



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.  
Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej  
„Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020  
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

**Polska Fundacja Innowacji – operacja pt. Kampania multimedialna Wiedz i Mądrze Jedz: Krótkie Łańcuchy dostaw Żywności źródłem innowacji dla wsi i rolnictwa**

# Kompendium dobrych praktyk w organizowaniu systemów Krótkich Łańcuchów dostaw Żywności (KŁŻ)<sup>1</sup>

## Spis treści

I.	Streszczenie .....	2
II.	Wyzwania, możliwości i uwarunkowania rozwoju KŁŻ w Polsce .....	3
III.	Dobre praktyki logistyczno-sprzedawcze .....	5
	a. Sklepy firmowe na wsi czyli sprzedaż w gospodarstwie .....	6
	b. Targi produktów lokalnych .....	12
	c. Kooperatywy spożywcze .....	13
	d. Innowacje organizacyjne .....	15
	e. Platformy informatyczne .....	17
IV.	Dobre praktyki informatyczne .....	20
V.	Podsumowanie i wnioski .....	22

---

<sup>1</sup> Instytucja odpowiedzialna za treść informacji to Polska Fundacja Innowacji, która przygotowała niniejszy raport w ramach operacji pn. „Kampania Multimedialna Wiedz i Mądrze Jedz – Krótkie Łańcuchy dostaw Żywności to źródło innowacji dla rozwoju wsi i rolnictwa”. Autor: MARIA GORZKOWSKA-MBEDA z firmy IsoTech sp. z o.o. na podstawie dokumentacji udostępnionej przez Fundację Partnerstwo dla Środowisko, Forum Aktywizacji Obszarów Wiejskich oraz ODR w Mnikowie.



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.  
Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej  
„Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020  
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

## **Polska Fundacja Innowacji – operacja pt. Kampania multimedialna Wiedź i Mądrze Jedź: Krótkie łańcuchy dostaw Żywności źródłem innowacji dla wsi i rolnictwa**

### **I. Streszczenie**

Kompendium dobrych praktyk przedstawia przegląd różnych rozwiązań organizacyjnych dla KŁŻ, które są praktykowane w Polsce i zagranicą. Nie ma jednego idealnego modelu czy rozwiązania. Organizatorzy inicjatyw KŁŻ powinni opracowywać swoje własne rozwiązania organizacyjne, korzystając z doświadczeń i rozwiązań, które się sprawdzają na rynku. Każda skuteczna inicjatywa lub przedsięwzięcie KŁŻ opiera się nie tylko na skutecznym dopasowaniu dostępnych rozwiązań do określonych uwarunkowań, ograniczeń i możliwości organizatorów, ale również na wypracowywaniu własnych rozwiązań autorskich. Doświadczenia z KŁŻ demonstrują, że rozwiązania informatyczne są niezbędne dla osiągnięcia skali i trwałości w prowadzonej działalności.

Dobre praktyki w Kompendium odpowiadają na pytanie: Jakie realne możliwości sprzedaży własnych produktów istnieją na rynku, które mogą przynieść znaczące i regularne przychody dla małego producenta, stosującego nieprzemysłowe metody produkcji?

Przykłady dobrych praktyk z kraju i z zagranicy w niniejszym opisanym Kompendium skupiają się na następujących rozwiązaniach:

- Sklepy firmowe na wsi, czyli sprzedaż w gospodarstwie
- Targi produktów lokalnych
- Kooperatywy
- Innowacje organizacyjne
- Platformy informatyczne

Przykłady przedstawionych dobrych praktyk w formie platform informatycznych wskazują, że kierunek ich rozwoju powinien być dostosowany zarówno do zmian zachodzących po stronie konsumentów, jak i do uwarunkowań i specyfiki małych, geograficznie rozproszonych gospodarstw rolnych. Rozwiązania opierające się o usługi logistyczne i sprzedażowe, realizowane siłami własnymi rolnika czy producenta (pakowanie, dowóz) lub partycypujących konsumentów - jak to jest w przypadku kooperatywy - mają ograniczone możliwości zwiększenia skali oddziaływania, ponieważ ich podstawowym kosztem jest czas i zaangażowanie producenta zarówno w rozwiązanie kwestii logistyki jak i samej sprzedaży. Automatyzacja sprzedaży w formie maszyn wendingowych reprezentuje obiecujący kierunek skalowalności, natomiast niezbędne jest rozwiązanie problemu logistyki. Obiecującym rozwiązaniem w tym zakresie wydają się platformy informatyczne, które umożliwiają nie tylko promocję i sprzedaż, ale również oferują rozwiązania logistyczne oparte na zasobach logistycznych producentów i konsumentów partycypujących w określonym systemie KŁŻ.



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.  
Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej  
„Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020  
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

**Polska Fundacja Innowacji – operacja pt. Kampania multimedialna Wiedź i Mądrze Jedź: Krótkie łańcuchy dostaw Żywności źródłem innowacji dla wsi i rolnictwa**

## II. Wyzwania, możliwości i uwarunkowania rozwoju KŁŻ w Polsce

Zmiany w przepisach sanitarnych i podatkowych regulujących sprzedaż bezpośrednią, w szczególności te związane z. tzw. Rolniczym Handlem Detalicznym (RHD) oraz Marginalną, Ograniczoną, Lokalną (MLO) produkcją, umożliwiają rolnikom przetwarzanie i sprzedaż produktów z surowców z własnych upraw i/lub własnego chowu, bezpośrednio konsumentom indywidualnym oraz instytucjonalnym (sklepy, szkoły, stołówki itp.).

Nowe przepisy to szansa dla małych gospodarstw rolnych oraz małych przetwórców, którzy mają potencjał do produkowania żywności wysokiej jakości, stosując metody nieprzemysłowe. Szansa wiąże się z tym, że popyt na takie produkty rośnie wraz z nowymi formami sprzedaży żywności. Coraz większe grono konsumentów poszukuje żywności świeżej, autentycznej, bez chemii, wiadomego pochodzenia - najlepiej wprost od rolnika lub producenta. Pochodzenie ma znaczenie. Konsument coraz częściej zwraca uwagę nie tylko na cenę żywności, ale również na sposób jej produkcji. Coraz częściej zaufanie konsumenta wiąże się nie tyle z certyfikatami jakości, co z osobą producenta – jego wiarygodnością, starannością, zaangażowaniem oraz umiejętnościami. Coraz bardziej liczy się możliwość potwierdzenia autentyczności pochodzenia (ang: traceability).

Powtarzające się skandale i afery związane z przemysłowymi formami produkcji żywności powodują, że następują znaczące i daleko idące zmiany na rynkach żywności. Dostrzegają te zmiany korporacje oraz dostawcy żywności z zagranicy, którzy próbują wyjść naprzeciwko oczekiwaniom konsumentów. Obecnie w Polsce wszystkie liczące się sieci marketów mają w swojej ofercie produkty ekologiczne i regionalne, i coraz częściej podkreślają pochodzenie produktów sprzedawanych (od polskich rolników!) oraz ich świeżość (np. Ryneczek Lidla). Ponadto, większość marketów piecze chleb oraz produkuje wędzonki na terenie sklepu, podkreślając przy tej okazji lokalność produkcji i potwierdzając pochodzenie żywności.

Mając powyższe na uwadze, podstawowe wyzwanie dla małych producentów żywności w Polsce, często funkcjonujących poza rynkiem (produkcja dla własnych potrzeb), wiąże się z perspektywą rozwoju rynków lokalnych. Innymi słowami, przy zalegalizowaniu sprzedaży poprzez rejestrację np. w Rolniczym Handlu Detalicznym, warto odpowiedzieć na podstawowe pytanie:

**Jakie istnieją realne możliwości sprzedaży własnych produktów na rynku, które mogą przynieść znaczące i regularne przychody dla małego producenta, stosującego nieprzemysłowe metody produkcji?**

Rosnąca konkurencja na rynku żywności oznacza, że trafiać bezpośrednio do konsumenta i rozwijanie sprzedaży działając w pojedynkę, jest sporym wyzwaniem dla małego producenta



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.  
Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej  
„Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020  
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

### **Polska Fundacja Innowacji – operacja pt. Kampania multimedialna Wiedź i Mądrze Jedź: Krótkie łańcuchy dostaw Żywności źródłem innowacji dla wsi i rolnictwa**

żywności. Pomimo trudności i złożonego charakteru tego wyzwania, mamy w Polsce coraz więcej przykładów producentów, którzy rozwijają - z sukcesem - samodzielną sprzedaż bezpośrednią, pozyskując i utrzymując konsumentów swoich produktów. Jednak dla większości małych gospodarstw rolnych, w szczególności tych oddalonych od miast, działanie w pojedynkę jest raczej skazane na porażkę, ponieważ nie są one w stanie zapewnić konsumentowi wygodnej i trwałej dostępności produktu w połączeniu z konkurencyjną ceną.

