

## Jaki ciągnik wybrać? Radzą rolnicy.

**Autor:** Marcin Chrobot

**Data:** 7 sierpnia 2019

**Jaki ciągnik wybrać? Fabrycznie nowy czy używany? Te i inne pytania zaprzatają głowę niejednemu rolnikowi. Co wpływa na to, że decydujemy się na zakup nowego ciągnika rolniczego, a co, że wybieramy używkę? Poznaj odpowiedzi rolników.**

Na zlecenie marki Kubota firma Martin & Jacob przeprowadziła w czerwcu 2019 roku sondaż, z którego dowiadujemy się o przyczynach zakupu ciągników fabrycznie nowych lub używanych.

### Kto się wypowiedział?

W sondażu wzięło udział 371 respondentów. Byli to rolnicy decyzyjni, którzy posiadają gospodarstwa indywidualne i są ich właścicielami lub współwłaścicielami. W zdecydowanej większości były to osoby powyżej 30. roku życia. Mieli wykształcenie kierunkowe, rolnicze lub ogrodnicze, co najmniej średnie.

Badanie przeprowadzono w oparciu o model Real Time Sampling (RTS). Oznacza to, że respondentów rekrutowano w czasie rzeczywistym podczas przeglądania rolniczych portali internetowych.



Zakup nowego ciągnika rolniczego to starannie przemyślana decyzja

fot. Kubota

## Jaki ciągnik wybrać?

Rolnicy podchodzą pragmatycznie do decyzji zakupowych. Zakup ciągnika rolniczego to duża inwestycja, którą trzeba dokładnie przemyśleć w zakresie kluczowych czynników technicznych oraz funkcjonalnych. Ponadto – odnieść ją do profilu swojego gospodarstwa i jego struktury.

Rolników, którzy zdecydowali się kupić używany ciągnik rolniczy i tych, którzy postawili na całkowicie nowy, jest mniej więcej tyle samo. Tych pierwszych około 51 procent, a tych drugich około 48 procent. Wielu z nas pewnie domyśla się, że w katalogu odpowiedzi związanych z przyczyną braku decyzji o zakupie fabrycznie nowego ciągnika najczęściej wskazywana jest zbyt wysoka cena. Co piąty (23 procent) z badanych rolników, który nigdy nie kupił nówki, wskazuje, że po prostu korzystniej było kupić ciągnik używany. Niewiele ponad 19 procent odpowiada wprost, że nie miało takiej potrzeby.

Historycznie mamy mniej więcej tyle samo rolników, którzy kupili fabrycznie nowy ciągnik, w stosunku do tych, którzy nigdy nie kupili nówki. Stosunek ten pewnie będzie przechylał się coraz bardziej w stronę segmentu używanego. Jest to związane między innymi z ograniczeniami w ramach PROW.

Spowoduje to jeszcze większą konkurencję o uwagę rolnika, który planuje zakupić nowy traktor.

## Potrzeby polskich rolników

– Kubota wdrożyła specjalny program, którego celem jest dokładniejsze poznanie potrzeb oraz oczekiwań polskich rolników – tłumaczy cel prowadzonych badań Michał Poźniak, szef sprzedaży maszyn rolniczych Kubota. – Dla polskiego rolnictwa szczególnie ważne jest, aby modernizować produkcję. A to jest możliwe między innymi wtedy, gdy poznamy przyczyny, które wpływają na inwestycje w ciągniki rolnicze. Kubota jako firma odpowiedzialna społecznie pragnie udostępnić wyniki realizowanych sondaży. Dlaczego? Ponieważ troska o właściwe reagowanie na potrzeby rodzinnych gospodarstw rolnych powinna być jednym z podstawowych celów całej branży maszyn rolniczych – dodaje Poźniak.

## Dlaczego wybraliśmy fabrycznie nowy ciągnik rolniczy?

Moc silnika, przekładnia, masa – to podium czynników technicznych. To one zwracają najczęściej

uwagę polskiego farmera, który decyduje się na zakup fabrycznie nowego ciągnika rolniczego. Znacznie rzadziej wymieniane są inne techniczne aspekty wyboru nowej maszyny. Na układ hydrauliczny wskazuje 43,65 procent respondentów. Wymiary są istotne dla 42,54 procent, a TUZ dla 33,70 procent.

