



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”

RAPORT Z REALIZACJI PROJEKTU: IQsell: Innowacje organizacyjne dla rozwoju Krótkich Łańcuchów Dostaw Żywności”

Nr identyfikacyjny Lider GO:	074846315
Nr umowy o przyznanie pomocy:	00039.DDD.6509.00126.2019.01
Tytuł operacji:	IQsell: Innowacje organizacyjne dla rozwoju Krótkich Łańcuchów Dostaw Żywności”
Nazwa grupy Operacyjnej	Innowacje dla Lokalnych Rynków Rolnych
Nazwa programu:	Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020
Nazwa działania:	Współpraca
Opracował:	Zespół projektowy pod nadzorem prof. Magdaleny Kalisiak-Mędelska
Data opracowania:	Czerwiec 2023

DOLNOŚLĄSKA
ZIELONA DOLINA
SP. Z O.O.



Lider Grupy Operacyjnej

Dolnośląska Zielona Dolina Sp. z o.o. ul. Strzegomska 42 AB, 53-611 Wrocław | Millenium Tower IV
KRS nr 0000713984 prowadzony przez Sąd Rejonowy dla Wrocławia-Fabrycznej, VI Wydział Gospodarczy
REGON: 369284023 | NIP: 8982240996 | Kapitał Zakładowy: 2.862.044,40 PLN.
Tel. +48 502003162 | biuro@zielonadolina.biz | www.zielonadolina.biz

UNIwersytet Przyrodniczy we Wrocławiu

RAPORT

Projekt IQSell Innowacje Organizacyjne dla Rozwoju Krótkich Łańcuchów Dostawa Żywności Grupa Operacyjna: Innowacje dla Lokalnych Rynków Rolnych

Działanie 16 „Współpraca” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich 2014-2020.
Operacja współfinansowana ze środków Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju
Obszarów Wiejskich.

Autorzy opracowania:

Magdalena Kalisiak-Mędelska – Kierownik projektu
Marian Kachniarz – Koordynator Zadania A
Tomasz Pilawka – Koordynator Zadania B
Rafał Serafin – Koordynator Zadania C i E
Magdalena Raftowicz – Koordynator Zadania D

Wykonawcy (alfabetycznie)

Bartosz Banduła
Marta Czaplicka
Halina Dzieżyc
Sabina Frysztacka
Marek Furmankiewicz
Maria Gorzkowska-Mbeda
Beris Gwynne
Anna Kapała
Jan Kazak
Paweł Kowalski
Barbara Kutkowska
Ewa Pasturczak
Szymon Szewrański
Małgorzata Świąder
Katarzyna Tokarczyk-Dorociak
Jacek Wilk
Zbigniew Witkowski

Wrocław, czerwiec 2023 r.

SPIS TREŚCI

Opis i cel operacji.....	3
ZADANIE A. Badawcze wypracowanie innowacyjnego modelu organizacyjnego dla rozwoju lokalnych rynków rolnych.....	6
ZADANIE B. Wykreowanie prototypowego narzędzia informatycznego dla skalowania systemów Krótkich Łańcuchów Dostaw Żywności w oparciu o ekonomię współdzielenia.....	92
ZADANIE C. Testowanie innowacyjnego modelu organizacyjnego dla rozwoju lokalnych rynków rolnych.....	108
ZADANIE D. Wypracowanie systemu monitoringu i oceny Krótkich Łańcuchów Dostaw Żywności na rozwój lokalnych rynków rolnych jako podstawy rozwoju zrównoważonego obszarów wiejskich.....	122
ZADANIE E. Pilotażowe wdrożenie prototypu innowacyjnego modelu organizacyjnego dla rozwoju lokalnych rynków rolnych.....	187
Literatura	191
Spis rysunków i tabel.....	203
Załączniki.....	205

Opis i cel operacji

Skracanie łańcucha dostaw żywności, czyli sprzedaż bez pośredników ma długą historię i jest najstarszą oraz najbardziej sprawdzoną formą sprzedaży dla rolnika czy producenta. Rynki lokalne istniały od początku procesów wymiany żywności. Umożliwiały wytwórcom żywności sprzedaż swoich produktów miejscowym konsumentom, a konsumenci mieli dostęp do świeżej żywności, wiadomego pochodzenia. Dlatego sprzedaż wprost do konsumenta w gospodarstwie rolnym lub na cotygodniowym targu była (i wciąż jest) korzystna zarówno dla producenta, jak i dla konsumenta. Producent ustala cenę za swoje produkty i przychody ze sprzedaży trafiają w całości do jego kieszeni. Z kolei konsument ma dostęp do świeżych, jakościowych produktów wiadomego pochodzenia i może wybrać u którego producenta dokona zakupu.

Tradycyjna forma sprzedaży bezpośredniej w postaci targu czy też dokonania zakupu w gospodarstwie wprost od rolnika jest wciąż pożądana zarówno przez producentów jak i konsumentów. Jednak ta forma sprzedaży stanowi dzisiaj margines na rynku żywności, który jest zdominowany przez przemysłowe formy produkcji, dystrybucji i sprzedaży kształtowane przez pośredników, często na niekorzyść rolników (np. wykluczając małych wytwórców, produkujących metodami nieprzemysłowymi) czy też konsumentów (np. brak dostępu do żywności bez chemii).

Dzieje się tak m.in. za sprawą braku systemowych rozwiązań dla kreowania rynków lokalnych zapewniających właściwe wsparcie rolnikom chcącym trafić ze swoimi produktami prosto do odbiorców. Konsumentom zaś trwały dostęp do żywności wysokiej jakości wiadomego pochodzenia od lokalnych rolników. Konieczne staje się zatem poszukiwania nowych, niestandardowych, kompleksowych podejść do zwiększania znaczenia, skali i efektywności lokalnych rynków rolnych w gospodarce oraz zapewnienia zgodności z aktualnym stanem prawnym. Pożądane są zatem rozwiązania łączące w sobie innowacje organizacyjne o charakterze informatycznym, kolaboratywnym, marketingowym oraz instytucjonalnym, będące silnym impulsem pobudzającym rozwój rynków lokalnych wraz z systemem ich monitoringu i oceny wkładu w rozwój zrównoważony obszarów wiejskich. Jest to szczególnie istotne dla powstrzymania utraty małych gospodarstw rolnych, które są dominujące w strukturze polskiej gospodarki rolnej. Wypracowane rozwiązanie będzie również wykorzystane do tworzenia, powielania i rozwijania systemów KŁŻ w całym kraju jako impulsu dla rozwoju lokalnych rynków rolnych jako podstawy rozwoju obszarów wiejskich.

Operacja odnosi się do problematyki Krótkich Łańcuchów Dostaw Żywności (KŁŻ) i skupia się na wypracowaniu modelu organizacyjnego dla rozwoju lokalnych rynków rolnych

(LRR) w aspekcie uczestnictwa producentów, konsumentów oraz innych interesariuszy, różnorodności asortymentu sprzedawanych produktów, skali oddziaływania KŁŻ na rozwój zrównoważony. Celem nadrzędnym operacji było **wykreowanie modelu organizacyjnego bazującego na krótkich łańcuchach dostaw żywności, który pozwala na bezpośrednie łączenie i rozliczenie rozproszonych na rynku producentów i konsumentów**. W świetle powyższego celu sformułowano następujące cele szczegółowe:

- (1) opracowanie modelu organizacyjnego LRR w oparciu o cyfryzację kluczowych procesów niezbędnych dla projektowania i budowania sieci współpracy pomiędzy rolnikami-producentami żywności nieprzetworzonej i przetworzonej a konsumentami bez pośredników;
- (2) zidentyfikowanie i zaprojektowanie skutecznych biznesowo form sprzedaży bezpośredniej w oparciu o nowatorskie rozwiązania organizacyjne;
- (3) zaproponowanie rozwiązań w postaci produktów finansowych odpowiadających specyfice KŁŻ;
- (4) opracowanie systemu monitoringu oddziaływania systemów KŁŻ na rozwój obszarów wiejskich.

Dążąc do realizacji założonych celów zaplanowano i zrealizowano pięć kluczowych zadań o charakterze badawczym i wdrożeniowym, a mianowicie:

Zadanie A. Badawcze wypracowanie innowacyjnego modelu organizacyjnego dla rozwoju lokalnych rynków rolnych (LRR).

Zadanie B. Wykreowanie prototypowego narzędzia informatycznego dla skalowania systemów KŁŻ w oparciu o ekonomię współdzielenia.

Zadanie C. Testowanie innowacyjnego modelu organizacyjnego dla rozwoju lokalnych rynków rolnych (LRR).

Zadanie D. Wypracowanie systemu monitoringu i oceny KŁŻ na rozwój lokalnych rynków rolnych jako podstawy zrównoważonego rozwoju obszarów wiejskich.

Zadanie E. Pilotażowe wdrożenie prototypu innowacyjnego modelu organizacyjnego dla rozwoju lokalnych rynków rolnych.

Realizacja powyższych zadań przyniosła wymierne korzyści w postaci:

1. Dostarczenia wiedzy (wypełnienie luki informacyjnej) i stworzenie nowych możliwości sprzedaży, w małej skali, ograniczających bariery rozwoju KŁŻ w ramach istniejących systemów, w oparciu o sieć współpracy producentów, współdzielenie zasobów bez konieczności „powoływania” fizycznego podmiotu pośrednika ani organizatora rynku.

2. Eliminacji ograniczeń, barier pojawiających się w funkcjonujących na rynku systemach sprzedaży bezpośredniej (brak identyfikacji źródła pochodzenia produktów, ograniczona liczba uczestników systemu, ograniczenia asortymentowe, bariery logistyczne, rozliczeniowe itp.) w ramach znacznie udoskonalonej metody organizacji rynku wykorzystującej mobilne technologie.
3. Stworzenia prototypu narzędzia informatycznego pozwalającego na zwiększenie sprzedaży bezpośredniej wytworzonych przez lokalnych producentów produktów wśród rozproszonych konsumentów. Narzędzie pozwala na: kontrolę źródła pochodzenia produktów poprzez system rejestracji na platformie producentów, śledzenie ścieżki dostaw, samoorganizację i współdzielenie posiadanych zasobów (np. magazyn), bezpośrednie transakcje pomiędzy rozproszonymi producentami i konsumentami (dzielenie płatności, płatności online), ocenę oddziaływania KŁŻ na rynki lokalne.
4. Zaprojektowanie modelu organizacyjnego lokalnych rynków rolnych „bez pośrednika” o oparciu o rozwiązania dające możliwość skalowania procesów logistycznych, informacyjnych.
5. Wprowadzenia do użytku prototypu webowej platformy sprzedażowo-zakupowej w dwóch lokalizacjach (Dolny Śląsk i Małopolska) jako podstawy dla skonfigurowania modelu organizacyjnego dla rozwoju lokalnych rynków rolnych pozwalającej na korzystanie przez lokalnego operatora oraz przypisanych rolników z funkcjonalności odpowiadających na konkretne potrzeby użytkowników, w każdym momencie i w każdym miejscu, funkcjonalności zidentyfikowanych w drodze projektowania i testowania wdrażanej technologii.
6. Możliwości rozwoju i dalszej rozbudowy wypracowanego modelu organizacyjnego dla lokalnych rynków rolnych o kolejne funkcjonalności przez jego użytkowników.

ZADANIE A.

Badawcze wypracowanie innowacyjnego modelu organizacyjnego dla rozwoju lokalnych rynków rolnych

Lokalne Rynki Rolne

Lokalne Rynki Rolne można traktować jako organizacje składające się z różnych ludzi, podmiotów i procesów funkcjonujących w określonej strukturze. Podobnie jak w każdej innej organizacji można tutaj określić sposób w jaki on działa, a także hierarchię, która definiuje funkcje i relacje między partycypującymi osobami i podmiotami, decydując o tym kto i w jaki sposób ma kompetencję do podejmowania decyzji i wykonywania określonych zadań.

Lokalne rynki rolne (LRR) to przestrzenie fizyczne lub wirtualne, w których producenci rolni pochodzący z określonego obszaru geograficznego sprzedają swoje świeże produkty bezpośrednio konsumentom indywidualnym i instytucjonalnym (np. szkoły, szpitale, restauracje) z tego samego obszaru. Cecha wyróżniająca LRR to relacja bezpośrednia na linii producent-konsument. Do LRR zalicza się również przetwórców, którzy sprzedają swoje produkty bezpośrednio konsumentom. Eliminując pośredników, LRR mają na celu poprawienie relacji między producentami a konsumentami w sposób, który przynosi obu stronom korzyści wynikających z bezpośredniej sprzedaży produktów, takich jak zwiększenie świadomości konsumentów na temat pochodzenia i jakości żywności oraz przewidywalnego zbytu dla lokalnych producentów i gospodarstw rolnych. Termin LRR obejmuje różne typologie i modele działania. Rolnicy mogą sprzedawać swoje produkty bezpośrednio konsumentom na wiele sposobów: w swoim gospodarstwie i poza nim, na targach farmerskich, w sklepach należących do samych rolników, na festiwalach i targach żywności, poprzez internetowe systemy dostaw lub poprzez jednego pośrednika handlowego (sklepy spółdzielcze, sklepy specjalistyczne, supermarkety itp.). Rolnicy mogą również sprzedawać swoje produkty bezpośrednio do instytucji publicznych i niepublicznych prowadzących zbiorowe żywienie, takich jak stołówki szkolne, szpitale oraz do restauracji, hoteli i prywatnych firm cateringowych (HORECA). Możliwości zastosowania różnych form sprzedaży przy zachowaniu zasady skracania odległości od pola do stołu jest wiele. LRR mogą przyjmować różne formy organizacyjne indywidualnej i zbiorowej sprzedaży, nazywane również kanałami sprzedaży. Przykłady indywidualnych form organizacyjnych kanałów sprzedaży to m. in.:

- sprzedaż w gospodarstwie,
- agroturystyka,
- sprzedaż przydrożna, w tym automaty vendingowe,
- systemy „zbieraj sam”,

- własny sklepy fizyczny bądź wirtualny,
- stoiska sprzedażowe na targach farmerskich.

Przykłady zbiorowych form organizacyjnych kanałów sprzedaży to m. in.: argowiska, stragany, systemy koszykowe, produkcja na zamówienie, food huby, zbiorowe punkty sprzedaży, kooperatywy spożywcze, rolnictwo wspierane przez społeczność, internetowe platformy sprzedażowe. Podstawowym wyróżnikiem różnych form organizacyjnych LRR to transakcje kupna-sprzedaży bez pośredników. Dlatego też LRR określane są jako lokalne rynki dla żywności produkowanej lokalnie. Najczęściej wymieniane motywacje dla rozwoju LRR przez ich uczestników to potrzeba:

- zwiększenia przejrzystości – konsument żywności wie dokładnie, skąd żywność pochodzi, w jaki sposób została wyprodukowana;
- ograniczenia kosztów, by zapewnić konkurencyjną cenę konsumentowi przy zapewnieniu świeżości, różnorodności, jakości i ciągłości dostaw;
- zwiększenia dochodów producentów, przy równoczesnym zapewnieniu konsumentom świeżej, jakościowej żywności po konkurencyjnych cenach.

Motywacje są istotne dla inicjatorów LRR w wyborze formy organizacyjnej. Nie ma jednak jednej powszechnie preferowanej formy organizacyjnej LRR, opartej na skracaniu łańcucha dostaw pomiędzy producentem a konsumentem, która jest uznawana jako najbardziej pożądana dla zwiększania skali sprzedaży i oddziaływania (Kneafsey et al., 2003; Grupa Fokusowa EPI-Agri, 2015).

W literaturze, pojęcie LRR utożsamia się z określeniem Krótki Łańcuch Dostaw Żywności (ang. Short Food Supply Chain – SFSC). Galli i Brunori (2013) podkreślili, że u podstaw skracania łańcucha dostaw jest motywacja i wartości, którą wnoszą uczestnicy określonego LRR szukając wartości dodanej z ich punktu widzenia. Zasadnicza idea LRR polega na budowaniu bezpośredniej lub możliwie jak najbliższej relacji pomiędzy producentem a konsumentem w różnych wymiarach: wiedzy, wartości i znaczenia produktu i jego pochodzenia, produkcji i konsumpcji, producenta i samego konsumenta. Nie chodzi wyłącznie o transakcję sprzedażową produktu. Ogólnie rzecz biorąc, LRR są postrzegane jako przywracające autentyczność i nieanonimowość w produkcji i konsumpcji żywności, które zdaniem zwolenników LRR, zatracono w przemysłowych formach produkcji, dystrybucji i sprzedaży żywności.

