfi / Nő / Nem szeretném megadni

Rendelkezik saját állandó jövedelemmel? Igen / Nem

Mennyire jártas a kriptovaluták világában? (1 - egyáltalán nem, 10 - nagyon jártas vagyok)

Birtokol-e bármilyen kriptó eszközt?

- Igen, jelenleg is.
- Korábban már igen, de jelenleg nem.
- Még nem, de tervezem.
- Nem, de a távolabbi jövőben elképzelhetőnek tartom.
- Nem és nem is tervezem.

Hol hallott először a kriptó eszközökről?

- TV, Rádió
- Social Media (Facebook, Instagram, Tiktok, Google, Twitter)
- Offline média
- Online médiumok
- Barát, családtag
- Egyéb:

Hol szokott tájékozódni a kriptó eszközökkel kapcsolatban?

- TV, Rádió
- Social Media (Facebook, Instagram, Tiktok, Google, Twitter)
- Offline média
- Online médiumok
- Barát, családtag
- Egyéb:

Mennyire tartja megbízhatónak a kriptó eszközöket? (1 - egyáltalán nem, 10 - nagyon megbízható, 0 - nem tudom)

Ön szerint a kriptó eszközök, mint fizető eszközök és az azokkal kapcsolatos technológia (blokklánc) a jövő? Igen / Nem / Talán / Nem tudom

Ha igen, Ön szerint milyen területeken lehet majd hasznosítani a kriptó eszközöket és az azokkal kapcsolatos technológiát (bloklánc-technológia)? (többet is választhat)

- Pénzügyi szektor
- Mezőgazdasági szektor
- Ipar szektor
- Jogi szektor
- Biztonsági szektor
- Oktatás
- Orvosi szektor
- Egyéb

Mennyire fontos Önnek, hogy egy adott kriptó eszköz elismert és népszerű legyen? (1 - egyáltalán nem fontos, 10 - nagyon fontos)

Mennyire fontos Önnek, hogy egy adott kriptó eszköznek legyen saját marketingje? (1 - egyáltalán nem fontos, 10 - nagyon fontos)

Mennyire tartja fontosnak, hogy egy adott kriptó eszköznek legyen saját tájékoztató oldala és roadmapje? (1 - egyáltalán nem fontos, 10 - nagyon fontos)

Ön számára melyik a fontosabb: (egyet választhat)

- Az adott kriptó eszköznek legyen valós hozzáadott értéke;
- Az adott kriptó eszköz legyen felkapott és népszerű;

Ön szerint egy kriptó eszköz életében mi a meghatározóbb? (egyet választhat)

- Saját marketing a létrehozók által különböző online csatornákon;
- Az emberek, traderek véleménye, hírverése az adott eszközzel kapcsolatban;

Milyen platformokat ismer, ahol lehet kriptó eszközökkel kereskedni? (többet választhat)

Binance, Coinbase, Revolut, Kraken, Robinhood, eToro, Crypto.com, eToro, KuCoin, Egyéb

Ön szerint melyik nyújtja az előzőek közül a legjobb feltételeket?

Binance, Coinbase, Revolut, Kraken, Robinhood, eToro, Crypto.com, eToro, KuCoin, Egyéb

Ön melyiket használja?

Binance, Coinbase, Revolut, Kraken, Robinhood, eToro, Crypto.com, eToro, KuCoin, Nem használom egyiket sem, Egyéb

Szívesebben vásárol / követ olyan kriptó eszközöket, amiket nagyobb marketing vesz körül? Igen / Nem

Ön szerint saját (a létrehozó tulajdonosok által) marketing nélkül is befuthat egy kriptó projekt? Igen / Nem

Ön szerint mi a fontosabb?

- Létrehozók által generált fizetett marketing különböző csatornákon;
- Traderek / emberek által generált organikus marketing;
- Mind a kettő egyaránt fontos.

SZERZŐ:

Nagy Péter

Vállalkozásfejlesztés MSc szakos hallgató
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi kar
nagy.peter051895@gmail.com

A tanulmány a szerző „Marketing a kriptó eszközök világában” című tudományos diákköri dolgozata alapján készült (konzulens: Dr. Nagy Adrián Szilárd), amely a Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar 2021.11.10-én megrendezett Kari Tudományos Diákköri Konferenciáján a Kereskedelem és marketing tagozatban került bemutatásra.