Rolnicy zastanawiają się, jaki ciągnik rolniczy wybrać i biorą pod uwagę kluczowe czynniki. Część z nich jest uniwersalna. Na jakie elementy techniczne głównie zwracałeś(łaś) uwagę wybierając nowy ciągnik rolniczy?

*– Z przeprowadzonego dla Kubota badania wynika, że rolnicy zwracają uwagę na czynniki związane z pracą maszyny. Wybór odpowiedniej mocy ciągnika jest kluczowym czynnikiem, ponieważ poza potrzebą pracy wprost przekłada się na cenę maszyny. Nie ma konieczności inwestować w maszynę o mocy powyżej 160 KM, jeśli gospodarstwo, w którym ciągnik rolniczy będzie pracował posiada około 50 ha, ale jest podzielone na kilka mniejszych pól – wyjaśnia Michał Poźniak, szef sprzedaży maszyn rolniczych Kubota. – Podobnie jest ze skrzyniami przekładniowymi ciągników, które są wprost związane z komfortem pracy, prędkością roboczą oraz wartością momentu obrotowego, jakże ważnego podczas ciężkich prac z dużym oporem – dodaje.*



Gospodarze wyspecjalizowani w produkcji mlecznej przy wyborze ciągnika często zwracają uwagę na m.in. układ hydrauliczny i odpowiednią liczbę zaworów

## **Fabrycznie nowy ciągnik a profil gospodarstwa**

Rolnictwo nie jest jednolite. Różne profile gospodarstw wpływają na indywidualne potrzeby gospodarstw. Nie dziwi, że pytanie o to, jaki ciągnik wybrać, w różnych gospodarstwach dostarcza różne odpowiedzi. Gospodarze działający w produkcji mlecznej częściej wskazują na układ hydrauliczny i odpowiednią liczbę zaworów (51 procent), WOM (44 procent), wymiary ciągnika rolniczego (42 procent), TUZ (40 procent) jako na główne czynniki wyboru. Z kolei rolnicy zajmujący się produkcją mięsną zwracają częściej uwagę na promień skrętu ciągnika rolniczego (36 procent), który w określonych warunkach obejścia oraz budynków inwentarskich ma szczególne znaczenie.

*– Z dostarczonego przez Martin & Jacob dla firmy Kubota badania widzimy, że profil produkcji ma wpływ na cechy, na które rolnik zwraca uwagę przy wyborze nowego ciągnika. To, jaki ciągnik wybrać nabiera szczególnego znaczenia. Choćby dlatego, że do obsługi przyszłego nabywcy traktora należy skierować kompetentnego pracownika, znającego i rozumiejącego specyfikę gospodarstwa oraz rodzaju produkcji – podkreśla Michał Poźniak.*

## Co jest ważne przy zakupie nówki?

Nikogo nie powinno dziwić, że czego byśmy nie kupowali, chcemy, by było jak najmniej awaryjne. To prawda stara jak świat. Dlatego pytając, na jakie inne elementy zwracamy uwagę wybierając fabrycznie nowy ciągnik rolniczy, wśród najczęściej wskazywanych jest właśnie niska awaryjność (prawie 55 procent). Ankietowani rolnicy mogli wybrać 5 spośród 14 czynników, które tym razem nie były związane wprost z aspektem technicznym.



Najważniejsza sprawa to niska awaryjność maszyn

fot. Daniel Biernat

## Niska awaryjność i niezawodność

– *Polski farmer stawia przede wszystkim na ciągnik o niskiej awaryjności. Ważna jest dla niego oszczędna eksploatacja oraz prosta technologicznie konstrukcja. Szybki dostęp do serwisu i części zamiennych sprzyja decyzji o wyborze nowego ciągnika rolniczego. Niska awaryjność to domena japońskich inżynierów. Często podkreślana przez japońskie koncerny nie tylko w branży rolniczej, ale również np. samochodowej* – podsumowuje Michał Pożniak.

