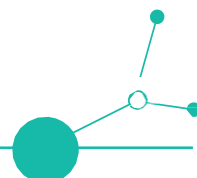


# CHARAKTERYSTYKA I POTRZEBY KRÓTKICH ŁAŃCUCHÓW DOSTAW ŻYWNOŚCI W POLSCE

Krótkie podsumowanie raportu





Food4CE

## Zastrzeżenie

Poglądy i opinie wyrażone w niniejszym dokumencie są wyłącznie poglądami autora (autorów) i niekoniecznie odzwierciedlają poglądy Unii Europejskiej lub Interreg Europa Środkowa. Unia Europejska i Instytucja Zarządzająca nie ponoszą odpowiedzialności za jakiegokolwiek błędy lub pominięcia w treści niniejszego dokumentu.

Chociaż dołożono wszelkich starań, aby zapewnić dokładność informacji zawartych w niniejszym dokumencie, autorzy i inni uczestnicy konsorcjum Food4CE nie udzielają żadnych gwarancji, wyraźnych ani dorozumianych, w tym między innymi gwarancji przydatności handlowej i przydatności do określonego celu.

Konsorcjum Food4CE i jego członkowie, w tym ich urzędnicy, pracownicy i agenci, nie ponoszą odpowiedzialności za zaniedbania lub w inny sposób za jakiegokolwiek nieścisłości lub pominięcia w tym . Ponadto konsorcjum Food4CE i jego członkowie nie ponoszą odpowiedzialności za jakiegokolwiek bezpośrednie, pośrednie lub wtórne straty lub szkody wynikające z wykorzystania lub polegania na jakichkolwiek informacjach lub poradach zawartych w niniejszym dokumencie.

## INFORMACJE O TWORZENIU, WERYFIKACJI I KONTROLI JAKOŚCI

Współtwórcy rezultatu		
Typ autora	Imię i nazwisko	Organizacja (nazwa skrócona jak w AF)
Główny autor	Marta Waldmann	Ł-PIT
Współtwórca	Piotr Nowak	Ł-PIT
Współtwórca	Łukasz Brzeziński	Ł-PIT

Szablon v2.0

### Wiadomość o prawach autorskich

©Konsorcjum Food4CE. Treść niniejszego dokumentu jest oryginalnym dziełem Konsorcjum Food4CE, chyba że zaznaczono inaczej. Wszelkie wcześniej opublikowane materiały i prace innych osób zostały odpowiednio zacytowane. Powielanie niniejszego dokumentu jest dozwolone pod warunkiem odpowiedniego podania źródła.



## Spis treści

1. STRESZCZENIE .....	3
2. CHARAKTERYSTYKA I POTRZEBY KRÓTKICH ŁAŃCUCHÓW DOSTAW ŻYWNOSTCI (SFSC) W [WSTAW KRAJ] .....	4
2.1. PRZEGLĄD BADAŃ .....	4
2.2. ANALIZA CHARAKTERYSTYKI I POTRZEB LOGISTYCZNYCH SFSC .....	5
2.2.1. PRZETWARZANIE ZAMÓWIEŃ .....	5
2.2.2. MAGAZYNOWANIE .....	6
2.2.3. PRZETWARZANIE TRANSPORTU .....	7
2.2.4. KOMPETENCJE CYFROWE .....	8
2.2.5. PRAKTYKI BIZNESOWE .....	9
2.3. WYZWANIA I MOŻLIWOŚCI DLA SFSC .....	9

[www.interreg-central.eu/food4ce/](http://www.interreg-central.eu/food4ce/)



Food4CE



## 1. Streszczenie

Raport przedstawia zagadnienia związane z funkcjonowaniem Krótkich Łańcuchów Dostaw Żywności w Polsce w kontekście Alternatywnych Sieci Żywnościowych. Sieci AFN w Polsce rozwijają się dynamicznie, odpowiadając na zmieniające się preferencje konsumentów, którzy coraz częściej zwracają uwagę na lokalne pochodzenie i ekologię kupowanych produktów. Choć krótkie łańcuchy żywnościowe nie są jeszcze szeroko promowaną inicjatywą i działają jedynie na poziomie lokalnym, sieci te obejmują różnorodne formy, takie jak lokalne targowiska, sklepy spożywcze zrzeszające lokalnych producentów czy inicjatywy społeczne promujące świadomą konsumpcję.