W literaturze jest wiele definicji i prób kategoryzacji rodzajów LRR w zależności od punktu widzenia autora. (Kebir i Torr, 2012; Maciejczak 2014). Definicje LRR w większości przypadków odwołują się do liczby aktorów zaangażowanych w łańcuch, dystansie fizycznym,

dystansie społecznym, formach zarządzania, sposobach wymiany informacji, ale niemal wszystkie są osadzone są również w idei tożsamości kulturowej i dziedzictwa żywnościowego., a mianowicie:

1. LRR są zakorzenione w konkretnych miejscach i mają na celu doprowadzenie do ekonomicznych korzyści zarówno dla rolników jak i konsumentów, przy wykorzystaniu ekologicznych produkcji i dystrybucji żywności. Chodzi o wzmacnianie sprawiedliwości społecznej i demokratyzacji społeczności lokalnych (Feenster, 1997).
2. LRR to bezpośrednie relacje pomiędzy producentami i konsumentami, które pozwalają na przywrócenie sposobu określania wartości żywności na podstawie własnej indywidualnej i zbiorowej wiedzy, doświadczeniach czy też ambicjach (Renting et al., 2003).
3. LRR są szansą dla wprowadzenia zrównowżenia do systemu żywności, w sposób który uwzględnia ochronę różnorodności biologicznej od pola do stołu, oszczędzanie energii i ogranicza transportowanie żywności. U podstaw LRR są wartości sprawiedliwości społecznej oraz autonomii i trwałości gospodarki lokalnej (Ilbery et al., 2005).
4. LRR traktowane są jako działanie na rzecz zmniejszenia liczby pośredników i dystansu pomiędzy producentami a konsumentami jako sposób na redystrybucji wartości i wpływów w łańcuchu wartości. Dla nich kluczowe jest zwiększenie znaczenia producenta w łańcuchu wartości dostaw żywności od pola do stołu (Bloom i Hinrichs, 2011).
5. LRR definiowane są także jako społeczne sieci tworzone poprzez dzielenie się wiedzą i zrozumieniem wartości poszczególnych miejsc oraz społeczności związanymi z tymi lokalizacjami (Kremer i DeLiberty, 2011).
6. LRR to zestaw relacji, procesów i transakcji pomiędzy partnerami handlowymi, dzięki którym produkty lokalne mogą trafić od pola do stołu. Procesy to między innymi przekaz informacji o produkcie, które pozwalają konsumentom rozpoznać go jako autentyczny lokalny produkt żywnościowy. Budowanie relacji i więzi pomiędzy producentami i konsumentami, nawet jeśli nie mają bezpośredniego kontaktu, to sprawa kluczowa (King et al., 2010).

Inne podejście do LRR proponuje Whatmore et al. (2003) proponują oni bowiem definicje w formie manifestu czy konstytucji bardziej sprawiedliwego społecznie systemu żywnościowego, który neguje wartość produktów wytwarzanych i sprzedawanych metodami przemysłowymi. Hinrichs (2000) natomiast podkreśla znaczenie konstruowania relacji rynkowych i konkurencji rynkowej w oparciu o budowanie relacji pomiędzy producentem a konsumentem w oparciu o znajomość i związek z miejscem, w którym produkty są wytwarzane. Program Komisji Europejskiej Facilitating Alternative Agro- Food Networks

(2010) przywiązuję uwagę do nowych modeli biznesowych, które przeciwdziałają niepokojom społecznym, niesprawiedliwości społecznej w zakresie żywności, odpowiadając na obawy w zakresie kwestii zdrowotnych, takich jak odżywianie i bezpieczeństwo żywności, oraz zrównoważonego rozwoju środowiska naturalnego. Goodman (2004) zwraca uwagę na innowacyjne sposoby organizowania dostaw żywności, które powinny być instrumentem dla rozwoju gospodarki wiejskiej. Marsden et al. (2000) traktują pojęcie LRR jako „parasolowe” określenie i proponują, aby wyjść poza konwencjonalne definicje KŁŻ, a w szczególności definicji opartych na kryterium odległości. Ich propozycja idzie w kierunku określenia LRR jako formę organizacyjną, która umożliwia, i może przyspieszyć, innowacje w systemie żywnościowym w zakresie: (a) zdolności do dokonania redefinicji rynku żywności pod kątem wartości przywiązywanych przez jego uczestników do atrakcyjności produktów żywnościowych na podstawie ich własnej wiedzy, kultury, doświadczenia lub wyobrażeń – czyli to producenci i konsumenci determinują względną wartość produktów żywnościowych w przeciwieństwie do koncernów przemysłowych, które dzisiaj dominują rynek żywności, (b) redefinicji relacji pomiędzy producentem a konsumentem jako bezpośredniej i nie anonimowej relacji, która kształtuje wartość produktu żywnościowego w powiązaniu z jego pochodzeniem – tożsamością producenta, miejsca i sposobu produkcji, (c) rozwoju nowych relacji pomiędzy podażą i popytem z nowymi kryteriami, które kształtują cenę jako pochodną jakości i powiązania z regionem czy miejscem pochodzenia. Chodzi tu o budowanie wartości produktu nie tylko z gospodarstwem, ale z wartościami regionu, w którym to gospodarstwo funkcjonuje. Budowanie trwałej i wielowarstwowej relacji pomiędzy producentem a konsumentem w celu zbudowania wartości i znaczenia nie tylko w odniesieniu do produktu, ale do organizacji systemu żywnościowego.

LRR były do XIX wieku dominującą formą relacji pomiędzy producentami żywności a konsumentami na szczeblu lokalnym. Z biegiem lat, bezpośrednie relacje na linii rolnik-konsument zostały zastąpione złożonym systemem licznych pośredników (Dunne et al., 2011). Rozwój przemysłowych form produkcji, dystrybucji i sprzedaży żywności, a w szczególności upowszechnienie zjawiska supermarketów i hipermarketów przyspieszyło ich przewagę konkurencyjną na niekorzyść LRR i małych gospodarstw rolnych (Renting et al., 2003; Maye i Kirwan, 2010).

Idealny system żywnościowy powinien dostarczać ciągle i nieprzerwanie zdrowe i bezpieczne pożywienie, w sposób wydajny i skuteczny, po przystępnych cenach i przy ochronie środowiska naturalnego, klimatu, różnorodności biologicznej i kultury. System żywnościowy powinien sprzyjać każdemu z nas, a także społecznościom, w których żyjemy. Jako ideał

globalnego systemu żywnościowego Światowy Szczyt Żywności ONZ w 1996 roku wprowadził następującą definicję bezpieczeństwa żywnościowego:

(...) gdy wszyscy ludzie, przez cały czas, mają fizyczny i ekonomiczny dostęp do wystarczającej ilości bezpiecznej i pożywnej żywności, która zaspokaja ich potrzeby i preferencje żywieniowe, umożliwiając aktywne i zdrowe życie.

Określenie system żywnościowy opisuje wzajemnie powiązane systemy i procesy, które wpływają na odżywianie, żywność, zdrowie, rozwój społeczności i rolnictwo. System żywnościowy obejmuje wszystkie procesy i infrastrukturę zaangażowaną w żywienie populacji: uprawę, zbiory, przetwarzanie, pakowanie, transport, marketing, konsumpcję, dystrybucję i utylizację żywności oraz artykułów związanych z żywnością. Obejmuje on również wkłady potrzebne i wyniki generowane na każdym z tych etapów.

Systemy żywnościowe wchodzą w skład systemów rolno-spożywczych, które obejmują cały zakres podmiotów i ich wzajemnie powiązanych działań tworzących wartość dodaną w pierwotnej produkcji żywności i nieżywnościowych produktów rolnych, jak również w przechowywaniu żywności, gromadzeniu, obsłudze po zbiorach, transporcie, przetwarzaniu, dystrybucji, marketingu, utylizacji i konsumpcji (FAO, 2021). System żywnościowy funkcjonuje w kontekście społecznym, politycznym, gospodarczym i środowiskowym, a także podlega wpływom tych czynników. Wymaga również zasobów ludzkich, które zapewniają pracę, badania i edukację. Systemy żywnościowe są konwencjonalne lub alternatywne w zależności od ich modelu życia żywności od pochodzenia do talerza (Maxwell i Slater, 2003; Ericksen, 2008).

Przemysłowy model systemu żywnościowego powstał początkiem XX wieku w celu osiągnięcia korzyści skali i obniżenia kosztów produkcji żywności. Przemysłowe rozwiązania wymusiły i wciąż wymuszają, by gospodarstwa rolne były coraz większe i wyspecjalizowane w masowej produkcji coraz mniejszego asortymentu produktów. W związku z procesem uprzemysławiania, rolnicy stopniowo przestali realizować bezpośrednie dostawy do konsumentów końcowych, a także przetwarzać swoje produkty w gospodarstwie, przekazując tym samym przetwarzanie, dystrybucję i sprzedaż żywności wyspecjalizowanym firmom poza granicami gospodarstwa, zwiększając liczbę etapów pomiędzy podstawową produkcją rolną a konsumpcją końcową. Trwałość i dominacja modelu przemysłowego (tzw. konwencjonalnego) wynika z faktu, że przynosi znaczące korzyści, takie jak:

- bardzo wydajną produkcję żywności,

- przemysłowe rolnictwo ma przewagę nad tradycyjnymi gospodarstwami pod kątem zdolności do sprawnej produkcji w dużych ilościach - wynika to ze specjalizacji i integracji gospodarstwa rolnego w korporacyjny system finansowania, dystrybucji i sprzedaży,
- obniżone koszty żywności dla konsumenta,
- masowa produkcja w powiązaniu z technologiami przetwarzania mięsa, jaj, mleka, upraw i innych artykułów spożywczych w szybki i wydajny sposób, zmniejsza koszty, i w ten sposób obniża koszty żywności dla konsumenta,
- stymulowanie rozwoju technologii i innowacji (poszukiwanie coraz większej wydajności wymusza opracowanie i zastosowanie coraz to nowszych technologii i rozwiązań, w tym ulepszanie sprzętu, tworzenie nowych maszyn i rozwiązań logistycznych i sprzedażowych),
- tworzenie możliwości zatrudnienia, rolnictwo przemysłowe zależy bowiem od mechanizacji i chemizacji, ale jako część korporacyjnego systemu żywnościowego tworzy różnorodne miejsca pracy,
- wydłużenie dostępności żywności dzięki nowym rozwiązaniom w zakresie transportu, przechowywania i przetwarzania żywności, co pozwoliło na wydłużenie czasu przydatności produktów do spożycia (pomogło to zwiększyć ilość dostępnej żywności przy jednoczesnym ograniczeniu wyrzucania żywności).

Model przemysłowy (tzw. konwencjonalny) powoduje także spore problemy, takie jak:

1. Negatywne oddziaływanie na środowisko naturalne i klimat. Traktowanie gospodarstw rolnych jako fabryk, które wykorzystują pestycydy, nawozy sztuczne i inne nakłady, by wyprodukować jak najwięcej, przekłada się na zużywanie paliw kopalnych, wody i gleby w niezrównoważonym tempie. Efekt w formie degradacji środowiska naturalnego to zanieczyszczenie powietrza i wody, wyczerpanie gleby, zmniejszenie różnorodności biologicznej i wymieranie ryb. Wg. danych ONZ, globalnie aż 37% emisji gazów cieplarnianych pochodzi z sektora żywnościowego. W Polsce to ok. 30% (FAO, 2022).
2. Negatywny wpływ na tradycyjne rolnictwo i małe firmy. Skala i koncentracja produkcji, przetwórstwa, dystrybucji i sprzedaży w większych strukturach korporacyjnych umożliwia niskie ceny żywności w sklepach spożywczych i supermarketach oraz zapewnienie dostępności o każdej porze roku. W konsekwencji następuje zanik małych gospodarstw, przetwórstwa w małej skali oraz małych przedsiębiorstw, które nie wytrzymują konkurencji cenowej, nie mając dostępu do kapitału i rozwiązań technologicznych dopasowanych do

swoich uwarunkowań. Zanik małych gospodarstw rolnych i przetwórstwa w małej skali przekłada się z kolei negatywnie na rozwój wsi¹.

Utrata małych gospodarstw rolnych w momencie rosnącego zainteresowania konsumentów kupowaniem żywności wprost od rolnika oraz nowej polityki Europejskiego Zielonego Ładu UE, oznacza:

- ograniczanie dostępu do bezpiecznego, świeżego, smacznego i różnorodnego jedzenia, produkowanego metodami przyjaznymi dla środowiska naturalnego,
- zmniejszenie bezpieczeństwa dostaw żywności,
- dezintegrację ekonomiczną i społeczną społeczności wiejskich, i co za tym idzie, utratę wyjątkowości i autentyczności kultury i tradycji,
- utratę różnorodności biologicznej, która odgrywa kluczową rolę w utrzymaniu procesów życiodajnych,
- zmiany krajobrazu i co za tym idzie, degradację zasobów dziedzictwa kulturowego oraz zagrożenie dla rozwoju turystyki,
- przyczynianie się do problemów zdrowotnych²,
- dominację żywności niskiej jakości (producenci i dystrybutorzy żywności, aby radzić sobie z coraz większą konkurencją na rynku, nieustannie poszukują sposobów na obniżenie kosztów produkcji, co oznacza stosowanie tańszych zamienników i różnych dodatków kosztem jakości oraz wartości odżywczej),
- cierpienie zwierząt³.

Niestety zarówno w skali globalnej, jak i lokalnej, nasz aktualny system żywnościowy jest daleki od ideału za sprawą dominacji przemysłowego modelu masowej produkcji, przetwórstwa, dystrybucji i sprzedaży żywności. Oznacza to, że pomimo korzyści, system żywnościowy wymaga gruntownej reformy lokalnie i globalnie. Wg. Koalicji na Rzecz

¹ Wg. danych spisu rolnego, w latach 2010-2020 ubyło 13% gospodarstw rolnych (tj. 190.000), a powierzchnia rolna zmniejszyła się o 1,5% (ok. 200.000 ha). W niektórych regionach (np. górskich) dynamika zmian była znacznie większa.

² Rolnictwo przemysłowe może być szkodliwe dla naszego zdrowia poprzez zanieczyszczenia, które produkuje. Herbicydy i insektycydy powszechnie stosowane na uprawach żywności, mogą powodować zatrucia i choroby. Wysoko przetwarzana żywność bezpośrednio przyczynia się do wzrostu otyłości, cukrzycy i innych zdrowotnych problemów cywilizacyjnych. Nadwagę ma już trzech na pięciu dorosłych Polaków. Co czwarty jest otyły. Narodowy Fundusz Zdrowia szacuje, że za 6 lat tych ostatnich będzie aż 30%.

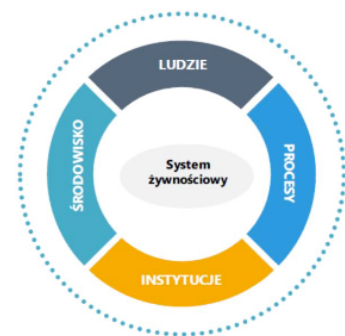
³ Fermy fabryczne trzymają zwierzęta w ciasnych, zamkniętych obszarach, gdzie nie mają przestrzeni do swobodnego poruszania się i robienia tego, co zwierzęta robią naturalnie. W niektórych przypadkach zwierzęta są trzymane w klatkach, w których nie mogą się w ogóle poruszać. Ich pomieszczenia mieszkalne nie są utrzymywane w czystości i często są karmione na siłę witaminami, minerałami i innymi substancjami, które sprawiają, że rosną większe i szybciej. Zwierzęta są traktowane bardziej jak jednorazowe towary niż żywe istoty.

Przyszłości Żywności - <https://futureoffood.org/our-work/the-challenges-andopportunities/>
potrzeba wynika reformy systemu żywności wynika z faktu, że:

(...) uprzemysłowione systemy żywnościowe, które dziś dominują, są nadmiernie zależne od paliw kopalnych i zanieczyszczających środków chemicznych, są źródłem erozji ludzkiego zdrowia, spójności społecznej, wiejskich źródeł utrzymania oraz ważnych tradycji społecznych, kulturowych i duchowych. Obecny model promuje system ekonomiczny, który ukrywa prawdziwy koszt żywności, tworzy wrażliwość globalnego handlu, osłabia gospodarki wiejskie i ostatecznie zwiększa nierówności. Dla porównania, agroekologia i regeneracyjne praktyki ekologiczne oferują zintegrowane ścieżki do systemów żywnościowych, które poprawiają dobrobyt ludzi i planety.

Istotą systemu żywnościowego jest współdziałanie, dzięki któremu wprowadzane są innowacje przyczyniające się do większego zrównoważenia całego systemu niż miałyby to miejsce w przypadku skoncentrowania się jedynie na poszczególnych elementach. LRR należy traktować zatem z założenia innowacjami organizacyjnymi, ponieważ mają na celu zrównoważenie systemu żywnościowego poprzez utworzenie alternatywy dla dominującego uprzemysłowionego systemu żywnościowego. LRR powiązane z małymi gospodarstwami rolnymi produkującymi w małej skali, stosując metody nieprzemysłowe, są wskazywane coraz częściej jako alternatywę dla przemysłowych systemów produkcji i dystrybucji i konsumpcji żywności. Założenie jest takie, że w przeciwieństwie do przemysłowych systemów żywnościowych, LRR ograniczają potrzeby transportowe i przechowywania żywności poprzez eliminowanie pośredników i skracanie łańcucha dostaw od pola do stołu.

Kształtowanie LRR w oparciu o rozwiązania krótkich łańcuchów dostaw żywności w określonym miejscu i czasie, wymaga uwzględniania w projektowaniu i zarządzaniu nie tylko producentów i konsumentów, ale wszystkich elementów systemu żywnościowego (procesów, ludzi, instytucji i środowiska naturalnego), które tworzą rynek żywności, na którym konkurują z innymi dostawcami.