Systemy Krótkich Łańcuchów dostaw Żywności (KŁŻ) stanowią odpowiedź na ten stan rzeczy. Są nimi różne formy organizacji współpracy pomiędzy producentami i konsumentami, które przynoszą indywidualne korzyści dla jej uczestników. Aby się rozwijać, określona forma organizacyjna KŁŻ musi dostarczać jej uczestnikom korzyści, których nie udałoby się osiągnąć działając w pojedynkę. Innowacje w systemach KŁŻ to przede wszystkim innowacje w formach organizacyjnych, które umożliwiają producentom i konsumentom rozproszonym geograficznie przewyciężenie szeregu barier związanych z zapewnieniem ciągłości dostaw jakościowych produktów w przystępnych cenach, w konwencji sprzedaży bezpośredniej.

Dobre praktyki przedstawione w niniejszym Kompendium skupiają się na rozwiązaniach organizacyjnych, które mają potencjał skalowania - w rozumieniu liczby zaangażowanych producentów i konsumentów, różnorodności asortymentu oferowanych produktów, wolumenu sprzedaży oraz oddziaływania na rozwój rynku lokalnego.

Kompendium stanowi przegląd wybranych inicjatyw i rozwiązań, z których organizator systemu KŁŻ może czerpać inspirację oraz wzorce, aby rozwijać własne rozwiązania, dopasowane do lokalnych uwarunkowań, możliwości i ograniczeń.

Warto podkreślić, że zainteresowanie żywnością lokalną – w tym też rozwijanie systemów KŁŻ jako nowatorskich form organizacyjnych – jest zjawiskiem międzynarodowym, a nie tylko polskim. Dlatego Komisja Europejska próbuje wspierać rozwój systemów KŁŻ, wskazując innowacje organizacyjne, technologiczne i finansowe jako priorytety dla rozwoju rolnictwa i obszarów wiejskich. Z kolei FAO oraz inne agendy ONZ zwracają uwagę na dobre praktyki i potencjał dla rozwoju systemów KŁŻ w innych częściach świata, w szczególności w krajach które charakteryzują się dużą liczbą małych gospodarstw rodzinnych [www.fao.org/family-farming-decade](http://www.fao.org/family-farming-decade)

Nowe technologie informatyczne, wspomagające sieciowanie oraz współtworzenie rozwiązań, dają nowe możliwości dla organizowania „skalowalnych” systemów KŁŻ. Dlatego też, dobre praktyki podkreślają formy organizacyjne, które wykorzystują przede wszystkim nowe możliwości informatyczne. Dobre praktyki wyróżniają się tym, że proponowane rozwiązania są proste w użytkowaniu – ‘przyjazne dla korzystających’, ale muszą odpowiedzieć na szereg dylematów:



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.  
Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej  
„Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020  
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

### **Polska Fundacja Innowacji – operacja pt. Kampania multimedialna Wiedź i Mądrze Jedź: Krótkie łańcuchy dostaw Żywności źródłem innowacji dla wsi i rolnictwa**

- Jak wprowadzić organizację, reguły działania i nadzór, a jednocześnie uniknąć budowania dużych, scentralizowanych struktur organizacyjnych?
- Jak zachować tradycyjne rozdrobnienie producentów i małą skalę produkcji, a jednocześnie konkurować z wysokotowarowymi gospodarstwami i sieciami handlowymi?
- Jak dostarczać niewielkie ilości produktów rolnych bezpośrednio do rozproszonych, indywidualnych konsumentów?
- Jak poprawić rentowność nie mając szans na zwiększanie skali i na wprowadzenie standaryzacji produkcji, czego wymagają duzi odbiorcy?
- Jak wykorzystać atut jakości oraz „wiadomego pochodzenia” produktów lokalnych w konkurencji z sieciami handlowymi, które stopniowo wprowadzają techniki identyfikacji pochodzenia towarów oparte o najnowsze technologie informatyczne, w tym blockchain?
- I wreszcie, jak realnie zapewnić bezpieczeństwo żywności produkowanej w rozproszonych gospodarstwach, wobec ograniczonych możliwości służb państwowych w tym zakresie?

### **III. Dobre praktyki logistyczno-sprzedazowe**

Teoretycznie - wykluczenie lub zredukowanie ilości pośredników pomiędzy producentem a konsumentem poprzez skracanie łańcucha dostaw, powinno zaowocować większymi przychodami dla producenta, który nie musi dzielić się swoim zyskiem z pośrednikiem. Jednak angażowanie małych gospodarstw rolnych w systemy KŁŻ, oznacza angażowanie producentów produkujących zazwyczaj na małą skalę, przy zastosowaniu metod nieprzemysłowych, którzy w dodatku są rozproszeni geograficznie. W dużej mierze są to gospodarstwa rolne, które produkują głównie dla własnych potrzeb, nie uczestnicząc w sprzedaży rynkowej. Pojawiają się zatem dwie podstawowe, powiązane ze sobą, pytania:

1. **Jak zapewnić środki finansowe dla rozwoju systemu KŁŻ**, aby mógł on odpowiedzieć na potrzeby finansowe, w tym też inwestycyjne, partycypujących w nim producentów? Banki i instytucje finansowe są zazwyczaj niechętne do inwestowania, postrzegając wysoki poziom ryzyka. Z kolei dotacje i subwencje nie prowadzą koniecznie do konkurencyjności na rynku.



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.  
Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej  
„Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020  
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

## **Polska Fundacja Innowacji – operacja pt. Kampania multimedialna Wiedź i Mądrze Jedź: Krótkie łańcuchy dostaw Żywności źródłem innowacji dla wsi i rolnictwa**

2. **Jak rozwiązać problem logistyczny systemu KŁŻ**, polegający na przechowywaniu i transportowaniu produktów żywnościowych w sytuacji, w której producenci i konsumenci są oddaleni od siebie? W takich sytuacjach koszty logistyczne czynią produkcję i sprzedaż w małej skali nieopłacalną.

W Polsce mamy coraz więcej inicjatyw o charakterze KŁŻ, które pokazują, że można rozwiązać kwestie finansowe i logistyczne bez zaawansowanego wspomaganie informatycznego. Jednak rozwiązania logistyczno-sprzedazowe wspomaganie informatycznie otwierają znacznie większe możliwości, ponieważ ograniczają koszty i czas producenta.

Przykłady dobrych praktyk z kraju i z zagranicy, omówione w niniejszym kompendium, skupiają się na następujących rozwiązaniach:

- Sklepy firmowe na wsi, czyli sprzedaż w gospodarstwie
- Targi produktów lokalnych
- Kooperatywy
- Innowacje organizacyjne
- Platformy informatyczne

### **a. Sklepy firmowe na wsi, czyli sprzedaż w gospodarstwie.**

Najprostsze rozwiązanie sprzedażowe to sprzedaż w gospodarstwie. Koszty logistyczne ponoszone przez producenta są ograniczone, ponieważ pokrywa je kupujący, przyjeżdżając do gospodarstwa lub do sklepu firmowego przy zakładzie produkcyjnym w przypadku żywności przetworzonej. Mamy w Polsce przykłady systemów KŁŻ opartych właśnie na przyciąganiu kupujących do miejsca produkcji. W zachęceniu kupującego do odwiedzenia miejsca produkcji może pomóc wizerunek osoby produkującej oraz wartości miejsca, w którym sprzedawany produkt jest wytwarzany.