AFN w Polsce odgrywają zatem kluczową rolę w transformacji sektora spożywczego: ich znaczenie gospodarcze, społeczne i ekologiczne zmienia tradycyjne podejście do produkcji i konsumpcji żywności. Jednakże, chociaż polityka rządu ma na celu skrócenie łańcuchów dostaw żywności i promowanie sieci AFN, nadal nie ma ustrukturyzowanego programu wspierania producentów w ich promowaniu. Co więcej, wskaźnik komputeryzacji i automatyzacji AFN w kontekście zarządzania logistyką jest niski. Polska jest zatem krajem, w którym potencjał rozwoju inicjatyw AFN jest oczywisty.

### O projekcie Food4CE:

Food4CE to europejski projekt finansowany z programu INTERREG Europa Środkowa, mający na celu wspieranie Alternatywnych Sieci Żywnościowych (AFN) w ich wysiłkach na rzecz stworzenia zrównoważonych i odpornych systemów dostaw żywności. W ramach Food4CE powstanie 5 lokalnych i 1 międzynarodowe centrum innowacji (IH), które skupią się na zwiększaniu wydajności logistycznej AFN poprzez rozwój innowacyjnych narzędzi i rozwiązań.

W ramach zostaną dwa innowacyjne narzędzia, Platforma Transferu Wiedzy i Platforma Matchmakingowa. Pierwsze z nich jest przeznaczone do dzielenia się najlepszymi praktykami i rozwiązaniami logistycznymi, podczas gdy drugie jest przeznaczone do tworzenia nowych rozwiązań i usług logistycznych B2B. Celem jest ułatwienie transferu wiedzy i wymiany między różnymi regionami i podmiotami oraz stworzenie unikalnej sieci wzajemnego wsparcia dla AFN w Europie Środkowej.

Food4CE zapewni również wspólnie opracowane regionalne plany działania dla każdego uczestniczącego regionu oraz ponadnarodowe (CE) wytyczne polityczne dotyczące wsparcia AFN. Projekt ma na celu ustanowienie zrównoważonego i trwałego mechanizmu wsparcia AFN, który będzie nawet po zakończeniu projektu.

Tworząc lokalne i międzynarodowe centra innowacji oraz opracowując innowacyjne narzędzia i rozwiązania, projekt Food4CE ma na celu ułatwienie wymiany wiedzy i współpracy między różnymi podmiotami i regionami, prowadząc do zrównoważonego i trwałego mechanizmu wsparcia AFN.



## 2. Charakterystyka i potrzeby krótkich łańcuchów dostaw żywności (SFSC) w Polsce

Krótkie łańcuchy dostaw żywności (AFN) w Polsce mają znaczący potencjał rozwojowy, który wynika z rosnącego zainteresowania konsumentów i chęci współpracy producentów. Funkcjonowanie AFN stoi jednak przed szeregiem wyzwań, głównie związanych z logistyką, w tym transportem i pakowaniem.

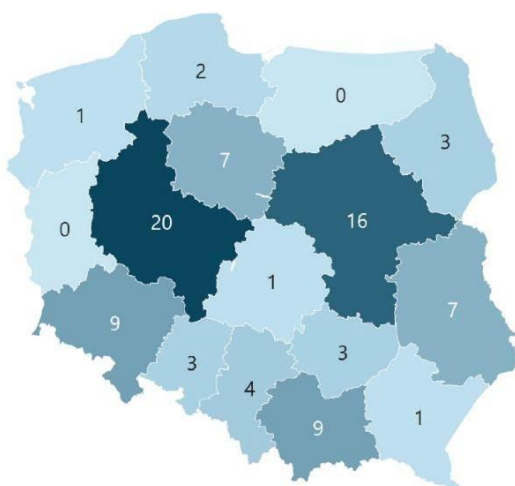
Większość AFN przetwarza zamówienia elektronicznie, ale jest również obsługa ręczna, co może ograniczać wydajność. Złożoność transportu często zmusza AFN do outsourcingu usług transportowych, co wpływa na różnorodność metod dostawy, w tym korzystanie z rowerów na obszarach miejskich. Zarządzanie chłodniami, brak automatyzacji i ograniczone wykorzystanie narzędzi informatycznych to dodatkowe problemy, które należy rozwiązać w celu poprawy wydajności. Pomimo ograniczeń, AFN starają się wykorzystywać opakowania nadające się do recyklingu i kładą duży nacisk na współpracę z zaufanymi partnerami i edukację konsumentów.