Przykłady lokalnych systemów obejmują rolnictwo wspierane przez społeczność (RWS), rynki rolnicze i programy typu farm to school. Zostały one powiązane z dietą 100 mil i dietą niskowęglową, a także ruchem Slow Food. Ruch suwerenności żywnościowej jest również związany z lokalną produkcją żywności. Aktywiści suwerenności żywnościowej argumentują, że lokalne społeczności powinny mieć nie tylko dostęp do odżywczej i kulturowo odpowiedniej żywności, ale że te społeczności powinny również być w stanie określić środki, za pomocą

których ich żywność jest produkowana. Małe gospodarstwa rolne mają kluczowe znaczenie dla rozwoju LRR, które z kolei stanowią dla nich istotne źródło przychodów o podstawowym znaczeniu dla ich przetrwania na rynku spożywczym coraz bardziej zdominowanym przez duże firmy spożywcze oparte na produkcji żywności w skali przemysłowej.

Rozwój LRR to sposób na wspieranie małych gospodarstw rolnych, które są postrzegane jako odgrywające ważną rolę w rolnictwie i w rozwoju obszarów wiejskich, w szczególności w zakresie:

1. Wpływu na bezpieczeństwo żywnościowe: Małe gospodarstwa rolnicze są często bardziej zróżnicowane w swojej produkcji i lepiej dostosowują swoje uprawy do specyficznych potrzeb lokalnego rynku, niż większe, masowe produkcje. Dlatego też, mają one większy wpływ na zapewnienie bezpieczeństwa żywnościowego w kraju.
2. Zrównoważonego rolnictwa: Małe gospodarstwa rolne stosują wiele ekologicznych praktyk rolniczych, takich jak uprawy bez użycia pestycydów i naturalne metody ochrony upraw. W ten sposób bezpośrednio przyczyniają się do ochrony środowiska naturalnego i zrównoważonej produkcji żywności.
3. Wspierania zagospodarowania obszarów wiejskich: Małe gospodarstwa rolnicze posiadają mniejsze poletka, więc mają większą kontrolę nad ich użytkowaniem. Dzięki temu, mogą bardziej wszechstronnie użytkować swoją ziemię m.in. przez stosowanie różnorodnych metod uprawy i hodowli, produkcję lokalnego ekologicznego nawozu lub dzięki aktywnościom prowadzonym na skraju obszarów bardziej zaniedbanych np. sadzenie roślin śródpolnych czy pielęgnowanie parków krajobrazowych.
4. Wsparcia dla lokalnej gospodarki: Małe gospodarstwa rolnicze zwykle sprzedają swoje produkty na lokalnych rynkach rolnych, co sprzyja rozwojowi lokalnej gospodarki, a także daje konsumentom dostęp do świeżych, lokalnych produktów.
5. Promocji kultury lokalnej: Małe gospodarstwa rolnicze przyczyniają się do utrzymania i promocji tradycji regionalnej i kultury danego miejsca, dzięki produktom o unikalnych smakach i przepisom.

Znaczenie małych gospodarstw rolnych jest wielowymiarowe - od zapewnienia bezpieczeństwa żywnościowego, po ochronę środowiska naturalnego, rozwój lokalnej gospodarki i promocję tradycji regionalnej.

LRR cechują się zarówno korzyściami jak i ograniczeniami. Do korzyści zalicza się zazwyczaj m. in.:

- świeżość żywności - produkty na rynkach rolnych rzadziej są przetwarzane, a to samo dotyczy ich trasy transportu,

- bezpośrednią komunikację pomiędzy sprzedającym a kupującym - kupując produkty na lokalnym rynku rolnym, klienci mają możliwość rozmowy z producentami, informacji o metodach produkcji rolnej, a przypadkiem nawet i odkrycia ciekawostek o życiu rolniczym na danym obszarze (strony transakcji nie są anonimowe),
- wsparcie dla lokalnej gospodarki - kupując produkty rolnicze na rynkach lokalnych konsumenci najczęściej wspierają rozwój miejscowej gospodarki, ponieważ wydają pieniądze bezpośrednio na produkty miejscowych producentów,
- wpływ na środowisko - mniejszy dystans transportu produktów prowadzi do mniejszej emisji gazów cieplarnianych, co sprzyja środowisku,
- łatwość dostaw - małe gospodarstwa rolne zazwyczaj są elastyczne i w stanie łatwo dostosować swoje dostawy do potrzeb rynku.

Do ograniczeń LRR zalicza się zazwyczaj m. in.:

- sezonowość i ograniczoną dostępność - produkty oferowane na lokalnych rynkach rolnych są często sezonowe, a ich dostępność zależy od pory roku i warunków pogodowych, co oznacza brak ich dostępności poza sezonem,
- wysokie ceny - produkty oferowane na rynkach rolnych często są droższe niż te oferowane w supermarkecie, wynika to głównie z mniejszej skali produkcji oraz ze stosowania tradycyjnych metod rolnych,
- ograniczoną wygodę - LRR często są ulokowane w oddalonych od centrum miasta miejscach o mniejszych powierzchniach handlowych niż supermarkety,
- ryzyko bezpieczeństwa żywności - klienci mogą wybrać dla siebie specyficzny dla regionu produkt z wyższej półki jakości, ale wśród drobniejszych sprzedawców może też pojawiać się ryzyko niższej jakości/nieświeżych produktów, co wymaga dodatkowego zachowania ostrożności.

Lokalne rynki rolne odgrywają ważną rolę w realizacji celów Wspólnej Polityki Rolnej (WPR) Unii Europejskiej. WPR promuje konkurencyjność sektora rolnego i zwiększa poziom bezpieczeństwa żywnościowego w UE, biorąc jednocześnie pod uwagę ochronę środowiska i uwarunkowania społeczne. Przykłady sposobów, w jakie LRR wpisują się w cele WPR, to m. in.:

1. Promocja sprzedaży bezpośredniej - WPR zachęca do sprzedaży bezpośredniej od rolnika konsumentom, co sprzyja wzrostowi rentowności gospodarstw rodzinnych i zwiększeniu bezpieczeństwa żywnościowego, gdyż żywność przemieszcza się mniej w drodze transportu.

2. Wsparcie dla małych gospodarstw rodzinnych - LRR są przyjazne dla małych gospodarstw rodzinnych, a WPR wspiera rozwój małych i średnich gospodarstw, co przyczynia się do utrzymania życia na wsi i promocji rozwoju regionalnego.
3. Promowanie produktów lokalnych - WPR promuje zakup żywności z produkcji lokalnej, co pomaga zachować i rozwijać regionalną tożsamość i różnorodność, a także wpływa na poprawę opłacalności gospodarstw, które mogą przystosować się do potrzeb rynku, przez produkcję sezonową, roślin i zwierząt, które są tam w danym regionie preferowane.
4. Zachowanie bioróżnorodności - Lokalnie uprawiane rośliny i odmiany roślin, w kombinacji z tradycyjnymi metodami produkcji rolnej, przyczyniają się do zachowania różnorodności biologicznej dla długofalowego dobra rolnictwa.

Celem WPR jest zrównoważony rozwój rolnictwa na całym obszarze UE, a LRR są postrzegane jako mające znaczący wpływ na osiągnięcie tego celu, dlatego stanowią one coraz bardziej istotny element w polityce rolniczej wspólnoty. Zrównoważony system żywnościowy, do którego aspiruje UE za pośrednictwem WPR, a w szczególności Strategii Od Pola do Stołu oraz Zielonego Ładu, to rodzaj systemu żywnościowego, który dostarcza ludziom zdrową żywność i ogranicza negatywne oddziaływanie na środowisko naturalne, ożywia gospodarkę i przyczynia się do budowania sprawiedliwości społecznej. Realizacja tych celów wymaga wprowadzania modyfikacji i zmian proekologicznych i prospołecznych na każdym etapie od pola do stołu – produkcja, przetwórstwo, dystrybucja i konsumpcja (SAPEA, 2020).

Przejęcie do zrównoważonych systemów żywnościowych, w tym poprzez zmianę konsumpcji na zrównoważone diety, jest ważnym elementem rozwiązywania przyczyn zmiany klimatu i dostosowania się do niej. W przeglądzie z 2020 r. przeprowadzonym dla Unii Europejskiej stwierdzono, że do 37% globalnych emisji gazów cieplarnianych można przypisać systemowi żywnościowemu, w tym produkcji roślinnej i zwierzęcej, transportowi, zmianie użytkowania gruntów (w tym wylesianiu) oraz utracie i marnowaniu żywności (SAPEA, 2020). Ograniczenie produkcji mięsa, która odpowiada za ~60% emisji gazów cieplarnianych i ~75% gruntów wykorzystywanych rolniczo (Xu et al., 2021), jest jednym z głównych elementów tej zmiany (Parlasca i Qaim, 2022).

W celu wzmocnienia pozycji rolników w łańcuchu żywnościowym w Polsce oraz sprostania wyzwaniom utworzenia bardziej zrównoważonego systemu żywnościowego, Rada Ministrów przyjęła 16 maja 2017 dokument pt. Wspólna polityka rolna po 2020 roku - polskie priorytety, w którym zapisano, że:

Należy skuteczniej wspierać alternatywne kanały dystrybucji, w tym krótkie łańcuchy dostaw oraz lokalne rynki, które zwiększają udział rolników w łańcuchu wartości dodanej,

sprzyjają rozwojowi produkcji ekologicznej i tradycyjnej oraz wzmacniają więzi między rolnikami a konsumentami.

Priorytet rodzinnych gospodarstw i rozwój LRR to integralne elementy wizji dla rozwoju polskiej wsi do 2050:

Obszary wiejskie w 2050 r. to atrakcyjne miejsce pracy, zamieszkania, wypoczynku i prowadzenia działalności rolniczej lub pozarolniczej. To również obszary dostarczające dóbr publicznych i rynkowych z zachowaniem unikalnych walorów przyrodniczych, krajobrazowych i kulturowych dla przyszłych pokoleń, dzięki zrównoważonemu rozwojowi konkurencyjnego rolnictwa i rybactwa. Na obszarach wiejskich zatrzymano niekorzystne zmiany demograficzne oraz znacząco zwiększono pozytywne efekty środowiskowe produkcji rolnej i rybackiej. Podstawą ustroju rolnego są gospodarstwa rodzinne rozwijające się w sposób zrównoważony i odpowiedzialny, wykorzystujące nowoczesne technologie. Zapewniono zwiększenie się wkładu małych i średnich gospodarstw rolnych w zapewnienie zrównoważonego rozwoju rolnictwa.

Aktualnie w Polsce nie ma jednoznacznego określenia w przepisach prawa oraz dokumentach strategicznych czym są Krótkie Łańcuchy Dostaw Żywności (KŁŻ). Dla potrzeb przygotowania programów wsparcia dla systemów KŁŻ w PROW 2014- 2020 oraz w nowym KPS 2023-27 i KPO, przyjęto ogólną definicję systemów KŁŻ w oparciu o Rozporządzenie UE 1305/2014, w którym jest mowa o tworzeniu lub rozwoju krótkich łańcuchów dostaw w rozumieniu art. 2 ust. 1 akapit drugi lit. m rozporządzenia nr 1305/2013: *Krótki łańcuch dostaw oznacza łańcuch dostaw, który obejmuje ograniczoną liczbę podmiotów gospodarczych zaangażowanych we współpracę, przynoszący lokalny rozwój gospodarczy oraz charakteryzujący się ścisłymi związkami geograficznymi i społecznymi między producentami, podmiotami zajmującymi się przetwórstwem a konsumentami* oraz o rynkach lokalnych w rozumieniu art. 35 ust. 2 lit. d rozporządzenia nr 1305/2013, która wymaga: *horyzontalnej i wertykalnej współpracy między podmiotami łańcucha dostaw na rzecz utworzenia i rozwoju krótkich łańcuchów dostaw i rynków lokalnych.*

Definicje cytowane wyżej zostały uzupełnione przez Komisję Europejską w ramach art. 11 rozporządzenia delegowanego Komisji (UE) nr 807/2014 z dnia 11 marca 2014 r. uzupełniającego rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1305/2013 w sprawie wsparcia rozwoju obszarów wiejskich przez Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich (EFRROW) i wprowadzającego przepisy przejściowe (Dz. Urz. UE L 227 z 31.07.2014, str. 1 z późn. zm.): *1. Wsparcie na rzecz utworzenia krótkich łańcuchów dostaw, o którym mowa w art. 35 ust. 2 lit. d) rozporządzenia (UE) nr 1305/2013,*

obejmuje wyłącznie łańcuchy dostaw, w które między rolnikiem a konsumentem zaangażowany jest nie więcej niż jeden pośrednik.

Zgodnie z przyjętą definicją, istotą LRR, jest to, że zarówno producenci jak i konsumenci aktywnie go współtworzą, czerpiąc z niego korzyści. System KŁŻ skraca „odległość” pomiędzy producentem a konsumentem nie tylko w sensie geograficznym, premiując lokalne produkowanie i konsumowanie żywności, ale również społecznym, premiując bezpośredni i osobisty kontakt.

Rynki lokalne, oparte na rozwiązaniach skracających łańcuch dostaw żywności, od rynków globalnych które dziś dominują ze względu na żywność produkowaną w skali przemysłowej odróżnia:

- Odległość geograficzna – obniżanie „śladu węglowego” (carbon footprint) i skracanie „mil żywnościowych” (food miles). Ograniczanie oddziaływania na środowisko jest naturalne, ale również większa jest możliwość dostępu do świeżej żywności wyprodukowanej lokalnie;
- Odległość społeczna – wykluczanie anonimowości. Konsumenci kupują określone produkty od określonego producenta, a z kolei producent wie dokładnie komu sprzedaje. Istnieje możliwość bezpośredniego i trwałego kontaktu.
- Partnerstwo – korzyści zarówno dla rolników/przetwórców jak i konsumentów opierają się na współtworzeniu rozwiązań handlowych w oparciu o dzielenie się korzyściami, ryzykiem i kosztami (w przeciwieństwie do transferowania kosztów i ryzyka na najsłabszych).

Do stosunkowo nie dawna, skupiano się na rolnikach i przetwórcach żywności działających pojedynczo lub zbiorowo, współtworząc LRR dla swoich produktów. Producenci żywności starali się zrozumieć i spełnić oczekiwania konsumentów, często przy wsparciu doradców, działaczy społecznych czy też partnerów samorządowych. Jednak konsumenci odgrywają coraz bardziej aktywną rolę w kształtowaniu LRR, często jako partnerzy dla rolników i przetwórców.

W ciągu ostatnich kilku lat widać wśród konsumentów rosnące zainteresowanie kupowaniem bezpośrednio od rolnika (Corner i in., 2010). Równocześnie rośnie też zainteresowanie tą formą sprzedaży po stronie producentów żywności. W czasach pandemii, niechęć do dużych sklepów i galerii handlowych spowodowała, że kooperatywy, kluby zakupowe, paczki od rolnika, e-targi i e-bazary, sklepy internetowe oraz inne formy łączące producentów i konsumentów na określonym obszarze geograficznym cieszą się coraz większym zainteresowaniem. Niestety takich inicjatyw jest wciąż mało w Polsce, a te które mają ugruntowaną pozycję, nie radzą sobie ze skalą popytu. Warto też podkreślić, że część z nich chce zachować kameralną skalę, angażując jedynie określoną i zamkniętą grupę

producentów i konsumentów, która pozwala na przetrwanie na coraz bardziej chaotycznym rynku żywności.

W Polsce, podobnie jak i w innych krajach, konsument ma coraz większy wpływ na organizację rynku sprzedaży żywności. Preferencje konsumenckie zmieniają się pod wpływem edukacji i dostępu do informacji oraz nowych możliwości technologicznych dotyczących produkcji, dystrybucji i sprzedaży żywności. Badania konsumenckie, również te przeprowadzone w Polsce, wykazują, że dla większości konsumentów decydującą kwestią w wyborze formy zakupów jest wciąż wygoda i cena, ale takie aspekty jak bezpieczeństwo żywności, pochodzenie, dobrostan zwierząt oraz jakość produktów mają coraz większe znaczenie. Wsparcie rolników, korzyści ekologiczne czy ochrona krajobrazu, klimatu i dziedzictwa kulturowego, wynikające z przetrwania rozproszonych małych gospodarstw rolnych są wciąż w odbiorze społecznym sprawami drugorzędnymi.

Badania konsumentów wykazują, że ich oczekiwania wobec LRR wiążą się nie tylko z chęcią uzyskania dostępu do jakościowych produktów żywnościowych, ale również z chęcią przyczynienia się do zreformowania systemu żywnościowego w formy bardziej zrównoważonej i przyjaznej środowisku naturalnemu. Takie były konkluzje projektów Smartchain i Strength2Food realizowanych w ramach unijnego programu Horyzont 2020 (EUFIC, 2021), a także w innych badaniach (Giampietri, Elisa i in., 2016; Aouinait, C., i in. 2022; Evola i in., 2022; Tiganis i in., 2022).

Oczekiwania konsumentów w tym zakresie to:

- dostęp do świeżej, wysokiej jakości żywności,
- przejrzystość w łańcuchu dostaw, umożliwiająca prześledzenia dokładnie drogi produktu od pola do stołu – zweryfikowanie pochodzenia i metody produkcji,
- zapłacenie uczciwej ceny za żywność wysokiej jakości na korzyść producentów, a nie pośredników,
- kupowanie i odbieranie zakupione produkty żywność w dogodny sposób, dopasowany do ich potrzeb,
- dostęp do informacji o produktach, takich jak jej wartość odżywcza, walory zdrowotne oraz wszelkie potencjalne zagrożenia dla zdrowia,
- przyczynienie się do zrównoważonego rozwoju i poprawy stanu środowiska naturalnego, w tym różnorodności biologicznej i ochrony klimatu.

