

**Felcsúti Letenyey Lajos Gimnázium Technikum és Szakképző
Iskola**

Tudományos Diákköri Dolgozat

Hungarikumok násza

Szerző: Ferenczi Marcell József

10. osztályos mezőgazdasági technikus

Felkészítő tanárok: Kulcsár Beáta

Virágh Zoltán

Felcsút

2024

Tartalom

1. Bevezetés	3
1.1 A témaválasztás jelentősége és aktualitása	3
1.2 A kutatás típusa	4
1.3 A dolgozat célkitűzései	4
1.4 A dolgozat kutatási kérdései és hipotézisei	4
2. Szakirodalmi áttekintés	5
2.1 A kutatás alapfogalmai	5
2.2 Pénzügyi források biztosítása a fejlesztéshez	7
2.3 Új technológia bevezetése	7
2.4 Hungarikumok	8
2.5 Pálinkafőzés fő technológiai lépései:	8
2.5.1 Cefrézés	8
2.5.2 Erjesztés	9
2.5.3 Lepárlás	10
2.6 Piackutatás	12
2.6.1 Piackutatás fő folyamata	13
2.7 Termékfejlesztés	14
2.8 Költséganalízis	15
2.9 Beruházás megtérülése	16
3. Anyagok és módszerek	16
3.1 Saját kutatás bemutatása	17
3.2 A vizsgálat helyszínének bemutatása	17
3.2.1 Családi vállalkozásunk története	17
3.2.2 Vállalkozásunk első pillére	19
3.2.3 Pálinkaházunk	20
3.3 Saját tapasztalataim megosztása	23
4. Eredmények és kiértékelésük	23
5. Összefoglalás	38
6. Irodalomjegyzék	39

1. Bevezetés

„A jó gazda alapossága megszabja a termék minőségét.”

(Dr. Panyik Gáborné)¹



1. ábra: Magyar Kamra Pálinkaház²
(Saját készítés)

1.1 A témaválasztás jelentősége és aktualitása

Családi vállalkozásunk évtizedekre tekint vissza, 2019-ben sikeres pályázat révén támogatást nyertünk el hűtőház és pálinkafőző üzem telepítésére. Családi ültetvényeinken termesztett gyümölcsök feldolgozásával törekszünk hazai, főként prémium minőségű termékek előállítására. Különösen fókuszba helyezve a Hungarikummá minősített, jellegzetes magyar italt, a pálinkát. 2023-ben teljesült szívünk vágya: megnyitottuk pálinkafőző üzemünket, a **Magyar Kamra Pálinkaházat**. Jelenleg legfontosabb feladatunknak tekintjük, hogy fogyasztóink igényeinek, elvárásainak maximálisan meg tudjunk felelni, és a hazai kultúr-italfogyasztáshoz prémium minőségű, manufaktúrális termékekkel tudunk hozzájárulni. Pálinkafőző üzemünk megnyitása teljes mértékben megváltoztatta életünket, rengeteg új feladatot ad számunkra. Természetesen egy jó terméket nem elég előállítani, azt értékesíteni is tudni kell. Családunk agráriumban való elkötelezett munkája az évek során nem csak a termelésben, de a piaci ágon is erős volt. Néhai nagynéném elkötelezett piacszervező volt, aki szívvel-lélekkel végezte a vevőkkel való kapcsolattartást, s ez a modell adja meg vállalkozásunk irányvonalát is. Így a piaci szerepünk a közvetlen értékesítésben, a személyes jelenlétben, a vevőkkel való jó viszony kialakításában rejlik. Vevőink körében primer kutatást végeztem egy kérdőív segítségével, melyből egyértelműen kiderült, hogy a fogyasztók tudják, hogy a pálinka Hungarikum, s ezért előnyben részesítik a vásárlásuk során. A pálinka a magyar emberek életében jelentős szerepet tölt be, s éppen ezért a fogyasztási szokások megvizsgálása fontos feladat. Dolgozatom vizsgálati célja az volt, hogy az általunk főzött pálinka felhasználásával új termékeket hozzunk létre, és marketing

¹https://rovidazelet.blog.hu/2011/01/24/a_jo_gazda_alapossaga_megszabja_a_termek_minoseget_anyik_gaborneval_a_palinka_jelenlegi_helyzeterol_

² Magyar Kamra Pálinkaház logója (forrás: saját kép)

oldalról is megközelítsük. Az adott termék típusa esetében piackutatást végeztem, az adatokat kiértékeltem, és konklúziót vontam le, majd a termékfejlesztés véghezvitele és kivitelezése állt fókuszban munkámban.

1.2 A kutatás típusa

A kutatásom komplexnek mondható, mert a felderítő, a leíró és a magyarázó kutatási típusokat is alkalmaztam. Leíró: a telephelyeink, gépeink rövid ismertetése, bemutatása. Felderítő: az aktuális piaci igények folyamatos vizsgálata, feltérképezése. Primer kutatást végeztem egy kérdőív segítségével fogyasztóink között, és annak kiértékelését végeztem el. A kérdőíveket közvetlen vásárlóinkkal nyomtatványon, illetve közösségi média felületeken történő megosztással töltöttem ki. Magyarázó: A kapott eredményeket kiértékeltem, s már a termékfejlesztésekben is aktívan részt veszek.

1.3 A dolgozat célkitűzései

Dolgozatom célja, hogy tudásomat elmélyítsem, és gyakorlatot szerezhsek a piackutatás területén. A kapott eredmények kiértékelése és a konklúzió levonása után pedig belekóstolhassak a termékfejlesztés világába, minél kreatívabb megoldásokat keressek, és a fejlesztésekben is részt vegyek.

1.4 A dolgozat kutatási kérdései és hipotézisei

Dolgozatom az alábbi két kutatási kérdésre keresi a választ:

KK1 A vevői igények vajon kihatnak-e a pálinka terméksortimentünkre?

- Vevői (100+160) igények feltérképezése, kérdőív készítése, kiértékelése és a beruházás megtérülésének vizsgálata.

KK2 Hogyan tudunk legjobban a vevőinknek megfelelni?

- Termékfejlesztés, mint megoldás?

2. ábra: Kutatási kérdések

(Saját készítés)

A kutatási kérdésekre válaszul előzetesen a következő felvetéseket (hipotéziseket) fogalmaztam meg.

H1 (KK1) Feltételezem, hogy teljesen kihatnak és termékszortimentünket ez alapján kell kialakítanunk.

- Fontos a pontos vevői igények pontos ismerete

H2 (KK2) Feltételezem, hogy flexibilisen kell állnunk a vevői igényekhez, nyitottnak kell lenni és új termékeket kell kifejleszteni.

- Termékfejlesztés, tervezés, kivitelezés, mint új feladat.

3. ábra: Kutatás hipotézisei

(Saját készítés)

2. Szakirodalmi áttekintés

A kutatáshoz kapcsolódó szakirodalom bemutatásával az volt a célom, hogy munkám logikailag átlátható legyen, és hasznos tájékoztatást nyújtson a kérdéskör iránt érdeklődők számára.

2.1 A kutatás alapfogalmai

Fejlesztés: Vállalkozáson belüli növekedést okoz, a piaci stabilitás elősegíti, hogy a működés fokozódjon, növekedjen, javuljon, tökéletesedjen, azaz kevesebb befektetéssel több eredményt érjenek el. Célja a folyamatok egyszerűsítése, optimalizálása, mely a technológiai és gyártási folyamatokra hat. (Németi, 2003)

Hungarikum: a Hungarikumok, mint márkahordozók imázsformálóak hazánk turisztikai marketingtevékenységében. Bármely termék Hungarikummá nyilvánítása többlepcsős folyamat. Dolgozatom szempontjából az agrár- és élelmiszergazdasági hungarikumok lesznek fontosak. Ide tartozik pl.: Fröccs, Pálinka, Szikvíz is. ³

³ https://webshop.ludovika.hu/wp-content/plugins/olvasoprobak/Olvasoproba_hungarikumok_szerepe.pdf

Kisüsti lepárló: Olyan berendezés, melynek segítségével kétszeres lepárlást végzünk (max. 1000l-es üst). Első lépésben az illó komponensek elválasztása történik. A keletkezett párlat alkoholtartalma 15-28 V/V% körüli, amit alszesznek hívunk. A második lépésben az alszesz finomítása történik, és töményítjük a párlatot. (Panyik, 2021)

Koktél: Vegyes alkoholtartalmú ital, többféle szeszesitalt, hozzáadott cukrot, aromát, gyümölcsöt vízzel keverünk össze. A koktélok készítése előkészületet kíván, mely során ki kell az italhoz választani a megfelelő alapanyagokat, eszközöket, és ismerni kell az elkészítés technikáját. A koktél olyan ital, melyet alkoholos italok és egyéb összetevők, például ízesített szirupok, gyümölcslé, szódavíz, tej, tejszín, méz, cukor és/vagy fűszernövények összekeverésével állítanak elő. (Hinz, 2016)

Költség: A gazdasági tevékenység során felhasznált termelési tényezők pénzben kifejezett értéke. (Sztanó, 2017)

Közüvéleménykutatás: Felmérés, melynek során a célzott vásárlói kör véleményének kikérése történik egy adott kérdéskörben, és a kapott eredmény kiértékelése is ide tartozik.⁴

Marketing: A marketing olyan vállalati tevékenység, amely elemzi a piacot, meghatározza az eladni kívánt termékeket és szolgáltatásokat, megismerteti azokat a fogyasztókkal, kialakítja az árakat, megszervezi az értékesítést, és befolyásolja a vásárlókat.⁵

Önköltségszámítás: Egy kalkulációs tevékenység, amelynek középpontjában a kalkulációs egységre jutó költség meghatározása áll. (Sztanó, 2017)

Pálinka: A pálinka legfontosabb ismérve, hogy hazai gyümölcsből készül, Magyarországon kell végezni az előállítását, palackozását egyaránt. Minden más, hasonló terméket kizárólag csak párlatként nevezhetünk meg. A pálinka mai fogalma a 2000-es években, a pálinka eredetvédelme nyomán szilárdult meg. A pálinkát erjesztett gyümölcscefre, gyümölcsmust vagy gyümölcsvelő lepárlásával készítik. (Panyik, 2021)

⁴ Forrás: <https://opinio.hu/kozvelemen-y-kutatas-ereje/>

⁵ Forrás: <https://marketing21.hu/2016/12/30/mit-jelent-marketing-2/>

Piackutatás: Egy olyan procedúra, mely során különböző kutatási módszerek felhasználásával adatot gyűjtenek a piacról és a piaci igényekről, hogy ezáltal a legjobb döntést tudjuk hozni.⁶

Szikkvíz: A szódavíz (másként szikkvíz, a köznyelvben szóda is) nyomás alatt lévő szénsavas ital. „Szikkvíznek” csak olyan terméket szabad nevezni Magyarországon, amit szikkvizes palackba, vagy speciális fejjel ellátott (szikkvizes felvezető szárral) szikkvizes ballonba töltenek. (Kürthy, 2023)

Szörp: A szörp valamilyen cukorféleség (esetleg cukoralkohol) tömény oldata, jellemzően viszkózus, és a cukor mellett egyéb oldott anyagokat is tartalmazhat. A szörpöket elsősorban a gyógyszerészetben és az élelmiszeriparban, illetve a gasztronómiában használják. (Kürthy, 2023)

Vállalkozás: Törvényi rendelkezés alapján megalapított, jogi személyként létező társas vállalkozás, mely alkalmazottainak létszáma és üzleti forgalma ezt az elnevezést indokolja. (Németi, 2003)

Vállalkozásmenedzsment: Olyan tudásrendszer, melynek segítségével a vállalkozás működése hatékonyra válik. Fő részei a stratégiai, analitikai, tervezési feladatok. (Németi, 2003)