Wzrost świadomości konsumentów i ich preferencje dotyczące żywności ekologicznej i regionalnej sprzyjają rozwojowi AFN, ale istnieje potrzeba zwiększenia inwestycji w strategie marketingowe w celu podniesienia świadomości społecznej na temat tych inicjatyw. Kluczowymi czynnikami dla dalszego rozwoju AFN w Polsce są **edukacja i współpraca między producentami i konsumentami, które mogą przyczynić się do budowania bardziej odpornego i zrównoważonego systemu żywnościowego**. W obliczu wyzwań takich jak pandemia COVID-19 i rosnący nacisk na cele związane z ochroną środowiska, AFN mają szansę na rozwój i wzmocnienie swojej pozycji na rynku, co może przynieść korzyści zarówno producentom, jak i konsumentom.

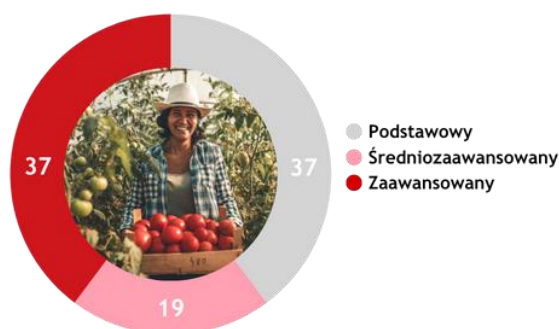
### 2.1. Przegląd badań

W badaniu zidentyfikowano **93 sieci AFN** w Polsce. Pod względem geograficznym większość zidentyfikowanych sieci AFN znajduje się **w województwach: wielkopolskim (22%), mazowieckim (17%), małopolskim (10%) i śląskim (10%)**. 37 AFN zidentyfikowano jako bezpośrednie, a także zaawansowane, podczas gdy 19 sklasyfikowano jako pośrednie.

Położenie geograficzne



Poziom złożoności



Funkcjonowanie SFSC w ramach alternatywnych sieci żywnościowych charakteryzuje się szczególną specyfiką, która z jednej strony wynika z nastawienia na bezpośrednie relacje pomiędzy producentem a klientem. W szczególności można wskazać na mniejszą skalę działania w porównaniu do dużych upraw, ale przede wszystkim dbałość o jakość lokalnej żywności, uprawy naturalne czy ekologiczne. To z kolei wymaga stworzenia odpowiednich warunków przepływu towarów "od pola do stołu". Jednocześnie odbiorcy mają swoje specyficzne oczekiwania.



Analizy związane z funkcjonowaniem krótkich łańcuchów dostaw żywności w Polsce zostały przeprowadzone z uwzględnieniem szerokiego zakresu aspektów logistycznych, w tym realizacji zamówień, magazynowania, transportu, kompetencji cyfrowych, praktyk biznesowych oraz wyzwań i możliwości.

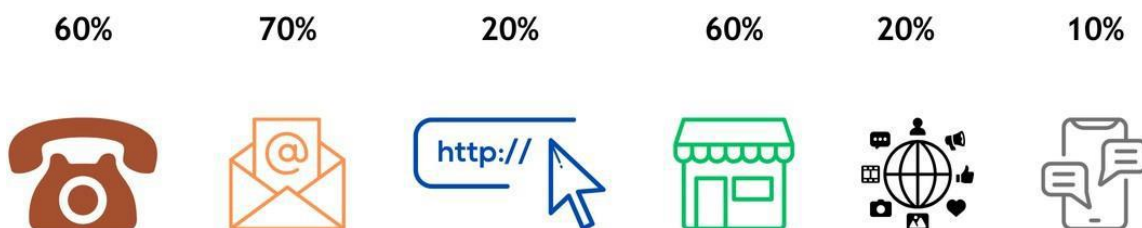
Analizy zostały przedstawione poniżej.

## 2.2. Analiza charakterystyki i potrzeb logistycznych SFSC

Analizy funkcjonowania krótkich łańcuchów dostaw żywności (SFSC) w Polsce opierają się na 12 ankietach przeprowadzonych z Alternatywnymi Sieciami Żywności (AFN). Ankiety te dotyczyły szczegółowych procesów logistycznych, a także konkretnych wyzwań i oczekiwań stojących przed podmiotami działającymi w ramach SFSC.