Przykładem dobrej praktyki w tym zakresie jest **Pstrąg Ojcowski**. Jest to rodzinne przedsiębiorstwo matki i córki - Magdaleny Węgiel i Agnieszki Sendor, polegające na produkcji, marketingu i sprzedaży opartej na propagowaniu wartości Ojcowskiego Parku Narodowego.  
<http://pstragojcowski.pl/> Warto obejrzeć również film - <https://youtu.be/gcchvDKyxJ8>

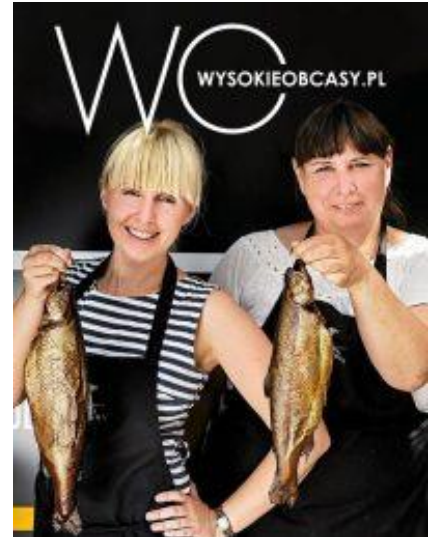


„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.  
Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej  
„Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020  
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

**Polska Fundacja Innowacji – operacja pt. Kampania multimedialna Wiedź i Mądrze Jedź: Krótkie łańcuchy dostaw Żywności źródłem innowacji dla wsi i rolnictwa**

Przedsięwzięcie działa od 2014 roku, kiedy to Panie wzięły w dzierżawę zrujnowane stawy Ojcowskiego Parku Narodowego Odbudowały je, zakładając hodowlę pstrąga potokowego i postanowiły propagować zasady świadomego i etycznego chowu, edukację w zakresie historii regionu oraz tradycji kulinarnych związanych z pstrągiem. Ich niezwykle wysiłek został doceniony tytułem najbardziej innowacyjnych rolniczek przyznanym przed Copa-Cogeca – ogólnoeuropejską organizacją rolniczą.

Całe przedsięwzięcie opiera się na zachęceniu kupujących do odwiedzenia stawów w Ojcowie. W ten sposób zbudowano markę i odbiorców w postaci restauracji w Krakowie. Mając silną markę jakościowego produktu, kojarzoną z wartościami parku narodowego, można uzyskać wyższą cenę. Przy ograniczonej produkcji, odbiorcami są tylko wybrane restauracje, co równocześnie ogranicza wymogi logistyczne w organizowaniu dostaw.



Przykład Pstrąga Ojcowskiego jest w pewnym sensie wyjątkiem, ponieważ mamy do czynienia z parkiem narodowym w pobliżu Krakowa. Ojców to miejsce wypadów weekendowych krakowian oraz ośrodek kultury i przyrody, który przyciąga turystów niemal z całej Polski. Takich miejsc jest stosunkowo niewiele. Dlatego też w większości przypadków wymagane są usystematyzowane działania, by zachęcić konsumentów z miasta do zakupów w gospodarstwach na wsi. Gospodarstwa z kolei wymagają pewnego przystosowania, ponieważ zazwyczaj nie są przygotowane do przyjmowania gości i prowadzenia sprzedaży.

Dobłą i sprawdzoną praktyką w tym zakresie jest organizowanie **szlaków kulinarnych i wyjazdów zakupowych na wieś**, które mają na celu skojarzenie producentów z konsumentami, i umożliwienie im wypracowania relacji sprzedażowych. Należy mieć na uwadze, że większość konsumentów zamieszkałych w mieście i przyzwyczajonych do kupowania w marketach, nie ma pojęcia jak dotrzeć do gospodarstw rolnych sprzedających żywność lokalną. W tym zakresie pożądana jest współpraca z mediami.

W latach 2015-17, Fundacja Partnerstwo dla Środowiska organizowała wspólnie z Małopolską Izbą Rolniczą oraz Gazetą Wyborczą „**Trasy Produktów Lokalnych**”. Inicjatywa polegała z jednej strony na przygotowaniu wspólnie z rolnikami trasy prowadzącej po gospodarstwach, w których gospodarze oferują na sprzedaż swoje produkty, a z drugiej, zachęcaniu Krakowian do korzystania z nowych możliwości kupowania żywności, zarówno indywidualnie, jak i poprzez udział w zorganizowanych wyjazdach. Chodziło o kojarzenie rolników z konsumentami, aby w ten sposób doprowadzić do „sprzedaży bezpośredniej”. Wymagało to z jednej strony przygotowania rolników do organizowania i prowadzenia sprzedaży na terenie swojego

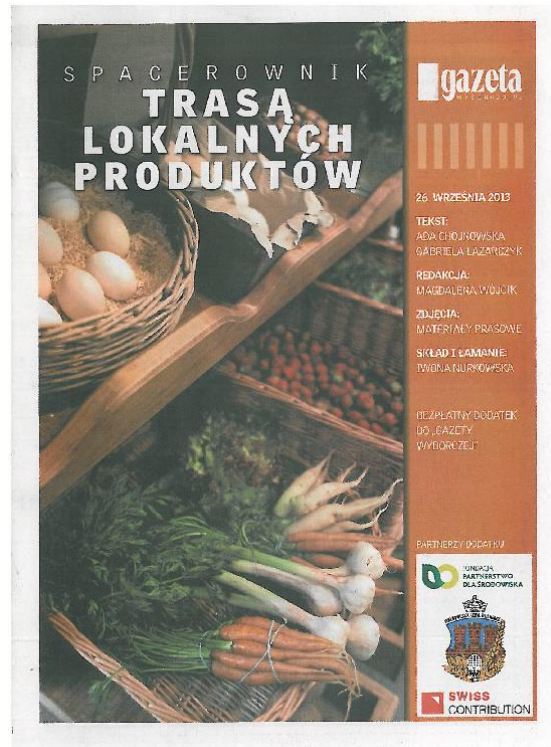


„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.  
Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej  
„Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020  
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

### **Polska Fundacja Innowacji – operacja pt. Kampania multimedialna Wiedź i Mądrze Jedź: Krótkie łańcuchy dostaw Żywności źródłem innowacji dla wsi i rolnictwa**

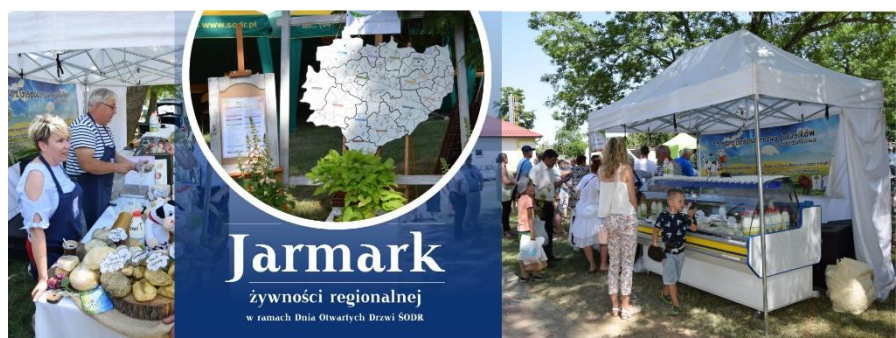
gospodarstwa oraz pomocy im w zapewnieniu zgodności z obowiązującymi przepisami i w przygotowaniu „polityki sprzedażowej”, a z drugiej strony przekonania konsumentów do tej formy zakupów, a także zwalczania obiegowych opinii, że żywność kupowana od rolnika może być niebezpieczna i jest droższa niż w sklepie.

Inna forma przyciągania konsumenta na wieś to szlaki kulinarne. Jest ich już kilkanaście w Polsce. Kulinaria, przepisy kuchni regionalnej, autentyczne produkty i gospodarstwa rolne, stanowią elementy marketingu miejsca, który tworzy rynek lokalny. W dużej mierze szlaki kulinarne w Polsce są inicjowane, promowane i rozwijane przez instytucje publiczne, w szczególności przez samorządy wojewódzkie, organizacje turystyczne oraz ośrodki doradztwa rolniczego. Sprzedaż bezpośrednia produktów żywnościowych oraz angażowanie gospodarstw rolnych w sprzedaż swoich produktów nie jest zazwyczaj głównym akcentem szlaków, ale jest to niewątpliwie ważny element całości.



