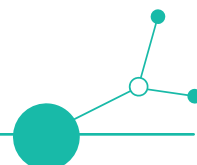


# ZNAČILNOSTI IN POTREBE KRATKIH OSKRBNIH VERIG V SLOVENIJI

Povzetek regionalnega poročila





Food4CE

## Izjava o omejitvi odgovornosti

Stališča in mnenja, izražena v tem dokumentu, so izključno stališča avtorjev in ne odražajo nujno stališč Evropske unije ali programa Interreg Srednja Evropa. Evropska unija in organ upravljanja nista odgovorna za morebitne napake ali opustitve v vsebini tega dokumenta.

Weprav smo si prizadevali zagotoviti točnost informacij v tem dokumentu, avtorji in vsi drugi udeleženci konzorcija Food4CE ne dajejo nobenega izrecnega ali implicitnega jamstva, vključno z jamstvi o primernosti za prodajo in ustreznosti za določen namen, vendar ne omejeno zgolj nanje.

Konzorcij Food4CE in njegovi člani, vključno z njihovimi uradniki, zaposlenimi in zastopniki, niso odgovorni za morebitne netočnosti ali opustitve v tem dokumentu, bodisi iz malomarnosti bodisi iz drugih razlogov. Poleg tega konzorcij Food4CE in njegovi člani niso odgovorni za nobeno neposredno, posredno ali posledično izgubo ali škodo, ki bi nastala zaradi uporabe ali zanašanja na kakršne koli informacije ali nasvete iz tega dokumenta.

## IZJAVA O AVTORSTVU

Avtorji poročila		
Vrsta avtorja	Ime in priimek	Organizacija (kratko ime kot v PP)
Glavni avtor	Metka Dernovšek	UM
Sodelujoči	Maršenka Marksel	UM
Sodelujoči	Danijela Kocuvan	RRAPM

Template v2.0

### Obvestilo o avtorskih pravicah

© Konzorcij Food4CE. Vsebina tega dokumenta je izvirno delo konzorcija Food4CE, razen če je navedeno drugače. Za navedbo predhodno objavljenega gradiva in dela drugih avtorjev so bili uporabljeni ustrezni citati in/ali navedbe. Razmnoževanje tega gradiva je dovoljeno zgolj ob ustreznem navajanju virov.



## Kazalo vsebine

1. POVZETEK .....	3
2. ZNAČILNOSTI IN POTREBE KRATKIH OSKRBNIH VERIG S HRANO (KOV) V SLOVENIJI .....	4
2.1. PREGLED RAZISKAVE .....	4
2.2. ANALIZA LOGISTIČNIH ZNAČILNOSTI IN POTREB KOV.....	5
2.2.1. OBDELAVA NAROČIL .....	5
2.2.2. SKLADIŠČENJE .....	6
2.2.3. TRANSPORTNI PROCESI.....	7
2.2.4. DIGITALNE KOMPETENCE .....	8
2.2.5. POSLOVNE PRAKSE.....	9
2.2.6. PROBLEMATIČNA PODROČJA ZA APM .....	10
2.3. IZZIVI IN PRILOŽNOSTI ZA KOV .....	10

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



Food4CE



## 1. Povzetek

Poročilo opredeljuje glavne izzive, s katerimi se soočajo alternativne prehranske mreže (APM) pri svojem vsakodnevnem delovanju, ter izpostavlja priložnosti za izboljšave. APM v Sloveniji delujejo prek različnih poslovnih modelov, od neposrednih proizvajalcev do naprednih mrež s spletnimi prodajnimi platformami in lastnimi logističnimi rešitvami. Vsak poslovni model se sooča z edinstvenimi izzivi v distribuciji in logistiki, ki so odvisni od števila strank, pogostosti nakupov, nakupovalnih navad in raznolikosti lokalnih proizvodov. Sezonska naročila dodajajo dodatno kompleksnost pri upravljanju skladišč, opreme in logistike voznega parka.

Kljub omenjenim izzivom pa obstajajo tudi pomembne priložnosti za rast. Z jasno opredelitvijo ciljnih skupin in razvojem trženjskih strategij lahko APM vzpostavijo zaupanje s stalnimi strankami, kar vodi do dolgoročnega sodelovanja in stabilnih prihodkov. Sodelovanje med lokalnimi proizvajalci, posredniki in logističnimi ponudniki lahko optimizira transportne resurse in izboljša operativno učinkovitost APM. Hkrati lahko uvajanje digitalnih orodij za obdelavo naročil, upravljanje skladišč in preglednost dobavne verige spodbuja rast in širitev trga. Čeprav se v Sloveniji kaže napredek APM na področju trajnostne in učinkovite logistike, pa obstaja še velik potencial za nadaljnji razvoj, zlasti pri uvajanju naprednih logističnih in tehnoloških rešitev.