### 2.2.1. Przetwarzanie zamówień

AFN w Polsce korzystają z różnych metod składania zamówień. Dość często klienci mogą wybierać spośród kilku opcji składania zamówień. Najczęściej **zamówienia składane są za pośrednictwem poczty elektronicznej** (70%), **telefonicznie** i **w sklepie** (po 60%), za pośrednictwem **mediów społecznościowych**, za pośrednictwem **strony internetowej lub platformy internetowej** (po 20%) i 10% za pośrednictwem **komunikatorów** internetowych (np. Messenger, WhatsApp, Telegram).



Warto również wspomnieć o częstotliwości składania zamówień. Najczęściej (40%) zamówienia przyjmowane są **codziennie**. Ponadto 30% wskazało **kilka razy w tygodniu**. Tygodniowo wskazało 20% AFN, a **kilka razy w miesiącu** tylko 10%.



Zachowania konsumentów związane z zamawianiem produktów wskazują na wysoki poziom aktywności w korzystaniu z alternatywnych sieci spożywczych. 40% AFN zamawia produkty codziennie, co sugeruje, że AFN zyskują popularność jako regularne źródło zaopatrzenia w żywność. Oprócz codziennych zamówień, znaczny odsetek (30%) korzysta z AFN kilka razy w tygodniu, a 20% robi to raz w tygodniu. Wskazuje to na różnorodność potrzeb i preferencji konsumentów, co może sugerować potrzebę dostosowania oferty i strategii marketingowej do różnych grup użytkowników.

Analizowane sieci AFN otrzymują średnio **106 zamówień tygodniowo**. Wysoki odsetek (**86%**) **produktów dostępnych przez cały rok** wskazuje na silną bazę operacyjną dla AFN. Stała dostępność produktów może przyciągnąć klientów, którzy preferują regularne zakupy i stabilność oferty. Chociaż tylko **16% sieci AFN oferuje produkty sezonowe**, może to wskazywać na potencjał rozwoju oferty opartej na sezonowości. Takie produkty mogą być atrakcyjne dla konsumentów poszukujących świeżych, lokalnych i sezonowych produktów. **Minimalny odsetek produktów dostępnych tylko w określone dni lub okresy (1%)** sugeruje, że sieci AFN koncentrują się na całorocznej dostępności,



co może być korzystne dla klientów. Jednak brak produktów o ograniczonej dostępności może wskazywać, że obszar ten pozostaje niedostatecznie obsłużony. **Biorąc pod uwagę rosnące zainteresowanie zrównoważoną, lokalną żywnością i produktami sezonowymi, AFN mogą rozważyć wprowadzenie bardziej zróżnicowanej oferty, która zaspokoiłaby zmieniające się potrzeby i preferencje konsumentów.**

Podsumowując, analizowane alternatywne sieci spożywcze charakteryzują się stabilnym popytem i silną ofertą produktów dostępnych przez cały rok, co może być czynnikiem sprzyjającym dalszemu rozwojowi i zwiększaniu atrakcyjności dla klientów.



## 2.2.2. Magazynowanie

Analizując podejście do magazynowania, ważne jest, aby rozpoznać różne rodzaje rozwiązań magazynowych, z których korzystają. **Magazynowanie na półkach jest najczęściej stosowaną metodą, preferowaną przez 83% AFN. Składowanie na paletach jest stosowane przez 33%. Magazynowanie podłogowe, również preferowane przez 33%, jest wybierane w oparciu o specyficzne cechy przedmiotów. Warto zauważyć, że regały magazynowe nie były wykorzystywane przez żadną z analizowanych sieci AFN.**



Przechowywanie na półkach jest dominującą metodą stosowaną przez sieci AFN, co wskazuje na jej skuteczność i użyteczność do efektywnego organizowania różnych produktów. Zarówno przechowywanie na paletach, jak i na podłodze jest wykorzystywane przez 33% sieci AFN, co podkreśla elastyczność metod przechowywania w oparciu o konkretne potrzeby i cechy produktów. Ta różnorodność pozwala AFN zoptymalizować swoje praktyki magazynowe.