Rośnie potencjalna rola konsumentów jako aktywnych współtwórców LRR. Konsumentów w wielu przypadkach sami organizują lokalne sieci dystrybucji żywności, kupują bezpośrednio od rolników, wspierają inicjatywy kulinarne bazujące na żywności lokalnej. Dzieje się tak

dlatego, że konsumenci stają się coraz bardziej świadomi wpływu swoich wyborów żywieniowych na środowisko i społeczeństwo oraz coraz częściej szukają sposobów na wspieranie zrównoważonej produkcji i dystrybucji żywności. Prowadzi to do zmiany tradycyjnych ról producentów i konsumentów, przy czym konsumenci przyjmują bardziej aktywną rolę jako współtwórcy lokalnych rynków żywności produkowanej lokalnie, a w niektórych przypadkach sami stają się również przetwórcami i producentami żywności.

Rozwijanie LRR poprzez skracanie łańcucha dostaw żywności, czyli sprzedaż bez pośredników ma długą historię i jest najstarszą oraz najbardziej sprawdzoną formą sprzedaży dla rolnika czy producenta. LRR istniały od początku procesów wymiany żywności. Umożliwiały wytwórcom żywności sprzedaż swoich produktów miejscowym konsumentom, a konsumenci mieli dostęp do świeżej żywności, wiadomego pochodzenia. Dlatego sprzedaż wprost do konsumenta w gospodarstwie rolnym lub na cotygodniowym targu była (i wciąż jest) korzystna zarówno dla producenta, jak i dla konsumenta. Producent ustala cenę za swoje produkty i przychody ze sprzedaży trafiają w całości do jego kieszeni. Z kolei konsument ma dostęp do świeżych, jakościowych produktów wiadomego pochodzenia i może wybrać u którego producenta dokona zakupu.

Jednak pomimo często wymienianych korzyści oraz deklarowanych chęci uczestniczenia w LRR zarówno producentów jak i konsumentów, LRR raczej się nie rozwijają. Stanowią one dzisiaj margines na rynku żywności, który jest zdominowany coraz bardziej przez przemysłowe formy produkcji, dystrybucji i sprzedaży kształtowane przez pośredników, często na niekorzyść rolników (np. wykluczając małych wytwórców, produkujących metodami nieprzemysłowymi) czy też konsumentów (np. brak dostępu do żywności bez chemii).

Enthoven i van den Broeck (2021) dokonali przegląd badań prowadzonych w zakresie LRR. Doszli do wniosku, że oddziaływanie LRR na czynniki społeczne, ekonomiczne i środowiskowe są w dużym stopniu zależne od formy organizacyjnej oraz produktów, które są w centrum uwagi.

Rysunek 1. Najczęściej zgłaszane bariery dla rozwoju LRR (Wiedz i Mądrze Jedz 2018-2020, <https://prostoodrolniak.pl>)

słabe informowanie rynku (potencjalnych konsumentów) o oferowanych produktach rolnych	niskie i niestabilne obroty w powiązaniu z nieprzewidywalnością zapotrzebowania na oferowane produkty	trudności w rozliczaniu i dokumentowaniu transakcji	brak certyfikatów pochodzenia i systemów kontroli jakości	nieuczciwa konkurencja, w tym fałszowanie produktów
ograniczona dostępność i/lub wysokie koszty transportu	ograniczona dostępność i/lub wysokie koszty magazynowania	rozproszony i niskotowarowy charakter małych gospodarstw rolnych	brak dostępu do inwestycji/kapitału na infrastrukturę, środki transportu i inne potrzeby	wygórowane oczekiwania części konsumentów
niechęć rolników do podejmowania „zbiorowych” inicjatyw	skomplikowane i niejednoznaczne przepisy sanitarne i podatkowe	brak wsparcia i zachęt dla organizatorów rynków lokalnych	nierówna konkurencja ze strony supermarketów	brak spójnego systemu doradztwa i wsparcia merytorycznego

Z punktu widzenia ekonomicznego, brak konkurencyjności LRR oraz małych gospodarstw rolnych z nimi związanych, jest wynikiem:

- nierentowność produkcji i przetwórstwa w małej skali nieprzemysłowej,
- niewielkiej skuteczności marketingowej w konkurencji z sieciami dyskontów i hipermarketów, które dziś oferują produkty lokalne (np. ryneček Lidla)
- nierentowność logistyki, czyli przewozu i magazynowania produktów pochodzących z rozproszonych geograficznie małych gospodarstw rolnych.

Z punktu widzenia klienta, brak konkurencyjności LRR manifestują się:

- niewygodnym dostępem do produktów,
- mało elastyczną formą rozliczeń transakcji,
- brakiem gwarancji jakości,
- ograniczoną ofertą,
- niepewnością i brakiem ciągłości dostaw,
- wysoką ceną produktów.

W sytuacji, w której są rozproszone geograficznie małe gospodarstwa rolne (głównie na wsi) i rozproszeni geograficznie konsumenci (głównie w mieście), podstawowe wyzwanie wiąże się z:

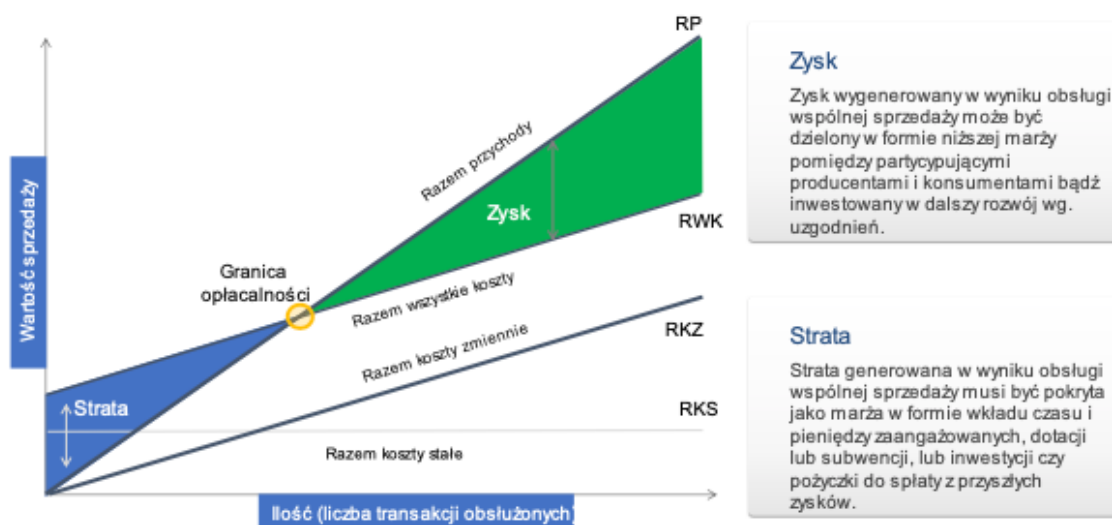
- słabym informowaniem rynku (potencjalnych konsumentów) o oferowanych produktach rolnych
- niskimi i niestabilnymi obrotami w powiązaniu z nieprzewidywalnością zapotrzebowania na oferowane produkty,
- trudnościami w rozliczaniu i dokumentowaniu transakcji,
- brakiem certyfikatorów pochodzenia i systemów kontroli jakości,
- nieuczciwą konkurencją, w tym fałszowaniem produktów,

- ograniczoną dostępnością i/lub wysokimi kosztami transportu,
- ograniczoną dostępnością i/lub wysokimi kosztami magazynowania,
- rozproszonym i niskotowarowym charakterem małych gospodarstw rolnych,
- brakiem dostępu do inwestycji/kapitału na infrastrukturę,
- środkami transportu i innymi potrzebami,
- wygórowanymi oczekiwaniami części konsumentów,
- niechęcią rolników do podejmowania zbiorowych inicjatyw,
- skomplikowanymi i niejednoznacznymi przepisami sanitarnymi i podatkowymi,
- brakiem wsparcia i zachęt dla organizatorów rynków lokalnych,
- nierówną konkurencją ze strony supermarketów,
- brakiem spójnego systemu doradztwa i wsparcia merytorycznego,
- projektowaniem i wdrożeniem formy organizacyjnej, w które koszty każdej transakcji będą maleć zarówno dla producenta jak i konsumenta, a nie zwiększać się (chodzi o wypracowanie formuły organizacyjnej, której LRR osiąga granicę opłacalności na konkurencyjnym rynku żywności).

Rozwiązaniem problemu braku konkurencyjności jest zwiększenie skali sprzedaży przy ograniczeniu wymogu sprzedaży bezpośredniej, w warunkach konkurencji rynkowej w rozumieniu:

- liczby zaangażowanych producentów i konsumentów,
- asortymentu produktów oferowanych na sprzedaż,
- wolumenu i rentowności sprzedaży,
- oddziaływania na gospodarkę lokalną oraz rozwój zrównoważony obszarów wiejskich.

Rysunek 2. Granica opłacalności dla LRR



Rozwiązania prawne dla rozwoju LRR

W ostatnich latach, Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi zainicjowało szereg zmian w regulacjach prawnych i podatkowych na korzyść rolników, aby zachęcić, i umożliwić im, współtworzenie Lokalnych Rynków Rolnych (LRR). Proces dostosowywania regulacji prawnych do potrzeb, uwarunkowań i możliwości rolników (i konsumentów) jest dynamiczny i trwa do dziś. Ponadto, podstawy i wymogi prawne produkcji i sprzedaży żywności są przedmiotem zainteresowania nie tylko rolników i służb sanitarnych czy podatkowych, ale coraz bardziej przedmiotem zainteresowania konsumentów. Zmiany legislacyjne, mające na celu rozwój lokalnych rynków rolnych jest elementem polityki rozwoju wsi i rolnictwa (Mazurek-Łopacińska et al., 2021; Wasil-Rusiewicz i Stankiewicz, 2021).

Trend sprawdzania i weryfikowania sposobu produkcji i pochodzenia oferowanych produktów przez konsumentów zapewne się nasili w nadchodzących latach, powodując coraz większą presję na „legalizację” nieprzemysłowej produkcji i sprzedaży żywności w małej skali. Kuboń i Szczepański (2021) przedstawiają analizę dotyczącą uwarunkowań prawnych i organizacyjno-ekonomicznych, które wpływają na funkcjonowanie lokalnych rynków rolniczych. Poniżej zaprezentowano:

1. Podstaw prawne w europejskim i polskim ustawodawstwie, które regulują krótkie łańcuchy dostaw żywności;
2. Warunki, które musi spełnić rolnik by przetwarzać i sprzedawać produkty ze swojego gospodarstwa bezpośrednio konsumentom w ramach działalności rolniczej;
3. Instytucje kontrole, które mają za zadanie zapewnienie, że prowadzona działalność w zakresie tworzenia i funkcjonowania LRR odbywa się zgodnie z prawem;
4. Możliwości ochrony prawnej wartości rynkowych, które kreuje rolnik wraz ze swoimi produktami współtworząc i rozwijając LRR.

Do roku 2017, polityka rozwoju wsi i rolnictwa nie dostrzegała znaczenia sprzedaży bezpośredniej i produkcji rolnej w skali nieprzemysłowej. Rolnik nie mógł w łatwy i legalny sposób, przetwarzać i sprzedawać bezpośrednio konsumentom produkty ze swojego gospodarstwa. Małe gospodarstwa rolne były „niewidzialne” w programach rozwoju wsi i rolnictwa. W celu wzmocnienia pozycji rolników w łańcuchu żywnościowym, Rada Ministrów przyjęła 16 maja 2017 r. dokument pt. Wspólna polityka rolna po 2020 roku - polskie priorytety, w którym zapisano, że:

Należy skuteczniej wspierać alternatywne kanały dystrybucji, w tym krótkie łańcuchy dostaw oraz lokalne rynki, które zwiększają udział rolników w łańcuchu wartości dodanej, sprzyjają

rozwojowi produkcji ekologicznej i tradycyjnej oraz wzmacniają więzi między rolnikami a konsumentami.

Tym samym, krótkie łańcuchy dostaw żywności stały się priorytetem politycznym i ustawodawczym i od tego czasu są uwzględniane w dokumentach programowych, w tym też w programach finansowania rolnictwa i rozwoju wsi, w szczególności w Programie Rozwoju Obszarów Wiejskich (PROW) i jego następcy Krajowy Plan Strategiczny dla Wspólnej Polityki Rolnej (KPS).

Zmiany w przepisach regulujących produkcję, dystrybucję i sprzedaż żywności w ostatnich latach zdecydowanie zwiększyły możliwości sprzedaży produktów przetworzonych dla rolników w ramach prowadzonej działalności rolniczej. Zmiany te były motywowane chęcią umożliwienia rolnikom prowadzących małe gospodarstwa sprzedaż rynkową bez zmuszania rolników do rejestrowania działalności gospodarczej, a konsumentom dostęp bezpośredni do żywności produkowanej przez rolników. Zakładano, że wykorzystanie nowych możliwości sprzedaży bezpośredniej przez rolników:

- wpłynie w zasadniczy sposób na wzrost dochodów małych gospodarstw rolnych,
- da możliwość rolnikom ustalania ceny produktu w transakcjach handlowych,
- przyczyni się do rozwoju przedsiębiorczości i ograniczy bezrobocie na wsi
- umożliwi utrzymanie niewielkiego gospodarstwa,
- będzie motywować do inwestowania w rozwoju produkcji i sprzedaży bezpośredniej,
- umożliwi wykreowania własnej marki rolnika jako producenta,
- zachęci do współpracy z innymi rolnikami, przetwórcami oraz konsumentami by szukać sposobu na zwiększanie skali działania.

Dla rozwoju rynków lokalnych w oparciu o krótkie łańcuchy dostaw żywności, istotne są przepisy, które regulują zarówno indywidualną jak i zbiorową działalność rolników w zakresie produkcji, przetwórstwa i sprzedaży żywności oraz przedsiębiorców nieprowadzących działalności rolniczej, którzy zajmują się przetwórstwem i sprzedażą żywności. W Polsce przepisy te dotyczą przede wszystkim działalności indywidualnej rolników-producentów.

Z punktu widzenia przepisów i regulacji prawnych, istotne są przepisy, które zapewniają bezpieczeństwo żywności (w tym wymogi sanitarne produkcji, przetwórstwa, przechowywania, dystrybucji itp.) oraz tych, które regulują relacje handlowe, przede wszystkim uregulowania podatkowe.

Aktualnie obowiązujące przepisy umożliwiają rolnikom przetwarzanie i sprzedawanie swoich produktów bezpośrednio konsumentom. Rolnicy mają również możliwość podejmowania działań wspólnie i zbiorowo by tworzyć przedsięwzięcia partnerskie, które

mogą zwiększyć możliwości sprzedażowe małych gospodarstw rolnych, a tym samym umożliwić konsumentom większy dostęp do żywności produkowanej lokalnie.

Każdy, kto produkuje i sprzedaje żywność, musi spełnić określone wymogi formalno-prawne dotyczące:

- formy sprzedaży: surowce czy żywność przetworzona; pochodzenie zwierzęce czy roślinne,
- wymogów higienicznych: bezpieczeństwo żywności, prawo budowlane, prawo pracy,
- rejestracji i zatwierdzeń: w zależności od prowadzonej działalności,
- rodzaju działalności: rolnicza czy pozarolnicza,
- wymogów podatkowych: podatek VAT i inne,
- ubezpieczeń społecznych: KRUS, ZUS.

Rolnik może dziś przetwarzać i sprzedawać produkty ze swojego gospodarstwa bezpośrednio konsumentom (w ramach działalności rolniczej):

1. Działając w pojedynkę – musi zadbać o pozyskanie kupującego i spełnienie wszystkich obowiązujących przepisów podatkowych i sanitarnych w zakresie produkcji, transportu i sprzedaży. Sam pełni rolę pośrednika.
2. Działając z innymi rolnikami i producentami współtworzy grupę producencką, spółdzielnię czy inną formę zbiorową lokalnego systemu żywnościowego w celu ułatwienia dostępu do kupującego i otrzymania wsparcia w zakresie przestrzegania przepisów podatkowych i sanitarnych, produkcji, logistyki, marketingu i sprzedaży. Funkcję pośrednika są dzielone.

W obu przypadkach rolnik jako producent jest odpowiedzialny osobiście za prowadzenie działalności zgodnie z przepisami, w szczególności w zakresie bezpieczeństwa żywności.

Potocznie „sprzedaż bezpośrednia” określa zakup produktu żywnościowego wprost od rolnika. Konsumenty raczej nie zwracają na status prawny rolnika, od którego kupują żywność. Natomiast w przepisach prawnych „sprzedaż bezpośrednia” odnosi się wyłącznie do sprzedaży nieprzetworzonych produktów pochodzenia zwierzęcego (tj. jajka, miody, mięso). Sprzedaż bezpośrednia to jedna z 4 podstawowych prawnych form sprzedaży możliwych dla rolnika prowadzącego działalność rolniczą (tj. dostawy bezpośrednie, sprzedaż bezpośrednia, rolniczy handel detaliczny, sprzedaż marginalna, lokalna, ograniczona). Każda forma prawna produkcji i sprzedaży określa wymagania higieniczne i weterynaryjne. Wszystkie rozwiązania prawne muszą być zgodne z prawem Unii Europejskiej, które jest nadrzędne. Kwestie bezpieczeństwa żywności nie dają zbyt wielkiego pola do interpretacji w przepisach krajowych.