### O projektu Food4CE:

Food4CE je evropski projekt, financiran s strani programa INTERREG Srednja Evropa, namenjen podpori APM pri ustvarjanju trajnostnih in odpornih sistemov oskrbe s hrano. V okviru projekta bo vzpostavljenih 5 lokalnih in 1 transnacionalno inovacijsko središče (IH), ki bo usmerjeno v izboljšanje učinkovitosti APM z razvojem inovativnih orodij in rešitev.

V okviru projekta bosta razviti dve inovativni orodji, platforma za prenos znanja in platforma za povezovanje. Prva bo namenjena izmenjavi dobrih praks in logističnih rešitev, druga pa ustvarjanju novih B2B logističnih rešitev in storitev. Cilj platform je olajšati prenos znanja in izmenjavo med različnimi regijami in akterji ter ustvariti edinstveno mrežo vzajemne podpore za APM v Srednji Evropi.

Projekt bo zagotovil tudi regionalne akcijske načrte za vsako sodelujočo regijo ter transnacionalne (srednje evropske) politične smernice za podporo APM. Cilj projekta je vzpostaviti trajnostni in dolgoročni podporni mehanizem APM, ki bo deloval tudi po koncu projekta.

Z vzpostavitvijo lokalnih in transnacionalnega inovacijskega središča ter razvojem inovativnih orodij in rešitev želimo s pomočjo projekta olajšati izmenjavo znanja in sodelovanje med različnimi akterji in regijami, kar bo privedlo do bolj trajnostnega in dolgoročnega podpornega mehanizma APM.



## 2. Značilnosti in potrebe kratkih oskrbnih verig s hrano (KOV) v Sloveniji

Za kratke oskrbne verige s hrano (v nadaljevanju: KOV) v Sloveniji so značilni **neposredni odnosi med proizvajalci in potrošniki, ki se osredotočajo na lokalno in trajnostno pridelavo hrane**. To poudarja potrebo po učinkovitih logističnih rešitvah, ki podpirajo te odnose, upravljajo pridelave manjših količin hrane ter omogočajo boljšo organiziranost lokalnih distribucijskih mrež. Glavni cilj KOV je vzpostaviti tesnejše povezave med proizvajalci hrane in potrošniki, kar povečuje transparentnost, kakovost hrane in ekonomsko uspešnost lokalnih proizvajalcev.

Ta raziskava preučuje logistične potrebe KOV v Sloveniji, pri čemer se osredotoča na to, kako lahko učinkovite in inovativne logistične rešitve podpirajo neposredne odnose med proizvajalci in potrošniki, omogočajo obvladovanje pridelave manjših količin lokalne hrane in zagotavljajo učinkovito lokalno distribucijo. Raziskava hkrati poudarja pomen logistike pri ohranjanju povezav med proizvajalci in potrošniki, izboljšanju preglednosti, kakovosti hrane in ekonomske uspešnosti lokalnih proizvajalcev.

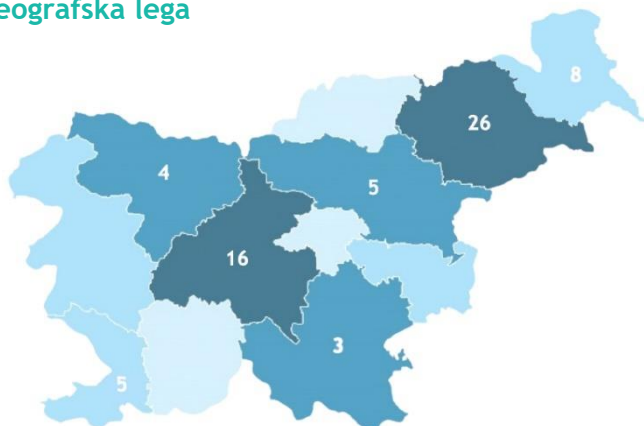
V Sloveniji se potrebe v logistiki na področju KOV nanašajo predvsem na **obvladovanje pridelave manjših količin hrane in distribucije, spodbujanje neposrednih odnosov med proizvajalci in potrošniki, zagotavljanje učinkovitih in trajnostnih načinov transporta ter podporo lokalnim distribucijskim mrežam**. Rešitve lahko vključujejo lokalne skladiščne in distribucijske centre, učinkovite sisteme za načrtovanje poti in dostavo ter sodelovanje med proizvajalci za optimizacijo transportnih virov. Poleg tega bi morali logistični sistemi vključevati načine za sledljivost in varnost hrane, da bi izpolnili zahteve potrošnikov po transparentnosti in zagotavljanju kakovosti.

