

# **A MEZŐGAZDASÁGI ÁGAZATBAN ÉRDEKELT VÁLLALKOZÁSOK INFORMÁCIÓSZERZÉSI SZOKÁSAI ÉS IGÉNYEI**

Kutatás a magyar mezőgazdasági termelők körében  
2010

Betekintő

# NEWS

## A kutatásról

A jelentés bemutatja a Farmit.hu online agroportál 2010-ben Magyarországon végzett, a mezőgazdasági termelők és a számukra terméket vagy szolgáltatást kínáló információszerezési szokásait vizsgáló kutatásának egyes eredményeit. A kutatást a Farmit.hu és az AgroStratégia közösen végezte.

## Módszertan

A kutatás a Farmit.hu, nagy látogatottságú agroportál látogatóinak körében készült 2010. első negyedévében, online adatfelvételi módszerrel. Az eredmények 331, a mezőgazdasággal kapcsolatban álló válaszadó által kitöltött kérdőív elemzésén alapulnak. A piackutatás a Farmit.hu agroportál látogatóira vonatkoztatva magas reprezentativitással rendelkezik. A mezőgazdasági termelő tevékenységet folytatók és a számukra szolgáltatási tevékenységet nyújtók között általában 50%-os internet használatot feltételezve a piackutatás eredményei az egész sokaságra nézve jellemzőnek tekinthetők.

## A betekintő tartalma

A betekintő tartalmazza a 2010-es kutatás egyes eredményeit diagram formájában, valamint a kapcsolódó megállapításokat szöveges formában.

## A jelentés teljes tartalma

A jelentés teljes változata bemutatja a 2010-es felmérés eredményeit:

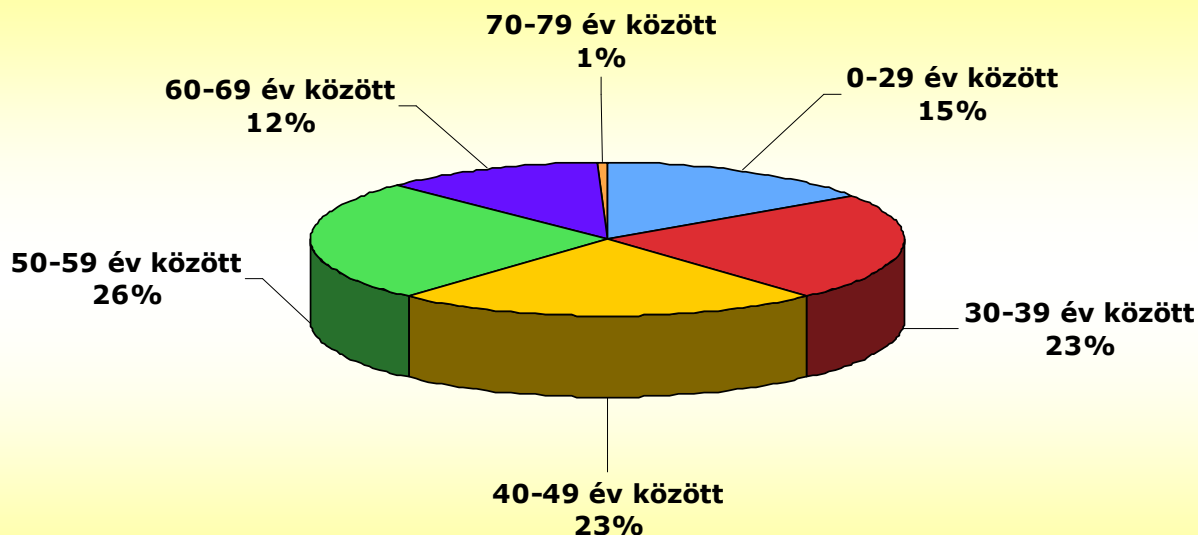
- A kutatásban résztvevők ágazati besorolása, fő tevékenysége, alkalmazottainak száma, éves árbevétele
- A kutatásban résztvevők földrajzi és demográfiai megoszlása, foglalkozása, beosztása
- A kutatásban résztvevők által használt böngészők és operációs rendszerek
- Általános információszerezési szokások és csatornák (médiahasználat), sorrendek és gyakoriság – televíziós csatornák, rádiós csatornák, napilapok, hetilapok, havilapok
- Szakmai információszerezési szokások és csatornák (médiahasználat), sorrendek és gyakoriság – televíziós csatornák, rádiós csatornák, napilapok, hetilapok, havilapok, időszaki és éves kiadványok, internetes portálok, blogok, fórumok, online közösségi portálok
- Nyomtatott szakmai kiadványok olvasásának gyakorisága és módja, preferencia sorrend – hetilapok, havilapok, éves és időszaki kiadványok
- 16-féle szakmai információforrás (offline és online) értékelése tartalom és hitelesség szempontjából, sorrend
- Az ideális agrárportál szolgáltatásai és felépítése
- A Farmit.hu online agroportál szolgáltatásainak értékelése
- az internetes vásárlások gyakorisága
- az online szolgáltatásokkal kapcsolatos attitűdök és szokások