## Rolników to nie zaskakuje

Jacek Skowroński, rolnik i założyciel największego polskiego forum rolniczego agrofoto.pl, z zainteresowaniem komentuje wyniki tego sondażu. Zakup ciągnika rolniczego? Jego zdaniem nie dziwi również to, że jednym z kluczowych aspektów przy wyborze nowego traktora jest opinia innych rolników. – *Zdanie sąsiada, znajomego rolnika czy też kolegi na forum rolniczym często jest dużo bardziej istotne niż niejedna opinia fachowca czy kogoś z rodziny* – **mówi Skowroński z agrofoto.pl.** – *Rolnik z krwi i kości chce pomóc koledze po fachu i dzieli się swoją opinią,*

doświadczeniem w każdy możliwy sposób. Czy to korzystając z forum rolniczego, czy w mediach społecznościowych. To zależy od przyzwyczajeń i czasu, jaki mamy do dyspozycji – podsumowuje.

## Naprawa ciągnika rolniczego

Ciągnik rolniczy, nieważne, czy nowy, czy używany, to maszyna, która wskutek eksploatacji wymaga okresowych przeglądów, ale także ulega awariom. Traktory nowej generacji wymagają wysoko specjalistycznego sprzętu i aktualnej, fachowej wiedzy technicznej serwisantów. Ponadto dostępu do najnowszego oprogramowania komputerowego, które pozwala diagnozować i porównywać konkretne usterki w pracy ciągnika. Sporo z tych aspektów kontroli można zrealizować wyłącznie w autoryzowanych stacjach obsługi danej marki ciągników rolniczych. Jak rolnicy oceniają poziom obsługi serwisowej w ASO?

## Rolnicy oceniają obsługę ASO

Tych najbardziej negatywnych ocen, mieszczących się w przedziale od 1 do 3 (przy 7-stopniowej skali oceny) jest nieco ponad 44 procent. Ocen pozytywnych, od 5 do 7, około 35 procent. Można przyjąć, że to normalna tendencja, jeśli weźmiemy pod uwagę, że nieco ponad 20 procent rolników poziom obsługi ASO ocenia średnio. Z pewnością producenci ciągników oraz ich autoryzowani dilerzy mają co poprawiać w tym zakresie.

## Raz na wozie, raz pod wozem

W ocenach pozytywnych przeważają gospodarstwa specjalizujące się w produkcji mleka. Umiarkowani są rolnicy posiadający mięsny profil produkcji. Najbardziej negatywnie oceniający pracę ASO są rolnicy z gospodarstw typowo roślinnych.

## Ręka na pulsie – zawsze!

Ciągłe podnoszenie jakości obsługi autoryzowanej sieci sprzedaży poprzez jej bieżącą weryfikację to jedno ze stałych zadań firm ciągnikowych. Potwierdza to również Michał Poźniak. – *Prowadzimy cykliczne audyty pod względem nie tylko stopnia i poprawności wykorzystania narzędzi technicznych, oprogramowania, ale również i obiegu dokumentów, szybkości reakcji na zgłoszenia, opinii rolników.* Jednocześnie dodaje, że z dużą uwagą i pokorą należy prześledzić ocenę poziomu obsługi serwisowej ASO dokonaną przez rolników.



## Japońscy technicy odwiedzają polskie gospodarstwa



Michał Poźniak, dyrektor handlowy maszyn rolniczych Kubota

fot. Mariusz Drożdż

*– Będziemy chcieli jeszcze dokładniej przyjrzeć się tej kwestii i zwrócić uwagę na elementy, które dla rolnika są najbardziej kluczowe. Kubota posiada dedykowany na polski rynek japoński program Kubota Insight Programme, w którym to japońscy inżynierowie odwiedzają polskie gospodarstwa rolne oraz lokalnych dilerów. Służy to jeszcze lepszej obsłudze polskich gospodarzy użytkujących ciągniki Kubota – zaznacza Michał Poźniak.*

## A gdyby rolnik pracował w dziale marketingu?

Mówi się, że reklama jest dźwignią handlu. Czy rzeczywiście tak jest? Przeprowadzone badanie dostarcza nam jeszcze inne informacje. Rolnicy podpowiedzieli, jakie działania promocyjne producentów ciągników rolniczych z ich punktu widzenia są najlepsze. Respondenci mogli wskazać pięć wybranych przez siebie działań. W odpowiedziach dominują rozwiązania praktyczne. Pierwszą piątkę otwierają testy ciągnika, po środku jest [finansowanie fabryczne](#), a zamykają rabaty:

- testy ciągnika w moim gospodarstwie (60 procent);
- testy polowe maszyn (54 procent);
- finansowanie fabryczne (45 procent);
- opinie rolników na forum rolniczym (42 procent);
- rabaty, bony niżkowe (35 procent).