Učinkovite in trajnostne logistične rešitve za KOV v Sloveniji bi morale zato spodbujati neposredne odnose, omogočati obvladovanje pridelave manjših količin hrane ter spodbujati trajnost in s tem poskrbeti za čim manjši vpliv na okolje. To zahteva inovativne pristope in sodelovanje med lokalnimi proizvajalci, posredniki in ponudniki logističnih storitev, skupaj z informacijskimi rešitvami za izboljšanje logistike APM.

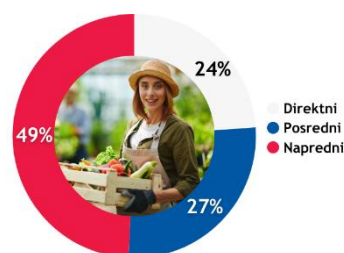
### 2.1. Pregled raziskave

V raziskavi je bilo identificiranih 67 APM v Sloveniji. Večina prepoznanih APM se nahaja v Podravski regiji, sledita Osrednjeslovenska in Pomurska regija. Glede na stopnjo kompleksnosti je bilo 24 % APM kategoriziranih kot **direktni**, 27 % kot **posredniki**, ter 49 % kot **napredni**.

Geografska lega



Stopnja kompleksnosti





Večina APM se uvršča med mala in srednje velika podjetja (MSP), pri čemer ima večina (71 %) od 1 do 199 zaposlenih. Združenja, ki predstavljajo 15 % APM, imajo običajno manjše število zaposlenih, in sicer od 1 do 19 zaposlenih, medtem ko zadrage, ki predstavljajo 14 % prepoznanih APM, zaposlujejo od 1 do 149 oseb.

Za oceno logističnih značilnosti in potreb KOV smo podrobno preučili vidike transporta, distribucije, pakiranja in nadzora kakovosti. Ti dejavniki so bili ključni za razumevanje operativnih izzivov in učinkovitosti znotraj KOV. Analiza je vključevala namizno raziskavo ter anketo, ki sta zagotovili globlji vpogled v vsako izmed teh področij. Ta celovit pristop je omogočil boljše razumevanje logističnih okvirov, na katerih temeljijo te mreže in njihovih specifičnih zahtev za optimalno poslovanje. Rezultati analize so predstavljeni v nadaljevanju.

## 2.2. Analiza logističnih značilnosti in potreb KOV

Raziskava je zajemala 16 naprednih APM, ki so sodelovali v anketi. V anketo so bili izbrane zgolj napredne APM, saj je večja verjetnost, da bodo njihove prakse lahko služile kot primeri dobrih praks (opomba: napredna stopnja kompleksnosti pomeni, da imajo APM lastne spletne platforme za prodajo izdelkov in ponujajo dostavo z lastnimi vozili in/ali prek logističnih operaterjev).

### 2.2.1. Obdelava naročil

V Sloveniji KOV uporabljajo različne pristope k obdelavi naročil, ki vključujejo tako tradicionalne kot digitalne komunikacijske kanale. Najpogostejši način sprejemanja naročil je preko **telefona (81 %)**, ki ji sledi **elektronska pošta s 75 %**. Pomembno vlogo igrajo tudi **spletne platforme** in spletna mesta s **63 %**, kar kaže na precejšnjo naklonjenost digitalnim storitvam.



Integracija tradicionalnih in digitalnih komunikacijskih metod za obdelavo naročil je tesno povezana s pogostostjo sprejemanja naročil. Večina APM, **87 %**, sprejema naročila **vsak dan**, kar kaže na veliko in stalno povpraševanje po njihovih izdelkih ali storitvah. Manjši segment APM, t.j. **7 %**, **sprejema naročila nekajkrat na teden**, medtem ko **7 % anketiranih APM, le nekajkrat na mesec**, kar odraža manj pogosto povpraševanje. Za občasna naročila bi lahko poskrbeli manj uporabljeni, vendar še vedno prisotni kanali, kot so naročanja preko aplikacij za sporočanje (npr. WhatsApp, Facebook Messenger) in družabna omrežja, ki ponujajo večjo prilagodljivost pri oddaji naročil. Ugotovitve kažejo **na dosledno in redno povpraševanje**, kar se izkazuje skozi dnevna naročila, ki so prisotna pri večini analiziranih APM v Sloveniji, podprta z sočasno uporabo elektronskih, telefonskih in digitalnih načinov komuniciranja.