2.2 Pénzügyi források biztosítása a fejlesztéshez

Az Európai Unió és a magyar állam a mezőgazdasági vállalkozások több projektjéhez is pénzügyi pályázati lehetőségeket biztosít. A pályázatok nagyon komplexek, így pályázati cégek szakemberei segítenek elkészíteni. Sok kritériumnak kell megfelelni a pályázat írása során, illetve a vállalkozás pénzügyi stabilitása elengedhetetlen, megfelelő önerő biztosítása szükséges.⁷

2.3 Új technológia bevezetése

Ahhoz, hogy egy vállalkozás a versenyképességét fenn tudja tartani, fejlesztésekre van szüksége, s ezzel egyidejűleg pénzügyi befektetést kell eszközölnie. A megfelelő technológia kiválasztásánál fontos szempont, hogy az előállított termék minél jobb minőségű legyen, és a vevők tetszését elnyerje. (Pandurics, 1997)

⁶ Forrás: <https://targeter.hu/piackutatas-modszerei-folyamata/>

⁷ Forrás: <https://forrascentrum.hu/>

Minden új technológia bevezetése kihat a vállalkozás mindennapjaira, nagyban befolyásolja a mindennapi életet. Fontos a pozitív attitűd, elhivatottság, és a fejlesztésekhez való megfelelő hozzáállás. (Pataki, 2011)

2.4 Hungarikumok

Magyarságunk kiemelkedő termékei, melyek egyedi, különleges, prémium kategóriájúak. Nagy hangsúlyt helyezve a színvonalra, magyar csúcsminőséget képviselnek a hazai és nemzetközi piacon egyaránt. A kétezres évek elején indult meg egy olyan mozgalom, mely igyekezett a hazai értékeket a legmagasabb szinten képviselni. Eredményeként a hazai törvényszabályozás egyik nagy mérföldköve volt, amikor az Országgyűlés 2012. április 2-án elfogadta a 2012. évi XXX. törvényt, mely kifejezetten a nemzeti értékekről és Hungarikumokról szól. A törvény 2012. július 1-jén lépett hatályba, s a következő módon fogalmazza meg a Hungarikum fogalmát:

„Hungarikum: gyűjtőfogalom, amely egységes osztályozási, besorolási, nyilvántartási rendszerben olyan megkülönböztetésre, kiemelésre méltó értéket jelöl, amely a magyarságra jellemző tulajdonságával, egyediségével, különlegességével és minőségével a magyarság csúcsteljesítménye.”

A törvénykezés értelmében bárki javasolhat értéket az alapszintű értéktárba való felvételre, majd ezután a Hungarikum Bizottsághoz, illetve a Magyar Értéktárba kerül elbírálásra, ha pozitív bírálatot kap, akkor felvételt nyer a Hungarikumok Gyűjteményének hungarikumai közé. A Hungarikum Gyűjtemény jelenleg 89 hungarikumot tartalmaz, mint pl.: pálinka, törkölypálinka, szikvíz, Fröccs.⁸

2.5 Pálinkafőzés fő technológiai lépései:

2.5.1 Cefrőzés: A megfelelő minőségű pálinka főzéséhez elengedhetetlen, hogy a kellő mennyiségű és minőségű gyümölcsből készüljön. Magyarország kedvező éghajlati helyzete révén sokféle gyümölcsöt tudnak termesztetni. Ilyen pl.: alma, meggy, szilva, kajsziarack, cseresznye, körte, illetve egyéb gyümölcsök. Minden gyümölcs alkoholkivonata más és más attól függően, hogy mekkora cukortartalommal bír.

Cefrőzés technológiai lépései:

- Gyümölcs válogatása, mosása; célja, hogy eltávolítsuk a különböző szennyeződések, mikroorganizmusokat.

⁸ <https://www.hungarikum.hu/hu/content/mik-azok-hungarikumok-0>

- Gyümölcs aprítása, magozása; célja a cefre homogenitásának biztosítása és a magok eltávolítása. A magméretet mindig figyelembe kell venni, fontos, hogy magtőret ne kerüljön a cefrébe, mert az erjedés során a magból az amigdalín cianhidrogénre és benzaldehidre bomlik.
- Pektinbontás enzimek segítségével:
A gyümölcsök az érettségi állapotuktól, fajtájuktól függően eltérő mennyiségű pektint tartalmaznak. A pektin kocsonyásodást okoz, ami a lekvárok készítésénél kiváló, de a lényerés, cefrézés során hátrányos és viszkozitást tud okozni. A pálinka készítésénél fontos, hogy mielőbb elkezdjük a gyümölcsfeldolgozás során a pektinbontást. Az elején adagolt enzim elfolyósítja a gyümölcsöt, csökkenti a metanoltartalmat és a mikrobiológiai fertőzést.
- pH-érték védelme:
Savazás történik kénessavval, foszforsavval. Minden esetben fontos, hogy a pH=3 körüli értéket elérjük, mert a későbbiekben ez emelkedni fog. A savtartalom jelentős védelmet nyújt a káros mikroorganizmusokkal szemben. A gyümölcsök felületén számtalan káros mikroorganizmus található, s félő, hogy az erjedésre szánt cukrot felhasználják még az erjedés előtt. A cefre optimális pH: 2,8-3,2 van.⁹

2.5.2 Erjesztés:

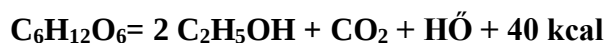
2.5.2.1 Fajtaélesztő jelentősége:

A gyümölcsökön vadélesztők találhatók, amelyekre jellemző, hogy gyenge erjesztőképességgel rendelkeznek. Az erjedés leáll, és az alkoholtartalom kicsi lesz, a cefre könnyen leég. A fajtaélesztők (*Saccharomyces cerevisiae* törzs) különböző tűrőképességű élesztősejtek, amelyek tolerálják a szélsőséges körülményeket is.

2.5.2.2 Erjesztés:

Az erjedés folyamata bomlás, mely során szénhidrátokból alkohol képződik. Az élesztőgombák először aerob (oxigén-jelenlét) körülmények között szaporodnak, a szénhidrátokból víz- és szén-dioxidképződés közben új sejtek képződnek. A CO₂ által, az oxigén kizárása miatt, a fermentáció anaerob formája kerül előtérbe, s a cukorból alkohol + CO₂ + H₂O keletkezik. Ezen képlet a szeszipar alapját képezi.

⁹ <https://www.palinkafozoarak.com/products/cefrezes-helyesen/>



4. Alkoholképződés képlete

(Saját készítés)

Az elsődleges erjedés során képződik az etanol, de ha a folyamat nem optimális, nagyon sok mellékfolyamat keletkezhet, melyek során módosul a termék minősége, a párlat elválaszthatósága.

Erjedés optimális körülményei:

- Optimális erjedési hőmérséklet biztosítása (18-20°C);
- Pektinbontás a megfelelő lényszerés miatt (gyümölcstől függ);
- Savazás, az erjedési technológiának megfelelő pH: 2,8-3,2;
- Aromafeltárók opcionális használata, mely intenzívebb illataromával rendelkező gyümölcsöknél fokozza a hatást (pl.: szőlő);
- Zajos erjedést követően megfelelő kevergetés géppel vagy mechanikusan;
- Fenolos vegyületek szükségszerű eltávolítása;
- Megfelelő élesztőtörzs kiválasztása;
- Tápsók adagolása tápanyagok, mikro- és makroelemek pótlására;
- Fajélesztők, tápsók, pektinbontók, aromafeltárók mind elfogadottak az ökológiai előállításban, ami által nemcsak környezettudatosságunkat erősítjük, de biogyümölcs beszállítása esetén minősítéssel rendelkezünk biopálinka előállítására is.

Erjedési ciklusok:

- Előerjesztés: Élesztősejtek felszaporítása oxigén jelenlétében, cukorfogyasztás a megfelelő fajtaélesztők hozzáadásával.
 - Főerjedés: Az élesztő, már a cefrében, levegőtől elzártan, anaerob fermentáció során a cukorból alkoholt termel.
 - Utóerjedés: Az erjeszthető cukrok elfogytak a cefréből, az élesztők élettere lecsökken.
- (Panyik, 2021)

2.5.3 Lepárlás

A cefre lepárlását két típusú berendezésen végezhetjük. Az egyik az egylépcsős aromatornyos, illetve a kisüsti lepárló. A kisüsti kétszeres lepárlással (max. 1000 l-es üst) először az illó komponenseket választjuk el a nem illó komponensektől. A párlat alkoholtartalma folyamatosan nő, 15-28 VV%. Az így keletkezett párlatot alszesznek hívjuk. A második lépésben az alszeszt finomítjuk újbóli lepárlással, a párlatfrakciót elkülönítjük, s tovább töményedük az alszesz.

2.4.3.1 Lepárlás fő részei:

- Üst: Különböző tüzelésűek lehetnek, a leggazdaságosabb a gőzfűtésű, ha a gyümölcsmagot újra tudjuk hasznosítani fűtőanyagként. A leégés ellen célszerű keverőt alkalmazni. Ellen kell állnia a cefre savas közegének, így vörösréz-ből készül. A vörösréznek katalizátor hatása van, melynek segítségével a káros alkotóelemeket részlegesen megköti, tisztítja a párlatunkat. Napjainkban már duplafalúak az üstök, és fűtési módtól függ, hogy a falat pl. gőzzel töltjük fel, vagy villany és gázfűtés esetén vízzel. A legmodernebbek, és energetikai szempontból leghatékonyabbak többféle opciót is tudnak. A mi üzemünkben a gőzt kombináljuk a villannyal – gyümölcsmagot és napenergiát hasznosítunk.
- Sisak: Léghűtéses deflegmátor, melynek fontos feladata, hogy a felfröccsenő, felhabzó cefrerészeket fel tudjuk fogni, vörösréz-ből kell készülnie.
- Pistorius-tányér: Részleges deflegmáció vízhűtéssel (előmelegített víz).
- Páracső: Léghűtéses deflegmátor, ezen a szakaszon még gőz formájában haladnak az alkotóelemek, így vörösréz-ből kell készülnie.
- Hűtő: A párlattal érintkező résznek rozsdamentesnek kell lennie. A párlat kondenzálódik, és folyékony halmazállapotban halad tovább. A vörösréz hűtő ront a párlat minőségén. Rozsdamentes acélból olyan helyen kell lennie, amelyben folyadék fázis van. Spirál, csőköteges, tányéros, palack.
- Epruvetta: Alkoholtartalom mérésére szolgáló eszköz.
- Szöllősy-féle szűrő: Alszesznél a kozmaolajok csökkentésére szolgál.
- Szeszmérő: A szeszmérő az átfolyt szesz mennyiségét méri literben. Benne mintavevő található. A szeszfokot kézzel, a szeszfokolóval mérjük le. Lejelentésköteles az adóhivatal felé, s ők évente egyszer a mintavevő blombáját felbontják, az abban lévő átlagot összehasonlítják a lejelentett mennyiséggel.
- Párlattartályok: A párlatok (elő-közép-utópárlatok) különböző tartályokba kerülnek. Fontos, hogy elkülönítve legyenek, mert a párlat minőségére kihat. (Panyik, 2021)

2.5.3.2 Aromatornyos vagy erősítőfeltétes lepárlás

A hagyományos kétszeri lepárlás mellett egyre inkább teret hódít az egyszeri desztillálással történő párlatkészítés a nagy- és kisüzemekben egyaránt.

Előnye a kétszeri lepárlással szemben, hogy egyszer kell felfűteni és lehűteni, melynek az energiaszükséglete jóval kevesebb.