Najbardziej rozwinięte szlaki kulinarne to **Szlak Kulinarny „Świętokrzyska Kuźnia Smaków”**, który tworzą 72 obiekty, w tym restauracje i zajazy, gospodarstwa agroturystyczne oraz lokalni producenci żywności, na terenie 8 powiatów w województwa Świętokrzyskiego.  
<http://www.swietokrzyskakuzniasmakow.pl/>

Weryfikacja i kwalifikacja produktów i producentów do szlaku odbywa się poprzez konkurs „Nasze kulinarne dziedzictwo – smaki regionów” organizowany przez Marszałka Województwa oraz wpisanie na listę produktów tradycyjnych



Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi. W ramach szlaku organizowane są jarmarki żywności lokalnej, które mają charakter wydarzeń promujących szlak i jego atrakcje. W związku z tym,





„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.  
Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej  
„Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020  
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

### **Polska Fundacja Innowacji – operacja pt. Kampania multimedialna Wiedź i Mądrze Jedź: Krótkie łańcuchy dostaw Żywności źródłem innowacji dla wsi i rolnictwa**

nie są one trwałym kanałem sprzedaży produktów lokalnych z punkty widzenia zarówno konsumenta, jak i producenta, natomiast stanowią narzędzie do promowania produktów lokalnych i regionalnych oraz ich producentów, którzy mogą następnie organizować indywidualne lub wspólne własne kanały dystrybucji.

Innym, coraz szerzej znanym szlakiem kulinarnym promującym turystycznie region, jest **Szlak Kulinarny Podkarpackie Smaki**, który zachęca do poznania i zrozumienia wieloetnicznego charakteru regionu poprzez kuchnię regionalną - [www.szlakpodkarpackiesmaki.pl](http://www.szlakpodkarpackiesmaki.pl)



Dla zainteresowanych turystów przygotowano trzy trasy: Bieszczadzka, Beskidzko-Pogórzeńska i Północna. Każda z tras wiąże się z ofertą pakietową (weekendowa, grupa, 3-dniowa itp.), która zapewnia noclegi wraz z atrakcjami kulinarnymi. Tak jak w przypadku Świętokrzyskiego Szlaku, Podkarpackie Smaki tworzą rynek dla produktów i producentów lokalnych poprzez przyciąganie ludzi na wieś, ale na obecnym etapie jego rozwoju, korzyści płyną przede wszystkim do restauratorów i obiektów agroturystycznych bezpośrednio zaangażowanych w Szlak, które kreują jego ofertę komercyjną.

**Szlak Oscypkowy** na Podhalu, to próba zorganizowania systemu sprzedażowego autentycznych tradycyjnych serów górskich, który opiera się na możliwości kupowania produktów wprost od bacy. Szlak jest organizowany przez Stowarzyszenie Szlaku Oscypkowego jako inicjatywa edukacyjna, dotycząca historii i współczesności pasterstwa w Polsce. W Szlaku uczestniczy 31 baców, u których można zakupić sery górskie, w tym słynny oscypek. Województwo Małopolskie promuje szlak jako element oferty turystycznej regionu - <https://www.visitmalopolska.pl/web/agroturystyka/-/malopolski-szlak-oscypkowy>

Inicjatywy sprzedażowe oparte na przyciąganiu kupujących do gospodarstwa są trudnym wyzwaniem, ponieważ kupujący są przyzwyczajeni do kupowania w marketach. Markety wygrywają konkurencję na rynku, ponieważ łączą atrakcyjne ceny, z różnorodnością oferty oraz dostępnością produktów, a także zapewniają klientom wygodę w robieniu zakupów.

Innym wariantem sprzedaży bezpośrednio od producenta jest wychodzenie producenta z produktem bezpośrednio do konsumenta. Ciekawy przykład takiej praktyki stanowią automaty wendingowe. Jednym z przykładów jaki możemy w tym miejscu wymienić jest **jajomat** – automat sprzedający świeże kurze jaja wprost od rolnika. Mocną stroną rozwiązania opartego o maszyny sprzedające jest to, że można w ten sposób oferować w punkcie sprzedaży jaja dobrej jakości – świeże, ekologiczne – jakich raczej nie znajdziemy w markecie. Gospodarstwom opłaca się wejść w wending ponieważ ta formuła może im w znacznym stopniu ułatwić dotarcie do klienta, obniżyć koszty dystrybucji, i osiągnąć dużo wyższe marże,



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.  
Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej  
„Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020  
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

### **Polska Fundacja Innowacji – operacja pt. Kampania multimedialna Wiedź i Mądrze Jedź: Krótkie łańcuchy dostaw Żywności źródłem innowacji dla wsi i rolnictwa**

niż w przypadku sprzedaży hurtowej. Automaty wendingowe ułatwiają kupującym dostęp do produktów wiadomego pochodzenia, wysokiej jakości i w konkurencyjnej cenie.

Sprzedaż świeżych jaj wymaga specjalnie dostosowanych automatów wendingowych, podobnych do paczkomatu. Jajka są umieszczane w niewielkich „szafkach”, gdzie leżą na półce – praktycznie tak jak w markecie. Po dokonaniu płatności przez klienta, automat otwiera „szafkę” i nabywca ma dostęp do zakupionych jajek. Rozwiązanie jest bardzo proste i jednocześnie bardzo skuteczne. Na rynku pojawia się coraz więcej rozwiązań opartych o maszyny wendingowe.



Przykładem dobrej praktyki tej formy sprzedaży jest gospodarstwo „Fenellas Farm” w Anglii, które wykorzystuje najnowocześniejsze automaty. Płatności można dokonywać gotówką, kartą lub płatnością internetową. <https://www.facebook.com/fenellasfarm>. W Polsce również pojawiają się jajomaty. Na przykład w Celejowie w gminie Wąwolnica (lubelskie) właściciel stada kur niosek z wolnego wybiegu postawił jajomat jako ciekawostkę, ale jego przedsięwzięcie cieszy się coraz większym zainteresowaniem <https://www.facebook.com/pg/jajazelejowa>



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.  
Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej  
„Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020  
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

### **Polska Fundacja Innowacji – operacja pt. Kampania multimedialna Wiedź i Mądrze Jedź: Krótkie łańcuchy dostaw Żywności źródłem innowacji dla wsi i rolnictwa**

Inny produkt coraz częściej sprzedawany za pośrednictwem automatów wendingowych to mleko. Tzw. **mlekomaty** są coraz bardziej popularną formą sprzedaży w Polsce. Analogicznie jak w przypadku jajomatów, potrzebny jest automat specjalnie dostosowany do sprzedaży świeżego mleka. Maszyna musi być wyposażona w system chłodzenia i utrzymywania stałej zaprogramowanej temperatury mleka (4 C), system mieszania mleka oraz system sygnalizacji awarii chłodzenia i stanu mleka przez sms lub internet. Bezpieczeństwo żywności musi być zapewnione, a więc komora gdzie wydawane jest mleko spryskiwana jest czystą wodą i wyposażona w lampę bakteriobójczą UV. Zazwyczaj mlekomat wyposażony jest w dwa zbiorniki na mleko. Jeden znajduje się w środku mlekomatu, a drugi jest na wymianę. Zbiorniki są myte i napełniane mlekiem w gospodarstwie, natomiast w punkcie sprzedaży przy każdej wymianie zbiorników myty jest układ podający mleko.



Od strony konsumenta, w mlekomacie można zakupić dowolną ilość mleka. Mlekomat wpłaconą kwotę na litry mleka. Można nalewać mleko do własnego pojemnika albo kupić pojemnik w mlekomacie.

Rodzinne gospodarstwo rolne „Pod Polaną” w Puławach Górnych na Podkarpaciu produkuje i sprzedaje mleko najwyższej jakości poprzez sieć własnych mlekomatów zlokalizowanych w sklepach i przy targowisku w pobliskich miasteczkach. <https://podpolana.pl/mlekomaty/>

Sprzedaż za pośrednictwem automatów wendingowych wymaga wybrania odpowiedniej lokalizacji, „wychowania” klienta do kupowania produktu w tej formie oraz zapewnienia ciągłości dostaw. Mając na uwadze postęp w technologicznych rozwiązaniach maszyn wendingowych, wydaje się, że automatyzacja procesu sprzedaży jest nieunikniona i ta forma sprzedaży będzie się rozwijała w najbliższych latach. Przykładowo, w Warszawie już działa sieć autonomicznych/automatycznych skrytek do dystrybucji produktów spożywczych firmy Coolomat - <https://coolomat.com/>. Nie jest ona nastawiona na sprzedaż od rolnika, natomiast tego typu rozwiązanie mogło by być wykorzystane w rozwoju systemu KŁŻ. Niewątpliwie dla rolnika jest to dogodna forma sprzedaży, ponieważ nie wymaga obsługi sprzedażowej.