**A jelentés teljes változata megvásárolható. Az ajánlat a jelen betekintő végén található.**

## A kutatásban résztvevőkről

### Demográfiai megoszlás

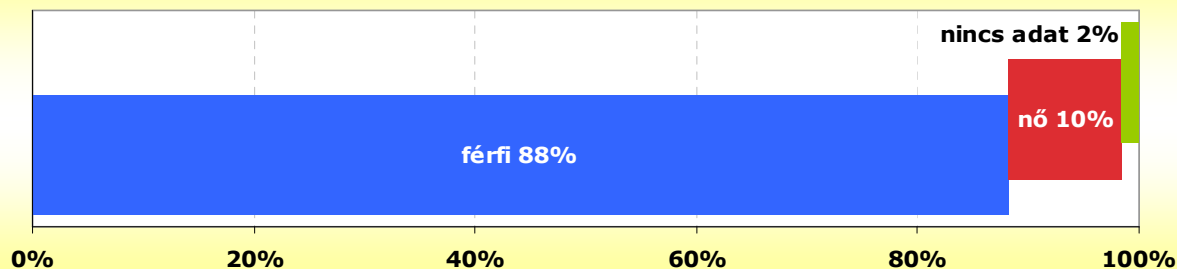
#### Az online felmérésben résztvevők életkori megoszlása



Sokáig tartotta – és néhol még ma is tartja – magát az a nézet, amely szerint a mezőgazdasági termeléssel foglalkozók nem használják az internetet, különösen nem az idősebb korosztály. A felmérésben résztvevők demográfiai megoszlása azonban megcáfolja ezt a nézetet. A legjellemzőbb csoportot az 50-59 év közötti korosztály képviseli (26%). Ugyanakkor megfigyelhető, hogy a 30-39 és 40-49 év közötti korosztályok nagyságrendileg ugyanakkora súllyal szerepelnek (23-23%), a 60 év felettiek aránya pedig 13%. Így elmondható, hogy **minden korosztály kellő súllyal és kiegyenlített megoszlásban képviselteti magát az online információk világában.**

A kutatásban résztvevők **átlag életkora 43,7 év**, többségükben **férfiak (88%)**.