Należy zauważyć, że sieci AFN wykorzystują różne operacje magazynowe. Najczęściej stosowanym rozwiązaniem są wózki widłowe (33%), a następnie wózki i urządzenia podnoszące (po 25%). Ponadto 8% sieci AFN korzysta z systemów przenośników. Różnorodność sprzętu magazynowego wykorzystywanego przez sieci AFN ilustruje zróżnicowane podejście, jakie przyjmują one w swoich operacjach magazynowych, dostosowując się do różnych rodzajów produktów i potrzeb logistycznych. Wózki widłowe są najczęściej używanym sprzętem wśród sieci AFN. Wskazuje to na ich znaczenie w efektywnej obsłudze i przemieszczaniu ciężkich przedmiotów w magazynach. Popularne są również wózki i urządzenia podnoszące. Ich wykorzystanie sugeruje skupienie się na mobilności i dostępności w procesie magazynowania. Fakt, że tylko 8% sieci AFN wykorzystuje systemy przenośników podkreśla ich rzadsze zastosowanie w tych sieciach, prawdopodobnie ze względu na charakter obsługiwanych towarów lub wielkość operacji.

**Konwencjonalne przechowywanie** (bez specjalistycznej kontroli temperatury) jest najczęściej stosowaną opcją (83%) wśród analizowanych sieci AFN. Ponadto większość sieci AFN może koncentrować się na niepsujących się towarach lub produktach, które nie wymagają określonych warunków temperaturowych. **Chłodnia** jest również często wykorzystywana, aż przez 50% sieci AFN, co podkreśla jej znaczenie dla łatwo psujących się produktów, które muszą być przechowywane w niskich temperaturach. Odzwierciedla to rosnącą świadomość potrzeby zachowania jakości i bezpieczeństwa żywności. Z drugiej strony, **mrożenie** nie jest stosowane.





83%



50%



0%

Przewaga konwencjonalnego przechowywania sugeruje, że znaczna część AFN zajmuje się towarami niepsującymi się lub niewymagającymi ścisłej regulacji temperatury. Jednak znaczne wykorzystanie chłodzi przez połowę respondentów wskazuje na silny nacisk na utrzymanie jakości i bezpieczeństwa łatwo psujących się towarów. Tendencja ta wskazuje na rosnącą świadomość i priorytetowe traktowanie zachowania jakości żywności w sektorach logistyki i magazynowania. Z drugiej strony, brak wykorzystania mrozonek podkreśla, że produkty wymagające takich warunków mogą nie być kluczowe dla bieżącej działalności tych respondentów. Może to sugerować możliwości rozwoju i inwestycji w możliwości przechowywania mrozonek, jeśli wzrośnie zapotrzebowanie na przechowywanie towarów wrażliwych na temperaturę.

### 2.2.3. Transport

Transport jest jednym z najbardziej problematycznych aspektów logistyki dla AFN, ponieważ połowa AFN deklaruje, że nie świadczy usług transportowych w zakresie dostaw. Druga połowa jednak świadczy usługi transportowe dla swoich towarów, dostarczając je do klienta własnym transportem lub dodatkowo umożliwiając klientom odbiór towarów w siedzibie firmy.

Jeśli chodzi o praktyki zarządzania dostawami, **wszystkie AFN zarządzają dostawami wewnętrznymi** (100%), wykorzystując własne zasoby, personel i infrastrukturę. Takie podejście prawdopodobnie pozwala na większą kontrolę nad procesem dostawy i zapewnia, że produkty zachowują swoją jakość podczas transportu. **Samodzielny odbiór przez klienta** jest rzadszą praktyką, zgłaszaną tylko przez 17% AFN, co może wynikać ze specyfiki produktów lub preferencji. Ten niski odsetek może wskazywać, że charakter oferowanych produktów lub preferencje klientów nie wspierają tej opcji, co sugeruje potencjalny obszar do dalszej analizy. Poleganie na wewnętrznych systemach dostaw podkreśla zaangażowanie w świadczenie spersonalizowanych usług, co może zwiększyć zadowolenie klientów i sprzyjać lojalności wśród użytkowników AFN.

Wewnętrznie



100%

Zewnętrznie



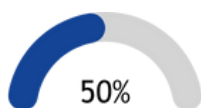
0%

Samodzielny odbiór

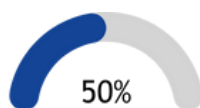


17%

Połowa sieci AFN obsługuje klientów w promieniu 50 km, co wskazuje na skupienie się na lokalnej dystrybucji i zaangażowaniu społeczności. Jednocześnie 50% respondentów ma zasięg przekraczający 100 km. Sugeruje to, że wiele sieci AFN jest w stanie dotrzeć do szerszego grona odbiorców, potencjalnie zwiększając swoją obecność na rynku i bazę klientów. **Połączenie zarówno lokalnych, jak i rozszerzonych obszarów usług odzwierciedla strategiczne podejście do dystrybucji, umożliwiając AFN obsługę zarówno pobliskich, jak i dalszych klientów, co może zwiększyć ogólną stabilność biznesu.**