Ha az oszlopokban a tányérok állíthatók, akkor kétszeri lepárlás is biztosított. A lepárló üst fölé vagy mellé egy tányéros oszlopot helyeznek. Az üstből felszálló párák a tányérokra kondenzálódnak és a következő tányérra jutnak. A deflegmátor nem engedi a páracsőbe a gőzöket. Amikor az egyensúly kialakult, akkor a deflegmátor hőmérsékletének emelkedésével illékony komponensek kerülnek. A kevésbé illékonyak visszafolynak az alsóbb tányérokra, majd az üstbe. Ennek segítségével a párlatokat könnyebben el tudjuk különíteni. (Panyik, 2021)

Az általunk használt lepárló berendezés jellemzésére részletesen a vizsgálat helyszínének bemutatása során kitérek majd.



5. ábra: Oszlopos lepárló

(Saját készítés)

2.6 Piackutatás

A piackutatási módszereket két fő csoportba oszthatjuk attól függően, hogy az adatokat milyen forrásból szerezzük, és a begyűjtött adatok tulajdonságaitól fog függeni. A kutatás lehet primer és szekunder, vagy kvalitatív, kvantitatív.

Primer kutatásról akkor beszélünk, amikor mi magunk végezzük. Az adatok begyűjtése s ilyenkor új adatok feldolgozása történik. Mindig aktuális adatokat tartalmaz, és friss információt nyújt a vállalkozások számára. Üzleti szempontból jól felépített, a vállalkozás számára stratégiai jelentőségű információkat tartalmazhat.

Primer kutatási módszerek:

- Kérdőíves megkérdezés;
- Interview;
- Saját analitikai adatok feldolgozása;
- Csoportos megkérdezés.

Szekunder kutatás lényege, ha már mások által összegyűjtött, feldolgozott adatokat használunk fel és elemzünk. Ezen módszer jóval egyszerűbb, hiszen publikus adatokat használunk fel.

Ilyen ismertebb kutatási módszerek:

- Rendelkezésre álló KSH adatok felhasználása;
- Publikált tartalmak adatainak használata;
- Piackutatási cégek által begyűjtött adatok felhasználása.

Kvantitatív kutatás vagy mennyiségekkel meghatározó kutatás, melynek során olyan módszereket alkalmazunk, amely számokkal kifejezhető, mérhető adatokat eredményez. Ilyenek az üzleti kimutatások, a kérdőívek, s az analitikai eszközök is ide tartoznak.

Kvalitatív kutatás: ez nem számszerű, hanem kevésbé megfogalmazható tapasztalatokat, véleményeket tartalmaz. Ilyenek a nyílt végű kérdéssorok, interview-k.¹⁰

2.6.1 Piackutatás fő folyamata:

Összesen 5 fő részből áll:

- Konkrét probléma megfogalmazása:

Meghatározzuk azon kérdéseket, kérdésköröket, melyekre feltétlen választ szeretnénk kapni. A beérkező válaszoknak a vállalkozás szempontjából a fejlődést elősegítőnek kell lenniük.

- A kutatási módszer konkrét meghatározása:

A probléma megoldása szempontjából milyen adatokra van szükségünk – ez fogja meghatározni magát a módszert. Ha friss adatokra van szükségünk, akkor a primer kutatást kell előnyben részesítenünk, illetve a mérhetőség szempontjait is figyelembe kell vennünk. A legegyszerűbb számunkra elegendő szekunder kutatást végeznünk, akkor már meglévő adatok szerint tudjuk csoportosítani az sajátjainkat, s elemezni tudjuk azokat.

- Adatok összegyűjtése, rendezése:

Az adatgyűjtésnek a lehető legkiterjedtebbnek kell lennie, minél több adattal rendelkezünk, annál jobb, és annál pontosabb információkhoz jutunk. S ennek segítségével az általunk megfogalmazott kérdésekre pontos válaszokat kaphatunk.

- Az adatok elemzése:

Az adathalmaz, ami gondos munkával összegyűjtésre került, a számunkra fontos információkat tartalmazza, s az adatok rendszerezése szükséges. Az adatok segítségével egyértelmű választ kapunk az általunk megfogalmazott kérdésekre.

¹⁰Forrás: <https://features.hu/piackutatas/>

- Következtetések levonása, tervek felvázolása:

Az utolsó lépésként az adatok feldolgozása után következtetéseket, konklúziókat vonunk le. A szükségszerű döntéseket alapos, pontos adatokra támaszkodva tudunk csak hozni.

Piackutatás eszközei:

- Interview készítés: a legrégebbi módszer, mely két személy között zajlik, s meghatározott kérdések alapján haladnak. A kérdező felteszi kérdéseit, és a felelő válaszait rögzíti. Manapság videohívások segítségével valósítják meg, már nem szükséges a személyes jelenlét.
- Kérdőívezés: jól összeállított kérdőív segítségével, különböző személyek megszólítása alapján válaszokat kapunk. Így nagyon releváns és kvantitatív adatokhoz tudunk jutni. Viszonylag olcsó megoldás, azonban az adatok elemzése már nehézséget okozhat. Ma már online felületeken is tudunk kérdőíveket szerkeszteni. A kérdőív elérhetőségi útvonalát több személlyel is megosztjuk, és ezáltal párhuzamosan pontos információkat kaphatunk. Az online kérdőívek előnye abban áll, hogy az eredményeket összesíti számunkra.
- Fókuszcsoport: ennek során egy jól megközelíthető csoportot szólítunk meg, őket kérdezzük. Maximum 10 fős létszámmal rendelkező csoportokra kell fókuszálni. Ezen módszer bonyolult, és rendkívül sok előkészületet igényel.
- Megfigyelés: bizonyos célcsoportok szokásainak megismerését tesszük fókuszba, mely segítségével kvalitatív eredményekhez jutunk. Vásárlói szokások feltérképezésre kiváló módszer.
- Telefonos megkeresés: közvéleménykutatók telefonos megkeresés során kérdéseket tesznek fel egy bizonyos réteg számára, s a kapott válaszokat adatok formájában értelmezik, s kvalitatív adatokat gyűjtenek.
- Megvásárolható adatbázisok használata: így rengeteg időt tudunk megspórolni, pillanatok alatt konkrét információkhoz juthatunk. Jó esetben tartalmazzák az összes olyan információt, mely a vállalkozás döntését segíti. (Veres-Hoffmann-Kozák, 2017)

2.7 Termékfejlesztés

Vállalkozások számára a piaci pozíciójuk megerősítése, stabilitása miatt elengedhetetlen, vagy legalábbis fontos eszköz a termékfejlesztés. Fontos betartanunk néhány szabályt, hogy a vállalkozás által kifejlesztett termékek a legjobb minőségben és áron kerüljenek a piacra. Innováció révén a vállalkozásoknak folyamatos fejlesztésre van szükségük. Elsődleges szempont

az, hogy a végfelhasználók igényeit maximálisan figyelembe vegyük. A termék folyamatos minőségének javítása elengedhetetlen a fogyasztók visszajelzései alapján. A jó és összehangolt projektmenedzsment fontos a termékfejlesztés során. Konkrét célokat, stratégiákat fogalmaznak meg a vállalkozások.

Termékfejlesztés lépései:

Igények felmérése: Kutatási feladatokat végez az adott vállalat, melynek célja a piac tanulmányozása, a konkurencia feltérképezése. Pontos meghatározása: mi az a probléma, melyre megoldást keresnek.

Tervezés: Fejlesztők kitalálják a termék összetételét, design-ját, funkcionalitását.

Fejlesztés: A tervezési fázis után a fejlesztők elkezdnek dolgozni a terméken, tesztelési és finomítási eljárásoknak vetik alá.

Tesztelés: A fejlesztés befejező fázisa, ahol a készterméket tesztelik, ellenőrzik a minőségét, mennyire elégíti ki a vevők igényeit.

Bevezetés a piacra: Ha a termék sikeresen átesett a tesztelési folyamaton, ha a vevőknek pozitív a visszacsatolása, bevezetésre kerül a termék.

Karbantartás és fejlesztés: Folyamatos karbantartás, frissítés elengedhetetlen, a termék mindig aktuális kell, hogy legyen.¹¹

2.8 Költséganalízis

A költség a gazdasági tevékenység során az összesen felhasznált tényezők pénzben kifejezett értéke. A költséget és ráfordítást teljesen el kell egymástól különítenünk. A ráfordítás egy szélesebb spektrumú fogalom, mint a költség. A költség az minden eszköz, gép felhasználását is jelenti. Maga a kiadás fogalma pénzeszközcsökkenést is jelent. A költségek redukálása minden vállalkozásnak a célja. A költségcsökkenés jelentősen befolyásolja egy cég eredményességét, illetőleg színvonalromlást sem eredményezhet. (Sztanó, 2017)

¹¹Forrás: <https://prototipusgyartas.hu/blog/a-termekfejlesztes-folyamatai/>

2.9 Beruházás megtérülése

Hosszú távú befektetéseknél fontos szempont az adott gépállomány esetünkben a pálinkaház és hűtőház megtérülése. A megtérülési idő jelentősen kihathat az adott cég jövőjére. Fontos, hogy egy komolyabb beruházás előtt mindenképpen felmérést kell végezni, elemezni az adatokat s ennek egyik legjobb módszere a megtérülés számítása. Működésünk szempontjából nem mindegy a megtérülési idő vagy ROI (Return to Investment). Próbálja megmutatni, hogy a befektetés nyeresége mennyire aránylik a befektetés költségeihez képest:

$$\text{ROI} = (\text{Befektetés nyeresége} - \text{Befektetés költsége}) / \text{Befektetés költsége}$$

$$\text{Befektetési nyereség} = \text{adózott nyereség} + \text{amortizáció}$$

Ezen számolás nem veszi figyelembe a pénz időbeni értékét, ami pl: 3-4 év múlva 5000 Ft nem annyit fog érni, mint ma. Korrigáció miatt a közgazdaságtan bevezette a nettó jelenérték, vagy NPV (Net Present Value) és a belső megtérülési ráta vagy IRR (Internal Rate of Return).

Figyelembe kell venni: a bevételeket illetve működésből származóak (támogatások, hitelek), felmerülő kiadásokat (eszköz beszerzési költsége, személyi költségek), ehhez kapcsolódó anyag költségek, egyéb ráfordítások.

Nettó jelenérték számítása:

$$\text{NPV} = \sum \text{Ct} / (1+r)^t - \text{C0}$$

6. Nettó jelenérték számításának képlete

(Saját készítés)

t= a pénzmozgás időpontja

r= kamatláb

Ct= nettó pénzmozgás

C0 = az a pénzösszeg, amit a 0. időpontban befektettünk.¹²

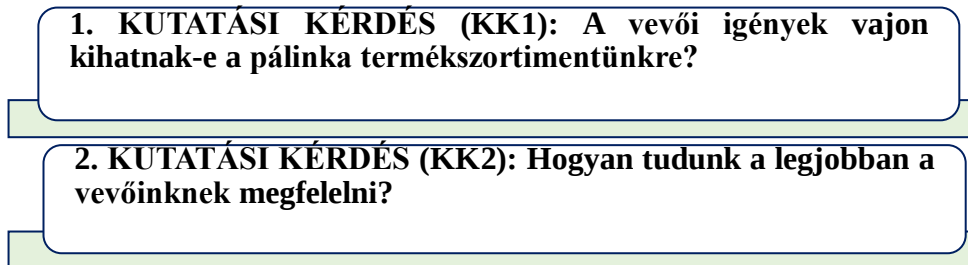
3. Anyagok és módszerek

Ebben a fejezetben szeretném bemutatni az általam megfogalmazott kutatási kérdéseket, hipotéziseket. A vizsgálatom körülményeit, helyszíneit ismertetem, és a kapott eredményeket kielemezem.

