

2009 óta a piacon

Piackutatás és stratégiaalkotás a mezőgazdaságban

SZERZŐ: FM

Lapunk olvasói az AgroStratéga 2009-es alapítása óta rendszeresen találkozhattak Varanka Mariann és Pólya Árpád cikkeivel, kutatási eredményeket közlő írásaival. E havi számunk interjújában legutóbbi kutatásuk legfontosabb eredményeiről, az ágazatban tapasztalt trendekről, illetve cégük pozíciójáról, terveiről kérdeztük a szakembereket.

– Többféle módszertan alapján dolgoznak a kutatócégek a mezőgazdaságban és általában ebben a szegmensben. Önök miért az online platformot választották?

– A piackutató szakma álláspontja szerint egy eszköz akkor fogadható el kutatáshoz, ha a célcsoport legalább 80 százaléka használja. A mezőgazdasági ágazatban, amely élen jár a digitalizációban, az árutermelő gazdaságok döntéshozói az internetet már évek óta ennél nagyobb arányban veszik igénybe. A felmérésünk kizárólag az ő válaszaikat tartalmazza, így a körükben végzett online kutatás szakmailag hiteles, az adatok egyértelműen elfogadhatók.

– Az eredményeket egyfajta kontrollként szokták-e más elérhető adatokhoz viszonyítani?

– *Információszerzés és döntéstámogatás az agráriumban* című országos felmérésünket éppen az hívta életre, hogy gyakorlati marketingszakemberként mért adatokra volt szükségünk a döntések előkészítéséhez. Mivel az üzleti tervezés során és a marketingtervek el-



Pólya Árpád és Varanka Mariann, az AgroStratéga alapítói a kutatási jelentés prezentációja után Fodor Mihállyal, lapunk főszerkesztőjével

megfelelő következtetések levonása és a kulcsfontosságú információk összefoglalása.

– **Több partner vett részt támogatóként a kutatásban, amelyet 2017-ben már hatodik alkalommal végeztek. Mik a tapasztalatok, a partnerek hogyan tudják beépíteni az eredményeket a mindennapi munkájukba?**

szereken jelennek meg szakcikkeink és szakértői hozzászólásaink, kutatási eredményeinkre szakdolgozatokban, disszertációkban hivatkoznak. Célunk nem kevesebb, mint a mezőgazdasági termelésből élők igényeinek megismerése, a problémák feltárása, hogy ezzel hozzájáruljunk azok megoldásához, az ágazat fejlesztéséhez.

– **Lassan egy évtizede hallani már a generációváltás szükségességéről. Az idei adatokból mit lehet leszűrni ezzel kapcsolatban, mik a tendenciák?**

– A nemzedékváltás lassabban halad, mint ahogy azt vártuk. A témát már 2011 óta napirenden tartjuk, mert egyre súlyosabb problémát okoz a gazdaságok átadása-átvétele. 2017-es felmérésünkben a válaszadók átlagéletkora az 1400 fős mintában 49 év volt. A válaszadók négyötöde tervezte a munkavégzést a nyugdíjkorhatár elérése után, vagy már elérte azt, és még dolgozott. A 40 év feletti korosztályban ez az érték 81%, jellemzően azért, mert nincs kinek átadni a gazdaságot. Más kérdés, hogy a 40 évesnél fiatalabbak

Célunk a mezőgazdasági termelésből élők igényeinek megismerése, a problémák feltárása, hogy ezzel hozzájáruljunk azok megoldásához

készítésekor tényekre támaszkodunk, és ezeket az adatokat az elérhető ágazati elemzésekben nem találtuk meg, magunk állítottuk elő őket. Ennek oka többek között az, hogy az agrárium nyelvezetének, az ágazat működésének és sajátosságainak ismerete nélkül nehéz megszólítani a gazdálkodókat. Talán még bonyolultabb feladat az eredmények helyes értelmezése, a

– Partnereink visszajelzései azt bizonyítják, hogy az információkat közvetlenül is hasznosítani tudják marketingstratégiájuk kidolgozásában. De nem csupán ők, hiszen hiánypótló felméréseink eredményeit az ágazaton belül több területen felhasználják, az egyetemi oktatóktól az agrárium beszállítóinak és vevőinek döntéshozóin keresztül a szakpolitikusokig. Rend-

háromnegyede szintén tervezi a munkavégzést a nyugdíjkorhatár elérése után, mert úgy számol, hogy a nyugdíja nem fogja fedezni a kiadásait.

– **Bár idehaza igyekeznek a kisebb, családi gazdaságokat „helyzetbe hozni”, világszerte trend, hogy egyre kevesebb számú, egyre nagyobb birtokon gazdálkodnak. Elemzőként hogyan látják ezt a folyamatot?**

– Jelentős birtokkoncentráció zajlott az elmúlt években, azonban a művelt terület, a létszám és az árbevétel adatai még mindig a mezőgazdasági termelés elaprózottságát mutatják. Ez önmagában nem feltétlenül lenne probléma, ha a termelők együttműködési hajlandósága, önszerveződése nagyobb lenne, és az áru egységesebb, jelentős részben feldolgozott terméként, rövidebb értékesítési láncon, márkázva jutna a piacra. A nagyobb arányú öntözhető terület nemcsak az aszálykárokockázatot csökkentené, hanem az igényesebb, értékesebb kultúrák termőterülete is nőne.