Kraje członkowskie mają znacznie większe pole do manewru w kwestiach podatkowych. Rolnik powinien wybrać formę „sprzedaży bezpośredniej”, która jest najbardziej adekwatna do jego potrzeb, uwarunkowań i możliwości (w załączniku 1 przedstawiono

podstawowe akty prawne regulujące sanitarne bezpieczeństwo żywności, znakowanie żywności oraz w zakresie prawa podatkowego).

Kluczowym aspektem gospodarki żywnościowej, w tym też rozwoju LRR, to kwestia bezpieczeństwa żywności. Najwyższa Izba Kontroli (2021) przeprowadziła analizę aktualnego stanu systemu kontroli bezpieczeństwa żywności w Polsce na tle polityki i praktyk na terenie Unii Europejskiej. Podstawowe pojęcia w tym zakresie wskazano w poniższej tabeli.

Tabela 1. Podstawowe pojęcia w zakresie bezpieczeństwa żywności

Żywność (środek spożywczy)	Jakiegokolwiek substancje lub produkty, przetworzone, częściowo przetworzone lub nieprzetworzone, przeznaczone do spożycia przez ludzi, lub których spożycia przez ludzi można się spodziewać (Art. 2 rozporządzenia WE 178/2002 w związku z art. 3 ust. 1 ustawy o bezpieczeństwie żywności z dnia 25 sierpnia 2006).
Polityka żywnościowa	Całokształt działań związanych bezpośrednio lub pośrednio z gospodarką żywnościową. Organizuje i wspiera systemy żywnościowe od produkcji podstawowej (rolnicy), przez przetwarzanie, po konsumpcję. Obejmuje: wytwórczość rolniczą, produkcję przemysłu rolno-spożywczego, produkcję przemysłu wytwarzającego urządzenia, narzędzia i materiały dla rolnictwa oraz przemysłu spożywczego, wkład handlu w wartość produktów żywnościowych oraz produkcję innych działów i gałęzi gospodarki proporcjonalną do przepływów dóbr materialnych i usług do rolnictwa oraz przemysłu spożywczego (Winiarski, 2002).
Prawo żywnościowe	Przepisy ustawowe, wykonawcze i administracyjne regulujące sprawy żywności w ogólności, a ich bezpieczeństwo w szczególności, zarówno na poziomie Unii Europejskiej, jak i na poziomie krajowym. Definicja ta obejmuje wszystkie etapy produkcji, przetwarzania i dystrybucji żywności oraz paszy produkowanej dla zwierząt hodowlanych lub używanej do żywienia zwierząt hodowlanych (Art. 3 ust. 1 rozporządzenia WE 178/2002).
Bezpieczeństwo żywności	Ogół warunków, które muszą być spełniane, dotyczących w szczególności: a) stosowanych substancji dodatkowych i aromatów, b) poziomów substancji zanieczyszczających, c) pozostałości pestycydów, d) warunków napromieniania żywności, e) cech organoleptycznych, i działań, które muszą być podejmowane na wszystkich etapach produkcji lub obrotu żywnością - w celu zapewnienia zdrowia i życia człowieka (Art. 3 ust. 3 pkt 5 ustawy o bezpieczeństwie żywności z dnia 25 sierpnia 2006).
Środek spożywczy szkodliwy dla zdrowia lub życia człowieka	Środek spożywczy, którego spożycie w warunkach normalnych i zgodnie z przeznaczeniem może spowodować negatywne skutki dla zdrowia lub życia człowieka, w szczególności, jeżeli: a) nie spełnia wymagań zdrowotnych określonych w dziale II ustawy o bezpieczeństwie żywności z dnia 25 sierpnia 2006, b) zawiera: - substancje zanieczyszczające lub zanieczyszczenia mikrobiologiczne w ilościach przekraczających dopuszczalne poziomy określone w rozporządzeniach Unii Europejskiej oraz inne zanieczyszczenia, - pozostałości skażeń promieniotwórczych w ilościach przekraczających poziomy określone w rozporządzeniach Unii Europejskiej, - weterynaryjne produkty lecznicze w ilościach przekraczających dopuszczalne poziomy lub zabronione określone w rozporządzeniach Unii Europejskiej, - inne substancje szkodliwe dla zdrowia lub życia człowieka określone w przepisach Unii Europejskiej

	(Art. 3 ust. 3 pkt 44 ustawy o bezpieczeństwie żywności z dnia 25 sierpnia 2006).
Środek spożywczy zafałszowany	Środek spożywczy, którego skład lub inne właściwości zostały zmienione, a konsument nie został o tym poinformowany w sposób określony w przepisach rozporządzenia nr 1169/2011, albo środek spożywczy, w którym zostały wprowadzone zmiany mające na celu ukrycie jego rzeczywistego składu lub innych właściwości; środek spożywczy jest środkiem spożywczym zafałszowanym, w szczególności jeżeli: a) dodano do niego substancje zmieniające jego skład lub obniżające jego wartość odżywczą; b) odjęto składnik lub zmniejszono zawartość jednego lub kilku składników decydujących o wartości odżywczej lub innej właściwości środka spożywczego; c) dokonano zabiegów, które ukryły jego rzeczywisty skład lub nadały mu wygląd środka spożywczego o należytej jakości; d) niezgodnie z prawdą podano jego nazwę, skład, datę lub miejsce produkcji, termin przydatności do spożycia lub datę minimalnej trwałości albo w inny sposób nieprawidłowo go oznakowano – wpływając przez te działania na bezpieczeństwo środka spożywczego (Art. 3 ust. 3 pkt 45 ustawy o bezpieczeństwie żywności z dnia 25 sierpnia 2006).
Kontrola urzędowa	Według definicji określonej w rozporządzeniu WE 882/2004 oznacza każdą formę kontroli, którą właściwy organ wykonuje do celów sprawdzenia zgodności z prawem paszowym i żywnościowym, regulami dotyczącymi zdrowia zwierząt i ich dobrostanu ⁷ . Zgodnie z rozporządzeniem UE 2017/625, oznacza czynności przeprowadzane przez właściwe organy, jednostki upoważnione lub osoby fizyczne, którym zgodnie z tym rozporządzeniem przekazano pewne zadania w ramach kontroli urzędowych, podejmowane w celu weryfikacji: - przestrzegania przez podmioty niniejszego rozporządzenia oraz przepisów, o których mowa w art. 1 ust. 2; oraz - czy zwierzęta lub towary spełniają wymogi określone przepisami, o których mowa w art. 1 ust. 2, w tym wymogi określone do celu wydawania świadectw urzędowych lub poświadczeń urzędowych (Art. 2 ust. 1 rozporządzenia UE 2017/625).
Urzędowa kontrola żywności	Kontrola urzędowa w zakresie odnoszącym się do bezpieczeństwa żywności (Art. 3 pkt 49 ustawy o bezpieczeństwie żywności z dnia 25 sierpnia 2006.)
Łańcuch żywnościowy	Sekwencja etapów i procesów mających miejsce w produkcji, przetwórstwie, dystrybucji, magazynowaniu i postępowaniu z żywnością oraz jej składnikami, począwszy od produkcji pierwotnej aż do konsumpcji. Elementami łańcucha żywnościowego są producenci płodów rolnych i pasz, przetwórcy żywności, hurtownicy, sprzedawcy detaliczni, firmy świadczące usługi żywieniowe i prowadzące catering, a także producenci pestycydów i nawozów, leków weterynaryjnych, składników i substancji dodatkowych, operatorzy transportu i magazynowania, producenci maszyn i urządzeń, środków czyszczących i dezynfekujących oraz materiałów opakowaniowych oraz dostawcy usług (definicja zgodna z Normą ISO 22000)

Dostawy bezpośrednie to regulacje prawne, które dotyczą wyłącznie produktów nieprzetworzonych pochodzenia roślinnego pochodzących wyłącznie z własnych upraw lub hodowli, takich jak:

- zboża,
- owoce,

- warzywa,
- zioła,
- grzyby – uprawne, pochodzące wyłącznie z własnych upraw lub hodowli.

Zalicza się tutaj również surowce pochodzące z dokonywanych osobiście zbiorów ziół i runa leśnego. W ramach dostaw bezpośrednich rolnik może również produkować i sprzedawać produkty pochodzenia roślinnego w formie kiszonej i suszonej.

Zgodnie z rozporządzeniem dostawy bezpośrednie dotyczą małych ilości, czyli tylko takich, które rolnik może samodzielnie pozyskać w swoim gospodarstwie. Przepisy nie ustanawiają jednak konkretnych limitów w kilogramach. Rolnik może prowadzić sprzedaż wyłącznie na terenie województwa macierzystego oraz na terenie województw przyległych. Może on sprzedawać produkty wyłącznie konsumentowi finalnemu, tj. osobom fizycznym, np. na targowiskach, placach targowych, w bramach własnych gospodarstw rolnych, handlu obwoźnym oraz lokalnym sklepom i zakładom gastronomicznym (restauracje, bary, stołówki szkolne i inne). W ramach dostaw bezpośrednich dopuszcza się stosowanie takich czynności, jak n.p.⁴:

- mycie warzyw,
- usuwanie liści,
- suszenie ziół.

Działalność w ramach dostaw bezpośrednich wymaga rejestracji u Państwowego Powiatowego Inspektora Sanitarnego. Producent zobowiązany jest co najmniej na 14 dni przed rozpoczęciem działalności złożyć do właściwego, ze względu na miejsce prowadzenia działalności, Państwowego Powiatowego Inspektora Sanitarnego, wniosek o wpis do rejestru zakładów⁵.

Sprzedaż bezpośrednia w polskim porządku prawnym dotyczy żywności nieprzetworzonej pochodzenia zwierzęcego. Chodzi o:

- bezpośrednie dostawy, dokonywane przez producenta, małych ilości surowców do konsumenta,

⁴ Do produkcji pierwotnej nie zalicza się takich czynności, jak: obieranie ziemniaków, krojenie marchewek, pakowanie sałaty w woreczki, stosowanie gazów konserwujących.

⁵ Podstawa prawna regulująca dostawy bezpośrednie to Rozporządzenie Ministra Zdrowia z dnia 6 czerwca 2007 r. w sprawie dostaw bezpośrednich środków spożywczych (Dz.U.2007 r. Nr 112, poz. 774) na podstawie art. 68 ust. 2 ustawy z dnia 25 sierpnia 2006 r. o bezpieczeństwie żywności i żywienia, (Dz. U. Nr 171, poz. 1225): <https://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/DocDetails.xsp?id=wdu20071120774>.

- końcowego lub lokalnego zakładu detalicznego bezpośrednio zaopatrującego konsumenta końcowego,
- bezpośrednie dostawy, dokonywane przez producenta, małych ilości mięsa z drobiu lub zajęczaków poddanych ubojowi w gospodarstwie rolnym, do konsumenta końcowego lub lokalnego zakładu detalicznego, bezpośrednio dostarczającego przedmiotowe mięso w formie mięsa świeżego konsumentowi końcowemu,
- dostawy małej ilości zwierzyny łownej lub mięsa zwierząt łownych bezpośrednio do konsumenta końcowego lub lokalnego zakładu detalicznego bezpośrednio zaopatrującego konsumenta końcowego, dokonywane przez myśliwych [koła łowieckie].

Sprzedaż bezpośrednia dotyczy wyłącznie nieprzetworzonych produktów pochodzenia zwierzęcego wyprodukowanych przez producenta prowadzący działalność w zakresie produkcji produktów pochodzenia zwierzęcego przeznaczonych do sprzedaży bezpośredniej (z własnych surowców, lub pozyskane od własnych zwierząt) – takich jak:

- tusze lub podroby pozyskane z drobiu i zajęczaków poddanych ubojowi w gospodarstwie rolnym podmiotu,
- tusze lub podroby zwierzyny łownej, pozyskane przez koło łowieckie Polskiego Związku Łowieckiego będące dzierżawcą obwodu łowieckiego albo ośrodek hodowli zwierzyny prowadzony przez zarządcę obwodu łowieckiego,
- produkty rybołówstwa, pozyskane przez uprawnionego do rybactwa w rozumieniu przepisów o rybactwie śródlądowym lub przez wykonującego rybołówstwo morskie w rozumieniu przepisów o rybołówstwie morskim,
- żywe ślimaki lądowe z gatunków *Helix pomatia*, *Cornu asperum aspersum*, *Cornu aspersum maxima*, *Helix lucorum* oraz z gatunków rodziny Achatiniade,
- mleko surowe, pozyskane w gospodarstwie produkcji mleka,
- siara, pozyskana w gospodarstwie produkcji mleka,
- surowa śmietana, pozyskana w gospodarstwie produkcji mleka
- jaja pozyskane od drobiu lub ptaków bezgrzebieniowych,
- produkty pszczele nieprzetworzone.

W przeciwieństwie do dostaw bezpośrednich, dla większości produktów pochodzenia zwierzęcego (poza produktami rybołówstwa oraz produktami pszczelimi nieprzetworzonymi) wielkość ich produkcji/sprzedaży jest ograniczona ilościowo. W § 6 rozporządzenia o sprzedaży bezpośredniej określono dopuszczalną wielkość produkcji, która wynosi nie więcej niż:

- 50 sztuk tygodniowo – w przypadku tusz indyków, wraz z podrobami pozyskanymi z tych indyków,
- 500 sztuk tygodniowo – w przypadku tusz gęsi, wraz z podrobami pozyskanymi z tych gęsi,
- 200 sztuk tygodniowo – w przypadku tusz innych gatunków drobiu niż wymienione wyżej, wraz z podrobami pozyskanymi z tego drobiu,
- 100 sztuk tygodniowo – w przypadku tusz zajęczaków, wraz z podrobami pozyskanymi z tych zajęczaków,
- 10 000 kg rocznie – w przypadku tusz grubej zwierzyny łownej, wraz z podrobami pozyskanymi z tej zwierzyny,
- 10 000 kg rocznie – w przypadku tusz drobnej zwierzyny łownej, wraz z podrobami pozyskanymi z tej zwierzyny,
- 1000 kg rocznie – w przypadku żywych ślimaków lądowych,
- 1000 litrów tygodniowo – w przypadku mleka surowego albo mleka surowego i siary,
- 200 litrów tygodniowo – w przypadku surowej śmietany,
- 2450 sztuk tygodniowo – w przypadku jaj pozyskanych od drobiu,
- 500 sztuk rocznie – w przypadku jaj pozyskanych od ptaków bezgrzebieniowych (np. jaja strusie).

Prowadzenie sprzedaży bezpośredniej produktów pochodzenia zwierzęcego regulowane jest rozporządzeniem Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 30 września 2015 r. w sprawie wymagań weterynaryjnych przy produkcji produktów pochodzenia zwierzęcego przeznaczonych do sprzedaży bezpośredniej (Dz. U. poz. 1703). Rozporządzenie określa wymagania weterynaryjne jakie powinny być spełnione przy produkcji produktów pochodzenia zwierzęcego przeznaczonych do sprzedaży bezpośredniej, wielkość, zakres i obszar produkcji produktów oraz wymagania weterynaryjne dla miejsc prowadzenia takiej sprzedaży. Do tego rodzaju działalności mają również zastosowanie, w całości lub w pewnym zakresie, również inne przepisy z zakresu bezpieczeństwa żywności, zarówno Unii Europejskiej, jak i przepisy krajowe. Każdy, kto chce prowadzić działalność w zakresie sprzedaży powinien zgłosić się właściwego terytorialnie powiatowego lekarza weterynarii w celu rejestracji działalności sprzedaży bezpośredniej.

Sprzedaż produktów pochodzenia zwierzęcego może być prowadzona:

- przez producenta konsumentowi końcowemu,
- na terenie gospodarstwa producenta,
- na targowiskach,
- do zakładów prowadzących handel detaliczny bezpośrednio zaopatrujących konsumenta

- końcowego

Sprzedaż bezpośrednia ograniczona jest do obszaru województwa lub na obszarze sąsiadujących z nim województw, w którym odbywa się produkcja produktów pochodzenia zwierzęcego. W przypadku wystaw, festynów, targów lub kiermaszy, organizowanych w celu promocji produktów, producent może sprzedawać na terenie całego kraju⁶.

Rolniczy handel detaliczny (RHD) wprowadzono w 1 stycznia 2017 r. jako zupełnie nową formę sprzedaży powiązanej z preferencjami podatkowymi. Spowodowało to rewolucję z punktu widzenia rynków lokalnych, ponieważ umożliwiono rolnikom przetwarzać i sprzedawać żywność ze swoich upraw, hodowli czy chowu, co wcześniej nie było możliwe bez rejestrowania działalności gospodarczej.

