

**Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem**

**Szent István Campus**

**Agrár- és Élelmiszergazdasági Intézet**

**Kereskedelem és Marketing alapképzési szak**

**Csiki Ágnes Dalma**

**Kisvállalkozások marketingstratégiája egy niche**

**piacon működő kisvállalkozás példáján keresztül**

Kereskedelem és Marketing alapképzési szak, nappali tagozat

Agrár- és Élelmiszergazdasági Intézet

Belső témavezető: Szerb Boglárka, egyetemi tanársegéd, Agrár- és Élelmiszergazdasági Intézet  
/ Agrárlogisztika, Kereskedelem és Marketing Tanszék

Szakedolgozatom célja, hogy átfogó módon bemutassa a kisvállalkozások által alkalmazható legmegfelelőbb marketingtevékenységeket és lehetséges stratégiákat, amik akár kisebb tőkeállománnyal rendelkező vállalkozások számára is költséghatékony megoldást tudnak nyújtani. Ezek alapján egy konkrét hazai kisvállalkozás (Crydet Ipari és Kereskedelmi Kft.) jelenleg folytatott marketingtevékenységét vizsgáltam, hogy a marketinges lehetőségeit tudjam felismerni. Szakirodalmi áttekintésemben a választott témámhoz kapcsolódó szekunder forrásokat dolgoztam fel, hogy a saját, primer kutatásomhoz megfelelően megalapozott tudással rendelkezek. Saját kutatásomban először a Crydet Kft. vállalati honlapját elemeztem marketing szempontból, hogy az erősségeit és esetleges hiányosságait feltárjam. A továbbiakban mélyinterjúk formájában a cég múltbeli és jelenleg folytatott marketingstratégiájával ismerkedtem meg, illetve az évek során szerzett tapasztalatokkal. Kutatásom eredményeképpen SWOT elemzést készítettem, ami marketingstratégia megtervezésében segítségére lehet a cégnek, ha az elemzésben megfogalmazott erősségeikre fókuszálnak és megragadják a lehetőségeiket, a gyengeségeket amennyire tudják kiküszöbölik

és a veszélyeket elkerülik. A következtetéseim alapján olyan javaslatokat tudtam tenni, amik a cég marketingjét erősíthetik, ami hosszútávon piaci növekedést eredményezhet.

A kutatásom betekintést nyújtott egy nagyon szűk és specifikus, niche piacon működő kivállalkozás marketingjébe, be tudtam mutatni olyan kihívásokat, amik kifejezetten a hasonló helyzetű vállalatok marketingjét érinti. Az eredmények azt gondolom hasznosak lehetnek egyrészt maga a Crydet számára, ha az általam javasolt változtatásokat szem előtt tartják, akár meg is valósítják, de hasznosak lehetnek hasonló piaci szereplők számára is.