

Iránytű a magyar mezőgazdaság útkereséséhez

Az AgroStratéga 2017-ben már hatodik alkalommal indította útjára azt a kutatást, melynek kérdőíve a mezőgazdasági termelést hivatásszerűen, árutermelés céljából folytató egyéni gazdálkodók és cégvezetők szakmai információszerezési szokásaival, valamint jövőképével kapcsolatos kérdéseket tartalmaz.

A hiánypótló felmérés eredményeit az ágazaton belül több területen is felhasználják, az egyetemi oktatóktól az ágazat beszállítóinak és vevőinek döntéshozóin keresztül a szakpolitikusokig.

A kutatás megállapításaiból rendszeresen születnek szakcikkek és szakértői hozzászólások, melyek a vezető mezőgazdasági szaklapokban és szakportálokon, valamint az AgroStratéga szakmai blogján jelennek meg. Az eredmények hivatkozásként bekerülnek szakdolgozatokba, doktori disszertációkba, hazai és nemzetközi kiadványokba, magyarul és idegen nyelven egyaránt.

A piackutatók célja nem kevesebb, mint az agráriumban dolgozók, a mezőgazdasági termelésből élők igényeinek megismerése, a problémák feltárása, ezzel is hozzájárulva azok megoldásához, az ágazat fejlesztéséhez. A kutatási eredmények megismerésével a vertikum minden résztvevője nyer, mivel az adatok jelentős részéhez ingyen is hozzá lehet jutni, hiszen a cél végeredményben közös: a hazai mezőgazdaság fejlesztése.

Az országos felmérésnek ebben az évben is szakmai partnere az AGRYA (Fiatal Gazdák Magyarországi Szövetsége) és a GOSZ (Gabonatermesztők Országos Szövetsége). E két szakmai szervezet mellett az AGRÁRIN, a HARDI, a NUFARM, a RAPOOL, a SAATEN-UNION és a TAKARÉKBANK is támogatja a kezdeményezést. Cikkünkben a kutatás szakmai partnereit és támogatóit kérdeztük a piackutatással és a társadalmi felelősségvállalással kapcsolatos viszonyokról.

■ Salamon György: Évről évre fejlődik a digitális kommunikáció

A Nufarm egy ausztráliai székhelyű növényvédőszer-gyártó vállalat, amely 1957-es megalapítása óta piacvezetővé vált Ausztráliában, harmadik Ázsiában, de Európában és a többi kontinensen is jelentős szereplője a növényvédőszer piacának.

A globális gyomirtószer-piacon az ötödik, vezető helyen áll a fenoxi-herbicidok kereskedelmében, a glifozát hatóanyag-tartalmú termékek gyártóinak sorában pedig jelenleg második a világon. A vállalat emellett jelentős pozíciót vívott ki magának a réztartalmú szerek piacán is, hiszen ott a legismertebb márkák tulajdonosa éppen a Nufarm. Az anyacég a fejlesztések során új

hatóanyag- és termék kombinációk, a korábbiaknál környezetkímélőbb formulációk, továbbá felhasználóbarát csomagolások megvalósítására koncentrálnak, melyek a gyakorló szakemberek számára is értéket képviselnek.

A hazai leányvállalat története éppen tíz éve kezdődött és napjainkra már több mint hatvan különféle termék és gyűjtőcsoomag forgalomba hozatalához szükséges engedéllyel rendelkezik. Az alapítás óta eltelt évtizedben nemcsak a termékválaszték, hanem a munkatársak létszáma is növekedett. Ma már kilencfős területi csapattal és teljes kiszolgáló háttérrel működünk. Ahogyan a környezetünkkel, úgy a partnereinkkel és

atermékeinket felhasználókkal is hosszú távú, jól működő kapcsolatok kiépítésére, valamint fenntartására törekszünk. Az AgroStratéga szakértőivel például az alapítás évétől együtt dolgozunk, országos felmérésüket pedig már második

alkalommal támogatjuk. Meggyőződésem, hogy a kutatás eredményei minden érintett érdekeit szolgálják.

A termékeinkkel kapcsolatos ajánlásainkat például a gazdálkodók által leginkább használt és kedvelt információs csatornákon juttatjuk el hozzájuk.



Salamon György
ügyvezető,

Nufarm Hungária Kft.

Jó látni, hogy évről évre növekszik a digitális kommunikációs eszközök használata az ágazatban, és egyre többen tájékozódnak az online csatornákból is. Emellett azonban továbbra is igény van a személyes kapcsolatokra és a papíralapú eszközökre, melyekre szintén nagy hangsúlyt fektetünk. Kiadványainkban részletesen

szólunk a permetezés technológiájáról, amit az egyes termékekre vonatkozó konkrét ajánlásokkal egészítünk ki.

Hiszen a kijuttatástechnológia alapjaiban határozza meg a növényvédőszer hatékonyságát, végeredményben a védekezés sikerességét.

■ Dr. Weisz Miklós: Pozitív jövőképet látunk, a gazdák beruházásokat terveznek

A Fiatal Gazdák Magyarországi Szövetsége (AGRYA) több mint húsz éve működő, generációs alapon létrejövő szakmai szervezet, amelyben a fiatal gazdák megtalálhatják korosztályos közösségüket.