Do 50 km



Powyżej 100 km





W Polsce **średnia liczba dostaw tygodniowo wynosi 45**, co sugeruje, że polskie sieci AFN mają ograniczoną skalę operacyjną pod względem dostaw, co może wynikać z mniejszej liczby klientów, skali działalności lub specyfiki lokalnego rynku. **Liczba punktów dostawy przypadających na jedną wysyłkę w Polsce wynosi średnio 17**. Może to wskazywać na różnice w sposobie obsługi klientów i organizacji logistyki dostaw w poszczególnych krajach. Polski rynek AFN charakteryzuje się stosunkowo niską liczbą dostaw, co może wynikać z ograniczeń w skali operacyjnej. Przy średniej liczbie 17 punktów dostawy przypadających na jedną wysyłkę, polskie sieci AFN mogą mieć model, który promuje wydajność; jednak niewielka liczba dostaw może ograniczać ich zdolność do obsługi szerszej bazy klientów.

**Samochody** są najczęściej używanymi metodami transportu wśród AFN, z których korzysta 100%, a następnie **samochody dostawcze** (60%). **Rowery i ciężarówki** są używane przez 25% AFN. **Sieci AFN zazwyczaj wykorzystują różne metody dostawy**, takie jak samochody dostawcze i osobowe lub samochody dostawcze i ciężarowe, w zależności od wielkości sprzedaży i wrażliwości produktów.



Co więcej, fakt, że **67% respondentów utrzymuje ciągłość łańcucha** chłodniczego wskazuje na silne zaangażowanie w zachowanie jakości i bezpieczeństwa łatwo psujących się produktów w całym łańcuchu dostaw. **Z kolei 33% sieci AFN, które nie przestrzegają standardów łańcucha chłodniczego**, może stanąć w obliczu wyzwań związanych z jakością i bezpieczeństwem produktów, potencjalnie wpływając na zadowolenie i zaufanie klientów. Istnienie niezgodności wskazuje na obszar wymagający poprawy w tych sieciach. Rozwiązanie kwestii związanych z łańcuchem chłodniczym może zwiększyć ogólną wydajność operacyjną i integralność produktu.

#### 2.2.4. Kompetencje cyfrowe

Analizując narzędzia informatyczne, którymi wspierają się polskie sieci AFN, można zauważyć znikome wskaźnik dotyczący wykorzystywane narzędzia. Ankietowane AFN rzadko korzystają z rozwiązań informatycznych w procesie zamawiania. Biorąc pod uwagę, że większość operatorów wskazała w kategorii obsługi zamówień, że kompletacja odbywa się analogowo, a zamówienia zbierane są za pomocą poczty elektronicznej lub innych środków elektronicznych (w większości), to właśnie poczcie elektronicznej lub platformom do składania zamówień należy przypisać największy udział w informatyzacji elementów łańcucha dostaw. Ankietowani AFN wskazali również, że rzadko korzystają z narzędzi wspierających prognozowanie i planowanie popytu oraz zarządzanie transportem w przypadku optymalizacji tras. Wyniki ankiety wskazują na znikomy udział wykorzystania IT w łańcuchu dostaw AFN.

Ogólnie rzecz biorąc, wyniki badania wskazują na niski poziom integracji IT w łańcuchu dostaw AFN w Polsce. Dlatego cyfryzacja i wdrażanie rozwiązań IT jest wyzwaniem, a efekty wdrożenia mogą przyczynić się do poprawy efektywności działania.



### 2.2.5. Praktyki biznesowe



**Koncentracja popytu i podaży w jednym miejscu.** Istotnym problemem dla producentów żywności ekologicznej jest dotarcie do klienta. Ciekawym rozwiązaniem jest stworzenie cyklicznego targu (np. raz w tygodniu) zarządzanego przez rolników w dużych ośrodkach miejskich. Pozwala to rolnikom skrócić kanał dystrybucji, zachować marże, zminimalizować czas obsługi klienta i skoncentrować zakupy klientów przez kilka godzin w tygodniu, zyskując cenny czas na zajęcie się produkcją rolną. Mając dostęp do szerokiej gamy produktów ekologicznych bezpośrednio od producenta, klienci dość łatwo przyzwyczajają się do stałego okresu zakupów.