Analiza pogostosti naročil APM v povprečju kaže **107 naročil na teden**, vendar je razlika med APM kar velika, tako z vidika količin kot obsega naročil. Najmanjše število naročil na teden pri nekaterih APM znaša 2 naročili, medtem ko se **največje število naročil vrti okrog 500 naročil na teden**. To poudarja raznolikost obsega poslovanja znotraj teh mrež. Širok razpon števila naročil kaže, da večina APM deluje z manjšim obsegom, medtem ko le manjši delež dosega bistveno višje število naročil, kar odraža razlike v povpraševanju in obsegu poslovanja. Ti podatki kažejo na **dinamičnost in heterogenost slovenskih APM, kjer se ti srečujejo z različnimi stopnjami povpraševanja in temu ustrezno prilagajajo svoje načine obdelave naročil**.

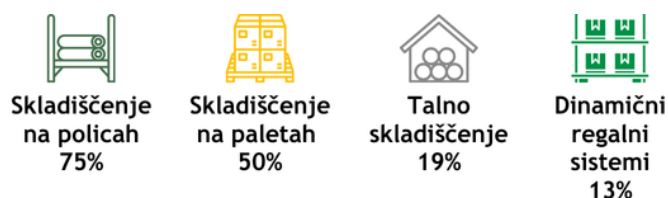


Podatki kažejo, da 67 % APM zagotavlja izdelke skozi vse leto, kar pomeni, da so ti v večini primerov stalno dobavljivi. **Sezonsko razpoložljivost** zagotavlja 43 % mrež APM, pri čemer je ta bolj raznolika, kar kaže na to, kako sezonski vplivi vplivajo na ponudbo izdelkov. Sorazmerno število APM prilagaja svojo ponudbo glede na sezonske spremembe. **Izdelki, ki so na voljo le na določene datume ali obdobja**, predstavljajo najnižji povprečni delež, in sicer 33 %. APM se večinoma odločajo za ponudbo lokalne hrane, ki je na voljo večji del leta, zato da lahko zagotovijo stalno ponudbo in dosežejo večje število kupcev. Temu primerno vsaka APM prilagaja svojo strategijo delovanja. To odraža različne strategije trgovcev APM pri zadovoljevanju različnih tržnih potreb in preferenc potrošnikov.



## 2.2.2. Skladiščenje

Pri analizi skladiščnih strategij podjetij je ključno prepoznati vrste rešitev za skladiščenje, ki jih APM uporabljajo. **Skladiščenje na policah** je najpogostejša možnost, ki jo je izbralo 75 % APM, verjetno zaradi same prilagodljivosti in učinkovitosti pri raznovrstnem skladiščenju. **Skladiščenje na paletah**, ki ga uporablja 50 % APM, je namenjeno skladiščenju težjih produktov in večjih količin. **Skladiščenje na tleh** je redkeje uporabljena oblika skladiščenja predvsem zaradi omejenosti prostora oziroma specifične narave hranjenih izdelkov, zato jo uporablja zgolj 19 % APM. Zelo redko se uporabljajo **dinamični regalni sistemi** in druge neopredeljene metode, vsak s po 13 %, kar kaže na to, da gre za specializirane rešitve, ki so namenjene za posebne potrebe skladiščenja in pobiranja. Različne oblike skladiščenja kažejo na to, da APM za optimizacijo svojih strategij skladiščenja in shranjevanja proizvodov uporabljajo različne pristope.



Najpogostejše uporabljeni so vozički (56 %), kar kaže na ročno rokovanje z blagom znotraj skladišč. Viličarje uporablja 44 % APM, kar nakazuje, da je rokovanje s težjim blagom ali paletami redna aktivnost v številnih skladiščih. Hkrati pa 44 % APM navaja, da za skladiščenje ne uporabljajo manipulativne opreme. To lahko pomeni, da so še vedno precej odvisni od ročnih metod rokovanja ali da blago ne zahteva posebne manipulacije oziroma da APM nimajo skladišč.