Inny wariant wychodzenia do klienta praktykowany w Polsce od lat to sprzedaż obwoźna. Ciekawym przykładem pokazującym skalowalność tego podejścia jest przedsięwzięcie



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.  
Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej  
„Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020  
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

**Polska Fundacja Innowacji – operacja pt. Kampania multimedialna Wiedź i Mądrze Jedź: Krótkie łańcuchy dostaw Żywności źródłem innowacji dla wsi i rolnictwa**

Manufaktura Wędliniarska Olchowy Domek Witolda Śledzia w Kujawsko-Pomorskim. Produkując tradycyjne wędliny na podstawie przepisów Produkcji Marginalnej Lokalnej (MLO), firma wypracowała własny autorski system dystrybucji i sprzedaży polegający na prowadzeniu sprzedaży codziennie we własnym sklepie w miejscu produkcji oraz w stałych miejscach i na targach w innych miejscowościach ze specjalnie dostosowanego samochodu. W ten sposób, wychodząc do konsumentów, firma wypracowała grono regularnie kupujących klientów. <http://olchowydymek.pl/>

## b. Targi produktów lokalnych

Najstarsza i najbardziej powszechna forma sprzedaży bezpośredniej w Polsce to targ produktów lokalnych. Do niedawna, targowiska w Polsce, w szczególności w dużych miastach, były zdominowane przez pośredników. Na przykład, w Krakowie funkcjonowało do niedawna 16 targowisk, wszystkie zdominowane przez pośredników. Inicjatywa Targu Pietruszkowego na Podgórzu w Krakowie podjęta przez Stowarzyszenie Przyjaciół Podgórza, Małopolskie Stowarzyszenie Rolników Ekologicznych Natura oraz Fundację Partnerstwo dla Środowiska w roku 2014 doprowadziła do powstania targu, gdzie sprzedającymi są tylko rolnicy oraz mali przetwórcy żywności.

Sprzedający muszą spełnić 3 wymogi: (1) odległość gospodarstwa powinna wynosić do ok. 150 km od Krakowa; (2) posiadać certyfikat ekologiczny lub wyrazić zgodę na poddanie swoich produktów niezapowiedzianym badaniom laboratoryjnym; (3) rolnik lub przetwórcza sprzedaje swoje produkty sam lub sprzedaż prowadzona jest przez kogoś z jego rodziny. Targ Pietruszkowy okazał się wielkim sukcesem i – co ważniejsze – trwałym zjawiskiem. W wyniku jego działalności, powstały kolejne Targi zdominowane przez producentów, a istniejące targi miejskie stały się bardziej otwarte dla rolników chcących sprzedawać swoje produkty wprost konsumentom.

Niemal w każdym większym mieście w Polsce funkcjonują targi lokalnych produktów żywnościowych wprost od rolników i małych przetwórców. Najczęściej są to przedsięwzięcia współorganizowane przez rolników czy producentów i przez organizacje społeczne propagujące zdrowe żywienie, przedsiębiorców poszukujących biznesowe rozwiązania oraz samorządy i inne instytucje publiczne poszukujące formuły na promocję i rozwój gminy, powiatu, czy województwa. Przykłady dobrych praktyk targów produktów lokalnych to m. in.

- Biobazar w Warszawie i Katowicach <https://biobazar.org.pl/>,  
<https://www.facebook.com/pg/BioBazar.Warszawa>



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.  
Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej  
„Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020  
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

**Polska Fundacja Innowacji – operacja pt. Kampania multimedialna Wiedź i Mądrze Jedź: Krótkie łańcuchy dostaw Żywności źródłem innowacji dla wsi i rolnictwa**

- Zielony Targ w Poznaniu <http://www.poznanskizielonytarg.pl>
- Bazar Kociewskie Smaki w Stargardzie Gdańskim - <https://www.facebook.com/KociewskieSmaki.Starogard/>



Z punktu widzenia rolnika lub przetwórcy, targ umożliwia dostęp do rynku zbytu dla swoich produktów, ale nie zapewnia tej sprzedaży (to w dużej mierze zależy od koniunktury dni targowych oraz marketingowych możliwości organizatorów targu). Produkty trzeba dowieźć i zapewnić przy tym obsługę sprzedaży na targu. Nie każdy rolnik ma tę możliwość, jeśli gospodarstwo jest zlokalizowane daleko od miasta.

### c. Kooperatywy spożywcze

Uruchamianie różnych form kooperatyw spożywczych czy też rolnictwa wspomaganego przez społeczność (ang. Community-supported agriculture) staje się coraz bardziej popularnym rozwiązaniem, które umożliwia konsumentom regularny dostęp do jakościowej żywności wiadomego pochodzenia, a rolnikom czy przetwórcom zapewnia zbytu na oferowane produkty. W większości dużych miast funkcjonują kooperatywy spożywcze<sup>2</sup>. Członkowie kooperatywy wspólnym wysiłkiem zaopatrują się w żywność bezpośrednio u producentów. Wynajdują i organizują dostawców, którzy z kolei zapewniają sobie rynek zbytu na swoją produkcję.

---

<sup>2</sup> Potkańska D. (2013) Zmierzch epoki tradycyjnego konsumenta, czyli jak wspólne zakupy ekologicznej żywności kształtują tożsamość społeczną młodych Polaków. Odradzający się ruch żywieniowy kooperatyw spożywczych w Polsce – przykład Warszawy, <https://depot.ceon.pl/handle/123456789/5186>

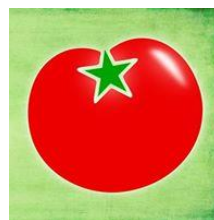


„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.  
Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej  
„Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020  
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

**Polska Fundacja Innowacji – operacja pt. Kampania multimedialna Wiedź i Mądrze Jedź: Krótkie łańcuchy dostaw Żywności źródłem innowacji dla wsi i rolnictwa**

Działalność kooperatywy polega na rozwiązywaniu kwestii dystrybucji, logistyki oraz kontroli jakości i autentyczności pochodzenia żywności. Umożliwia to angażowanie rolników i producentów, którzy często nie mają możliwości sprzedaży na targu, poprzez dzielenie kosztów wśród uczestników przedsięwzięcia. Model kooperatywy dostarcza członkom wymiernych korzyści w postaci dostępu do jakościowej żywności, ale wymaga od nich zaangażowania. Każdy musi przepracować miesięcznie określoną liczbę godzin na rzecz wspólnoty oraz uczestniczyć w spotkaniach, na których reguły funkcjonowania są ustalane wspólnie. Nie ma szefów, przewodniczących czy też właścicieli. Niektóre kooperatywy działają jako grupy zamknięte, ograniczając się do organizacji zakupów. Inne podejmują również działania społeczne i edukacyjne. Większość z nich działa w ograniczonej skali i nie korzysta z zaawansowanych rozwiązań informatycznych. Bardziej liczą się bezpośrednie relacje międzyludzkie. Model ten ma spory potencjał i z powodzeniem może być powielany w całej Polsce.

Przykłady dobrych praktyk kooperatyw spożywczych to **Kooperatywa Grochowska** w Warszawie <https://www.facebook.com/pg/Kooperatywa-Grochowska-271104212954599> oraz [www.kooperatywagrochowska.pl](http://www.kooperatywagrochowska.pl) czy też **Warszawska Kooperatywa Spożywcza** <https://www.facebook.com/Warszawska-Kooperatywa-Spozywcza-122929004555712/> oraz [www.wks.waw.pl](http://www.wks.waw.pl) .