W ramach RHD, rolnicy mogą sprzedawać jako detaliści część albo całość produkcji ze swojego gospodarstwa. Lista możliwej do produkcji i sprzedaży żywności w ramach RHD jest długa. Jest to m. in.: produkcja roślinna, zwierzęca, mieszana, oleje, pieczywo, przetwory. Przykładowo rolnik może produkować i sprzedawać jako detalista przetwory mleczne (np. śmietana, mleko, sery), owocowe (np. dżemy, soki), potrawy (np. pierogi, kopytka, placki), chleb, jaja, miód, przyprawy i herbatki ziołowe. Nie wolno jedynie używać do produkcji żywności mięsa zwierząt kopytnych z uboju samodzielnego (czyli poza zatwierdzoną rzeźnią), np. z uboju na użytek własny.

W sprzedaży RHD obowiązują limity (zgodnie z art. 44a ustawy o bezpieczeństwie żywności). Maksymalne ilości żywności zbywanej rocznie w ramach RHD określono w załącznikach do rozporządzenia o rolniczym handlu detalicznym. W § 2 rozporządzenia wskazano, że żywność zbywana w ramach rolniczego handlu detalicznego obejmuje:

- surowce pochodzenia niezwierzęcego,
- żywność pochodzenia niezwierzęcego inną niż surowce oraz żywność zawierającą jednocześnie środki spożywcze pochodzenia niezwierzęcego i produkty pochodzenia zwierzęcego,
- surowce pochodzenia zwierzęcego,
- produkty pochodzenia zwierzęcego inne niż surowce.

Najważniejsze obowiązki w ramach Rolniczego Handlu Detalicznego to:

⁶ Dalsze i aktualne informacje o sprzedaży bezpośredniej są dostępne na stronach Głównego Inspektoratu Weterynarii, w tym również formularze do rejestracji i zgłoszeń. <https://www.wetgiw.gov.pl/handel-eksport-import/sprzedaz-bezposrednia>. Sprzedaż bezpośrednia nadzoruje Inspekcja Weterynarii.

1. Żywność musi pochodzić w całości lub części z własnej uprawy, hodowli lub chowu.
2. Produkcja i sprzedaż żywności nie mogą być, co do zasady, dokonywane z udziałem pośrednika. Wyjątek stanowi tutaj możliwość udziału pośrednika w zbywaniu żywności pochodzącej z RHD podczas wystaw, festynów, targów lub kiermaszy, organizowanych w celu promocji żywności.
3. Sprzedający ma obowiązek prowadzenia i przechowywania dokumentacji umożliwiającej określenie ilości żywności zbywanej rocznie, odrębnie za każdy rok kalendarzowy. Dokumentacja musi zawierać następujące informacje: numer kolejnego wpisu, datę zbycia żywności, ilość i rodzaj zbywanej żywności.
4. Sprzedający ma obowiązek oznakowania miejsca sprzedaży.

Prowadzenie Rolniczego Handlu Detalicznego wymaga rejestracji. Trzeba dokonać rejestracji działalności 30 dni przed dniem jej rozpoczęcia:

- u powiatowego inspektora sanitarnego w przypadku żywności pochodzenia niezwierzęcego,
- u powiatowego lekarza weterynarii, jeżeli w planach jest sprzedaż produktów pochodzenia zwierzęcego lub produktów zawierających składniki odzwierzęce (tzw. żywność mieszaną).

Kluczowym pojęciem odnośnie przetwórstwa w rolniczym handlu detalicznym to pojęcie produkcji nieprzemysłowej. Z tego też wynikają ulgi podatkowe w zakresie podatku dochodowego bowiem przychody są generowane

(...) ze sprzedaży przetworzonych w sposób inny niż przemysłowy produktów roślinnych i zwierzęcych pochodzących z własnej uprawy, hodowli lub chowu, z wyjątkiem przetworzonych produktów roślinnych i zwierzęcych uzyskanych w ramach prowadzonych działów specjalnych produkcji rolnej oraz produktów opodatkowanych podatkiem akcyzowym na podstawie odrębnych przepisów (Ustawa o podatku dochodowym od osób fizycznych PDOF, w art. 10 ust. 1 pkt 9.

W kontekście przepisów podatkowych kryteria obejmują:

- zwolnienie przychodów ze sprzedaży przetworzonych w sposób inny niż przemysłowy produktów roślinnych i zwierzęcych, z wyłączeniem przetworzonych produktów roślinnych i zwierzęcych uzyskanych w ramach działów specjalnych produkcji rolnej oraz produktów opodatkowanych podatkiem akcyzowym, do kwoty 100 000 zł rocznie, w ilościach nieprzekraczających maksymalnych limitów określonych w rozporządzeniu,
- sposób dokumentowania sprzedaży,

- zakaz zatrudniania osób na podstawie umów o pracę, umów zlecenia, umów o dzieło oraz innych umów o podobnym charakterze (wyjątki – ubój zwierząt rzeźnych i obróbka poubojowa tych zwierząt, w tym również rozbiór, podział i klasyfikacja mięsa, przemiał zbóż, wytlóczenie oleju lub soku oraz sprzedaż podczas wystaw, festynów, targów).

Nowelizacje przepisów Rolniczego Handlu Detalicznego, umożliwiły rolnikom od 1 stycznia 2019 r. sprzedaż do osób prawnych (zakładów, sklepów, restauracji itp.), a od 4 lutego 2022 obowiązują kolejne zmiany, a mianowicie:

- sprzedaż z preferencjami podatkowymi możliwa jest do limitu przychodów 100 tys. zł (przed 2022 rokiem limit wynosił jedynie 40 tys. zł). Powyżej tej kwoty sprzedaż jest normalnie opodatkowana;
- dla produktów roślinnych sprzedaż możliwa jest na terenie całego kraju - ograniczenia obszarowe dotyczą żywności pochodzenia zwierzęcego i mieszanego, ten rodzaj żywności można sprzedawać jedynie w tym samym województwie (lub sąsiadujących z nim powiatach), w którym żywność została wyprodukowana;
- zniesienie limitów sprzedaży do finalnych konsumentów (pozostawiono limity dla sklepów, restauracji itp.).

Załącznik 1. zawiera krajowe przepisy regulujące RHD.

Działalność Marginalna, Lokalna, Ograniczona (MLO) dotyczy wyłącznie sprzedaży żywności przetworzonej pochodzenia zwierzęcego w skali nieprzemysłowej. Chodzi o umożliwienie rolnikom i przedsiębiorcom (z punktu widzenia bezpieczeństwa żywności) prowadzenie działalności przetwórczej skupionej na wytwarzaniu określonego rodzaju produktu, często o specyficznych cechach, na które istnieje zapotrzebowanie głównie na rynku lokalnym. Działalność jest:

- Marginalna, ponieważ przepisy wprowadzają ograniczenia ilościowe, np. tygodniowa dostawa produktów mlecznych nie może przekroczyć 0,5 tony.
- Lokalna, ponieważ sprzedaż jest możliwa wyłącznie na obszarze macierzystego województwa, powiatów sąsiadujących oraz w stolicach regionów sąsiadujących. Ograniczenia obszarowe nie dotyczą w przypadku sprzedaży konsumentowi końcowemu produktów pochodzenia zwierzęcego podczas wystaw, festynów, targów oraz kiermaszy organizowanych w celu promocji tych produktów.
- Ograniczona, ponieważ sprzedaż jest do konsumenta końcowego lub do zakładów prowadzących sprzedaż detaliczną (rynek hurtowy jest wykluczony).

W ramach działalności marginalnej, lokalnej i ograniczonej można prowadzić produkcję i sprzedaż produktów pochodzenia zwierzęcego takich jak:

- produkty mleczne,
- produkty na bazie siary,
- wstępnie przetworzone lub przetworzone produkty rybołówstwa,
- surowe wyroby mięsne,
- mięso mielone,
- produkty mięsne,
- produkty jajeczne z gotowanych jaj,
- gotowe posiłki (potrawy).
- oraz rozbiór i sprzedaż świeżego mięsa wołowego, wieprzowego, baraniego, koziego, końskiego, drobiowego lub zajęczaków, zwierząt łownych oraz dzikich utrzymywanych w warunkach fermowych.

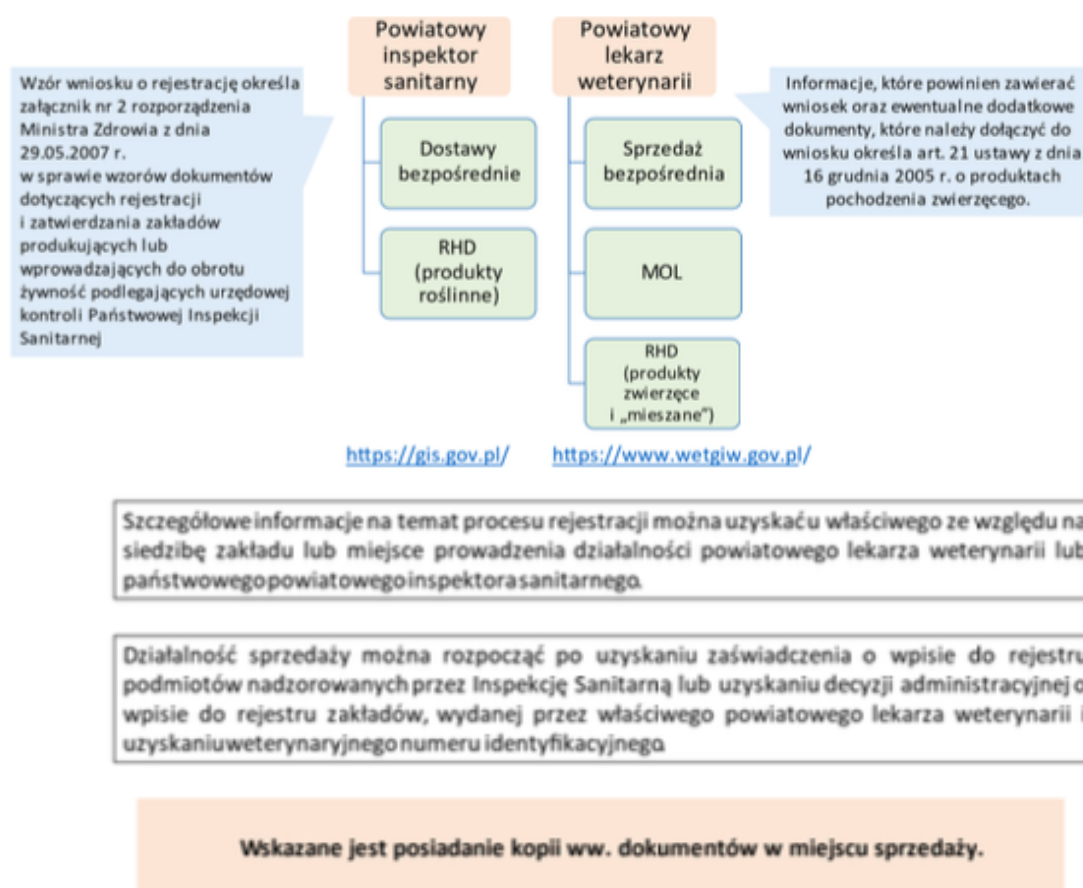
Zasadnicza różnica pomiędzy działalnością RHD a MLO⁷ to skala możliwej produkcji i sprzedaży:

1. W ramach RHD rolnik może przetwarzać i sprzedawać co do zasady każdego rodzaju żywności, tj. zarówno żywności pochodzenia roślinnego, jak i zwierzęcego oraz takiej, która zawiera zarówno składniki pochodzenia roślinnego jak i zwierzęcego, a także żywności zarówno nieprzetworzonej jak i przetworzonej. Co do zasady, MLO umożliwia przetwórstwo i sprzedaż jedynie żywności pochodzenia zwierzęcego.
2. W ramach RHD co najmniej jeden składnik sprzedawanej żywności musi pochodzić w całości z własnej uprawy, hodowli lub chowu sprzedającego. W MLO nie ma takiego ograniczenia.
3. Maksymalne ilości produktów, które mogą być sprzedawane w ramach RHD do podmiotów prawnych (restauracji, sklepów itp.) są znacznie niższe niż te określone dla MLO. Przykładowo dla produktów mięsnych w RHD obowiązuje limit sprzedaży 1,4 tony rocznie, natomiast w MLO obowiązuje limit sprzedaży 1,5 tony tygodniowo (czyli 78 ton rocznie). W RHD i w MLO nie ma limitów w sprzedaży do konsumenta końcowego.
4. Zakład produkujący ramach MLO musi być zarejestrowany i z uwagi na skalę raczej wymaga wyodrębnionego pomieszczenia, które będzie podlegało kontroli powiatowego lekarza weterynarii pod kątem przestrzegania zasad higieny. Mogą pobierać próbki żywności do badań laboratoryjnych. Nie ma już zatwierdzania planu technologicznego

⁷ Szczegółowe i aktualne informacje o obowiązujących wymogach działalności Marginalnej, Lokalnej, Ograniczonej (MLO) są dostępne na stronie Głównego Inspektoratu Weterynarii. Nadzór: Inspekcja Weterynarii.

zakładu tak jak to było wcześniej. Produkcja w ramach RHD również musi być zarejestrowana, ale z uwagi na mniejszą skalę dopuszcza się użytkownika kuchni domowej. Załącznik (ten podstawy prawne) zawiera odwołanie do przepisów regulujących MLO.

Rysunek 3. Rejestracja działalności sprzedaży – podsumowanie



Załącznik 2. Prezentuje zestawienie omawianych form działalności rolniczej z uwzględnieniem obowiązku rejestracji, ograniczeń geograficznych, punktów sprzedaży, limitów sprzedaży oraz ograniczeń produktowych.

Aktualne przepisy dają rolnikom możliwość sprzedaży swoich nieprzetworzonych produktów – przetwórstwo nieprzemysłowe. Brakuje jednak przepisów regulujących i zachęcających do działalności zbiorowej producentów i konsumentów, które powinny być priorytetem dla zwiększenia skali oddziaływania rynków lokalnych w oparciu o rozwiązania krótkich łańcuchów dostaw żywności.

Zmiany wprowadzone w 2022 r. w przepisach regulujących Rolniczy Handel Detaliczny, które rozszerzają zakres i możliwości sprzedażowe rolnika są niewątpliwie pozytywnym krokiem. Jednak, nie są one wystarczające dla osiągnięcia znaczącego wzrostu w skali sprzedaży w ramach krótkiego łańcucha dostaw żywności, ponieważ działanie w pojedynkę

poważnie ograniczania możliwą skalę sprzedaży. Rozwój rynków lokalnych wymaga przede wszystkim sprzedaż zbiorową.

Pożądanym kierunkiem jest wprowadzenie możliwości sprzedaży zbiorowej w ramach działalności rolniczej, która umożliwi rolnikowi sprzedawać produkty innych rolników ze swojej miejscowości albo regionu. Wzorem i inspiracją takiego rozwiązania są Punkty Sprzedaży Zbiorowej (PSZ), które funkcjonują z powodzeniem we Francji, jako fundament rozwoju tamtejszych rynków lokalnych. Kluczowe dla zmiany pozycji rolnika na rynku lokalnym są nie tylko przepisy regulujące możliwości przetwórstwa i sprzedaży, ale również sposoby prowadzenia przetwórstwa w skali nieprzemysłowej w zgodzie z obowiązującym prawem.

Ważnym udogodnieniem dla rolników wprowadzonym w ostatnich latach jest ułatwienie w zakresie przepisów weterynaryjnych dla rolników zamierzających prowadzić ubój zwierząt. Z dniem 18.02.2020 r. ustawodawca wprowadził możliwość ustanowienia przez rolnika tzw. „rzeźni rolniczej” na terenie gospodarstwa przy założeniu, że będzie ona charakteryzowała się małą zdolnością produkcyjną.

Ułatwienia dotyczą konstrukcji, rozplanowania i wyposażenia pomieszczeń rzeźni rolniczych i stanowią krajowe środki dostosowujące do przepisów unijnych. Uproszczenia te dotyczą przykładowo: liczby pomieszczeń w rzeźni rolniczej i czynności, jakie mogą być wykonywane w tych pomieszczeniach (rzeźnia rolnicza ma się składać z co najmniej jednego pomieszczenia). Wprowadzenie uproszczonych rozwiązań dla rzeźni rolniczych ma na celu wsparcie rolników utrzymujących zwierzęta w swoich gospodarstwach i zainteresowanych rozwojem działalności, w celu wprowadzenia pozyskanego mięsa na rynek na małą skalę, np. w ramach rolniczego handlu detalicznego, czy też działalności marginalnej, lokalnej i ograniczonej (zob. załącznik ten podstawowe akty prawne).

Działalność inspekcji bezpieczeństwa żywności w gospodarstwach rolnych przynosi korzyści nie tylko konsumentom, którzy mają gwarancję, że to co kupują od rolników jest bezpieczne dla zdrowia, dla również dla rolników angażujących się w rozwój LRR. Wprowadzenie kontroli jakości i bezpieczeństwa żywności pomaga w poprawie jakości produkcji, zwiększa nie tylko zaufanie do produktów rolnych, ale także wzmacnia wiarygodność i zaufanie do rolników i innych producentów żywności. Kluczowe korzyści to:

- Poprawa jakości produkcji rolnej - inspekcje umożliwiają wykrycie i eliminację wadliwych produktów, co przyczynia się do poprawy jakości produkcji.
- Zapewnienie wiarygodności produktów rolnych - dzięki inspekcjom, rolnicy mogą uzyskać

- odpowiednie certyfikaty i atesty potwierdzające jakość i bezpieczeństwo swoich produktów, co wpływa na zwiększenie zaufania i lojalności klientów.
- Zmniejszenie ryzyka wypadków i chorób związanych z produkcją żywności – inspekcje pomagają w wykrywaniu i eliminacji czynników ryzyka z zakresu sanitarnego i higieny pracy.
- Dostęp do nowych rynków zbytu i kanałów dystrybucji - posiadanie certyfikatów i atestów potwierdzających jakość i bezpieczeństwo produktów pozwala rolnikom na zbycie swoich produktów na nowych rynkach i w nowych kanałach dystrybucji.
- Wsparcie w przypadku awarii - inspekcje umożliwiają szybkie wykrycie i ograniczenie szkód w przypadku awarii lub w przypadku wykrycia potencjalnych zagrożeń.

