



**SZENT ISTVÁN
EGYETEM**

**Szent István Egyetem
Élelmiszertudományi Kar**

Pálinkamester szakirányú továbbképzés

Szakdolgozat készítés helye: **Élelmiszeripari Gazdaságtan Tanszék**

Hallgató: **Ari András**

A szakdolgozat címe: **Márkaismertség Zsindelyes Pálinka esetében**

Konzulens: **Szöllősi Edit**

ÖSSZEFOGLALÓ

A dolgozatban arra kerestem a választ, vajon hogyan lehet a szakmailag elismert minőségi márkákat a fogyasztók által is elismert terméké tenni? Lehet-e legendává válnia a mai körülmények között egy olyan paraszti hagyományokon nyugvó pálinkafőzde termékének, ami mára innovatív és elismert márkát képvisel?

A vizsgálat tárgyaként a Zsindelyes Pálinkafőzde pálinkára épülő marketing megoldásaira, valamint ezek eredményességének értékelésére fókuszáltam.

Vizsgáltam a Zsindelyes Pálinkafőzde múltját, a vállalkozás fejlődésének állomásait, a történetében bekövetkezett legfontosabb fordulópontokat, változásokat. Ezt követően piaci helyzetelemzést végeztem, kitérve a mikro- és makrokörnyezet legfontosabb szereplőire, a Zsindelyes Pálinkafőzde versenytársakhoz viszonyított helyzetére, erősségeire és gyengeségeire. Elemeztem továbbá a Zsindelyest, mint márkát és mint arculatot, kitérek a termék- és szolgáltatáskínálat bemutatására, valamint a marketingtevékenység (és a marketing-mix) értékelésére is. SWOT-analízis segítségével igyekszem feltárni potenciáljait, lehetőségeit, erőnyeit és a piaci helyzetét leginkább veszélyeztető tényezőket.

A vizsgálatom teljessé tételéhez kérdőív segítségével márkaismertségre vonatkozó felmérést végeztem a fogyasztók körében. Ennek során törekedtem annak feltérképezésére, hogy mennyire elégedettek a fogyasztók a Pálinkafőzde által alkalmazott marketingkommunikációs eszközökkel, milyen értékeket kötnek a Zsindelyeshez mint márkához.

Felmérésem alátámasztja, hogy árpolitikáját tekintve a Zsindelyes Pálinkafőzde úgy próbál kötődni a népi gasztrókulturális tradíciókhoz, hogy közben termékeivel egy tehetősebb és az ízlésvilágát tekintve is kifinomultabb vásárlóközönséget céloz meg.

Kiderült továbbá az is, hogy a Zsindelyes termékeinek ismertsége a fogyasztók körében is magas, habár a rendszeres fogyasztása nem jellemző.

Összességében megállapítható, hogy a Zsindelyes Pálinkafőzde nagyon erős, tudatos, hatékony marketingkommunikációt végez, aminek eredményeképpen sikeresen pozicionálja magát prémiummárkaként a piacon. Ezt a szakmai elismertsége és tekintélye is erősíti. Nem tömegfogyasztási cikk, de a szakmai eredményeknek, és a tudatosan tervezett márkáépítésnek köszönhetően a fogyasztók ismerik a termékeiket.