Néhány hektár takarmánykukorica megtermelése egy kisgazdaságban sose lesz versenyképes a hatékonyabban működő nagyüzemekkel szemben. Öntözéssel viszont nagyobb jövedelmet lehet megtermelni ugyanekkora területen például szabadföldi zöldségfélékkel, dísznövényekkel, oltvány-előállítással, hajtatással. Tehát nagyüzem és kisgazdaság jól megférhetne egymás mellett, ha nem ugyanazon a termékpályán versenyeznének, azonban egyelőre úgy tűnik, a szemléletváltás lassú folyamat lesz. A birtokkoncentráció folytatódását jelzi előre, hogy minden ötvenedik gazdálkodó tervezi a gazdaság visszafejlesztését, megszüntetését 2-3 éven belül, és ugyanilyen arány jellemzi a gazdaságok eladására, bérbeadására vonatkozó terveket is.

– **Sikerülhet egy ilyen kutatás során a gazdálkodás eredményességéről is képet kapni?**

– Több év távlatában nőtt az ágazat eredményessége, évek óta jelentős a beruházási hajlandóság, és a válaszadók közel háromnegyede továbbra is fejlesztésben gondolkodik, akár pályázati támogatások nélkül is. A fejlesztési célok között első helyen szerepel a technikai, technológiai fejlesztés, ami a gépberuházás mellett például a termelés technológiai színvonalának emelését, technológiaváltást is jelent. Tízből négy gazdálkodó megújuló energiaforrások használatát tervezi, és minden negye-

dik válaszadó tervei között szerepel az öntözés fejlesztése.

– **Fontos kérdés, hogy a termelők okoseszközökkel az interneten vagy még mindig papíralapon keresik-e az információkat. Mi változott az elmúlt hat évben?**

– A gazdálkodók információszerzési szokásaiban robbanásszerű változást tapasztalunk, amiben a digitalizáció jár

A soron következő esztendő rendre nehezebb feladatokat ad, mint az előző. A gyorsan változó környezet állandó alkalmazkodást kíván

az élen. A hírlevelek és az online agrárportálok használata már a személyes szakmai kapcsolatok és a nyomtatott szaklapok használatának szintjén van, ezeket pedig szorosan követik az online agrárfórumok. A döntéshozók többsége inkább az interneten keresi a szakmai információkat, szemben a nyomtatott tartalmakkal. A gazdálkodók döntően a szöveges szakmai anyagokat kedvelik, de videókra is egyre komolyabb igény mutatkozik. Általánossá vált a közösségi portálok látogatása, és jelentős az ugrás az ingyenes üzenetküldő szolgáltatások használatában is, párhuzamosan a mobil eszközök elterjedésével. Sőt, 2017-ben többen használtak okostelefont, mint asztali számítógépet. Azonban nem kell temetnünk a nyomtatott szaklapokat és szakkönyveket sem, mert ma is jelentős súlyt képviselnek az információforrások között.

– **Az AgroStratéga márkát ketten alapították. Sokáig volt „kétemberes” a cég, amelynek a piackutatás és a stratégiai tanácsadás a fő tevékenysége. Most azonban jelentős bővülésről számolhatnak be.**

– Az AgroStratéga márkát 2009-ben alapítottuk azzal a céllal, hogy professzionális stratégiai tanácsadással segítsük a hazai agráriumban működő vállalkozásokat a piaci versenyben. Otthonosan mozgunk a marketing, a kommunikáció, a PR és a piackutatás területén. A háttérben szerteágazó tevékenységi kört lefedő és évek óta állandó alvállalkozói csapatunk biztosítja a zavartalan és magas színvonalú munkavégzést. Az egyes részterületeken professzionális szolgáltatást végző szakemberek közül többel is szorosabbra fűztük az elmúlt hónapokban a kapcsolatot, hogy a napi

szintű közös munkánk által tevékenységünk hatékonyabbá váljon, és még jobban ki tudjuk szolgálni ügyfeleink igényeit.

– **Milyen évnek ígérkezik 2018 a mezőgazdaságban élők és az AgroStratéga számára?**

– A soron következő esztendő rendre nehezebb feladatokat ad, mint az előző. A gyorsan változó környezet

állandó alkalmazkodást kíván. Szerencsére minden gazdasági évben tanulunk valami újat is, amit beépítünk, így fejleszteni tudjuk nemcsak az üzletmenetet, hanem saját magunkat és a körülöttünk lévőket is.

A gazdálkodók számára az időnként szélsőséges időjárási és piaci környezet, a fenntartható gazdálkodással és állatjóléttel szemben támasztott, folyamatosan erősödő társadalmi elvárások, a szigorodó környezetvédelmi jogszabályok és a munkaerőhiány mellett valószínűleg majd a rengeteg új információ befogadása és feldolgozása is kihívást jelent. Ilyen új információ érkezik – sok más mellett – a KAP várható reformjáról, a precíziós gazdálkodás bevezetéséről vagy a növényi és állati termékek értékesítési árának változásáról. Úgy gondolom, újabb izgalmas évnek nézünk elébe.

AgroStratéga
tanácsadás • fejlesztés • támogatás

Információszerzés
és döntéstámogatás
az agráriumban

Piackutatási jelentés, 2017