#### A kitöltők nem szerinti megoszlása

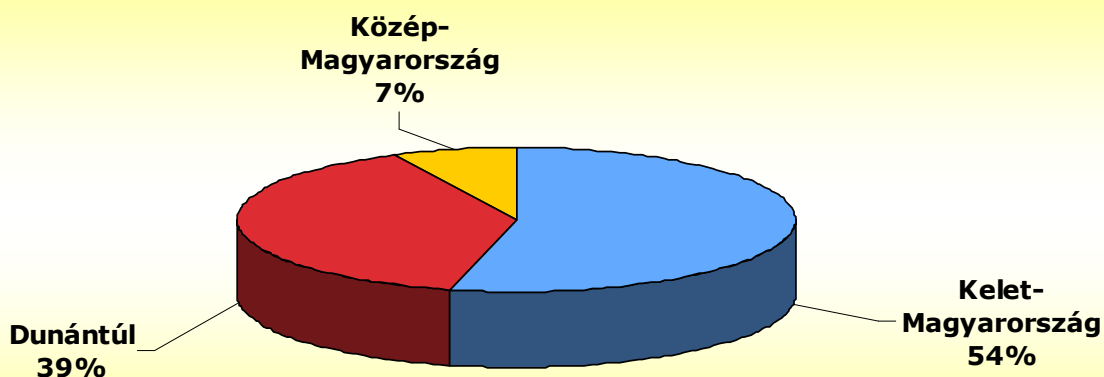


## Földrajzi megoszlás

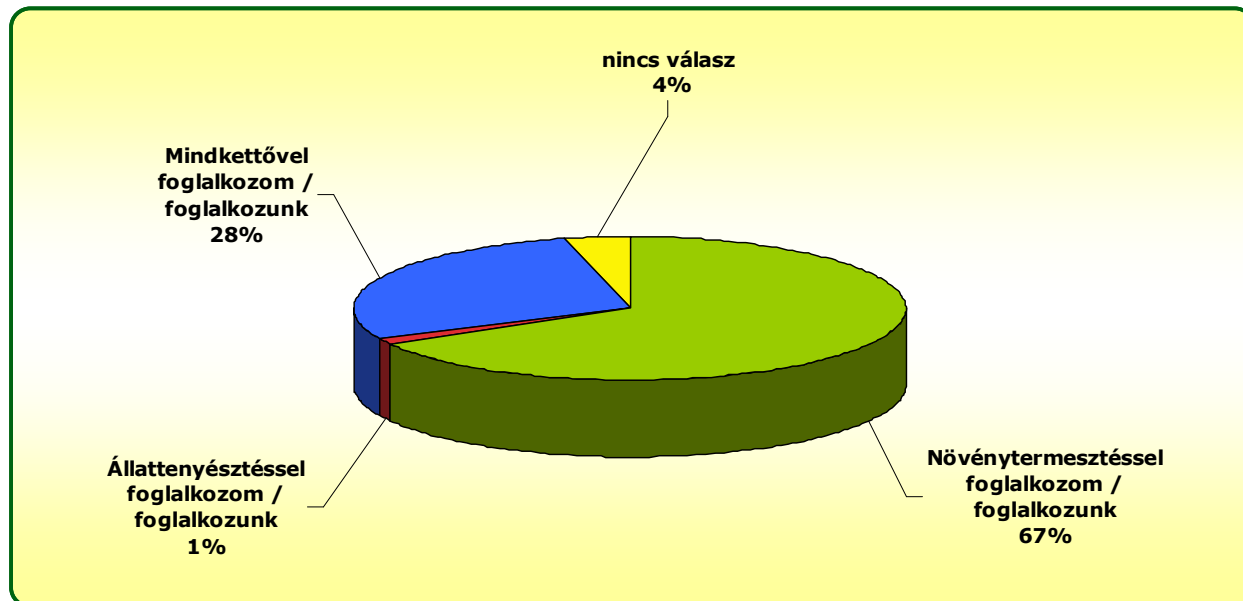


A visszaküldött kérdőívek a fent jelzett geográfiai megoszlásban érkeztek be. Összességében elmondható, hogy **a földrajzi megoszlás kiegyenlítettnek tekinthető.**