Drugą piątkę otwierają targi i wystawy rolnicze (31 procent). Wszelkiego rodzaju klasyczne formy drukowane, takie jak artykuły, reportaże, reklama czy ulotki zdaniem respondentów nie zdają egzaminu i są wskazywane z dużo mniejszą częstotliwością.



## Reklama ciągników rolniczych



Andrzej Sosiński, kierownik marketingu Kubota Polska

fot. Mariusz Drożdż

Interesujące, że rolnicy pozytywniej traktują opinie innych rolników na forum rolniczym (42 procent) niż w mediach społecznościowych (około 16 procent wskazań). Wygląda na to, że forum rolnicze jest w tym zakresie lepszym rozwiązaniem. Najciekawsze jest natomiast to, że rabaty i bony zniżkowe na zakup nowego ciągnika rolniczego nie są traktowane przez badanych jako najlepsze rodzaje działań promocyjnych. Wszakże wskazywane są przez 35 procent respondentów, jednak mimo wszystko to mniej niż opinie na forum rolniczym. Podobnie rzecz ma się z targami, które przez wiele lat uchodziły za kluczowe akcje promocyjne. Rolnicy tego typu działania wskazywali rzadziej (31 procent). Co z tego wynika? – *Głównie to, że rolnicy oczekują rozwiązań promocyjnych, które w świecie reklamy i marketingu nazywamy Customer Experience. Maszyna jest taką, jaką każdy widzi. Jednak aby się przekonać, trzeba nią popracować, zapytać o opinie, zebrać doświadczenia innych – wyjaśnia Andrzej Sosiński, kierownik marketingu marki Kubota.*

## Testy ciągników to podstawa

– *Customer Experience to po naszymu doświadczenia klienta z marką, produktem, usługą. To tak najkrócej – tłumaczy Jacek Kwiatkowski, ekspert w zakresie komunikacji i reklamy rolniczej w firmie AdAgri. – W branży agro to działanie świetnie znane i chyba jedno z najbardziej skutecznych. Rolnictwo to biznes, a rolnik to przedsiębiorca. Klasyczna reklama jest ważna, co zauważają też sami rolnicy, ponieważ dostarcza informacji o marce. Taka reklama mówi: „Hej, tu jesteśmy, to jest nasz produkt. Mamy takie zalety i przynosimy takie korzyści”.*

## Rolnik woli po swojemu

– W sensie komunikacji to ważne – kontynuuje Kwiatkowski. – Ale dla rolnika, który musi zobaczyć efekt, to tylko początek drogi. Podobnie jest z opiniami w mediach społecznościowych. Często to wyścig na lajki. Wygrywają posty kontrowersyjne, śmieszne, zdarzenia. Co innego opinie na forum rolniczym. Są często przemyślane, zostają na dłużej, można do nich wrócić, odnieść się i dyskutować. W galerii rolniczej pokazać efekt działania produktu chemicznego czy problemy z maszyną. Wygrywa kierunek przemyślanej treści, która realnie może pomóc w rozwoju biznesu rolnego.

---

### Chcesz wiedzieć więcej? Już teraz zapoznaj się z artykułami:

- [Jaki ciągnik kupić? Podpowiadają... ciągniki](#)
- [Ciągniki 90-100 KM. Jaki nowy ciągnik wybrać?](#)
- [Jaki ciągnik wybrać? 4-cylindrowy czy 6-cylindrowy?](#)

Czytaj również blog [agritrac.pl](http://agritrac.pl), który dostarcza świeżych danych o rynku ciągników rolniczych w Polsce i Europie. Jeśli nie wiesz, jaki ciągnik wybrać, informacje na [agritrac.pl](http://agritrac.pl) pomogą Ci podjąć decyzję.