¹² Forrás: <https://www.tfodor.hu/blog/?megterueles-szamitas-egyszeruen>

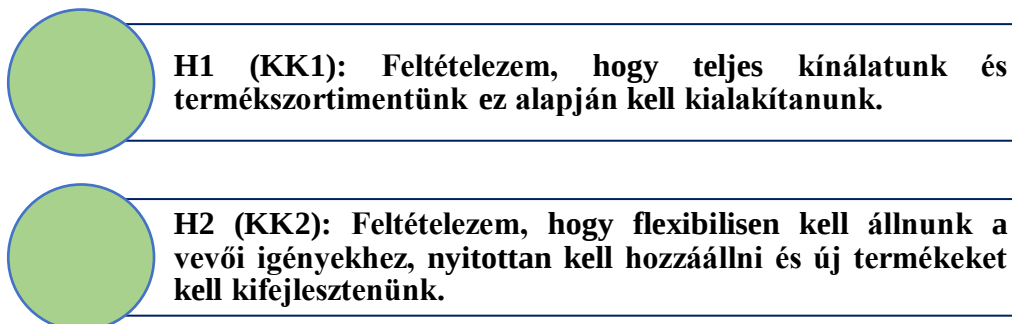
3.1 Saját kutatás bemutatása

A kutatási kérdésekkel összhangban felvetéseket (hipotéziseket) fogalmaztam meg az alábbi ábrán.



7. ábra: Kutatási kérdéseim
(Saját készítés)

Dolgozatom kutatási hipotéziseit alább találják:



8. ábra: Hipotéziseim
(Saját készítés)

3.2 A vizsgálat helyszínének bemutatása

3.2.1 Családi vállalkozásunk története

A Konrád család már a rendszerváltás előtti időszakban is az agráriumban tevékenykedett. Nagyszüleim főként tejhasznú marhatartással foglalkoztak, majd a kárpótlási rendszerrel jelentősebb földterülethez jutva, rentábilis gazdaságot alapítottak. Mindeközben, alkalmazkodva a piaci igényekhez, sertés-, majd baromfitartásra váltottak. A rendelkezésre álló földterületeket, ingatlan- és gépparkot kihasználva szerteágazó gazdaságokat alapítottak szüleim a generációváltással. Nagybátyám, Konrád Gábor István Óbarkon 15000db-os tojó baromfitelepet

üzemeltet. Édesanyám, Ferenczi-Konrád Krisztina 2016-tól 2021-ig 1ha szamócást működtetett, keresztanyám, Dr. Konrád Viktória, és édesapám, Ferenczi József a kisebb termelési egységek mellett 2016-ban megalapították a Konrád Manufaktúra Kft-t.



9-10. ábra: Életkép szamócáson
(Saját kép)

Ezen időszakban indultak meg a 2014-től 2020-ig terjedő Európai Unió ciklus Vidékfejlesztési Program pályázata, melyben mind ügyfélorientáltan, mind saját cégcsoporton belüli vállalkozások számára sikerrel pályáztak több területen. Családunk felismerte, hogy bár az ágazat több ízben károkat szenvedhet, az együttműködések, gazdaösszefogások által stabil, fenntartható gazdaságokat lehet működtetni. A Konrád Manufaktúra Kft. a Vidékfejlesztési pályázatok terén jelentős sikereket ért el, illetve a család gazdaságai is jelentős fejlesztéseket valósíthattak meg a támogatások által. Az innováció által meglévő technológiák fejlesztése, illetve új technológiák bevezetése és új termelési potenciál alakult ki.

A Konrád Manufaktúra Kft. az Élelmiszeripari fejlesztések támogatásával 2023-ban, Csabdin létrehozott egy 1200 m² alapterületű hűtőcsarnokot, és Bicskén egy 195 m² alapterületű, hagyományos parasztház jellegű, újonnan épült épületben a lepárló üzemét. A 141 m² könnyűszerkezetes épület raktározási, csomagolási és erjesztésre való előkészítési tevékenység ellátására szolgál. A projekt során a feldolgozáshoz, erjesztéshez (130hl kapacitás), lepárláshoz (Hagyó típusú, 250l-es gőz és elektromos fűtésű), tároláshoz (6.600l) való eszközpark is beszerzésre került.

Carborobot bio gőzkazánunk az üzemben keletkező hulladék (gyümölcsmag, nyesedék) 100%-át képes újrahasznosítani. A napelemrendszer üzemünk villamosenergia igényét több mint 30%-ban képes ellátni.



11. ábra: Pálinkaház-hűtőházunk hivatalos megnyitója 2023 szeptemberében
(Saját készítés)

2023 júniusában a kereskedelmi, azaz saját márkás pálinka előállításának folyamata elindult. Törekedve a rövid láncok kialakítására, első ízben térségi, lovasberényi cigánymeggy került betárolásra (5 tonna), agárdi kajszi (2 tonna), etyeki tramini szőlő (2 tonna), illetve konzorciumi kapcsolat által szabolcsi Jonagold alma (4 tonna), valamint Stanley és Besztercei szilva (6 t) – ez utóbbiak családi ültetvényekről származnak. Az első lefőzésű párlatok palackozása és forgalomba hozatala megtörtént, és a visszacsatolások kedvezőnek bizonyultak a termékek iránt, ám a cég és a család eltökélt szándéka, hogy új termékkel is piacra kíván lépni. Kistermelői státusz segítségével feldolgozott terméket is előállítottunk, pl.: aszalványok, szörp, lekvár, pesto. Álláspontom szerint nagy előnyünk, hogy egyetértésben és összefogásban hozzuk meg a döntéseket, mindenki meglátása és javaslata számít, és megvitatásra kerül.

3.2.2 Vállalkozásunk első pillére

Csabdi település határában épült meg nemrég a hűtőházunk, ahol rövid- és hosszútávú tárolást tudunk megvalósítani annak érdekében, hogy a feldolgozóipart és a friss piacot minél egyenletesebben ki tudjuk szolgálni – ez jelentős árbevétel-növelő tényező. A rövidtávú tárolás cca. 2 napot jelent: a friss piacos gyümölcsöt a gazdáknak a szüretet követően szükséges lehűteniük, hiszen a betakarításkori 30-35 fokos gyümölcs egy áruházlánc polcain hamar megromlana. Hosszútávú tárolást – kb. 5-6 hónap – az almatermésűeknél végzünk, ULO-technológiával: a betárolást követően a rendszer kivonja a légmentesen záródó kamrából az oxigént, és megfelelő nitrogénadagolás mellett megállítja a termés biológiai folyamatait, nem érik tovább. Ezzel szabályozott körülmények között tudjuk tartani a betárolt gyümölcsöt. Mindezek mellett természetesen a zöldségnövények tárolására is lehetőség van. A hűtőház

tulajdonképpen egy 1200 m²-es csarnoképület, aminek felét teszik ki a hűtőkamrák. Összesen 6 hűtőkamránk van, egy folyosóról nyílnak egymással szemben, 2°C-ra képesek lehűteni.

A csarnok másik felében, a mintegy 600 m² manipuláló térben helyet kapott még egy nagy teljesítményű almachips gyártó gépsor, szárító-aszaló gép, valamint egy csomagoló és egy válogató gépsor is.



12. ábra: Hűtőház
(Saját készítés)

3.2.3 Pálinkaházunk

Vállalkozásunk második pillérét Bicskén található Pálinkaházunk adja, ahol egy HAGYÓ-SPIRIT FAVORIT 250 VENM lepárló berendezés került telepítésre. A cefre-előmelegítőben a megelőző feltöltés hulladékhőjét használjuk fel a 20-25°C-os cefre 40-50°C-ig való felmelegítésére, csökkentve ezzel a lepárlás idejét, a hőhulladék-kibocsátást, valamint az energiafelvételt. A lepárlóval szemben állva, középen az **üst** található, tömörített vörösrézből készült, hegesztett kivitelű. Az üst jellegzetes **sisakja** is mángorlással (hengergörgőzéssel) tömörített vörösrézből készült, egyedi tervezésű, lencse alakú, melynél a tányérhatás miatt a gőz és folyadék fázis között hosszabb lesz a kontaktidő, ezáltal erősebb a refluxképződés: a párának a kondenzálásában segít. Az üstben található „T”-alakú idom az ún. **páracső**, mely a sisakba nyúlik fel. Itt képződik a pára, és csapódik le, majd a páracsővön halad át az ún. finomító oszlopba. Az üstben ez a típus 2 db **mosófejet** tartalmaz, amely forgómozgást végez a mosószivattyú által, körkörös pulzáva, meghatározott ciklusonként. Szintén az üstben található a keverő, amely ennél a típusnál 2 db keverőlapáttal rendelkezik. ű

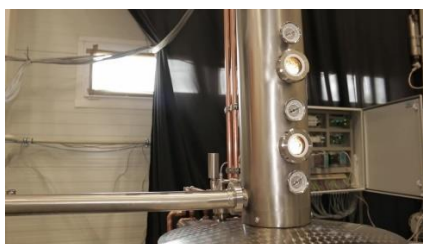


13. ábra: Hagyó lepárló berendezés
(Saját készítés)



14. ábra: Keverő
(Saját készítés)

A **finomító oszlop** az üsttől jobbra található, a páracsővel összekötve. 2 db speciális, egyedi fejlesztésű, dinamikusan szabályozható **szitatányérral**, illetve 1 db **pillangószeleppel** van ellátva, előbbi többszörösen növelt felületű, ki-be kapcsolható, réztöltetű aromadúsító egység, a gyümölcсаромák kíméletesebb és biztonságosabb kinyeréséhez. Minél több rézfelülettel érintkezik a párlat, annál jobb minőségű lesz. A finomító tányéroknál **látüveggel, külső rászzerelt világítással** is el van látva, mert a pozíció beállításával lehet szabályozni a lepárlás sebességét és az alkohol töménységét, továbbá beavatkozási lehetőséget adnak a kezelőnek.



15. ábra: Finomító oszlop
(Saját készítés)

Az oszlopnak a szitatányérok és a pillangók feletti része a **deflegmátor**, melyen keresztülhalad a pára. Ennek a jelentősége az oszlop fűtésében és hűtésében van, mely keverőszelepeken keresztül történik. Ennél a típusnál a véghűtőből lejövő melegebb víz kerül ide, és ennek a hőmérsékletszabályozásával lehet a deflegmátor hőmérsékletét beállítani. A finomító oszlop alsó része a 80l-es űrtartalmú, szigetelt **melegvizes tartály**, amelynek oldalán nívó jelöli, hogy mennyi víz van a tartályban. Ebből a tartályból történik a berendezés mosása egy belső, kiépített csőhálózaton keresztül. A **hidroblokkon** található fontosabb egységek: vízsűrítő betápláló egység, a mosórendszert működtető mágnesszelepek, hőfokérzékelők, térfogatáram beállítását segítő STAD-szelepek, átfolyási sebesség-mérést biztosító csonkok, analóg áramlásmérő, hőcserélő és mosóvizes tartály csonkjai.