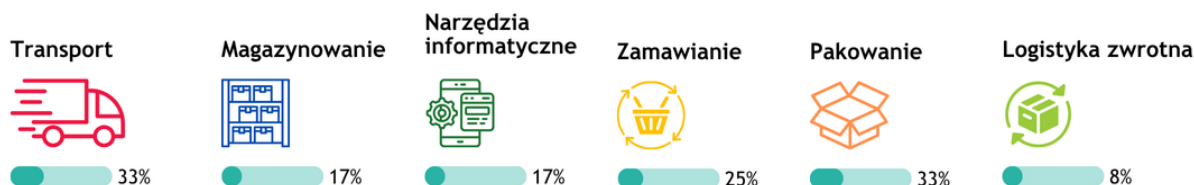
**Konsolidacja zamówień.** Zewnętrzna platforma zakupowa skupiająca różnych producentów umożliwia składanie zamówień online u różnych dostawców, które są realizowane przez kurierów następnego dnia. Konsolidacja zbierania zamówień od dostawców umożliwia zmniejszenie długości tras kurierów, a tym samym zmniejszenie śladu węglowego poprzez zbieranie zamówień od różnych dostawców.



**Platforma zakupów online dla wielu producentów.** Proces zamawiania może być zdigitalizowany dla wszystkich za pomocą jednej platformy zakupowej. Klienci mogą złożyć zamówienie u wielu dostawców i dokonać jednej zbiorczej płatności online. Zamówienie jest konsolidowane i dostarczane do drzwi klienta zgodnie z warunkami dostawy producenta. Szczególną zaletą wspólnej platformy zakupowej jest różnorodność i szczegółowość oferty, opis produktów, w tym ich pochodzenie i ewentualne certyfikaty.

### 2.2.6. Obszary stanowiące wyzwanie dla AFN

Wnioski dotyczące wyzwań stojących przed sieciami AFN w Polsce wskazują, że **procesy transportu i pakowania są najbardziej problematyczne**, otrzymując 33% odpowiedzi od sieci AFN. Warto zauważyć, że są to kluczowe obszary, które mają bezpośredni wpływ na wydajność operacyjną i zadowolenie klientów. 25% AFN wskazało obszary **związane z procesem zamówień**, co sugeruje, że zarządzanie zamówieniami również wymaga uwagi i optymalizacji. **Magazynowanie i narzędzia IT** zostały wskazane przez 17% sieci AFN, co może sugerować potrzebę inwestycji w technologię i lepsze zarządzanie przestrzenią magazynową. Wreszcie, **procesy logistyki zwrotnej** były rzadko wymieniane (8%), co może wskazywać na ich mniejsze znaczenie w bieżącej działalności sieci AFN. Ogólnie rzecz biorąc, wyniki wskazują na potrzebę skupienia się na poprawie obszarów transportu i pakowania, a także na bardziej efektywnym zarządzaniu zamówieniami, aby poprawić funkcjonowanie sieci AFN w Polsce.



## 2.3. Wyzwania i możliwości dla SFSC

Badania przeprowadzone wśród AFN w Polsce ujawniły kilka spostrzeżeń na temat ich procesów logistycznych, wyzwań i praktyk.

Jeśli chodzi o wyzwania logistyczne, **największe wyzwania logistyczne dla sieci AFN są związane z transportem i procesami pakowania**, przy czym transport jest szczególnie problematyczny. Obsługa zamówień również sprawia trudności, ale w mniejszym stopniu, a proces zwrotu jest najmniej problematyczny.

Jeśli chodzi o zarządzanie zamówieniami, można stwierdzić, że znaczna większość (91%) firm otrzymuje zamówienia głównie drogą elektroniczną, z czego 70% za pośrednictwem poczty elektronicznej, a 20% za pośrednictwem platform internetowych lub media społecznościowych.



Zamówienia są częste - dwie piąte z nich otrzymuje je codziennie, a 90% co najmniej raz tygodniu, zazwyczaj w niewielkich ilościach.

Jeśli chodzi o magazynowanie, najpopularniejszą metodą przechowywania są regały, palety i różne inne metody, takie jak wędzarnie i chłodnie. Jedna trzecia respondentów nie używa żadnego sprzętu do pracy w magazynie, podkreślając zależność od ręcznej obsługi.

**Transport jest trudnym obszarem**, ponieważ połowa AFN nie świadczy usług transportowych w zakresie dostaw. Druga połowa, która świadczy takie usługi, działa głównie w zasięgu lokalnym lub powyżej 100 km, wykorzystując samochody i, w mniejszym stopniu, rowery i samochody dostawcze do dostaw miejskich.