### Az online felmérésben résztvevők országos eloszlása

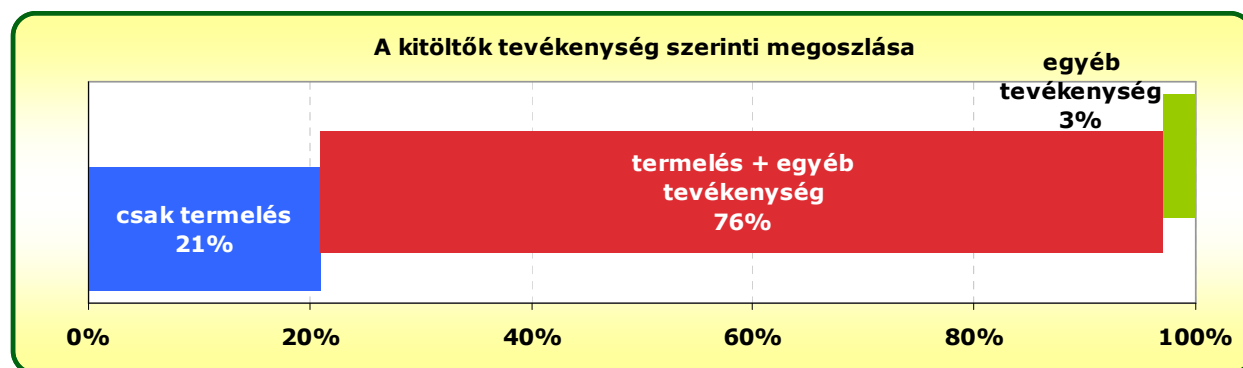


## A mezőgazdasági tevékenységek megoszlása



A felmérés az ágazati szereplők széles körét öleli fel. **A legjellemzőbb csoportot (67%) a növénytermesztéssel foglalkozók alkotják**, őket követik azok a vállalkozások (28%), amelyek növénytermesztéssel és állattenyésztéssel is foglalkoznak.

A megkérdezettek többsége (76%) **a mezőgazdasági termelés mellett egyéb tevékenységet is folytat**. Ezek között vezető helyen szerepelnek a szolgáltatások, melyen belül **a legtöbb említés (26%) az ún. gépi munkával kapcsolatban történt** (pl. talajművelési, növényvédelmi, betakarítási szolgáltatások más termelők számára).