Vpogled v skladiščne prostore APM kaže, da je **skladiščenje v hladilnicah** najbolj razširjena možnost, saj 52 % APM navaja prisotnost tovrstnih prostorov. Velik delež uporabe kaže na to, da imajo APM v svoji ponudbi veliko produktov, ki potrebujejo hlajenje, povečini zaradi pokvarljive narave blaga. Nasprotno pa se 37 % APM poslužuje **klasičnega skladiščenja**, ki ne potrebuje posebnega nadzora temperature. Rezultati kažejo, da večina izdelkov APM ne potrebuje hlajenja. Po drugi strani je **skladiščenje v zamrzovalnikih** razmeroma manj pogosto, saj ga uporablja le 11 % APM, kar kaže na razmeroma nišne potrebe glede skladiščenja.



37%



52%



11%

APM običajno uporabljajo konvencionalno ali skladiščenje v hladilnicah - ali kombinacijo obojega, kar poudarja prilagojen pristop k skladiščenju, ki ustreza specifičnim potrebam njihovih izdelkov in zahtevam njihovih tržnih segmentov. Podatki na splošno kažejo na **močan poudarek temperaturno nadzorovanih rešitev za skladiščenje znotraj teh mrež, zlasti v hladilnicah**. Ta trend odraža **ključno potrebo po ohranjanju kakovosti in celovitosti hitro pokvarljivega blaga** v oskrbovalni verigi APM.

### 2.2.3. Transportni procesi

Pri analizi logističnih procesov in upravljanja oskrbovalne verige v APM je ključni vidik, ki ga je potrebno preučiti, njihov pristop k obvladovanju transportnih procesov. Ta vidik je ključnega pomena, saj **neposredno vpliva na učinkovitost in uspešnost distribucije izdelkov, kar vpliva tako na uspešnost poslovanja kot tudi na zadovoljstvo strank**. Podatki o transportnih procesih nudijo vpogled v to, kako ta omrežja upravljajo dostavo blaga od točke izvora do končnega potrošnika.

**81 % APM vključuje transportne procese** v del svoje ponudbe storitev, kar poudarja pomen logistike in dostave blaga, ki vključuje pošiljanje, dostavo in distribucijske storitve. 19 % APM transportnih procesov ne zagotavlja, kar lahko kaže na osredotočenost na druge vidike oskrbne verige ali pa se za ta del zanašajo na zunanje izvajalce - logistične operaterje.

Na podlagi praks glede upravljanja dostave lahko zaključimo, da velika večina (58 %) APM **dostavo izvaja sama** ter pri tem uporablja lastne vire, osebje in infrastrukturo. Ta pristop kaže na preferenco ohranjanja nadzora nad procesom dostave, kar je verjetno zaradi želje po neposrednem vplivu na kakovost dostave in storitev za stranke. Po drugi strani pa 32 % APM za dostavo uporablja zunanje ponudnike, kar kaže na to, da se skoraj polovica APM zanaša na zunanje logistične storitve. Faktorji, ki vplivajo na to, so pogosto stroškovna učinkovitost ali pa potreba po prilagodljivosti njihovih procesov. **Osebni prevzem** s strani strank ni ravno pogosta praksa, saj ga navaja zgolj 11 % APM, kar je mogoče pripisati specifični naravi izdelkov ali preferencam strank.

Na splošno podatki kažejo na **trend samoupravljanja v transportnih procesih med APM**, pri čemer igra pomembno vlogo precejšnje **zanašanje na specializirane zunanje logistične storitve**.

Lastna dostava



58%

Zunanji ponudniki



32%

Osebni prevzem

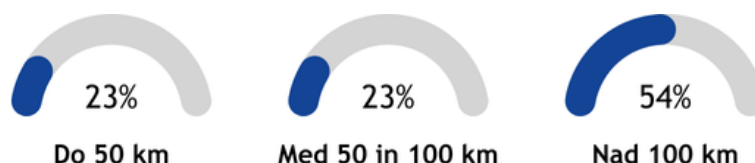


11%



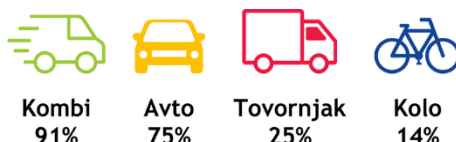


Kar zadeva območje dostave, analiza razkriva zanimive trende v dosegu strank. 23 % APM oskrbuje stranke v radiju do 50 km, kar kaže na osredotočenost na lokalne ali bližnje trge. Vendar pa se 54 % APM poslužuje dostav, ki segajo prek 100 km, kar kaže na to, da jih veliko deluje tudi na širšem regionalnem območju. Ta porazdelitev kaže na pomemben trend, kjer precejšen delež APM **ni omejen na lokalne trge, temveč svojo prisotnost razširi na večja regionalna območja** z namenom doseganja širše baze strank ali zadovoljevanja različnih tržnih zahtev.



