

Nowinki technologiczne: czego szukają rolnicy?

Autor: Arleta Wojtczak

Data: 24 stycznia 2016

Jeszcze kilka lat temu panowało powszechne przekonanie, że rolnicy niechętnie podchodzą do wszelkich nowinek technologicznych. Czy aby na pewno?

10 lat temu wystartowaliśmy z AgroFoto.pl – portalem dedykowanym wyłącznie rolnikom. Wówczas mieliśmy ok. 1 tys. użytkowników miesięcznie. Obecnie jest ich nawet 600 tys. Liczby mówią same za siebie!

Mariusz Chrobot, współzałożyciel i członek zarządu Martin&Jacob

Z badania Agribus 15+ przeprowadzonego dla agencji [Martin&Jacob](#) w czerwcu 2014 r. na reprezentatywnej grupie rolników posiadających gospodarstwa o areale przynajmniej 15 ha wynika, że aż 71% z nich korzysta z Internetu, z czego 49% co najmniej raz w tygodniu. Dane te potwierdzają statystyki [GUS](#). Według nich w ubiegłym roku dostęp do sieci miało 71,5% gospodarstw wiejskich. Czy rzeczywiście takie wyniki powinny być zaskoczeniem?

Wyjątkowy target

Internet, w porównaniu do prasy i telewizji, jest zjawiskiem stosunkowo młodym. Dopiero w 2013 r. Komisja Europejska ogłosiła, że każdy obywatel Unii ma do niego dostęp. Jeszcze kilkanaście lat temu w Polsce sieć obejmowała swoim zasięgiem niemal wyłącznie mieszkańców aglomeracji, a ceny operatorów były wysokie.

– Już 15 lat temu pierwsze badania pokazały, że rolnicy, podobnie jak inne grupy zawodowe, są zainteresowani możliwościami, jakie daje Internet – mówi Mariusz Chrobot, współzałożyciel i członek zarządu [Martin&Jacob](#). – 10 lat temu wystartowaliśmy z [AgroFoto.pl](#) – portalem dedykowanym wyłącznie rolnikom. Wówczas mieliśmy ok. 1 tys. użytkowników miesięcznie. Obecnie jest ich nawet 600 tys. Liczby mówią same za siebie – puentuje.



Rolnicy, podobnie jak inne grupy zawodowe, są zainteresowani możliwościami, jakie daje Internet.

Słowa Mariusza Chroboty potwierdza sondaż przeprowadzony na potrzeby Agribusa. Internet, zaraz za programami rolniczymi w telewizji oraz Ośrodkami Doradztwa Rolniczego, uważany jest za **najbardziej wiarygodne źródło informacji rolniczych**. Jacek Skowroński, prezes Nowych Mediów Rolniczych, wyjaśnia ten fenomen:

– Rolnicy są wyjątkową grupą odbiorców. Bardzo chętnie korzystają z wszelkich możliwych podpowiedzi, jednak pod jednym warunkiem. Słuchają ludzi o podobnych doświadczeniach, gdyż pomiędzy wiedzą a praktyką istnieje ogromna przepaść. Błędnie podana informacja może kosztować ich nie tylko miesiące zaprzepaszczonej pracy, ale i ogromne pieniądze. Dlatego wolą sami kreować treści pojawiające się w Internecie. I to w wyjątkowy sposób. Na AgroFoto.pl nie znajdziemy złośliwości, z jakimi kojarzą się inne portale społecznościowe. Odnajdziemy tu natomiast sporo merytorycznych dyskusji. W ten sposób rolnicy tworzą wspólnotę opartą przede wszystkim na zaufaniu – mówi Jacek Skowroński.

Miejsce w sieci

Rolnicy są wyjątkową grupą odbiorców. Bardzo chętnie korzystają z wszelkich możliwych podpowiedzi, jednak pod jednym warunkiem. Słuchają ludzi o podobnych doświadczeniach, gdyż pomiędzy wiedzą a praktyką istnieje ogromna przepaść.

Jacek Skowroński, prezes Nowych Mediów Rolniczych

Geny za korzystanie z Internetu nieustannie spadają. Obecnie można korzystać z sieci już za 29 zł miesięcznie. Coraz mniej kosztuje też zakup tableta czy smartfona. Na nowinki te stać więc nawet

mniej zamożnych.

Niezależnie od zasobności portfela potrzeby pozostają przecież podobne. Regularnie, a więc przynajmniej raz w tygodniu, z portali poświęconych tematyce rolniczej korzysta niemal połowa ankietowanych. Najcenniejszymi informacjami są te dotyczące **cen środków produkcji i płodów rolnych, działania ARR oraz rządu**, wreszcie **oferty producentów** maszyn, środków ochrony i roślin itd. Prawie co 10 zapytany przyznaje też, że korzysta z sieci dla rozrywki.

– Sam jestem rolnikiem i doskonale rozumiem tę grupę. Stąd sukces [AgroFoto.pl](#). Nie trzeba już dostosowywać swojego trybu pracy do programu w TV, by zdobyć niezbędne informacje. Jeśli znajduję na polu nieznaną mi chwast, wystarczy, że zrobię smartfonem zdjęcie i prześlę na portal. W ciągu kwadransa mogę otrzymać informację, jak się nazywa i jak najlepiej z nim walczyć – zapewnia Jacek Skowroński.

Z myślą o bieżących potrzebach rolników od niedawna działa też AgroFakt.pl, strona poświęcona rolnictwu, która ma nie tylko odpowiadać na bieżące potrzeby rolników, ale i radzić, jakie działania podjąć, by efektywniej prowadzić gospodarstwo. Na stronie znajdują się więc praktyczne informacje, co zrobić i gdzie się udać, by np. zdobyć **wsparcie finansowe** od państwa.

Czas na smartgospodarza

Nowe technologie służą nie tylko zdobywaniu niezbędnych informacji, ale i rozrywce oraz poprawie komfortu życia. Furorę robią aplikacje umożliwiające np. automatyczne włączanie i wyłączenie światła w oborze oraz ułatwiające zaplanowanie pracy w gospodarstwie.



Nie trzeba już dostosowywać swojego trybu pracy do programu w TV, by zdobyć niezbędne informacje.

– Najważniejsze decyzje na polskiej wsi dalej zapadają w rodzinnym gronie. Rodzice są często otwarci na sugestie młodych, coraz lepiej wykształconych i zorientowanych na wprowadzanie do pracy nowinek technicznych. Cieszy też coraz większy odsetek kobiet zaangażowanych w prowadzenie gospodarstwa – zauważa Aneta Uss-Lis.

Polska wieś otwiera się także na inne propozycje. Rolnicy korzystają już nie tylko z popularnych portali społecznościowych. Chcą czegoś więcej. Na przełomie kwietnia i maja z myślą o tych, którzy poszukują swojej drugiej połowy, powstała [AgroRandka.pl](https://www.agroRandka.pl).

– Zakładając konto, rolnik ma dużo większe szanse na spotkanie osoby o podobnych upodobaniach i wyznawanych wartościach. Obecnie mamy ok. 1 tys. zarejestrowanych użytkowników i ok. 50 tys. odwiedzających miesięcznie. Portal może śmiało konkurować z potentatami na tym rynku – stwierdza Jacek Skowroński.

Jak rozwiną się internetowe skrzydła rolniczej sieci?

– Wszystko sprowadza się do pomysłów. A tych mamy jeszcze wiele! – puentuje Mariusz Chrobot.