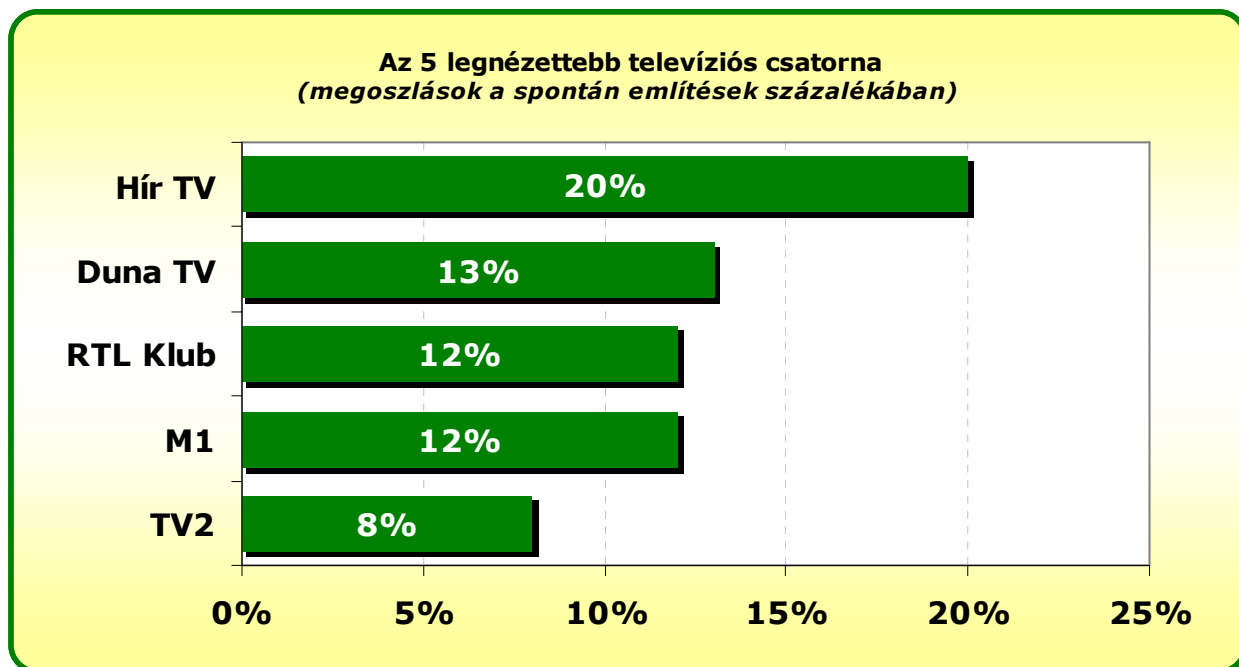


A hazai termelők versenyképességének egyik legfőbb korlátját a termékek alacsony feldolgozottsága jelenti, ami a felmérés adataiból is jól látszik. **A termeléssel foglalkozók mindössze 20%-a végez élelmiszer-, takarmány- vagy ipari célú feldolgozást**. Ez közvetlen hatással van a nyereségtermelő képességre is, hiszen az élelmiszerláncon belül a jövedelemelosztás erősen aszimmetrikus, mégpedig a termelők rovására.

**A tevékenységek részletes kifejtését, megoszlását és sorrendjét a jelentés teljes változata tartalmazza.**

## Általános információszerzési szokások

### Televíziós csatornák nézettsége



A megkérdezettek többféle forrásból elégítik ki általános információigényüket. A **kedvenc televíziós csatornák sorrendjét a Hír TV vezeti (20%)**, ezt követi az RTL Klub (14%) és a Duna TV (13%). Amint az a fenti grafikonon is látható, az első 5 legnézettebb csatorna az összes spontán említés\* 65%-át képviseli. A televíziós csatornák listáját nézve úgy tűnik, már nem releváns szempont az, hogy egy csatorna földi sugárzású (analóg) vagy csak műholdon / kábelen keresztül fogható.

\* *spontán említés: a válaszadók nem egy előzetesen megadott listából választottak, hanem a „kedvenc televíziós csatornám” kérdésre maguk írták be a választ (nyílt kérdés)*

### Rádiós csatornák hallgatottsága

A rádiózási szokások tekintetében **jelentős szerep jut a regionális rádióknak, bár a listát az országos rádiók vezetik**. Az agráriumban korábban határozottan domináns Sláger és Danubius eltűnésével, illetve átalakulásával változtak a rádiózási szokások is. A rádiós piac átrendeződésének nyertesei ezeknél a célcsoportoknál az MR1 Kossuth és az MR2 Petőfi, illetve a Juventus adók. Ez a trend összhangban van az országos rádiózási szokások változásával is.