Analize o tedenskem številu dostav APM kažejo na različen obseg dostav. Povprečno število dostav je 107, pri čemer je opazna velika variabilnost, ki sega od najmanj 1 do največ 500 dostav. Širok razpon pogostosti dostav kaže na razdrobljen trg z različnimi logističnimi izzivi in zmogljivostmi. Ta heterogenost kaže na prisotnost tako velikih izvajalcev kot tudi manjših, morda bolj lokaliziranih dostavnih služb. S tem, ko spoznamo in razumemo dinamiko delovanja vsakega APM, lahko posamezne logistične rešitve prilagodimo glede na njihove potrebe. Tako prejmejo podporo skozi različne ukrepe, ki jim pomagajo premostiti te izzive.

Prevladujoč način transporta za dostavo so kombiji, ki jih uporablja 91 % APM. V veliki meri se uporabljajo tudi avtomobili, ki jih uporablja 75 % APM. Tovornjaki in kolesa se uporabljajo redkeje, saj jih uporablja le 25 % oziroma 14 % APM. APM običajno uporabljajo kombinacijo dostavnih metod, bodisi kombije in avtomobile ali kombije in tovornjake, odvisno od obsega prodaje in občutljivosti izdelka.



Uporaba dostavnih in osebnih vozil kaže na splošno predanost prilagodljivosti različnim zahtevam dostave. Omejena uporaba tovornjakov in koles kaže na njihovo specifičnost uporabe v določenih območjih. Ta porazdelitev kaže na različne strategije, ki jih APM uporabljajo za različne oblike prevoza glede na njihov način delovanja in na to, katere kupce oskrbujejo.

Poleg tega dejstvo, da 67 % APM zagotavlja neprekinjeno hladno verigo poudarja pomen nadzora temperature za določene izdelke, medtem ko se preostalih 33 % APM osredotoča na izdelke, ki ne zahtevajo temperaturnega nadzora. To zahteva od APM veliko prilagodljivosti glede različnih vrst produktov in potreb potrošnikov, kar predstavlja tako izzive kot priložnosti za optimizacijo sistemov dostave, ki bi izboljšali tako učinkovitost kot tudi zadovoljstvo strank.

#### 2.2.4. Digitalne kompetence

Pri analizi stopnje uporabe različnih informacijskih orodij v APM je razvidno, da se **informacijske rešitve za obdelavo naročil** uporabljajo najpogosteje. 36 % APM navaja, da te rešitve uporablja vsakodnevno, kar kaže na veliko odvisnost od informacijskih sistemov pri upravljanju naročil, ki je ključna komponenta upravljanja oskrbne verige. Po drugi strani pa so **informacijska orodja za upravljanje skladišč** med najmanj uporabljenimi, saj jih 54 % APM teh rešitev sploh ne uporablja. Na podlagi tega lahko sklepamo, na katerih področjih so možne izboljšave oziroma pomanjkanje ozaveščenosti o koristih informacijskih orodij za



upravljanje skladišč. **Informacijska orodja za upravljanje transporta** ter **načrtovanje in napovedovanje** APM uporabljajo **občasno**.

Čeprav so informacijske rešitve za procese naročanja znotraj APM zelo razširjene, je stopnja uporabe drugih informacijskih orodij in tehnologij precej različna. Predvsem se zdi, da so **tehnologije za upravljanje skladišč in povratno logistiko premalo uporabljene, kar kaže na potencialne priložnosti za večjo učinkovitost in optimizacijo na teh področjih**. Poleg tega podatki kažejo, da kljub določenemu zanimanju za napredne tehnologije za preglednost oskrbovalne verige in sledljivosti hrane, ta področja še niso dosegla pomembnih ravni izvajanja.

## 2.2.5. Poslovne prakse



**Transparentnost in sledljivost.** Ukrepi za transparentnost in sledljivost kažejo na različno stopnjo uporabe med APM. Medtem ko se QR kode in GPS sledenje uporabljajo redkeje, se ukrepi, kot so **pregled in nadzor dobaviteljev, sodelovanje s zaupanja vrednimi partnerji** ter **odprta komunikacija s strankami** vedno bolj razširjeni. To potrjuje njihovo ključno vlogo pri zagotavljanju transparentnosti. Poleg tega je opazen velik poudarek na **izobraževanju potrošnikov** in **pridobivanje certifikatov s strani tretjih oseb**, kar odraža zavedanje o pomenu transparentnosti ter vrednosti, ki jo predstavljata **zaupanje potrošnikov** ter **avtentičnost izdelkov**. Medtem ko imajo nekatere organizacije vzpostavljen dober sistem za preglednost izdelkov, obstaja še vedno prostor za širše sprejetje in standardizacijo v celotni panogi.