16. ábra: Hidroblokk és leeresztő csomópont

(Saját kép)

Az üsttől balra található a **végűtő**, mely rozsdamentes acél csöves totál kondenzátor. A végűtőben annyi vizet kell adagolni az oszlopban a páracsővön érkező párához, hogy a párlat 15-20 °C-os legyen, és folyékonyra váljon. A lepárlás és a lehűtés közti hőmérséklet különbségből eredően felmelegedett víz kerül visszavezetésre a finomító oszlop hőcserélőjébe, és ezáltal kerül beállításra a kívánt hőfok. Az elő- és utópárlat elválasztásakor gondosan ügyelnünk kell a rézeleje különválasztására, mert annak újrafeldolgozása nem célszerű, rontaná a következő párlat minőségét. Jó minőségű nyersanyag feldolgozása esetén így az egymást követő finomítások alatt nem szükséges az előpárlat-arány növelése. Az utópárlati komponensek nem halmozódnak, mivel egy részük többnyire az alszeszvízben maradt. Végül az ún. **epruvettába** kerül, mely 0-100° alkoholtartalmat mér, ezért fokolóval, ill. Ø 100 mm-es üvegburkolattal van ellátva. Itt tudjuk az elválasztást beállítani – akár mechanikusan is – az ezt követő útváltó szelepekkel. A **mintavevő egységgel** pedig ízlelés útján lehet segíteni az elválasztást. Szükséges előírás még a **vámzár előkészítése**: alkoholtartamú oldalon csatlakozásonként 2 db, vizes oldalon 1 db ólomzár elhelyezéséhez kell kialakítani, valamint a **Weszycki szeszmérő gép** telepítése a kitarolóhoz.



17. ábra: Elő- és utópárlat mérők, kozmaolaj szűrő, epruvetta, mintavevő készülék

(Saját készítés)



18-19-20. ábrák: Életképek a Pálinkaházból
(Saját készítés)

3.3 Saját tapasztalataim megosztása

A napi munkában gyerekkorom óta rendszeresen részt veszek, segíték. Tulajdonképpen ez jelenti az életemet, és minden szabadidőmet a vállalkozásunkban töltöm. Családom 0-24 órában a gazdaságban tevékenykedik, az egész életünket a vállalkozással kapcsolatos teendők határozzák meg.

Az eredményeim feldolgozását, kiértékelését Microsoft Office 2016 (Excel, Word) -al végeztem.

4. Eredmények és kiértékelésük

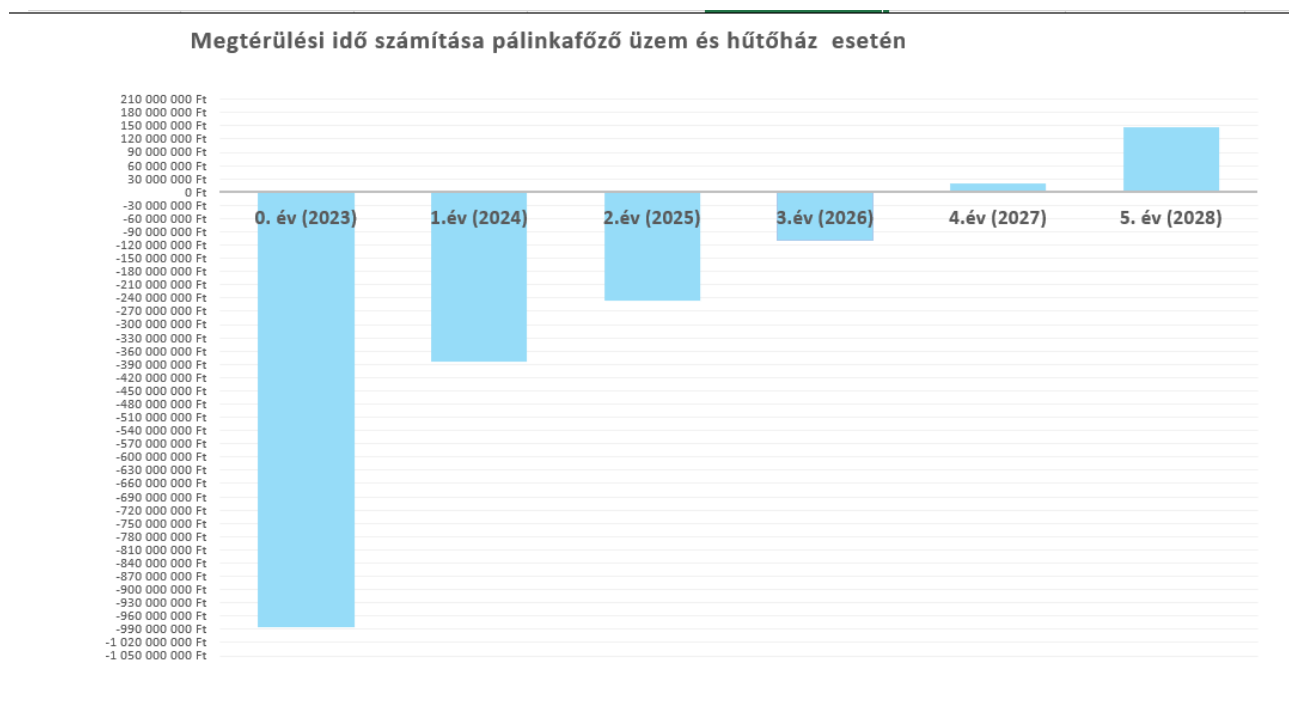
Vizsgálatom eredményeit és kiértékelésüket, a megfelelő konklúzió levonását alább találják.

Dolgozatom az alábbi két kutatási kérdésre keresi a választ:

KK1: A vevői igények vajon kihatnak-e a pálinka terméksortimentünkre?

H1 (KK1): Feltételezem, hogy teljes mértékben kihat, és terméksortimentünket ez alapján kell kialakítanunk.

A vizsgálat előtt számolást végeztem, hogy mégis egy ilyen nagy beruházás, mennyi idő alatt tud megtérülni. A lenti grafikon alapján a beruházásunk működéstől számított 5.évben már profitot hoz. Célunk az, hogy ezt az időt minnél inkább le tudjuk redukálni a jövőben. A megtérülés grafikon számolását, adatait az 1.sz mellékletben találhatják.



21. ábra: Pálinkafőző és hűtőház megtérülése

(Saját készítés)

Konklúzió számomra az, hogy vevőink körét mindenképpen szélesítenünk szükséges, ezért vizsgálatot, felmérést végeztem.

Vásárlóink körében primer kutatást végeztem egy kérdőív segítségével, igyekeztem felmérni igényeiket, ezáltal kvantitatív kutatást végeztem. Konkrét eredményeket dolgoztam fel, az adatok gyűjtését két oldalról közelítettem meg. Az egyik közvetlenül kinyomtatott kérdőív volt, amit a vendégeink számára osztottam ki, és a helyszínen kitöltötték. Előfordult, hogy nem volt könnyű rávenni a fogyasztókat, hogy nyilatkozzanak. E módon 100 db kérdőívet sikerült kitöltenem az alanyokkal. Ezzel párhuzamosan online kérdőívet készítettem, melyre cca. 160 db választ sikerült kapnom. Az adatokat összesítettem, és a kapott eredményeket alább prezentálom az olvasó számára.

KK1-hez tartozóan 4 kutatási kérdéskört fogalmaztam meg, a kérdőívet a 1. számú melléklet tartalmazza.

- 1. Kérdőívben szereplők neme, korának feltérképezése**
- 2. Hungarikum pálinkát előnyben részesítik-e, és milyen gyakran találkoznak vele a fogyasztók?**
- 3. Milyen gyakran fogyasztják? Melyik évszakban?**
- 4. Nyitottak lennének-e pálinka felhasználásával készített új termékekre? Long drink-re?**

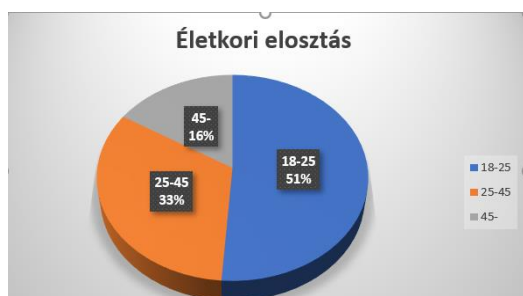
1. Kérdőívben szereplők neme, korának feltérképezése

A vizsgálatomban a válaszadók 67%-a nő volt, és életkori elosztás szerint 51% a 18-25 éves korosztályból volt, míg a 25-45 év közöttiek 33% , 45 év feletti 16%-ban voltak érintettek.



Nemek	Fő	%
Nő	172	67
Férfi	86	33
Összesen	258	100

22-23. ábra: Vizsgálatban résztvevők nem eloszlása, kiértékelése
(Saját készítés)



Életkor (év)	Fő	%
18-25	130	51
25-45	83	33
45-	41	16
	254	100

24-25. ábra: Vizsgálatban résztvevők életkor szerinti eloszlása, kiértékelése
(Saját készítés)

2. A Hungarikum pálinkát előnyben részesítik-e, és milyen gyakran találkoznak vele a fogyasztók?

2.1 A Hungarikumokat előnyben részesítik-e?

A válaszadók 68%-a azt mondta, hogy kifejezetten előnyben részesíti a Hungarikumokat vásárlása és fogyasztása során. Véleményem szerint ez jó eredménynek mondható, de úgy gondolom, hogy a Hungarikumok népszerűsítésében van még teendő a jövőre vonatkozóan.



Hungarikumokat előnybe részesítke-e?	Résztevő	%
igen	191	75
nem	63	35
	254	100

26-27. ábra: Hungarikumok előnyben részesítés eloszlása

(Saját készítés)

2.2 Fogyasztott/kóstolt már pálinkát?

A válaszadóink 96%-a fogyasztott pálinkát, amit szintén nagyon jó eredménynek tartok. Hiszen a magyar köztudatban a fiatalok körében is ismert a pálinka, mint ital, és ez számunkra csak jó hír lehet.



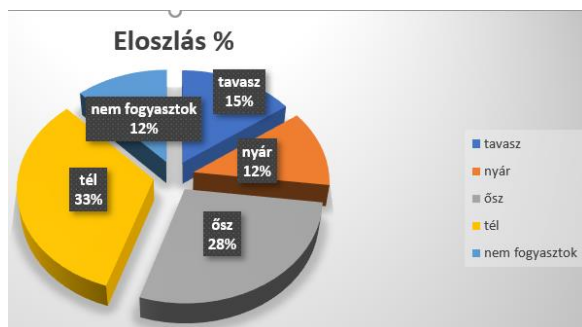
Fogyasztott/ kóstolt már pálinkát?	Résztevő	%
igen	243	96
nem	11	4
	254	100

28-29. ábra: Pálinkafogyasztási szokások

(Saját készítés)

3. Milyen gyakran fogyasztják? Melyik évszakban?

A válaszadók nyilatkozata szerint (tehát azon alanyok, akik már fogyasztottak pálinkát) 65 %-uk alkalmanként minimum, de akár rendszeresen is fogyaszt alkoholt. Ezen statisztikai adatból jól látszik, hogy a teljes vizsgálati alanyok több, mint 50%-a fogyaszt akár rendszeresen pálinkát. Véleményem szerint ez nagyon jó eredmény és ebből kiindulva fontos, hogy a 35%-ban NEM-et nyilatkozókat is valahogy meg tudjuk szólítani.



Évszakok	Eloszlása %	db
tavas	15	35
nyár	12	44
ősz	28	47
tél	33	63
nem fogyasztok	12	27
		216

30-31. ábra: Évszakok szerinti felosztás
(Saját készítés)

Ha időszakra vonatkoztatunk, akkor inkább a hidegebb évszakokban fogyasztják a pálinkát, 33% télen + 28% őszi hónapokban. Nyáron 12%, tavasszal pedig 15% fogyasztja a pálinkát. A mi szempontunkból az lenne a fontos, hogy a nyári időszakban meg tudjuk növelni a vevőink pálinkafogyasztását, erre vonatkozóan szükséges lenne valamilyen megoldást találnunk.