**A televíziós és rádiós csatornák teljes listáját, megoszlását és sorrendjét a jelentés teljes változata tartalmazza.**

## Nyomtatott sajtó

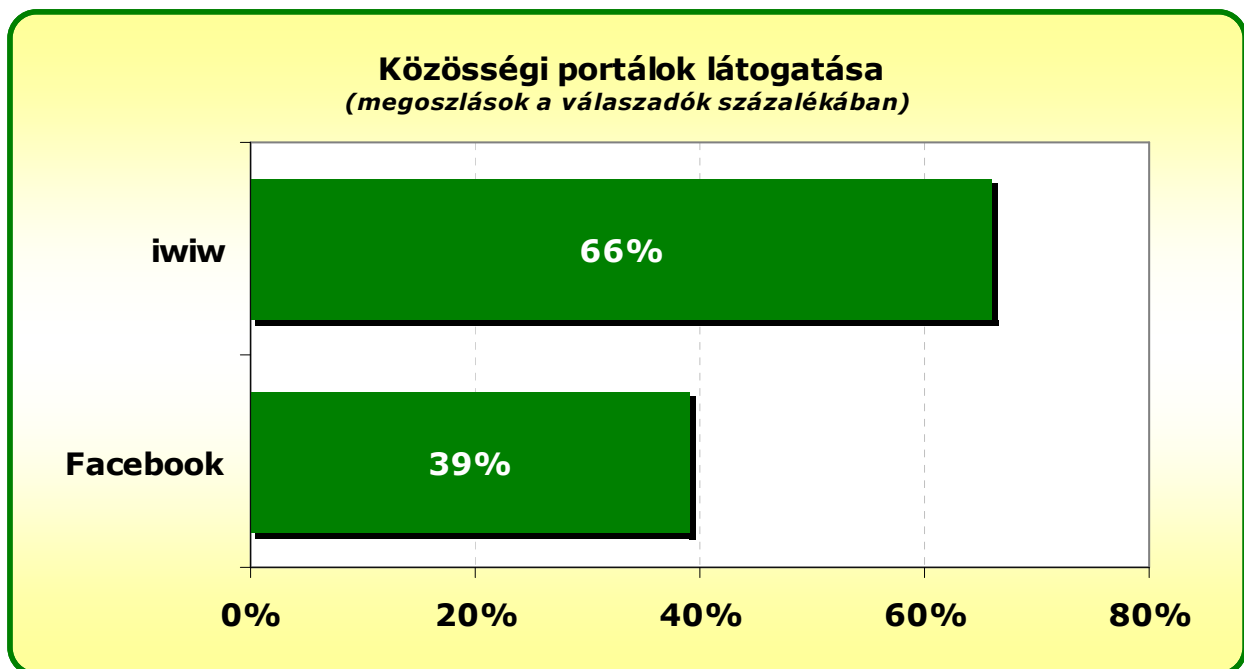
A nyomtatott sajtóval kapcsolatban elmondható, hogy a kitöltők **a listavezető országos napilapok után leginkább a megyei napilapokat olvassák**. Az elsőként (spontán) említett hetilapokat típusok szerint csoportosítva összességében egyértelműen vezetnek az agrárszaklapok, és nincs ez másképpen a havilapokat nézve sem. Ugyanakkor a hetilapok között a legtöbb említést a HVG kapta (19%).

**A napilapok, hetilapok és havilapok olvasottságára vonatkozó részletes adatokat, a sajtólistát, a megoszlásokat és a sorrendet a jelentés teljes változata tartalmazza.**

A fentiekén kívül a nyomtatott **szakmai kiadványok** (hetilapok, havilapok, éves és időszaki kiadványok) **olvasásának gyakoriságára és módjára, preferencia sorrendjére** vonatkozóan is készült elemzés, **amely szintén a jelentés teljes változatában található.**

## Online közösségi portálok

A felmérésben résztvevők többsége több szempontból is aktívnak tekinthető a virtuális világban. **66%-uk kisebb-nagyobb rendszerességgel használja az iwiw.hu közösségi portált**. A Facebook az iwiw-hez képest kisebb népszerűségnek örvend, ami valószínűleg a kitöltők életkori megoszlásának (a Facebook-ot a fiatalabbak használják), valamint a 2 közösségi portál eltérő múltjának köszönhető (az iwiw régebben létező, az első általánosan elterjedt, magyar nyelvű és magyar fejlesztésű közösségi portál Magyarországon).



**A közösségi portálok látogatásának gyakoriságát, illetve az egyéb online aktivitásokra, szokásokra és attitűdökre vonatkozó részletes elemzéseket a jelentés teljes változata tartalmazza.**

## Szakmai információszerzési szokások

A szakmai információforrásokat **tartalom és hitelesség** szempontjából is értékelték a kitöltők. A kialakult sorrend igen figyelemreméltó, hiszen **a lista elején álló tíz szakmai információforrás típusból hat az online kommunikációs csatornák közé tartozik.**

Az **internetes agrárportálok** tartalom és hitelesség szempontjából az előkelő 2. helyen szerepelnek, csupán néhány századdal lemaradva a listavezető **nyomtatott mezőgazdasági szaksajtó** mögött. A listát az ún. **tömegmédiák** (rádió, napilapok, televízió) zárják, amelyeket szakmai információforrásként csak kevésre értékelnek a válaszadók.