**Poslovne strategije.** APM se pri premostitvi vrzeli med **proizvodnjo** in **potrošnjo** zanašajo predvsem na lokalno oskrbo in neposredno naročanje, kar kaže na močno naklonjenost lokalnim oskrbnim verigam. Čeprav uporabljajo tudi strategije, kot so kmečke tržnice, spletne platforme in izobraževalne dogodke, so te manj pogoste in dosledne. Omejeno uporabo urbanega kmetijstva je mogoče pripisati logističnim izzivom ali težavam z ustreznostjo v posebnih geografskih ali urbanih okoliščinah. Sektorju kot celoti bi lahko koristila doslednejša uporaba teh ukrepov, zlasti zaradi vse večjega povpraševanja potrošnikov po transparentnosti in lokalnih proizvodih. Razlike v uporabi teh strategij kažejo tudi na priložnosti za inovacije in razvoj na področjih, kot so urbano kmetijstvo in spletne platforme, ki bi lahko še povečale učinkovitost in doseg KOV.



**Kakovost izdelka.** **Kot bistvene strategije za ohranjanje kakovosti in svežine izdelkov je mogoče izpostaviti kakovost dobaviteljev, pravilno skladiščenje in jasno označevanje roka uporabnosti.** Med najpogostejše prakse štejejo tudi „just in time“ proizvodnja, dosledno usposabljanje zaposlenih, redno preverjanje kakovosti in sistemi sledljivosti. Vključevanje povratnih informacij potrošnikov še dodatno poudarja pomen, ki se pripisuje zadovoljstvu potrošnikov v postopkih zagotavljanja kakovosti.

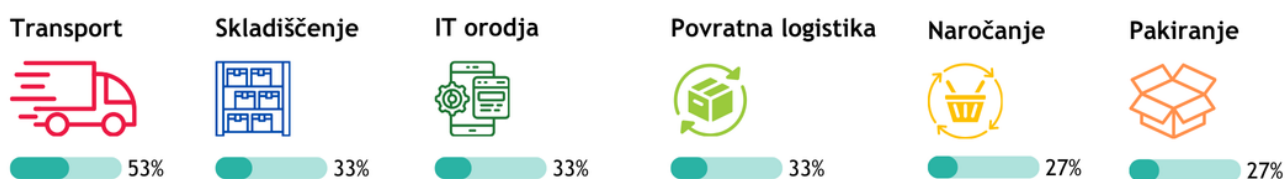


**Poslovno sodelovanje.** Slaba polovica APM je izrazila pripravljenost za sodelovanje z drugimi deležniki v okviru KOV. Vendar pa 44 % APM ni zainteresirana za takšna partnerstva. To kaže, da **čeprav obstaja pozitivna nagnjenost k sodelovanju, precejšen del anketiranih APM še vedno ostaja zadržan ali nepripravljen na sodelovanje. Te ugotovitve poudarjajo potrebo po nadaljnji analizi ovir za sodelovanje in morebitnih spodbudah, ki bi lahko učinkovito spodbudile bolj sodelovalen pristop v okviru oskrbovalne verige.**



## 2.2.6. Problematična področja za APM

APM v Sloveniji se v veliki meri soočajo z izzivi na področju **transporta**, saj ga je 53 % APM opredelilo kot največji izziv. Tudi **upravljanje skladišč** in **procesi povratne logistike** predstavljata precejšen izziv za 33 % APM. **Postopki naročanja** in **pakiranja** sta najmanj problematični področji, saj jih navaja zgolj 27 % APM, medtem ko so **informacijska orodja** deležna podobne pozornosti kot skladiščenje ter procesi povratne logistike - s po 33 % APM. Relativno enakomerna porazdelitev izzivov po različnih področjih nakazuje, da obstaja več vidikov poslovanja, ki bi jih bilo mogoče optimizirati.