Są też już liczne przykłady dobrych praktyk poza Warszawą:

- **Poznańska Kooperatywa Spożywcza POKOSPOKOO** - [www.poznanskakooperatywa.pl](http://www.poznanskakooperatywa.pl) oraz <https://www.facebook.com/pg/PoznanskaKooperatywaSpozywcza>
- **Kooperatywa Wrocław** - <https://www.facebook.com/KooperatywaSpozywczaWroclaw/> oraz <https://kooperatywawroclaw.wordpress.com>



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.  
Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej  
„Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020  
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

### **Polska Fundacja Innowacji – operacja pt. Kampania multimedialna Wiedź i Mądrze Jedź: Krótkie łańcuchy dostaw Żywności źródłem innowacji dla wsi i rolnictwa**

- **Płocka Kooperatywa Spożywcza -** <https://www.facebook.com/pg/kooperatywaplock/about> oraz <http://koop.vitkov.pl>
- **Kooperatywa Lubelska -** <https://www.facebook.com/kooperatywa.lublin/> oraz <https://lubelskakooperatywa.wordpress.com/about/>
- **Kooperatywa Spożywcza w Łodzi -** <https://www.facebook.com/kooperatywa.lodz/> oraz [www.lodz.kooperatywaspozywca.pl](http://www.lodz.kooperatywaspozywca.pl)

#### **d. Innowacje organizacyjne**

Przykład ciekawego systemu KŁŻ stosowanego przez rodzinne gospodarstwo rolne **Buzby Farm z New Jersey w USA** pokazuje rozwiązanie organizacyjne, które można z powodzeniem rozwijać i powielać również w Polsce: [www.buzbyfarm.com/farmersmarkets](http://www.buzbyfarm.com/farmersmarkets)

Buzby Farm to 70 ha gospodarstwo produkujące i sprzedające świeże owoce i warzywa na rynku lokalnym. Andrew i Dawn Buzby uruchomili przedsięwzięcie w roku 1981, angażując rodzinę i znajomych do wypracowania rozwiązań finansowych, logistycznych i organizacyjnych. Założeniem podstawowym przedsięwzięcia była produkcja bezpiecznej i zdrowej żywności wyłącznie na rynek lokalny, w oparciu o sprzedaż bezpośrednią.

Buzby Farms prowadzi własne sklepy na 3 targowiskach oraz własny system „Rolnictwa Wspieranego przez Społeczność” (CSA- community supported agriculture), który współtworzy z klientami. Jest to system dystrybucji i sprzedaży sezonowych warzyw i owoców w okresie 20-tygodniowego sezonu, trwającego od maja do września. System polega na tym, że zapisując się do systemu, konsument ma udział w produkcji gospodarstwa bez dokładnego określenia a priori zawartości dostawy cotygodniowej. Otrzymuje swój przydział wyprodukowanych produktów w postaci zestawu świeżych owoców i warzyw, który może odebrać w określonych godzinach w jednej z 4 lokalizacji.

Aby uczestniczyć w systemie CSA, trzeba wykupić abonament na pełny udział za \$26/tygodniowo lub \$520/sezon lub ½ udziału za \$14,50/tygodniowo lub \$290/sezon. Płatność dokonywana jest z góry, chociaż jest możliwość płatności ratalnych. W ten sposób, konsument gwarantuje sobie trwały dostęp od żywności wysokiej jakości, a producent ma zagwarantowany zbył. Z kolei wpłata środków finansowych na początku sezonu poprawia znacząco płynność finansową producenta i umożliwia gromadzenie kapitału na inwestycje.



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.  
Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej  
„Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020  
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

**Polska Fundacja Innowacji – operacja pt. Kampania multimedialna Wiedź i Mądrze Jedz: Krótkie łańcuchy dostaw Żywności źródłem innowacji dla wsi i rolnictwa**



System CSA korzystnie wpływa na kwestie finansowe, jak również rozwiązuje kwestie logistyczne, ponieważ konsument odbiera produkty w określonym czasie z określonego miejsca, a więc producent musi jedynie dowieźć produkty do punktów odbioru. Nie ma potrzeby długoterminowego przechowywania produktów, ponieważ konsument nie kupuje określonych produktów tylko udział w produkcji danego tygodnia.

Nadwyżki ponad to, co jest sprzedawane w systemie CSA, są sprzedawane w 3 punktach sprzedaży detalicznej, które równocześnie są punktami odbioru (nie prowadzi się sprzedaży detalicznej na terenie gospodarstwa, jedynie odbiór produktów dla uczestników systemu CSA).

System CSA Buzby Farm jest popularny wśród konsumentów, ale liczba partycypujących jest ograniczona. Co roku wielu konsumentów zapisuje się na listę oczekujących. Duża liczba chętnych do uczestniczenia w przedsięwzięciu przekłada się na jego rentowność.

Modele oparte na CSA są rozwijane również w Europie, w tym też w Polsce. W przypadku stosunkowo małych gospodarstw rolnych, niezbędna jest współpraca co najmniej kilku gospodarstw by zapewnić oczekiwaną skalę produkcji i sprzedaży, przy ograniczonych kosztach. Przykładem dobrej praktyki w organizowaniu takiej współpracy jest **La FATTORIA DI CORAZZANO** we Włoszech [www.fattoriadicorazzano.it](http://www.fattoriadicorazzano.it)





„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.  
Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej  
„Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020  
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

**Polska Fundacja Innowacji – operacja pt. Kampania multimedialna Wiedz i Mądrze Jedz: Krótkie łańcuchy dostaw Żywności źródłem innowacji dla wsi i rolnictwa**



**Fattoria di Corazzano**  
Produzione ortaggi biologici



La FATTORIA DI CORAZZANO to sieć 3 gospodarstw ekologicznych, które uznały, że łącząc siły będą mogły obniżyć koszty i zwiększyć sprzedaż. Współpraca polega na zapewnieniu ciekawej i jakościowej oferty dla konsumentów, oraz dzielenie się kosztami produkcji, przetwórstwa i logistyki dostaw.

We wcześniej, każde z gospodarstw produkowało ponad 60 rodzajów warzyw i miało problemy z ich sprzedażą. Gospodarstwa wspólnie ustaliły, że ograniczą liczbę gatunków produkowanych warzyw, koordynując rotację w produkcji, zwiększając produkcję oraz wykorzystanie wspólnego systemu przetwórstwa, sprzedaży i logistyki dostaw.

W ten sposób, każde z uczestniczących gospodarstw zwiększyło znacząco swoją rentowność, a konsumenci mogą liczyć na wysoką jakość produktów oraz ciągłość dostaw. Produkty sprzedawane są poprzez zamówienia oraz bezpośrednio w jednym z partycypujących gospodarstw.

## e. Platformy informatyczne

Omówione rozwiązania opierają się o usługi logistyczne i sprzedażowe realizowane siłami własnymi rolnika czy producenta (pakowanie, dowóz) lub partycypujących konsumentów - jak to jest w przypadku kooperatywy. Przy zastosowaniu takich metod nie są potrzebne specjalne rozwiązania IT, za wyjątkiem ewentualnie strony internetowej oraz standardowych programów księgowych i kasy fiskalnej. W tych rozwiązaniach, sprzedaż bezpośrednia przez rolników zazwyczaj zakłada odbiór przez konsumenta w stałych terminach i stałych lokalizacjach oraz standardowych paczkach sezonowych nawet bez procedury zamawiania konkretnych produktów.

Jednak skalowalność omówionych rozwiązań jest ograniczona ponieważ podstawowym kosztem jest czas i zaangażowanie producenta zarówno w rozwiązanie kwestii logistyki, jak i



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.  
Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej  
„Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020  
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

**Polska Fundacja Innowacji – operacja pt. Kampania multimedialna Wiedź i Mądrze Jedź: Krótkie łańcuchy dostaw Żywności źródłem innowacji dla wsi i rolnictwa**

samej sprzedaży. Automatyzacja sprzedaży w formie maszyn wendingowych reprezentuje sporą oszczędność czasu producenta, natomiast wymaga sporej inwestycji na zakup, obsługę i rozmieszczenie automatów.

Dla promotorów systemów KŁŻ, omówione dobre praktyki „sprzedaży w gospodarstwie” wymagają powielania w małej skali tak, aby osiągnąć zbiorowy efekt sprzedażowy, który przynosi wymierne indywidualne korzyści uczestnikom przy ograniczaniu kosztów logistyki i czasu.

Skalę i siłę oddziaływania systemów KŁŻ należy rozpatrywać w kategoriach liczby zaangażowanych producentów i konsumentów, różnorodności asortymentu oferowanych produktów, wolumenu sprzedaży oraz ożywianiu gospodarki lokalnej, a co za tym idzie, rozwoju społeczno-gospodarczego obszarów wiejskich.

Zastosowanie nowoczesnych rozwiązań informatycznych do omówionych wcześniej rozwiązań logistyczno-sprzedażowych pozwala indywidualnym producentom powiększyć skalę i zasięg swojej sprzedaży.