Fogyaszt-e rendszeresen/alkalmanként pálinkát?	Résztevő	%
igen	165	65%
nem	89	35%
	254	

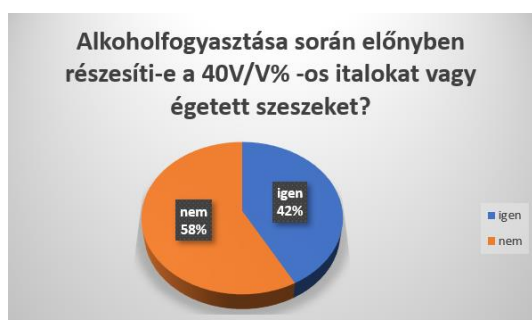
32-33. ábra: Pálinkafogyasztás gyakorisága
(Saját készítés)

2.4. Nyitottak lennének-e pálinka felhasználásával készített új termékekre? Long drink-re?

4.1 Alkoholfogyasztás során előnyben részesítik-e 40V/V % -os alkoholtartalmú italokat?

A válaszadók 58%-a nem részesíti előnyben a magas alkoholtartalmú, úgynevezett rövid italok fogyasztását. Ezen eredmény nagyon meglepett minket, és elgondolkoztatásra ösztönzött. Igaz,

sejthető volt, hogy nem preferálják a fogyasztók a tömény italokat, de ezt meglepően magas eredménynek véltük.



Alkoholfogyasztása során előnyben részesíti-e a 40V/V% -os italokat vagy égetett szeszeket?	db	%
igen	146	42
nem	105	58
	252	100

34-35. ábra: Előnyben részesíti a 40 V/V%-os italok fogyasztását?

(Saját készítés)

4.2 Nyitottak lennének-e valamilyen új termékre, mely pálinka felhasználással készül?

A vevőink túlnyomó többsége, 83%-a nyitott arra, hogy pálinkából készült új terméket, italt fogyasszon. Az előzményekben szereplő adatok és eredmények már rámutatták egyfajta termékfejlesztés szükségességére, de ezen adatok egyértelműen alátámasztják.

Ezen az úton biztos, hogy el kell indulnunk ahhoz, hogy termékeinket el tudjuk adni, s minél több korosztályt, és akár hölgyeket is meg tudjunk szólítani termékeinkkel.



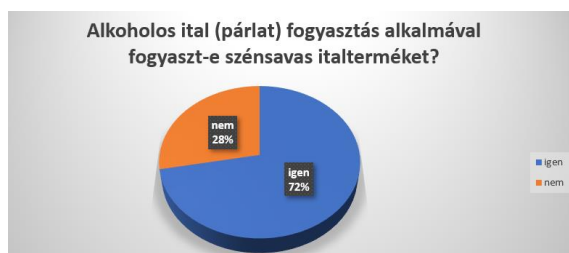
Nyitott lenne pálinka alapú longdrink ital iránt?	db	%
igen	164	82
nem	36	18
	200	100

36-37. ábra: Pálinka felhasználású termékekre való nyitottság

(Saját készítés)

4.3 Alkoholos ital (párlat) fogyasztása alkalmával fogyaszt-e szénsavas italterméket?

A vizsgálatban résztvevők 72 %-a bizony fogyaszt szénsavas terméket pálinka fogyasztása során, ami a termékfejlesztésben már egy támpontot adott számunkra.



Alkoholos ital (párlat) fogyasztás alkalmával fogyaszt-e szénsavas italterméket?	db	%
igen	206	82
nem	46	18
	252	100

38-39. ábra: Szénsavas italok fogyasztása párlatok esetén

(Saját készítés)

4.4 Ön szerint a Szikvíz Hungarikum?

A megkérdezettek 72%-a tudja azt, hogy a Szikvíz Hungarikum. Amikor a kérdéseket megfogalmaztam, ennél a kérdésnél sokkal alacsonyabb százalékat vártam helyes válaszok tekintetében. Számomra ez egy pozitív csalódás volt, és mindenképpen örömmel töltött el, hogy ismeri vendégkörünk a Szikvízben rejlő nemzeti kincset.



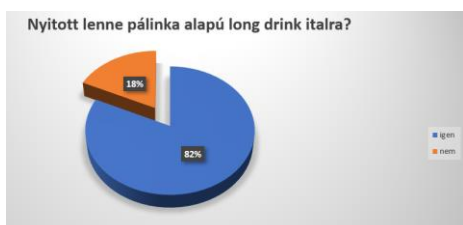
Ön szerint a Szikvíz Hungarikum?	db	%
igen	180	72
nem	70	28
	250	100

40-41. ábra: Ön szerint a Szikvíz Hungarikum?

(Saját készítés)

4.5 Nyitott lenne pálinka alapú long drink italra?

A válaszolók 82% -a nyitott lenne egy long drink italra, melynek az alapját a pálinka képezné. A fentiek alapján a termékfejlesztés, mint kulcskérdés jelent meg.



Nyitott lenne pálinka alapú longdrink ital iránt?	db	%
igen	164	82
nem	36	18
	200	100

42-43. ábra: Nyitott lenne pálinka alapú long drinkre?

(Saját készítés)

Konklúzió KK1 (H1):

Egyértelműen látszik az, hogy ahhoz, hogy minél több korosztályt, és a hölgyeket is el tudjuk varázsolni a termékeinkkel, mindenképpen termékfejlesztésben kell gondolkodnunk. Ahhoz, hogy a vevőinket megtartsuk, folyamatosan kell figyelni az igényeiket, és annak megfelelően kell kialakítanunk a termék portfóliónkat. Meg kell szólítani azon potenciális vásárlókat, akik nem feltétlen nyitottak a magas alkoholtartamú készítmények iránt. Fontos volna a nyári időszak erősítése, mely nem kedvez a pálinkafogyasztásnak/magas V/V% tartamú italok fogyasztásának. Továbbá a versenytársaktól eltérő módon innovatívan kell, hogy meghatározza termékfejlesztésünket. Így az általam feltett kutatási kérdéshez (KK1) hipotézisemet (H1)-t igazoltnak tekinthetem.

KK2: Hogyan tudunk a legjobban a vevőinknek megfelelni?

H2 (KK2): Feltételezem, hogy flexibilisen kell állnunk a vevői igényekhez, nyitottan kell hozzáállni, s új termékeket kell kifejlesztenünk.



44. ábra: Termékfejlesztési alapmodellünk

(Saját készítés)

A szakirodalomból elsajátított termékfejlesztés lépéseit követve a következő támpontok szerint haladtunk:

1. Igények felmérése: pálinka alapú italok iránti igény felmérése, vizsgálva az eltérő fogyasztói szokásokat és szeszesital-fogyasztási időszakot, melynek eredményeit a fentiekben már részletesen közöltem az olvasóval.

2. Tervezés: az igények alapján, a rendelkezésre álló eszköz- és anyagfelhasználással, meglévő fogyasztói tapasztalások alapján termékkombináció tervezése.

3. Fejlesztés: a rendelkezésre álló prémium pálinka termékek és a feldolgozási lehetőségek, egyéb gyümölcsprésvények, tartósítható, ízélményt nyújtó saját gyártású szörp. Ezen két termékünk kombinálása szénsavas italként. Brandépítésünk stratégiájában figyelmet fordítottunk a hazai

termék mivoltunk kihangsúlyozására, mind a nevünkkel, mind az arculati elemek, motívum használatában – logónk körvonalmotívuma a Magyar Népmesék arculati világához hasonlatos.



45-46-47. ábrák: a szörpkészítés lépései
(Saját készítés)

4. Tesztelés: tesztfolyamatunkat már értékesítési folyamat is kísérte, a megjelenési időszak kedvezett a termékspecifikus időszaknak – pl. fesztivál megjelenések, melyhez társíthattuk (személyes megjelenéssel) családi vállalkozásunkat kihangsúlyozó marketingünket, illetve vállalkozásunk saját maga szervezte eseményeken tesztelhette termékét.

5. Bevezetés a piacra: termékünk végleges piaci megjelenése hosszadalmas folyamat. Jelenleg még fenntartjuk a személyes marketingfolyamatunkat, és kis mennyiségű saját gyártás folyamatát valósítjuk meg, emellett – mérlegelve a termékcsomagolási és bérgyártási lehetőségeket – elindítottuk a volumen előállítási folyamatot.

6. Karbantartás és fejlesztés: két termékünk fejlesztése esett a nyári időszakra, ám a fejlesztési folyamat során újabb termék megvalósítása állt elő, melynek hozzáadott kiegészítője nem gyümölcsfeldolgozó üzem igényel, így további gyártási folyamat felkutatását indítottuk el.

Lehetőségeink, amit fontos figyelembe vennünk:

Technológia: az üzem termék előállítási lehetőségei adottak – léprés, pasztőröző, befőzőgép.

Alapanyag: rendelkezésre álló minőségi gyümölcs alapanyag adott. Első ízben kistérségi, lovasberényi cigánymeggy került betárolásra (5t), felsőörspusztai Idared (0,5t), agárdi kajszibarack (2t), etyeki tramini szőlő (2t), illetve konzorciumi kapcsolat által szabolcsi Jonagold alma (4t), továbbá Stanley és Besztercei szilva (6t) – ez utóbbiak további családi kapcsolattal rendelkező ültetvényekről származnak.

Termékelőállítói szakmai tapasztalat: kistermelői tevékenységünk során többféle szörpöt/szirupot állítottunk elő, melyek fogyasztói visszacsatolása mindig pozitív volt – 2 év Etyeki Piknik, 5 év Vál-Völgyi Zsúr.

Így termékfejlesztésünket saját személyes tapasztalatunkra és ízlésünkre alapoztuk.

Marketing tapasztalat: a fent említett események során termékértékesítésünk magasabb arányt ért el a megjelent versenytársakhoz képest. Social médiában aktívan jelen vagyunk és igyekszünk minél több fogyasztót megszólítani.

A fejlesztés során fontos szempont volt számunkra, hogy mindenképpen olyan termékeket szeretnénk fejleszteni, melyek a pálinka Hungarikum mivoltát nem sértik. Feltettük a kérdést: Vajon mit adhatunk a pálinkához, mely különleges, egyedi, de nem sértő?

S ekkor jött a nagy ötlet, hogy kanyarodjunk vissza a kiindulási alapanyaghoz, a párlat alapját képező, friss, hazai gyümölcsökhöz. Mivel már rendszeresen készítünk különböző szörpöket, így egy már bejáratott termékpalettához nyúltunk vissza.

S a long drink hígítása hogyan valósuljon meg? Itt pedig a kérdőívben szereplő kérdések adtak választ, mely alapján a fogyasztók jelentős százaléka fogyaszt szénsavas italt a pálinka mellé, illetve a fogyasztók többsége tudja, hogy a Szikvíz is Hungarikum.



48. ábra: Fejlesztési alapmodellünk

(Saját forrás)

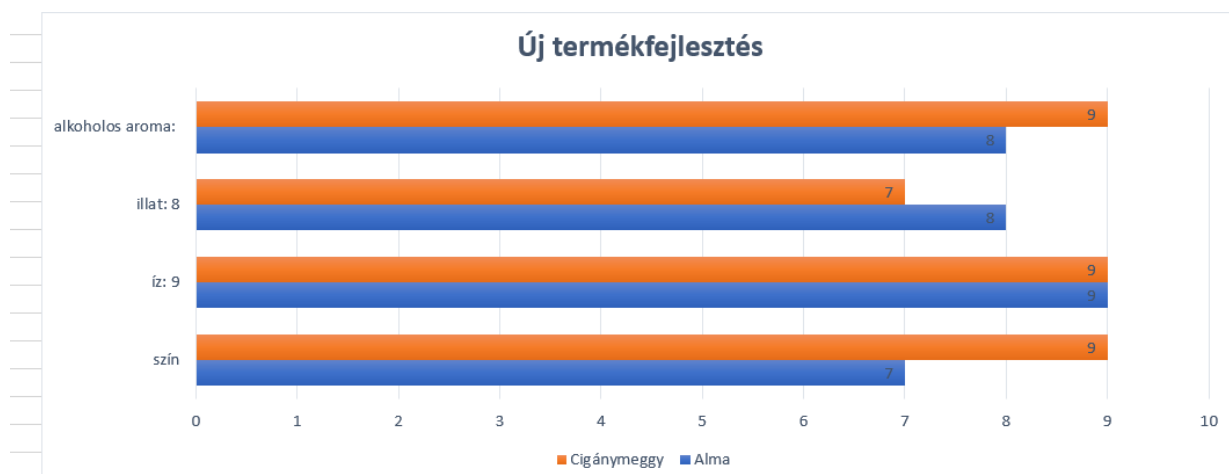
Termékelőállítás lépései:

1. A feldolgozási folyamat során elkülönítettünk ugyanazon gyümölcsből párlat alapanyagot és gyümölcslevet. A kinyert gyümöcsléből víz hozzáadása nélkül, cukor és citromsav hozzáadásával, hőkezeléssel szirupot készítettünk. A kinyert gyümöcslevek: Idared, cigánymeggy.
2. Alkohol, szirup és szikvíz elegyének kísérletezése.
3. Kialakítottuk a kellemes íz-, illat- és alkoholtartalom arányokat (2cl párlat, 6cl szirup, 4dl szikvíz).
4. Külső jegyek fokozása.