Hitelesség szempontjából még az **internetes szakmai blogok** is megelőzik az előbbi három csatornát. Ez különösen annak fényében érdekes eredmény, hogy a szakmai blogok, ezen belül pedig az **agrárszakmai blogok** nem tekintenek vissza nagy múltra, hiszen csupán az utóbbi néhány évben jelentek meg az információszolgáltatók piacán.

**A 16-féle szakmai információforrás (offline és online) értékelését és sorrendjét összességében, valamint tartalom és hitelesség szempontjából külön is elemezve a jelentés teljes változata tartalmazza.**

## Ajánlat

„A mezőgazdasági ágazatban érdekelt vállalkozások információszerzési szokásai és igényei” c. online piackutatás részletes eredményeit tartalmazó, teljes kutatási jelentés tartalma a következő:

### Háttér információk a kutatásról

- Vizsgálati módszer
- Megkérdezettek köre
- Visszaküldési arány
- A kutatás megbízhatósága

### A kutatás eredményei

- A kutatásban résztvevők által **használt szoftverek** (böngészők, operációs rendszerek)
- A kutatásban résztvevők **geográfiai és demográfiai jellemzői** (megyénként, korcsoportonként, nemenként)
- A kutatásban résztvevők **foglalkozása, beosztása**
- A kutatásban résztvevők által képviselt gazdálkodó egységek **ágazati besorolása, fő- és melléktevékenysége**
- A kutatásban résztvevők által képviselt gazdálkodó egységek **alkalmazottainak száma, átlagos éves nettó árbevétele**
- **Általános információszerzési szokások és csatornák** (médiahasználat), sorrendek és gyakoriság – televízió csatornák, rádió csatornák, napilapok, hetilapok, havilapok
- **Szakmai információszerzési szokások és csatornák** (médiahasználat), sorrendek és gyakoriság – televízió csatornák, rádió csatornák, napilapok, hetilapok, havilapok, időszaki és éves kiadványok, internetes portálok, blogok, fórumok, közösségi portálok
- **Nyomtatott szakmai kiadványok használata**, az olvasás gyakorisága, módja, és a preferencia sorrend – hetilapok, havilapok, éves és időszaki kiadványok
- **16-féle szakmai információforrás** (offline és online) **értékelése** tartalom és hitelesség szempontjából, sorrendek
- **Az ideális agrárportál szolgáltatásai és felépítése**
- **A Farmit.hu** online agroportál szolgáltatásainak értékelése
- **Adás-vétel az interneten keresztül**, gyakoriság
- **Online szolgáltatásokkal kapcsolatos attitűdök és szokások**

## Formája, formátuma, átadása

A piackutatás részletes eredményeit tartalmazó, teljes kutatási jelentés **szerkesztett formában, PDF formátumban** készült. Átadása **CD-n** történik.

Az eredmények **grafikus formában** történő megjelenítését minden esetben **szöveges értékelés** egészíti ki. A könnyű és gyors megértést szolgálják a grafikonok mellett elhelyezett **megjegyzések, kiegészítések**. Emellett - igény szerint - **lehetőség van személyes prezentációra is**.

## Megrendelés

A piackutatás részletes eredményeit tartalmazó, teljes kutatási jelentés **megrendelhető**, illetve az ajánlattal kapcsolatos további **információ kérhető**:

### **Witzl Tamás**

ügyvezető

Farmit Hungária Kft.

Mobil: +36 30 638 1079

E-mail: [tamas.witzl@farmit.hu](mailto:tamas.witzl@farmit.hu)