Jeśli chodzi o logistykę zwrotną, badanie wykazało, że logistyka zwrotna, w szczególności zwrot opakowań produktów, nie jest istotnym problemem dla polskich sieci AFN ze względu na niski wolumen zwrotów.

W przypadku opakowań, powszechnie stosowane są opakowania nadające się do recyklingu, podczas gdy opakowania jednorazowe i wielokrotnego użytku są stosowane w mniejszym stopniu. Opakowania z systemem kaucji są niezwykle rzadkie.

Jeśli chodzi o narzędzia i technologie informatyczne, można stwierdzić, że **wykorzystanie narzędzi informatycznych w łańcuchu dostaw jest znikome**, a podstawową formą komputeryzacji jest poczta elektroniczna i platformy zamówień. Inne rozwiązania informatyczne do prognozowania, planowania popytu i zarządzania transportem są rzadko stosowane.

Zagrożenia, wady i szanse można podsumować w ten sposób, że **współpraca z zaufanymi partnerami ma kluczowe znaczenie dla zapewnienia przejrzystości i identyfikowalności w łańcuchu dostaw**. Środki mające na celu zmniejszenie odległości między producentami a konsumentami koncentrują się na lokalnych źródłach zaopatrzenia i bezpośrednich zamówieniach. Jakość i świeżość są zapewnione poprzez rygorystyczny wybór dostawców, właściwe przechowywanie i przejrzystość dat ważności.

Wreszcie, dźwignie rozwoju wykazały, że na rozwój i wzmocnienie krótkich łańcuchów dostaw żywności znaczący wpływ mają lokalni producenci, świadomość konsumentów i sami konsumenci, przy mniejszym nacisku na badania i rozwój logistyki łańcucha dostaw.

Ogólnie rzecz biorąc, badanie podkreśla wyzwania logistyczne, przed którymi stoją sieci AFN, szczególnie w zakresie transportu i pakowania, a także podkreśla **znaczenie zaufania, lokalnych źródeł zaopatrzenia i zrównoważonych praktyk w ich działalności**.

W Polsce coraz więcej konsumentów zwraca uwagę na lokalne pochodzenie i ekologię kupowanych produktów. Osoby mieszkające w większych miastach chcą kupować produkty od rolników, nawet jeśli wiąże się to z dodatkowymi kosztami lub wysiłkiem związanym z organizacją odbioru. Wciąż jednak krótkie łańcuchy dostaw żywności nie są szeroko promowaną inicjatywą i działają lokalnie, a często trudno jest dowiedzieć się o istniejących kooperatywach czy organizacjach łączących producentów z konsumentami, a nawet uzyskać do nich dostęp.

Polityka rządowa rzeczywiście ma na celu skrócenie łańcuchów dostaw żywności i promowanie AFN, chociaż nie ma ustrukturyzowanego programu wspierania producentów w promowaniu takich inicjatyw. Możliwe jest napotkanie rzadkich programów informacyjnych lub inicjatyw lokalnych ośrodków wsparcia rolnictwa w celu promowania tworzenia AFN w fazie wzrostu, ale są to działania niszowe.

Widoczna jest chęć ze strony producentów do wchodzenia w takie inicjatywy i tworzenia AFN, jeśli zaangażowanie w organizację procesów nie jest zbyt absorbujące. Producenci chętnie korzystają z oddolnych inicjatyw klientów i często sami tworzą możliwości sprzedaży bezpośredniej, na przykład poprzez dystrybucję swoich produktów wśród konsumentów raz w tygodniu i ogłaszanie sprzedaży w mediach społecznościowych.

Są one jednak wciąż niewystarczające. Stopień informatyzacji i automatyzacji AFN w kontekście obsługi logistycznej jest niski. Firmy w dużej mierze działają analogowo, skupiając się na produkcji i minimalizując zaangażowanie technologiczne w narzędzia wspierające proces zaopatrzenia czy transportu. Jednocześnie wskazują, że automatyzacja, czy usprawnienia w procesie zamawiania i zwiększania zasięgu dotarcia do klienta, są w obszarze ich zainteresowania.

Polska jest zatem krajem, w którym potencjał rozwoju inicjatyw AFN jest oczywisty, tym, że istnieje zapotrzebowanie ze strony konsumentów i chęć ze strony producentów.