Eredmény: természetes, kellemes íz-, aroma- és illatvilágú, színében esztétikus, a gyümölcs jegyeit hordozó, frissítő ital.

A kész termékrecept szerint lédig szirup és lédig pálinka alkalmazásával, személyes megjelenéssel járó eseményeken (pl.: fesztivál) teszteltük termékünket. Személyes ajánlásaink hatékonyak voltak, kóstoltatási arányunk szinte elérte a 100%-ot. A termék kóstolása során lehetőségünk volt kutatás végzésre.

A megfelelő arányok beállítása után megkezdtük a vevőinkkel a próbakóstolást. Az alábbi grafikonon szeretném az Önök számára prezentálni:



49. ábra: Termékkóstoltatás

(Saját készítés)

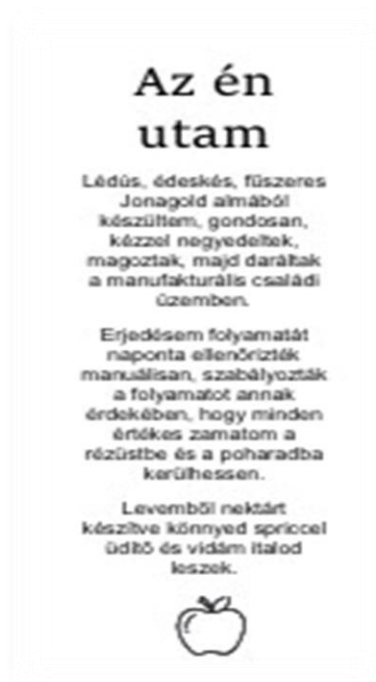
Az eredmények szerint a vevőinktől illat, íz, szín, alkoholos aroma alapján a legtöbb pontot a cigánymeggy kapta íz-illat intenzitása miatt. Valójában az alma alapú ital színét befolyásolni nem tudjuk, csak színadalékok hozzáadásával. Maga az íz nagyon kellemes mindkét verzióban, szívesen fogyasztják fiatal hölgyek is, mivel az alkoholtartalma az így készült itálnak 4-5 V/V%-os.



50. ábra: Kóstoltatás rendezvényükön

(Saját készítés)

Már tervezzük esteleges palackozását is a terméknek, melynek címkéjét jómagam terveztem **Az én utam** címmel.



51. ábra: Az én utam címketerve
(Saját készítés)



52. ábra: Címkézés és palackozás általam
(Saját készítés)

Mindemellett egy másik úton is elindultunk, néhány pálinka alapú koktélt is készítettünk, melynek elkészítését jómagam is elkezdtem tanulni Virágh Zoltán tanár úr koordinálásával. A teljes fejlesztésünkről részletesen egy másik tanulmányban szeretnék beszámolni az olvasó számára, alább néhány példát találhatnak.

Fejlesztés során felhasznált eszközök:

Shaker, jégcsipesz, mérce (2 és 4 cl-es), cup pohár, dekoráció.

Fejlesztéseink, melyekre nagyon büszkék vagyunk:

1. Rossz Anyák 2-3 személyes vödörös koktél

8dl-es egyszerű vödört jéggel feltöltünk színig, lime-cukor szirupot csorgatunk a vödör aljára, majd 4cl meggypálinkát öntünk rá. A vödört szinte teljesen feltöltjük szódával, majd meggyszörpöt csorgatunk rá. 2-3 szívószálat keverő mozdulattal helyezünk a vödörbe és gyümölcsnyárrsal dekoráljuk. A vödöröket a cég logózott matricájával látjuk el.



53. ábra: Rossz Anyák koktél
(Saját készítés)

2. Tricolour koktél

3dl-es pohár szükséges a koktél elkészítéséhez. Ételfestékkel intenzív zöldre színezett almaszörpöt töltünk a pohárba, majd 2/3 részig feltöltjük jéggel. Óvatosan szódát töltünk a 2/3 részig, és 2cl almapálinkát öntünk rá. A jeges rétegre szívószállal átszűrt almaszeleteket és epret helyezünk, mely lefedi a pohár átmérőjét, erre a rétegre darált jeget szórunk a pohár színéig, és hígított meggyszörpöt töltünk rá.



54. ábra: Tricolour koktél
(Saját készítés)

3. Boldogasszony koktél

5dl-es pohár szükséges a koktél készítéséhez. Lime-cukor szirupot töltünk a pohár aljára $\frac{1}{4}$ jéggel, majd mentalevelet és gyümölcsöt rétegezzük rá. Ismét egynegyed jeget töltünk rá, majd mentát és gyümölcsöt, végül jéggel zárjuk a pohár tetejéig. Szódával felöntjük a poharat, és 4cl almapálinkát töltünk rá. A szívószálat keverő mozdulattal helyezzük a pohárba.



55. ábra: Boldogasszony koktél
(Saját készítés)

4. Marcus koktél

1,5 dl-es talpas koktélos poharat használunk az ital felszolgálásához. A hozzávalókat, mint narancslé, ananászlé, citromlé, kókuszszirup, tojásfehérje, jégkockák, rázóhengerben (shaker) összerázzuk. Az így elkészült italt öntjük a szalaggal feldíszített koktélos pohárba.



56. ábra: Marcus koktél
(Saját készítés)



57. ábra: Általam elkészített koktélok
(Saját készítés)

	Tricolour koktél	Rossz Anyák 2-3 személyes vödrös koktél	Boldogasszony koktél	Marcus koktél
Értékesítési ár	1 800 Ft	2 000 Ft	1 800 Ft	1 800 Ft
Önköltségi ár	900 Ft	1 000 Ft	900 Ft	900 Ft

58. ábra: Általam elkészített koktélok ár vizsgálata

(Saját készítés)

Termékeink árai a vásárlói visszajelzések alapján kedvezőnek mondhatók és a fogyasztás mértéke 12-15%-al növekedett rendezvényeinken.

A termékfejlesztésünk egy kis kitérőt tett, mert szeretnénk olyan hölgyeknek is kedveskedni, akik a rendezvényeink során nem szeretnék direkt módon alkoholt fogyasztani. Így számukra pálinka alapú csokoládé desszertet tudunk kínálni jövőbeli terveink szerint.



59. ábra: Pálinka desszert

(Saját készítés)



60-61. ábrák: Koktéلكészítés rejtjelmeinek elsajátítása Virágh Zoltán tanár úrral

(Saját készítés)

Az egyik koktél ötlet adja a másikat, igaz, még csak a tanulás útján járunk, de fogyasztóink nagyon szeretik és kedvelik már most a fenti koktélok. A hölgyeket is sikerült megszólítanunk, és folyamatosan kérjük a visszajelzéseiket, és az alapján fejlesztjük portfóliónkat. Az általam megfogalmazott KK2-höz tartozó H2-t igazoltnak tekintem.

5. Összefoglalás

Vizsgálatom során feltett kutatási kérdéseket igyekeztem megválaszolni, hipotézisemet konkrét adatokkal, fejlesztésekkel alátámasztani. Még nagyon hosszú út áll előttünk, rengeteg kihívással. Nagyon nagy feladat, hogy egy most nyíló Pálinkaüzemet, s a hozzátartozó termékpalettát minél szélesebb körben megismertessük a fogyasztókkal, és vevőkörünket kibővítsük.

A munkánk iránt érzett szeretetünk, alázatunk visz napról napra előre minket. A folyamatos tanulás, fejlesztés elengedhetetlen működésünk szempontjából, s bízom benne, hogy ezen dolgozat is segítheti az olvasót a pálinka iránti szeretetük elmélyítésére.

62. ábra: Tricolour készítése általam
(Saját készítés)



6. Irodalomjegyzék

BŐHM KORNÉL: A közvélemény kutatás ereje

Link: <https://opinio.hu/kozvelemeney-kutatas-ereje/>

(Letöltési ideje: 2023.12)

FODOR TAMÁS- Megtérülés számítás egyszerűen (2020)

[Fodor Tamás vezetési tanácsadó blogja - Megtérülés számítás egyszerűen 4 lépésben \(tfodor.hu\)](#)

(Letöltés ideje: 2024.03)

GOLUBEFF LÓRÁNT: Magyar vállalatok, családi vállalkozások - Megmutatjuk a feltörekvő magyar közép vállalkozások sikerének titkait (2023)

GÓCZI TAMÁS: A termékfejlesztés folyamatai (2023)

Link: <https://prototipusgyartas.hu/blog/a-termekfejlesztes-folyamatai/>

(Letöltés ideje: 2023.12)

DR. HUSTI ISTVÁN: Projektmenedzsment a mezőgazdaságban (2010)

DR. HUSTI ISTVÁN: A mezőgazdasági műszaki fejlesztés gazdasági vonásai (2010)

KÜRTHY EMILNÉ: Szörpök, italok, stb. (2023)

MARKETING21: Mit jelent a marketing? (2016)

Link: <https://marketing21.hu/mit-jelent-a-marketing/>

(Letöltés ideje: 2024.02)

DR. NÉMETI LÁSZLÓ: A magyar gazdaság az ezredfordulón (2003)

DR PANYIK GÁBORNÉ: Pálinkafőzés – Ágyas Pálinka és likőr készítése (2021)

STEPHAN HINZ: A koktél (2016)

DR SZTANÓ IMRE: Számvitel alapjai (2017)

<https://docplayer.hu/27008403-A-szamvitel-alapjai-dr-sztano-imre.html>

(Letöltés ideje: 2024. 01.)

DR. TAKÁCS JÓZSEF: A mezőgazdaság és élelmiszeripar üzemi szerkezete (2007)

TŐZSÉR ANETT: A hunagrikumok szerepe a magyar identitás és az országimázs formálásában (2023)

Link: https://webshop.ludovika.hu/wpcontent/plugins/olvasoprobak/Olvasoproba_hungarikumok_szerepe.pdf

(Letöltés: 2023.12)

TRIZEL SZOLG. ÉS KER-MI KFT., GÁSPÁR KATAIN: Vállalkozás fogalma (2010)

http://centroszet.hu/tananyag/Vallalkozas_vegleges/12_a_vllalkozs_fogalma.html

(Letöltés ideje: 2022.12.)

DR. PATAKI BÉLA: Gazdasági intelligencia (2004)

http://www.ceo.hu/index.php?option=com_content&task=blogsection&id=35&Itemid=59

(Letöltés ideje: 2022.12.)

PANDURICS ANETT: Technológia és versenyképesség (2007)

http://edok.lib.uni-corvinus.hu/269/1/Z29_Pandurics.pdf (Letöltés ideje: 2022.12.)