Polska jest jedna z tylko 5 krajów Unii Europejskiej, które zapewniają bezpieczeństwo żywności poprzez rozproszony system kontroli, w którym uczestniczą liczne inspekcje. We większości krajach UE, wprowadzono jedną instytucję odpowiedzialną za funkcje kontrolne w celu zapewnieniu spójności i zgodności funkcjonowania systemu kontroli bezpieczeństwa żywności. Art. 11 rozporządzenia UE nr 2017/625 wprowadził obowiązek przeprowadzaniem kontroli z zachowaniem wysokiego poziomu przejrzystości. Spełnienie tego wymogu ma kluczowe znaczenie dla rozwoju LRR zarówno z punktu widzenia rolników jak i konsumentów⁸.

Nieprzejrzystość systemu kontroli bezpieczeństwa żywności w Polsce ma podstawowe znaczenie dla rozwoju LRR z dwóch powodów. Rolnik musi być gotowy na kontrole różnych organów, których zakres kompetencji jest różnie interpretowany i mogą się w niektórych aspektach nakładać się na siebie. Z kolei konsument, nie jest w stanie w prosty sposób sprawdzić systemu i wyników kontroli bezpieczeństwa produktów zakupionych u rolnika.

Dla programowania modelu organizacyjnego LRR niezbędne jest zatem uwzględnienie różnych inspekcji, różnych procedur i sposobów przeprowadzania i raportowania wyników kontroli. Ważne w omawianym zakresie są uprawnienia kontrolne inspekcji odnośnie produkcji i sprzedaży żywności najważniejszych organów kontrolnych, tj.:

1. Główny Inspektor Ochrony Środowiska (IOŚ),
2. Główny Inspektor Ochrony Roślin i Nasiennictwa (IORiN),

⁸ Najwyższa Inspekcja Kontroli (NIK) stwierdziła jednak, że istniejący rozproszony system organów kontrolnych w Polsce jest nieadekwatny, dając niespójny i nieczytelny obraz bezpieczeństwa żywności. Wynika to z faktu, że każda inspekcja w różny sposób prowadzi kontrole i w różny sposób przekazuje informację do publicznej wiadomości., w tym też wyników kontroli, rodzaju i liczbie niezgodności. NIK rekomenduje utworzenia jednej, spójnej agencji z odpowiedzialnością za bezpieczeństwo żywności. Jest to jednak sprawa przyszłości ponieważ próby zadziałania w tym kierunku w ostatnich latach nie powiodły się.

3. Główny Inspektor Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych (IJHARS),
4. Główny Inspektor Sanitarny (PIS),
5. Główny Inspektor Weterynarii (PIW).

Rosnące zapotrzebowanie na żywnościowe produkty lokalne po stronie konsumenta, powoduje coraz częstsze przypadki fałszerstwa i nieuczciwej konkurencji. Nie chodzi tu o rozcieńczane soki, źle oznakowane masło czy zaniżoną masę sera w opakowaniu. Rolnicy i mali przetwórcy żywności muszą coraz częściej radzić sobie z podkładaniem produktu gorszej jakości czy też zamianą produkty na zupełnie inny przez nieuczciwych pośredników czy też sprzedawców. Coraz częściej nieuczciwi pośrednicy wyłudniają od rolników faktury czy też inne dokumenty poświadczające parametry ich produktu, aby następnie wykorzystać te zaświadczenia w sprzedaży produktu gorszej jakości lub produktu sfałszowanego.

W obliczu coraz bardziej powszechnego fałszowania żywności, możliwość sprzedaży bezpośredniej konsumentowi w sposób, który gwarantuje pochodzenie i autentyczność sprzedawanego produktu są niewątpliwie dużą przewagą konkurencyjną rolnika czy też małego przetwórcy. Fakt ten dostrzega konsument, który poszukuje coraz częściej żywność lokalną, wiadomego pochodzenia. Chodzi nie tylko o żywność świeżą, ale o żywność autentyczną. Dlatego też kupowanie prosto od rolnika staje się coraz bardziej popularne.

Skracanie łańcucha dostaw od producenta do konsumenta czyni z rolnika jako producenta rozpoznawalną markę związaną z produktem, który produkuje i sprzedaje. Budując swoją obecność i konkurencyjność na rynku, niezależnie od tego czy działa w pojedynkę czy też współpracując z innymi, rolnik prowadzący działalność rolniczą tak jak i mały przetwórca prowadzący działalność gospodarczą mogą objąć ochroną prawną swoje gospodarstwo rolne czy też przedsiębiorstwo wraz z produkcją żywności z nim związaną. Wyróżnić tu można 3 zakresy ochrony prawnej:

1. Ochrona w oparciu o kodeks cywilny.
2. Ochrona nazwy produktu.
3. Ochrona znaku towarowego.

Na gruncie prawa cywilnego rolnik jest przedsiębiorcą i może korzystać z ochrony dla firmy przewidzianej w Kodeksie cywilnym (tak samo jak przetwórca prowadzący działalność gospodarczą).

Przykład

Pan Jacek jest rolnikiem z Kaszowa. W ramach prowadzonej działalności rolniczej przetwarza i sprzedaje bezpośrednio jarzyny i owoce ze swojego gospodarstwa bezpośrednio konsumentom. Jego pomidory – pomidory od Pana Jacka – spotykają się z coraz większą renomą i są pożądane przez konsumentów. Niestety coraz częściej, Pan Jacek spotyka się z informacją, że niektóre sklepy i stragany sprzedają pomidory fałszywie przekazując informację, iż są to pomidory Pana Jacka z Kaszowa.

W tej sytuacji Pan Jacek jako rolnik mający zarejestrowaną sprzedaż bezpośrednią, dostawy bezpośrednie lub rolniczy handel detaliczny w ramach prowadzonej działalności rolniczej, tj. prowadzi przetwórstwo i sprzedaż w ramach działalności rolniczej, a tym samym w rozumieniu Kodeksu cywilnego przedsiębiorca, może skorzystać z prawa do ochrony swojej firmy przewidzianej w art. 4310 k.c. Gdy Pan Jacek zauważy, iż inne osoby sprzedają jego pomidory, podszywając się pod jego firmę może wezwać ww. osoby do zaprzestania naruszeń. Zabronione jest zarówno używanie nazwy firmy Pana Jacka, jak również jakichkolwiek znaków, symbolów czy naklejek na pomidorach sugerujących, ich sprzedawane pomidory są pomidorami Pana Jacka.

Ponadto Pan Jacek jako przedsiębiorca może dochodzić swoich praw na drodze sądowej, w tym żądać naprawienia poniesionej szkody. W razie naruszenia prawa do firmy, rolnik czy przetwórcza mogą również korzystać z innego sposobu ochrony, tj. ze środków przewidzianych dla ochrony dóbr osobistych, o ile spełnione są przesłanki ich stosowania (art. 23, 24, 43 i 448 k.c.): uprawnionemu przysługują roszczenia o: zaniechanie naruszania, usunięcie skutków naruszenia (w szczególności poprzez złożenie oświadczenia odpowiedniej treści i w odpowiedniej formie), zapłatę zadośćuczynienia lub zapłatę odpowiedniej sumy pieniężnej na wskazany cel społeczny, naprawienie szkody wyrządzonej wskutek naruszenia dóbr osobistych.

Przykład

Pan Jacek jest rolnikiem z Kaszowa. W ramach prowadzonej działalności rolniczej przetwarza i sprzedaje bezpośrednio jarzyny i owoce ze swojego gospodarstwa bezpośrednio konsumentom. Jego pomidory – pomidory od Pana Jacka – są uprawiane w sposób ekologiczny. Pan Jacek nie używa sztucznych nawozów i pestycydów. Reklamuje i sprzedaje swoje pomidory jako produkt lokalny i ekologiczny. Pani Kasia również jest rolnikiem z Kaszowa prowadzącym działalność gospodarczą, jednak w procesie uprawy i przetwórstwa jarzyn używa sztuczne nawozy, pestycydy i konserwanty. Pani Kasia udzieliła wywiadu dla gazety „Głos Kaszowa”, w którym to stwierdziła, iż pomidory Pana Jacka wcale nie są ekologiczne, lecz używa on sztucznych nawozów i pestycydów w procesie uprawy pomidorów.

W wywiadzie dla gazety „Głos Kaszowa” Pani Kasia naruszyła dobra osobiste w postaci dobrego imienia i reputacji firmy Pana Jacka, bowiem pomidory Pana Jacka zyskały popularność i zaufanie konsumentów jako produkty naturalne i ekologiczne. W takiej sytuacji Pan Jacek jako przedsiębiorca może skorzystać ze środków przewidzianych dla ochrony dóbr osobistych, m.in. wytoczyć powództwo o ochronę dóbr osobistych przedsiębiorcy.

Kolejnym sposobem ochrony na gruncie Kodeksu cywilnego jest ochrona nazwy przedsiębiorstwa, realizowana również w oparciu o przepisy o ochronie dóbr osobistych. W art. 551 pkt 1 k.c. ustawodawca wyróżnia bowiem nazwę przedsiębiorstwa (oznaczenie

indywidualizujące przedsiębiorstwo lub jego wyodrębnione części) spośród składników przedsiębiorstwa, które definiuje jako zorganizowany zespół składników niematerialnych i materialnych przeznaczonym do prowadzenia działalności gospodarczej, a zatem nazwa

Przykład

Pan Jacek jest rolnikiem z Kaszowa, znany powszechnie jako „Jacek z Kaszowa”. W ramach prowadzonej działalności rolniczej przetwarza i sprzedaje bezpośrednio jarzyny i owoce ze swojego gospodarstwa bezpośrednio konsumentom. Jego pomidory – pomidory od Pana Jacka – cieszą się coraz większą renomą i są pożądane przez konsumentów. Niestety coraz częściej, Pan Jacek spotyka się z informacją, że niektóre sklepy i stragany sprzedają inne pomidory jako – pomidory Pana Jacka z Kaszowa. W zeszłym tygodniu Pan Jacek widział, iż Pani Zosia handlująca na Hali Targowej w Krakowie nad swoim straganem wywiesiła szyld „Pomidory Pana Jacka”.

W tej sytuacji została naruszona nazwa przedsiębiorstwa Pana Jacka, który może dochodzić swoich praw w oparciu o przepisy o ochronie dóbr osobistych, m.in. żądać usunięcia szyldu czy też naprawienia szkody.

Dla produktów lokalnych, ważną możliwością ochrony prawnej to ochrony nazw zarejestrowanych jako chronione nazwy oznaczenia geograficznego lub chronione nazwy pochodzenia oraz zarejestrowane nazwy jako gwarantowane tradycyjne specjalności.

Jednym z podstawowych sposobów realizacji unijnej polityki jakości (ang. Quality Policy) jest wyróżnianie znakami potwierdzającymi wysoką jakość wyrobów rolno-spożywczych pochodzących z konkretnych regionów, jak też charakteryzujących się tradycyjną metodą produkcji. Za sprawą systemu ochrony i promocji produktów regionalnych i tradycyjnych chroni się także dziedzictwo kulturowe wsi, co w dużym stopniu przyczynia się do zwiększenia atrakcyjności terenów wiejskich i rozwoju agroturystyki i turystyki wiejskiej⁹.

Ochrony znaku towarowego odnosi się do wartości marki: jej filozofia, know-how, personel, produkty oraz wartości niematerialne, które zawierają się w jednym symbolu – znaku towarowym. To znak towarowy stanowi kwintesencję marki i reprezentuje związane z nią energię, zaangażowanie i know-how. Aby skorzystać z praw przysługujących ochronie znaku towarowego, rolnik prowadzący gospodarstwo rolne musi wybrać (samodzielnie lub poprosić o zaprojektowanie grafika) znak towarowy oraz go zarejestrować. Od tej pory będzie korzystał z poniżej opisanej ochrony znaku towarowego.

Zarejestrowany znak towarowy jest chroniony prawem. Ma on charakter monopolu, a więc przysługuje jedynie jego właścicielowi. W odróżnieniu od innych sposobów ochrony interesów

⁹ Na szczeblu krajowym, Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi prowadzi Listę Produktów Tradycyjnych. Więcej: <https://www.polskasmakuje.pl/jakich-certyfikatow-szukac/>

przedsiębiorcy prawem ochronnym na zarejestrowany znak towarowy rządzą proste i przejrzyste zasady. Ich przejrzystość powoduje, że prawo ochronne na znak towarowy jest skutecznym narzędziem obrony w przypadku naruszenia praw do takich oznaczeń i wszelkich sporów sądowych. Praktykuje się kilka rodzajów ochrony znaku towarowego:

1. Indywidualny znak towarowy przysługuje tylko jednemu uprawnionemu, zapewniając używanie znaku towarowego na wyłączność temu podmiotowi, na którego rzecz znak towarowy został zarejestrowany.

Przykład

Pan Jacek zarejestrował znak towarowy w postaci grafiki przedstawiającej pomidor wraz z napisem zawierającym nazwę firmy, tj. „Pomodoro” Jacek Nowak. W tej sytuacji, od dnia zarejestrowania znaku towarowego tylko Pan Jacek może posługiwać się ww. znakiem towarowym.

2. Wspólne prawo ochronne jest udzielane na znak towarowy, przeznaczony do używania przez kilka osób, w tym przedsiębiorców, którzy zgłosili go wspólnie, jeżeli używanie takie nie jest sprzeczne z interesem publicznym i nie ma na celu wprowadzenia odbiorców w błąd, w szczególności, co do charakteru, przeznaczenia, jakości, właściwości lub pochodzenia towarów. Zasady używania znaku towarowego na podstawie wspólnego prawa ochronnego określa regulamin znaku przyjęty przez tych przedsiębiorców, który należy dołączyć do podania.

Przykład

Pan Jacek prowadzący działalność gospodarczą pod firmą „Pomodoro”, Pani Jasi prowadząca działalność gospodarczą pod firmą „Jarzynki.pl” oraz Pan Krzysiek prowadzący działalność gospodarczą pod firmą „Pomidor2” produkują i sprzedają pomidory, które cieszą się coraz większym uznaniem. W obliczu licznego podszywania się pod ich produkty, bezprawnego powielania wypracowanego przez nich sposobu produkcji tzw. know-how, postanowili wspólnie zadbać o ochronę naturalnych produktów z Kaszowa i zarejestrowali wspólnie znak towarowy „Pomidory z Kaszowa”. W tej sytuacji autorski, wypracowany przez Pana Jacka, Panią Jasię i Pana Krzyśka sposób uprawy ekologicznych pomidorów podlega ochronie prawnej.

3. Wspólny znak towarowy jest przeznaczony do używania przez organizację posiadającą osobowość prawną, która została powołana do reprezentowania interesów przedsiębiorców oraz przedsiębiorców w niej zrzeszonych. Prawo ochronne na znak towarowy może zostać udzielone tylko na rzecz organizacji. Zasady używania w obrocie wspólnego znaku towarowego przez organizację oraz przez zrzeszone w niej podmioty określa regulamin

Przykład

Spółka „Pan Jacek i Wspólnicy” spółka jawna produkuje i sprzedaje pomidory, które cieszą się coraz większym uznaniem. W obliczu licznego podszywania się pod ich produkty, bezprawnego powielania wypracowanego przez nich sposobu produkcji tzw. know-how, postanowili wspólnie zadbać o ochronę naturalnych produktów z Kaszowa i zarejestrowali wspólny znak towarowy „Eko-pomidory z Kaszowa”. W tej sytuacji, znak towarowy „Eko-pomidory z Kaszowa” przysługuje spółce.

Każde przedsięwzięcie budowania rynku lokalnego w oparciu o rozwiązanie krótkiego łańcucha dostaw musi bezwzględnie uwzględniać obowiązujące prawo, w szczególności w zakresie bezpieczeństwa żywności i fiskusa. Prawo europejskie i prawo krajowe tworzą przepisy prawa, w ramach których producenci, konsumenci, organizatorzy, promotorzy i regulatorzy współtworzą rynki lokalne. Prawo jest dynamiczne i dostosowywane do zmieniających się uwarunkowań rynkowych (np. nowelizacje przepisów Rolniczego Handlu Detalicznego, działalności Marginalnej Ograniczonej Lokalnej).

Rola regulatorów polega na zapewnieniu, że działania na rzecz rozwoju lokalnego rynku odbywają się zgodnie z obowiązującym prawem, zapewniając w ten sposób bezpieczeństwo żywności (Inspekcja Weterynaryjna, Inspekcja Sanitarna), uczciwą konkurencję (Inspekcja Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych), zgodność z prawem podatkowym (Urzędy Skarbowe) i inne. Regulatorzy są kluczowym interesariuszem w budowaniu rynków lokalnych.