Do dobrych praktyk logistyczno-sprzedażowych opartych na zaawansowanych rozwiązaniach informatycznych można zaliczyć kilka inicjatyw w Polsce. Przykład rozwiązania Klubu Zakupowego, który kojarzy producentów i konsumentów z określonego obszaru geograficznego na cotygodniowym targu on-line jest omówiony szczegółowo w innym opisie dobrych praktyk<sup>3</sup> na przykładzie Koszyka Lisieckiego [www.zakupy.koszyklisiecki.pl](http://www.zakupy.koszyklisiecki.pl)

Inne przykłady dobrych praktyk zastosowań informatycznych, które ukształtowały własne grono regularnie współpracujących producentów i konsumentów, to:

- **Lokalny Rolnik** - [www.lokalnyrolnik.pl](http://www.lokalnyrolnik.pl)

Lokalny Rolnik polega na organizacji wirtualnego targowiska. Organizatorzy nie kupują produktów od rolników i nie sprzedają ich dalej, jak robią to sklepy. Producenci są w pełni samodzielni, ustalają ceny, dysponują firmowymi podstronami na platformie Lokalny Rolnik i otrzymują informację zwrotną na temat swoich produktów w postaci opinii klientów. Z Lokalnego Rolnika korzysta ponad 90.000 rodzin, które funkcjonują w 202 Klubach Zakupowych na terenie całego kraju. Producenci dostarczają swoje produkty do centrów logistycznych, które zajmują się dystrybucją.



<sup>3</sup> <https://prostoodrolnika.pl/dla-organizatorow/>



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.  
Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej  
„Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020  
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

**Polska Fundacja Innowacji – operacja pt. Kampania multimedialna Wiedź i Mądrze Jedź: Krótkie łańcuchy dostaw Żywności źródłem innowacji dla wsi i rolnictwa**

- **Paczka od Rolnika [Rzuchowa, Małopolska] - <http://www.paczkaodrolnika.pl/>**

Jest to wieloletnie przedsięwzięcie, realizowane wyłącznie przez rolników ekologicznych. Rolnicy sprzedają swoje własne produkty pod marką „Odrolnika” i w formie tzw. „Paczki od rolnika”.



Wszyscy producenci prowadzą sprzedaż

bezpośrednią, a stowarzyszenie GRUPA ODROLNIKA pełni funkcję koordynatora zajmując się równocześnie rozwojem przedsięwzięcia i promocją idei sprzedaży bezpośredniej. Grupa nie jest pośrednikiem w procesie sprzedaży w klasycznym znaczeniu tego pojęcia. Dzięki formule paczki, rolnicy uzyskują zdecydowanie lepszą cenę za swoje produkty zaś konsumenci mają dostęp do świeżej, wysokiej jakości żywności wiadomego pochodzenia, w znacznie niższej cenie. Konsument zamawia swoją paczkę przez internet. Paczki są dostarczane raz w tygodniu (wtorki) kurierem, głównie na terenie Krakowa i Tarnowa. Są też klienci w innych częściach Polski. Kurier działa na terenie całej Polski. Dopuszczalna waga do 30 kg. Ze względów logistycznych kurierem wysyłane są jedynie suche warzywa i owoce.

Rozwiązania IT mają kluczowe znaczenie dla rozwoju systemów KŁŻ, ponieważ eliminują - lub oferują szansę na wyeliminowanie - istotne bariery w dostępie do rynku i stabilizacji produkcji oraz rentowności. W szczególności dotyczy to następujących problemów:

- słabego poinformowania rynku (potencjalnych konsumentów) o oferowanych produktach rolnych;
- niskich i niestabilnych obrotów oraz nieprzewidywalnego zapotrzebowania na oferowane produkty;
- rozliczeń i dokumentowania transakcji;
- braku certyfikatów pochodzenia i jakości;
- ograniczonej dostępności i/lub wysokich kosztów transportu;
- ograniczonej dostępności i/lub wysokich kosztów przechowywania;
- wydatków kapitałowych na infrastrukturę i środki transportu.



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.  
Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej  
„Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020  
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

### **Polska Fundacja Innowacji – operacja pt. Kampania multimedialna Wiedz i Mądrze Jedz: Krótkie łańcuchy dostaw Żywności źródłem innowacji dla wsi i rolnictwa**

Warto zauważyć w tym miejscu, że Rolniczy Handel Detaliczny może funkcjonować bez zaawansowanego wspomaganie informatycznego. Chodzi o rozwiązania logistyczno-sprzedażowe takie, jak sklepy firmowe na wsi, automaty wendingowe, targi lokalne, sprzedaż obwoźna, kluby zakupowe, kooperatywy czy też wspomniane już inicjatywy CSA.

Jednak rozwiązania nie korzystające z rozbudowanych i zaawansowanych funkcjonalnie platform informatycznych bardzo ograniczają zasięg sprzedaży i znacząco obciążają producenta kosztami, często w sposób ukryty (rolnik często nie liczy swoich kosztów). Włączenie tych kosztów własnych do kalkulacji i przerzucenie ich na konsumenta powodowałaby dalszy wzrost cen i ograniczenie sprzedaży.

## **IV. Dobre praktyki informatyczne**

Kompleksowe rozwiązania informatyczne dla logistyki i zarządzania procesami po zbiorach (ang. *post-harvest management*) są opracowywane i rozwijane w celu łączenia małych gospodarstw rolnych z lokalnym rynkami zbytu w Indiach oraz w niektórych krajach Azji i Afryki, w których małe gospodarstwa rolne stanowią dominujący segment działalności rolniczej. Wskazują one obiecujące kierunki opracowywania rozwiązań logistyczno-sprzedażowo-finansowych, które mogą być z powodzeniem zastosowane do pokonania barier logistycznych przez organizatorów i promotorów KŁŻ również w Polsce. Problematyka innowacji IT dla systemów KŁŻ jest omówiona w ekspertyzie opracowanej przez Krzysztofa Gorlicha dla Kampanii Wiedz i Mądrze Jedz w roku 2018<sup>4</sup>, który przytacza następujące przykłady dobrych praktyk:

- **Star Agri.** <http://www.staragri.com> . Prywatna firma indyjska dostarcza rozwiązania ICT dostępne dla indywidualnego rolnika do zarządzania przechowywaniem produktów i handlu detalicznego w obszarach wiejskich, ale także dla zarządzania finansowego - w tym zabezpieczeniem kredytów rolniczych. Firma otrzymała na rozwój swojego oprogramowania finansowanie z IDFC Alternatives, indyjskiego funduszu *private equity*. Misyjnym celem Star Agri jest ‘upodmiotowienie rolnika’ (ang. *empowering farmers*) – wyposażenie rolników w narzędzia dające im kontrolę nad własną produkcją i sprzedażą.

<sup>4</sup> <https://prostoodrolnika.pl/wp-content/uploads/2018/11/Innowacje-informatyczne-dla-systemow-Kr%C3%B3tkich-%C5%82a%C5%84-cuch%C3%B3w-dostaw-%C5%9C-zywno%C5%9C-i-K%C5%82-%C5%9C-dla-potrzeb-kampanii-%C5%82-Wiedz-i-M%C4%85drze-Jedz%27.pdf>



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.  
Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej  
„Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020  
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

**Polska Fundacja Innowacji – operacja pt. Kampania multimedialna Wiedź i Mądrze Jedź: Krótkie łańcuchy dostaw Żywności źródłem innowacji dla wsi i rolnictwa**

- **Logistimo, Indie, Bangalore.** <https://logistimo.com/platform.html>. Platforma webowa w systemie SaaS dostępna z telefonów komórkowych i przeglądarek na PC, szczególnie dostosowana do rynków w obszarach wiejskich. To konfigurowalna platforma pozwalająca na prosty i tani dostęp do danych pozwalających na podejmowania właściwych (lepszyc) decyzji logistycznych. System jest wdrożony w 6 krajach i ma obecnie 15.000 użytkowników zarządzających 12.000 lokalnych magazynów. System umożliwia monitorowanie warunków przechowywania (temperatura, wilgotność) przez włączenie w sieć sensorów i urządzeń IoT (ang. *Internet of Things*). Monitorowanie przez system Logistimo może obejmować miliardy punktów zbierania danych. (System stosuje się w Afryce także do zapewnienia chłodzonych łańcuchów dostaw szczepionek immunizacyjnych – 430 milionów dawek rocznie).
- **Agronavti** w Gruzji. Aplikacja mobilna Gruzjińskiego Stowarzyszenia Rolników stworzona w pierwszym rzędzie jako narzędzie kojarzące rolników z Rolniczym Przedsiębiorstwem Dystrybucyjnym oraz indywidualnymi konsumentami i przedsiębiorstwami HORECA.
- **Kalo.ge** w Gruzji. <http://kalo.ge> Witryna dostępna wyłącznie dla zarejestrowanych użytkowników stworzona przez największy gruzijski bank zajmujący się mikrofinansowaniem, dostarczająca rolnikom informacji agronomicznych i pozwalająca na dostęp do usług agronomicznych, bazy wiedzy itd. w celu obniżenia ryzyka finansowania produkcji rolnej.
- **AgriDigital** w Australii. <https://www.agridigital.io/products/blockchain> Firma AgriDigital buduje od 2015 rozwiązania informatyczne dla globalnych rynków rolnych oparte o blockchain. W 2016 stworzyła pierwszy na świecie system do sprzedaży pszenicy przez producenta wprost do kupującego, zaś w 2017 uruchomiła pilotażowy projekt pozwalający na śledzenie pochodzenia produktu, realizację płatności w czasie rzeczywistym, cyfrowe rachunki *escrow*. Platforma AgriDigital jest działającą w chmurze aplikacją do zarządzania towarami, przygotowaną do pracy z rejestrem rozproszonym (blockchain).