A generációváltás ösztönzéséhez, a fiatal gazdálkodók tevékenységének szakmai támogatásához nélkülözhetetlen támogatásokat adnak a gazdálkodók körében végzett felmérések eredményei. Kezdetben a KSH-val, majd később kibővítvé a partnerséget az AgroStratégával több közös projektet sikerült már megvalósítani és az eredményeit publikálni. A legutóbbi például a kertészeti ágazatban tevékenykedő fiatal gazdálkodók jellem-



Dr. Weisz Miklós
társelnök,

Fiatal Gazdák Magyarországi Szövetsége (AGRYA)

zőit mutatta be, vizsgálva többek között az értékesítési módokat, a beruházási hajlandóságot és az együttműködés jellemzőit. Jelenleg zajlik a gazdaságátadáshoz, nemzedékváltáshoz kapcsolódó közös felmérés elemzése is, amelynek eredményeiről hamarosan be tudunk számolni.

A sikeres közös munkák alapján nem kérdés, hogy a gazdálkodók információszerezési szokásait vizsgáló felmérésben is már évek óta együttműködünk.

Minden olyan elemzést hasznosnak tartunk, amely a gazdálkodók tudásátadásának megismeréséről nyújt információkat. A tudás megszerzésének, a gyakorlati tapasztalatok megosztásának módja alapvetően befolyásolja az innovációk elterjedését, ezáltal a versenyképességet. Fontos tehát megismerni, hogy a gazdálkodók milyen forrásokból, milyen gyakorisággal szerzik meg a gazdálkodáshoz szükséges információkat.

Ezen túl az előző évi kutatási eredményekből két dolgot mindenképp érdemes kiemelni: az egyik a gazdálkodók beruházási szándékaira vonatkozó adatok. A kapott eredmények alapvetően pozitív jövőképet tükröznek, mivel a gazdák zöme beruházásokat tervez, fejleszteni szeretne. Ez a tendencia még inkább jellemző a fiatal gazdálkodói korosztály esetében.

Kevésbé ad okot optimizmusra viszont a másik fontos eredmény, amely szerint a gazdaságok átadása csúszik, nem zajlik zökkenőmentesen. Ez megerősíti azt, hogy az agrár-nemzedékváltás segítésére több figyelmet kell fordítani egyrészt

a jogi-adminisztratív akadályok lebontásával, másrészt az érintettek tudatos felkészülésével.

■ Fórián Zoltán: Sikerünk titka, hogy képen vagyunk az agrárpiacon folyó folyamatokkal

Szorosan összeforrt az agráriummal a Takarékok élete, működése. Nemcsak meghatározó finanszírozói vagyunk a gazdáknak, de olyan teljes körű kiszolgálást is nyújtunk számukra, amely hozzájárul ahhoz, hogy sikerrel fejlesszék üzemeiket. Ennek közép-pontjában a szakmaiság, a személyes jelenlét, az innováció és a hozzáadott érték áll.



Fórián Zoltán
vezető agrárszakértő,

Takarék Agrár Központ

Tudatos stratégia van amögött, hogy a pénzintézetek közül a Takarékok hoztak létre először saját agrárszakmai műhelyt. A Takarékok Agrár Központ nemcsak a kollégák megfelelő agrárfelkészültségéről gondoskodik, hanem az ügyfelek piaci eligazodását is segíti elemzésekkel, előrejelzésekkel, tanácsadással. Az egyedülállóan széles vidéki hálózat, a személyes kapcsolatok és a rugalmasság jó eszközök az innovatív, szakmaiságon alapuló agrárfinanszírozási partnerség kialakításához.

A Takarékok rajta tartják ujjukat a mezőgazdaság ütőerén. Sikereink egyik fontos alapja, hogy folyamatosan képen legyünk az agrárpiacon folyó folyamatokkal, sőt mi több, tudjuk, hogyan gondolkodnak, mire készülnek az agráriumban tevékenykedők. Ezért hívtuk életre immár egy évvel ezelőtt a Takarékok Agrárhatalmi Indexet, amelynek negyedéves, reprezentatív felmérését

az AgroStratéga végzi. Partnerünk saját felmérése számunkra jól kiegészíti indexünk eredményeit, ezért is támogatjuk a kezdeményezést.

Az is bizonyítja a Takarékok agrárpiacon való elkötelezettségét, hogy minden olyan kezdeményezés mellé odaállunk, amely segíti a mezőgazdaság, a gazda munkáját, megkönnyíti életét. Ezen

egyedülálló felmérés eredményei nemcsak a mezőgazdaságot kiszolgáló ágazatoknak, hanem maguknak az ágazat szereplőinek is szükséges jelzések. A piackutatási adatok fontos iránymutatók például a termékfejlesztésünk számára, de piaci stratégiánk kialakításában is építünk rájuk. Jó például szolgál a Vidékfejlesztési Programmal (VP) kapcsolatos beruházási szándék, amelyről időben értesülve a Takarékok Csoport tagjai felkészülten várták a fokozódó finanszírozási igényt.

Elsőként, már áprilisban piacra léptünk a VP-előleg felvételi lehetőségéhez kapcsolódó garanciatermékünkkel, és a nyertes pályázók minden részletre kiterjedő kiszolgálását is biztosítani tudjuk.