DR. PATAKI BÉLA: Technológiamenedzsment (2011)

<https://docplayer.hu/18489257-Technologiamenedzsment.html> (Letöltés ideje: 2022.12.)

VERES ZOLTÁN - HOFFMANN MÁRTA - KOZÁK ÁKOS: Bevezetés a piackutatásba (2017)

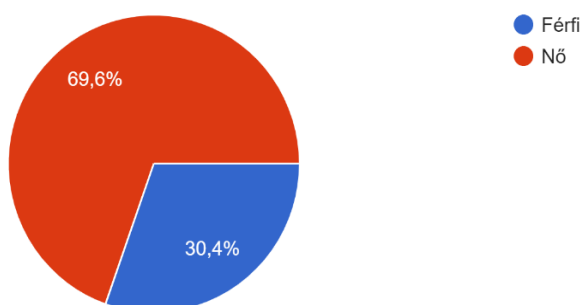
1. számú melléklet

Megtérülési idő számítása pálinkafőző üzem és hűtőház esetén						
Kiadások	0. év (2023)	1.év (2024)	2.év (2025)	3.év (2026)	4.év (2027)	5. év (2028)
Nettó beruházás (2023.), karbantartás,díjak	- 1 000 000 000 Ft	- 2 000 000 Ft	- 2 500 000 Ft	- 4 000 000 Ft	- 4 000 000 Ft	- 4 000 000 Ft
Anyagjellegű kiadások	- Ft	- 8 000 000 Ft	- 12 000 000 Ft	- 14 000 000 Ft	- 16 000 000 Ft	- 18 000 000 Ft
Üzemeltetés, egyéb költségek, szolgáltatások		- 12 000 000 Ft	- 13 000 000 Ft	- 14 500 000 Ft	- 15 500 000 Ft	- 17 000 000 Ft
Bérlőköltség	- Ft	- 5 400 000 Ft	- 6 000 000 Ft	- 6 600 000 Ft	- 7 200 000 Ft	- 7 800 000 Ft
Összesen	- 1 000 000 000 Ft	- 27 400 000 Ft	- 33 500 000 Ft	- 39 100 000 Ft	- 42 700 000 Ft	- 46 800 000 Ft
Bevételek	0. év (2023)	1.év (2024)	2.év (2025)	3.év (2026)	4.év (2027)	5. év (2028)
Projektmenedzsment szolgáltatás	14 000 000 Ft	10 000 000 Ft	12 000 000 Ft	12 000 000 Ft	12 000 000 Ft	12 000 000 Ft
Előállított termék értékesítés/értéke		48 000 000 Ft	64 000 000 Ft	70 000 000 Ft	72 000 000 Ft	75 000 000 Ft
Értékesített szolgáltatás	- Ft	108 000 000 Ft	113 000 000 Ft	118 000 000 Ft	124 000 000 Ft	130 000 000 Ft
Támogatás	- Ft	500 000 000 Ft	- Ft	- Ft	- Ft	- Ft
Összesen	14 000 000 Ft	666 000 000 Ft	189 000 000 Ft	200 000 000 Ft	208 000 000 Ft	217 000 000 Ft
Összevont éves cash flow	- 986 000 000 Ft	638 600 000 Ft	155 500 000 Ft	160 900 000 Ft	165 300 000 Ft	170 200 000 Ft
Diszkont faktor	1,00	1,06	1,1236	1,1910	1,2625	1,3382
diszkontált éves cash flow	- 986 000 000 Ft	602 452 830 Ft	138 394 446 Ft	135 094 743 Ft	130 933 083 Ft	127 183 341 Ft
Nettó jelen érték	148 058 443 Ft					
Kiadások						
Nettó beruházás (2023.), karbantartás,díjak	Beruházás értéke, fenntartási időszak alatt, felmerült karbantartási kgt. Felülvizsgálati díjak, biztosítás, hatósági díjak					
Anyagjellegű kiadások	Alapanyag kgt. Göngyöleg					
Üzemeltetés, egyéb költségek, szolgáltatások	Rezsi, szolgáltatási díjak, könyvelés					
Bérlőköltség	1,5fő					
Bevételek						
Projektmenedzsment szolgáltatás	Egyéb kapcsolódó szolgáltatásaink bevétele					
Előállított termék értékesítés/értéke	Saját termék értékesítés bevétele/készlet értéke					
Értékesített szolgáltatás	Hűtőház kapacitás szolgáltatás értéke/bevétele, 6 kamra igénybevétele / év					
Támogatás	50% beruházás támogatás, utófinanszírozás					

2.számú melléklet

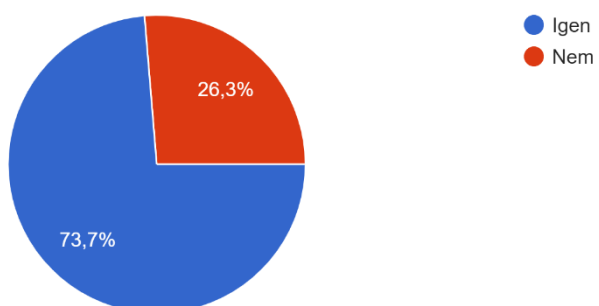
Neme?

158 válasz



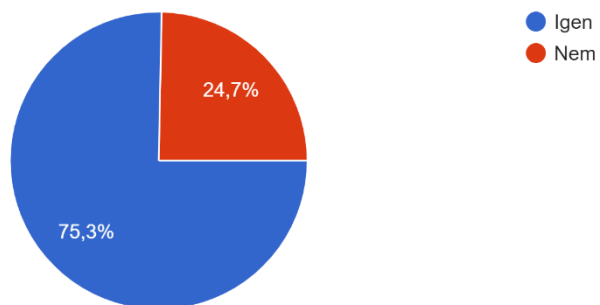
Ön szerint a Szikvíz Hungarikum?

95 válasz



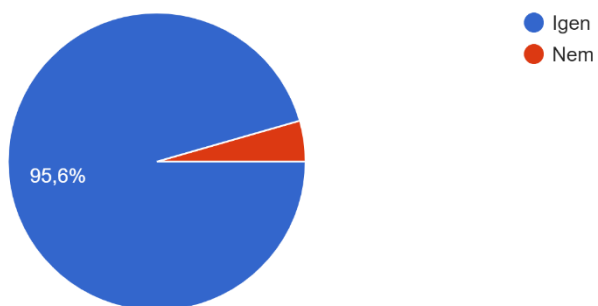
Előnyben részesíti a hungarikumokat/pálinkát?

158 válasz



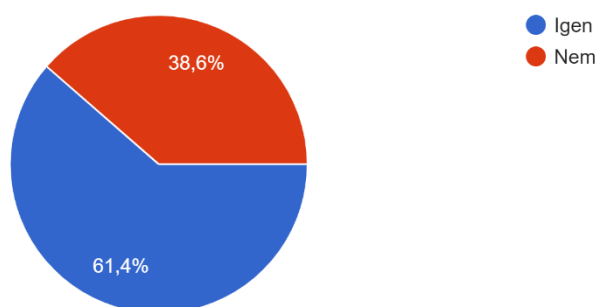
Fogyasztott/kóstolt már pálinkát?

158 válasz



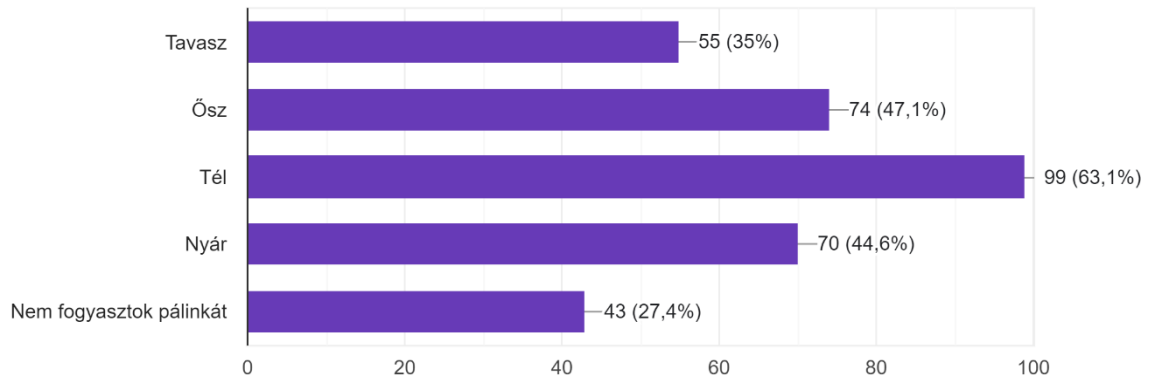
Fogyaszt-e rendszeresen/alkalmanként pálinkát?

158 válasz



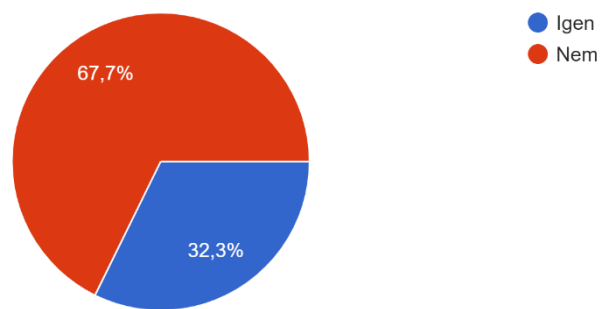
Mely évszakokban?

157 válasz



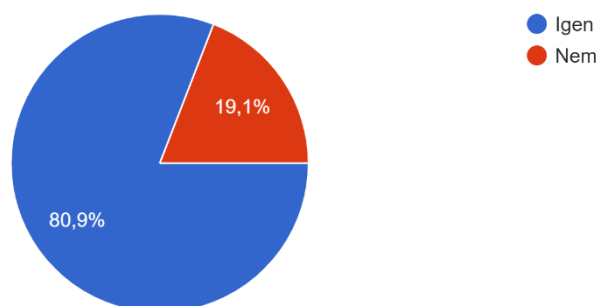
Alkohol fogyasztás során előnyben részesíti a magas alkoholtartalmú italokat?

158 válasz



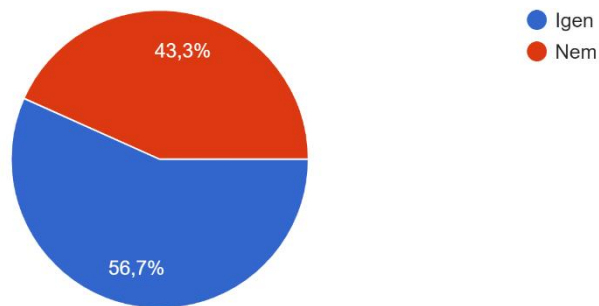
Nyitott lenne a pálinka felhasználásával készített új termékekre?

157 válasz



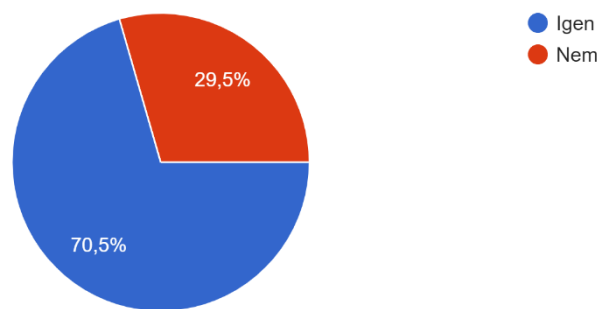
Alkoholos ital(párlat) fogyasztása alkalmával fogyaszt szénsavas italterméket?

157 válasz



Nyitott lenne pálinka alapú longdrink italra?

156 válasz



Kora?

154 válasz