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.  
Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej  
„Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020  
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

**Polska Fundacja Innowacji – operacja pt. Kampania multimedialna Wiedź i Mądrze Jedź: Krótkie Łańcuchy dostaw Żywności źródłem innowacji dla wsi i rolnictwa**

## V. Podsumowanie i wnioski

Dobre praktyki omówione w niniejszym Kompendium skupiają się na rozwiązaniach logistyczno-sprzedażowych, które mają najistotniejsze znaczenie dla małych gospodarstw rolnych oraz drobnych producentów, zlokalizowanych zazwyczaj daleko od miast. Rozwiązanie kwestii logistyczno-sprzedażowych przy wsparciu nowatorskich technik organizacyjnych oraz informatycznych jest kluczowe dla kształtowania rynków lokalnych i pozyskiwania klientów. Skuteczne rozwiązania w tym zakresie stanowią podstawę i punkt wyjścia dla rozwiązania kwestii finansowych i finansowania, rozwoju oraz doskonalenia produktu, kontroli jakości i autentyczności sprzedawanych produktów, edukacji konsumentów oraz skuteczniejszej produkcji i przetwórstwa na małą skalę. Mając dostęp do rynku zbytu dzięki rozwiązaniom KŁŻ, rolnik czy też mały przetwórcza we współpracy z organizatorem KŁŻ lub konsumentami, może pozyskać wsparcie finansowe i merytoryczne w oparciu o przysłą sprzedaż, a nie w oparciu o posiadane aktywa, jak to jest obecnie.

Tworząc dobre praktyki dla organizacji i rozwoju KŁŻ warto skierować uwagę i wysiłek w szczególności na małe gospodarstwa. Rozwiązania informatyczne dostosowane do potrzeb i uwarunkowań małych gospodarstw rolnych, rozproszonych geograficznie i oddalonych od rynków zbytu w dużych miastach, mogą być zastosowane również do dużych gospodarstw, ale odwrotnie - już nie. Czym innym jest sprzedaż bezpośrednia i KŁŻ dla gospodarstw wysokotowarowych, a czym innym dla małych gospodarstw, niskotowarowych. Problem ekonomiczny, który rozwiązują dobre praktyki omówione w niniejszym Kompendium, związany jest ze sprzedażą żywności z małych gospodarstw w ich bezpośrednim otoczeniu, wymaga znalezienia rozwiązań następujących kwestii:

- nierentowność produkcji w małej skali,
- niewielka skuteczność marketingowa w konkurencji z sieciami dyskontów i marketów oraz
- nierentowność logistyki Krótkich Łańcuchów dostaw Żywności, co z punktu widzenia klienta skutkuje:
  - małą dostępnością produktów,
  - ograniczoną skalą oferty,
  - niepewnością dostaw i
  - wysoką ceną.

Mając na uwadze specyfikę sektora małych gospodarstw rolnych, wydaje się, że rozwijanie systemów KŁŻ pod kątem małych gospodarstw stanowi właściwy i bardzo potrzebny kierunek, aby zahamować ich zanikanie. Utrata małych gospodarstw:



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.  
Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej  
„Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020  
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

**Polska Fundacja Innowacji – operacja pt. Kampania multimedialna Wiedź i Mądrze Jedź: Krótkie łańcuchy dostaw Żywności źródłem innowacji dla wsi i rolnictwa**

- Ogranicza dostęp do bezpiecznego, świeżego, smacznego i różnorodnego jedzenia, produkowanego metodami przyjaznymi dla środowiska naturalnego;
- Przyczynia się do dezintegracji ekonomicznej i społecznej społeczności wiejskich, i co za tym idzie, utrata wyjątkowości i autentyczności kultury i tradycji;
- Prowadzi do utraty różnorodności biologicznej, która odgrywa kluczową rolę w utrzymaniu procesów życiodajnych;
- Zmienia krajobraz, i co za tym idzie, degraduje zasoby dziedzictwa kulturowego oraz zagraża rozwojowi turystyki.

Małe gospodarstwa stanowią zasób i szansę dla zdynamizowania rozwoju społeczno-gospodarczego obszarów wiejskich, poprzez kreowanie rynków lokalnych. Dobre praktyki omówione w niniejszym Kompendium sugerują, że rozwiązanie problemów rolnictwa rozdrobnionego na obszarach wiejskich tkwi po stronie konsumenta – indywidualnego i zbiorowego (a nie państwa). W najbliższych latach, to rynek żywności ukształtuje charakter i miejsce rolnictwa na obszarach wiejskich w naszej gospodarce (polityka państwa wobec sektora małych gospodarstw zatem ma znaczenie!).

Jeśli mają powstać dynamicznie rozwijające się rynki lokalne, potrzebne są innowacje organizacyjne i informatyczne, dzięki którym małe gospodarstwa rolne i małe przetwórstwo może się przeciwstawić rynkom globalnym i uczynić konkurencję na rynku żywności bardziej uczciwą.

Nie chodzi tu o sentyment wobec małych gospodarstw rolnych, ale o przeciwdziałanie negatywnym efektom rozwoju wysokotowarowego (przemysłowego) rolnictwa. Zwiększanie skali przedsiębiorstw i centralizacja zarządzania prowadząca w rolnictwie do uprzemysłowienia produkcji, ma negatywne efekty w postaci:

- masowego stosowania środków chemicznych,
- licznych pośredników pomiędzy „polem a talerzem”,
- bardzo długich dystansów transportu produktów oraz
- długich i kosztownych okresów przechowywania produktów.

Kluczowe wyzwanie dla rozwoju systemów KŁŻ to rozwój skali sprzedaży. Kluczowe pytanie dla organizatorów i promotorów systemów KŁŻ jest następujące:

**Jak wspierać/organizować systemy KŁŻ (informatycznie) jako rynki lokalne, angażujące małe gospodarstwa rolne i małych producentów, zwiększające skalę sprzedaży bezpośredniej?**



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.  
Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej  
„Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020  
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi

**Polska Fundacja Innowacji – operacja pt. Kampania multimedialna Wiedz i Mądrze Jedz: Krótkie łańcuchy dostaw Żywności źródłem innowacji dla wsi i rolnictwa**

Przykłady przedstawionych dobrych praktyk w formie platform informatycznych wskazują, że kierunek ich rozwoju powinien dostosowywać się zarówno do zmian zachodzących po stronie konsumentów, jak i do uwarunkowań oraz specyfiki małych i geograficznie rozproszonych gospodarstw rolnych. Innowacje są wymagane w tworzeniu:

- platformy informatycznej, która stymulowałaby i utrzymywała samoorganizację i samoregulację rozproszonych sieci producentów i konsumentów;
- systemu niepodważalnej rejestracji pochodzenia produktów i ich certyfikatów i śledzenia ścieżki dostaw;
- systemu logistyki opartego o samoorganizację i wykorzystanie istniejących zasobów transportowych i magazynowych uczestników lokalnego rynku rolnego;
- systemu rozliczeń bezpośrednich między rozproszonymi producentami i konsumentami z pominięciem instytucji finansowych.

Pokonanie powyższych barier technologicznych i organizacyjnych jest warunkiem *sine qua non* dalszego istnienia niskotowarowych gospodarstw rolnych i **dostaw zdrowej, bezpiecznej żywności w ramach lokalnych rynków rolnych.**