**Transport ter zagotavljanje neprekinjene hladne verige sta bila opredeljena kot najbolj zahtevna vidika logistike KOV**, saj sta ključna za ohranjanje kakovosti in varnosti prehranskih izdelkov. Rezultati analize kažejo, da so **izboljšave na teh področjih ključnega pomena za učinkovito delovanje APM**. Poleg tega je potrebna boljša **integracija tehnologij** in **razvoj infrastrukture**, s čimer bi se tako lahko izboljšale logistične zmogljivosti. Taki ukrepi ne bi le prispevali k odpravljanju sedanjih logističnih pomanjkljivosti, temveč bi tudi zagotovili **dolgoročno trajnost in rast APM v Sloveniji**.

## 2.3. Izzivi in priložnosti za KOV

Alternativne prehranske mreže v Sloveniji se soočajo s številnimi izzivi, ki so pogosto povezani z njihovimi poslovnimi modeli. Prvi korak je ugotoviti, ali APM neposredno proizvajajo in dobavljajo izdelke potrošnikom, ali za to skrbijo posredniki oziroma se prodaja vrši preko spletnih platform in dostava preko logističnih operaterjev. Ne glede na model se vsi soočajo s kompleksnostmi **distribucije** in **logistike proizvodov**. Upravljanje teh procesov je v veliki meri odvisno od števila strank, pogostosti nakupov ter ponudbe lokalnih proizvajalcev.

Naslednji izziv, s katerim se soočajo APM v Sloveniji so **nakupovalne navade kupcev**, saj se le te razlikujejo, hkrati pa se tudi pogosto spreminjajo. Ključno je tudi razumeti obseg naročil in ponudbo izdelkov, še zlasti za izdelke, ki potrebujejo kontroliran temperaturni nadzor. Na odločitve o upravljanju skladišč, opremi in upravljanju voznega parka pa pogosto vplivajo tudi sezonska naročila. Čeprav se veliko naročil izvede prek telefona, elektronske pošte in spletnih trgovin, pa obstaja velik potencial za izkoriščanje raznih komunikacijskih kanalov in informacijskih rešitev.

Številne APM zagotavljajo dostavo v radiju 50 km, nekatere celo več kot 100 km do drugih regij, kar prinaša dodatne izzive pri **organizaciji transporta**. Poleg tega morajo APM izpolnjevati različne **zakonodajne predpise**, da zagotovijo skladnost s standardi o varnosti in kakovosti hrane, hkrati pa se soočajo z močno konkurenco večjih in uveljavljenih ponudnikov hrane in logističnih storitev.

Na drugi strani pa priložnosti za APM vključujejo jasne odločitve o ciljnih skupinah in razvoj **bolj usmerjenih tržnih strategij**. **Vzpostavitev zaupanja** s stalnimi strankami je ključno za razumevanje njihovih potreb po določenih izdelkih in količinah. To lahko vodi do dolgoročnega sodelovanja, kot je npr. večletna pogodba za dobavo hrane javnim ustanovam, itd., kar APM zagotavlja redne prihodke ter olajša načrtovanje nabave, prodaje, skladiščenja in logistike.

Pomembne priložnosti predstavlja tudi **medsebojno sodelovanje**. Z vzpostavitvijo povezav med lokalnimi proizvajalci, posredniki in logističnimi ponudniki lahko APM **optimizirajo transportne resurse** in **izboljšajo operativno učinkovitost**. Uvajanje informacijskih orodij in rešitev za obdelavo naročil, upravljanje skladišč



in vidnost oskrbne verige lahko spodbudi rast APM in širitev na druge trge. Poleg tega lahko osredotočenost na trajnostne pobude, kot so okolju prijazno pakiranje in trajnostne kmetijske prakse, zadovolji vedno večje povpraševanje potrošnikov po trajnostnih izdelkih in odpre nove tržne priložnosti.

Ti vpogledi kažejo na dinamično okolje, kjer so logistični izzivi in pritiski konkurence povezani s priložnostmi za skupno rast, tehnološke inovacije in osredotočenost na trajnost za APM v Sloveniji.

Ugotovitve kažejo, da je z vidika politik potrebno prilagoditi podporne mehanizme, ki upoštevajo edinstvene izzive in priložnosti znotraj KOV. Politike, ki spodbujajo rast, inovacije in trajnost v teh mrežah, bi lahko pomembno prispevale k močnejšemu in podpornemu prehranskemu sistemu v Sloveniji.

Čeprav KOV v Sloveniji napredujejo v smeri trajnosti in učinkovitosti, pa za nadaljnji razvoj obstaja še veliko priložnosti za APM, še posebej pri sprejemanju naprednih logističnih in tehnoloških rešitev za obravnavo in naslovitev prepoznanih izzivov in priložnosti.