Regulacje prawne dotyczące produkcji i przetwórstwa żywności w skali nieprzemysłowej wynikają z różnych ustaw i rozporządzeń. Każdy rolnik i przetwórcza muszą zastosować odpowiednie przepisy do swojej sytuacji, wybierając podstawę prawną dla swojej działalności (tj. dostawy bezpośrednie, sprzedaż bezpośrednia, RHD, MLO). Nie jest to łatwy i oczywisty proces pomimo licznych poradników i szkoleń. Pomoc i wsparcie w tym zakresie to jedna z potencjalnych korzyści wynikających z działalności zbiorowej.

Rolnik i jego produkty żywnościowe stanowią podstawę dla budowania wartości rynku lokalnego. Z biegiem czasu to rolnik wraz ze swoimi produktami kreuje markę, którą może chronić w oparciu o kodeks cywilny oraz przepisów ochrony nazwy i ochrony znaku towarowego.

Aspekty podatkowe rozwoju LRR

Sprzedaż produktów rolnych w ramach LRR może być korzystnym sposobem dystrybucji i sprzedaży dla rolników. Podkreśla się jednak (Woźniak (2021), Piekarska-Bórawska (2021), Kujawa-Solak (2021), Sabinewicz (2021), Rutkowska i Jadczyk (2021), że wiąże się to z pewnymi problemami prawnopodatkowymi, które wymagają od rolników znajomości i przestrzegania odpowiednich przepisów prawa, zarówno krajowego, jak i unijnego. Zwraca się tutaj na 4 aspekty (Danielewski, 2016; Michałowski, 2017; Piekarska-Bórawska, 2021; Rutkowska i Jadczyk, 2021) tj.:

1. Bezpieczeństwo żywności - sprzedaż bezpośrednia produktów rolnych wymaga przestrzegania surowych przepisów sanitarnych i epidemiologicznych. Znajomość tych

przepisów przez producentów i handlowców pozwala na zapewnienie klientom bezpieczeństwa żywności, co z kolei buduje ich zaufanie i sprzyja rozwojowi lokalnych rynków rolnych.

2. Identyfikacja producentów rolnych - prowadzenie sprzedaży bezpośredniej wymaga rejestracji i identyfikacji producentów rolnych. Znajomość przepisów dotyczących rejestracji ułatwia producentom prowadzenie swojej działalności zgodnie z przepisami, które odnoszą się do ich specyficznej sytuacji. To sprzyja rozwojowi lokalnego rynku rolnego poprzez budowanie wiarygodności.
3. Księgowość i podatki - prowadzenie sprzedaży bezpośredniej wymaga rzetelnego prowadzenia księgowości oraz znajomości przepisów podatkowych. Dobre zarządzanie finansowe pozwala na zwiększenie rentowności działalności indywidualnej i zbiorowej, a tym samym przyczynia się do rozwoju lokalnych rynków rolnych.
4. Ułatwienie kontaktu z klientami - wiedza na temat podstaw prawnych i księgowych pozwala producentom rolnym, konsumentom, promotorom oraz organizatorom LRR na lepsze zrozumienie potrzeb i wzajemnych oczekiwań swoich. Pozwala to na lepsze zaspokajanie ich potrzeb i budowanie trwałych relacji sprzedażowych, opartych na wzajemnym zaufaniu, co w dłuższej perspektywie przyczynia się do rozwoju lokalnych rynków rolnych.

Polskie prawo jednoznacznie odróżnia działalność rolniczą od działalności gospodarczej. Działalność rolnicza polega na uzyskiwaniu plonów w stanie nieprzetworzonym z własnych upraw, bądź też produktów zwierzęcych z własnego chowu. Możliwości prowadzenia sprzedaży bezpośredniej on-line na linii rolnik-konsument są uwarunkowane obowiązującymi przepisami podatkowymi oraz regulacjami możliwych form sprzedaży bezpośredniej w zakresie działalności rolniczej. Istotne jest również czy rolnik prowadzi działalność na zasadzie ryczałtowej, jakie produkty produkuje i jakie uzyskuje dochody.

Rolnik rozlicza się zgodnie z aktualnie obowiązującymi przepisami na podstawie odpowiednich dokumentów księgowych, które są zależne od specyfiki prowadzonej działalności. Rolnik prowadzący sprzedaż produktów rolnych na zasadzie tzw. „Małego Ruchu Gospodarczego” (do 150 tys. euro obrotów rocznie), może prowadzić rachunkowość w formie uproszczonej - książki przychodów i rozchodów (KPiR) albo wg zasad ogólnych czyli pełnej księgowości z zastosowaniem podwójnego zapisu.

Rolnik, który posiada gospodarstwo rolne i uzyskuje dochody z wielu źródeł, musi prowadzić pełną księgowość oraz sporządzać dokumenty księgowe takie jak:

- Księgę Przychodów i Rozchodów (KP i KPiR),

- Ewidencje Zakupu VAT,
- Rejestr Księgowy VAT,
- Księgę Wydatków Osobistych.

Rolnik, który prowadzi sprzedaż bezpośrednią, powinien wystawiać rachunki bądź faktury VAT-RR. Rolnik, którego wartość przychodów ze sprzedaży produktów rolnych nie przekracza limitów przychodów określonych przez prawo podatkowe (aktualnie 200.000 zł/rocznie), może wystawić rachunek bez podatku VAT. Natomiast rolnik, który uzyskał przychody ze sprzedaży produktów rolnych przekraczające te limity, zobowiązany jest być podatnikiem VAT i wystawiać faktury VAT.

Wielu rolników prowadzących działalność rolniczą i sprzedaż bezpośrednią w stosunkowo małej skali to rolnicy ryczałtowi. Rolnik ryczałtowy to jeden ze sposobów opodatkowania działalności rolniczej w Polsce. W przypadku opodatkowania ryczałtowego, rolnik odprowadza podatek ryczałtowy zamiast podatku dochodowego od osiągniętego dochodu. Korzyści tej formy rozliczeń dla rolnika to m. in.:

- Prostota - status rolnika ryczałtowego jest relatywnie prosty w stosowaniu, ponieważ nie wymaga on prowadzenia skomplikowanej księgowości w porównaniu do pełnej księgowości.
- Stałe koszty zarządzania - opodatkowanie ryczałtowe ma charakter jednorazowej opłaty, dzięki czemu rolnik wie dokładnie, jakie będzie miał koszty zarządzania swoją działalnością.
- Dla niskiego dochodu może być korzystniejszy - rolnik, który osiąga niewielki dochód, może korzystać z korzystniejszych dla siebie stawek podatkowych.
- Rozliczenie podatku raz na rok - rolnik ryczałtowy rozlicza się z fiskusem raz w roku, co jest korzystne dla osób prowadzących działalność o regularnym obrocie.
- Możliwość zastosowania ulg podatkowych - rolnik, który korzysta z tzw. „małego ryczałtu”, może skorzystać z ulg podatkowych na podstawie posiadanego gospodarstwa.

Wybór rozliczenia ryczałtowego wiąże się jednak z pewnymi ograniczeniami, takimi jak brak możliwości odliczenia kosztów uzyskania przychodu. Rolnik ryczałtowy może zostać uznany za podatnika ryczałtu ewidencjonowanego, na zasadach określonych przez ustawę o podatku dochodowym od osób fizycznych. Podatek ryczałtowy za rok podatkowy obliczany jest w oparciu o tzw. normy wynikające z ustawy. Rolnik ryczałtowy może prowadzić następujące rodzaje działalności rolniczej:

- uprawy roślinne (w tym produkcyjną hodowlę roślin),
- chów zwierząt (w tym produkcję zwierzęcą),

- gospodarowanie lasami, wyłącznie w zakresie prowadzenia szkółek leśnych,
- chów lub hodowlę ryb w ramach prowadzenia gospodarstwa rybackiego.

Rolnik ryczałtowy nie ma obowiązku prowadzenia księgi przychodów i rozchodów, a jego obowiązki podatkowe są minimalne. Niemniej jednak, taki podatnik musi prowadzić ewidencję podstawy opodatkowania oraz fakturować swoje dostawy towarów. Z punktu widzenia obowiązków prawnych i podatkowych rolnika, nie jest istotne czy sprzedaż jego produktów odbywa się on-line czy bezpośrednio w fizycznym miejscu sprzedaży. Istotne jest czy sprzedaż jest bezpośrednia, tj. transakcja odbywa się z klientem końcowym zgodnie z przepisami regulującymi możliwe formy sprzedaży bezpośredniej czy też występuje pośrednik.

Dokumentacja księgowa rolnika jest podobna do innych przedsiębiorców, ale zawiera specyficzne elementy charakterystyczne dla działalności rolniczej. Księgowość rolnicza różni się od księgowości prowadzonej przez przedsiębiorców ponieważ:

1. Księga przychodów i rozchodów (KPiR) może być prowadzona w sposób uproszczony. Trzeba ją założyć albo z dniem 1 stycznia (nowy rok podatkowy), albo z dniem rozpoczęcia działalności rolniczej. Należy również pamiętać o konieczności jej zbroszowania a także o jej ponumerowaniu. W KPiR zapisywane są dokładne informacje o dochodach i kosztach. Do dowodów księgowych należą:
 - zestawienia dochodów (w rozliczeniu dziennym),
 - noty księgowe dokonywane w celu wykonania korekty zapisów w dokumentacji oraz dowody przesunięć środków wchodzących w skład majątku gospodarstwa rolnego,
 - dowody opłat poniesionych z tytułu zapłaty za usługi pocztowe lub bankowe
 - pozostałe dowody opłat, realizowane również na podstawie dedykowanych książeczek.
2. Każde zdarzenie udokumentowane w musi być powiązane z określonym dokumentem (np. PZ, Fakturą VAT itd.).
3. KPiR musi znajdować się w siedzibie rolnika albo w biurze rachunkowym o ile prowadzi ono księgowość rolnika. Jeśli KPiR jest przechowywany przez biuro rachunkowe, należy powiadomić o tym naczelnika Urzędu Skarbowego (do 7 dni od rozpoczęcia działalności). Informacja ta powinna zostać przesłana do Urzędu, który jest tożsamy dla miejsca zamieszkania danego rolnika.

Obowiązki rolnika w zakresie wystawiania dokumentów sprzedaży zależą od kilku czynników. Trzy są najważniejsze to:

- forma prowadzenia działalności (tj. dostawy bezpośrednie, sprzedaż bezpośrednia, rolniczy handel detaliczny czy też z działalnością marginalną, lokalną, ograniczoną (MLO),
- wartości obrotów,

- rodzaj sprzedawanych produktów (tj. mieć ważną książeczkę hodowlaną lub inny dokument uprawniający do sprzedaży takich produktów na terenie kraju).

Rolnik prowadzący sprzedaż produktów rolnych na zasadzie jednej z form prawnych sprzedaży bezpośredniej może wystawiać tylko rachunki lub faktury VAT-RR, jeżeli nie przekroczył limitów przychodów określonych przez prawo podatkowe (aktualnie 200.000 zł rocznie). Z kolei, jeśli wartość sprzedaży przekroczyła te limity, rolnik musi być zarejestrowany jako podatnik VAT i wystawiać faktury VAT.

Ustawa VAT nakłada na większość podatników obowiązek odpowiedniego dokumentowania dokonywanych transakcji sprzedaży. Istotnym wyjątkiem jest w tym wypadku rolnik ryczałtowy, wobec którego określono szeroką gamę zwolnień z obowiązków, w tym również z obowiązku dokumentowania.

Zgodnie z art. 43 ust. 1 pkt 3 ustawy VAT zwalnia się od podatku dostawę produktów rolnych pochodzących z własnej działalności rolniczej dokonywaną przez rolnika ryczałtowego oraz świadczenie usług rolniczych przez rolnika ryczałtowego. Jak wskazano, wobec rolnika ryczałtowego przewidziano wiele ograniczeń co do obowiązków podatkowych. Rolnik ryczałtowy w zakresie prowadzonej działalności rolniczej dostarczający produkty rolne jest zwolniony z obowiązku:

- wystawiania faktur,
- prowadzenia ewidencji dostaw i nabyć towarów i usług,
- składania w urzędzie skarbowym deklaracji podatkowej,
- dokonywania zgłoszenia rejestracyjnego.

W sytuacji, gdy transakcji z rolnikiem ryczałtowym dokonuje podatnik prowadzący działalność gospodarczą, obowiązek wystawienia faktury spoczywa na nabywcy. Ta specyficzna reguła wynika z art. 116 ust. 1 ustawy VAT, który mówi, że podatnik zarejestrowany jako podatnik VAT czynny nabywający produkty rolne od rolnika ryczałtowego wystawia w dwóch egzemplarzach fakturę dokumentującą nabycie tych produktów. Oryginał faktury jest przekazywany dostawcy. Tego rodzaju faktura jest oznaczana jako faktura VAT RR. Powinna ona zawierać:

- imię i nazwisko lub nazwę albo nazwę skróconą dostawcy i nabywcy oraz ich adresy;
- numer identyfikacji podatkowej lub numer PESEL dostawcy i nabywcy;
- datę dokonania nabycia oraz datę wystawienia i numer kolejny faktury;
- nazwy nabytych produktów rolnych;
- jednostkę miary i ilość nabytych produktów rolnych oraz oznaczenie (opis) klasy lub jakości tych produktów;

- cenę jednostkową nabytego produktu rolnego bez kwoty zryczałtowanego zwrotu podatku;
- wartość nabytych produktów rolnych bez kwoty zryczałtowanego zwrotu podatku;
- stawkę zryczałtowanego zwrotu podatku;
- kwotę zryczałtowanego zwrotu podatku od wartości nabytych produktów rolnych;
- wartość nabytych produktów rolnych wraz z kwotą zryczałtowanego zwrotu podatku;
- kwotę należności ogółem wraz z kwotą zryczałtowanego zwrotu podatku, wyrażoną cyfrowo i słownie;
- czytelne podpisy osób uprawnionych do wystawienia i otrzymania faktury lub podpisy oraz imiona i nazwiska tych osób.

Jeżeli towary od rolnika ryczałtowego nabywa osoba fizyczna nieprowadząca działalności gospodarczej, to nie wystawia ona faktury VAT RR. Również rolnik ryczałtowy nie ma obowiązku wystawienia faktury, ponieważ jest on ustawowo zwolniony z tego obowiązku. Należy także podkreślić, że zgodnie z art. 106b ust. 3 pkt 2 ustawy VAT na żądanie nabywcy towaru lub usługi podatnik jest obowiązany wystawić fakturę dokumentującą sprzedaż zwolnioną, o której mowa w art. 43 ust. 1, art. 113 ust. 1 i 9 ustawy, jeżeli żądanie jej wystawienia zostało zgłoszone w terminie 3 miesięcy, licząc od końca miesiąca, w którym dostarczono towar lub wykonano usługę bądź otrzymano całość lub część zapłaty.

Zgodnie z art. 111 ust. 1 ustawy VAT podatnicy dokonujący sprzedaży na rzecz osób fizycznych nieprowadzących działalności gospodarczej są obowiązani prowadzić ewidencję sprzedaży przy zastosowaniu kas rejestrujących. Rolnik ryczałtowy jest zwolniony z obowiązku posiadania kasy fiskalnej, co oznacza, że nie musi wystawiać paragonu w przypadku dokonywania sprzedaży towarów na rzecz osób fizycznych nieprowadzących działalności gospodarczej. Jeżeli towary od rolnika ryczałtowego nabywa osoba fizyczna nieprowadząca działalności gospodarczej, to nie wystawia ona faktury VAT RR. Również rolnik ryczałtowy nie ma obowiązku wystawienia faktury, ponieważ jest on ustawowo zwolniony z tego obowiązku.

Rolnik ryczałtowy nie ma ustawowego obowiązku wystawiania faktury, jednakże nic nie stoi na przeszkodzie, aby dobrowolnie taki dokument wystawił. Transakcja może zostać udokumentowana umową sprzedaży w rozumieniu Kodeksu Cywilnego

Tabela 2. Zestawienie dokumentów finansowych w poszczególnych formach działalności

<p>Rolniczy Handel Detaliczny</p>	<p>Rolnik prowadzący sprzedaż na zasadzie rolniczego handlu detalicznego powinien wystawiać następujące dokumenty finansowe:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Paragon fiskalny - jest to dokument potwierdzający dokonanie sprzedaży i jest wystawiany w momencie sprzedaży produktów lub usług. • Rachunek - dokument ten może zostać wystawiony na życzenie klienta w celu potwierdzenia zakupów. • Książka przychodów i rozchodów (KPiR) – indywidualne gospodarstwa rolne są obowiązane prowadzić KPiR, w którym zapisywane są przychody i koszty gospodarstwa. Wpisy do KPiR powinny być wykonywane na bieżąco, a ich podsumowanie powinno następować raz w miesiącu. • Faktura VAT - w przypadku przekroczenia określonych progów sprzedaży, rolnik może być zobowiązany do wystawienia faktury VAT. • Paragon samoobsługowy - w przypadku rolniczego handlu detalicznego prowadzonego przy wykorzystaniu automatów z płatnościami elektronicznymi, wymagane jest stosowanie paragonów samoobsługowych. Paragon samoobsługowy to dokument potwierdzający sprzedaż towarów lub usług, otrzymywany przez klienta w ramach samodzielnej obsługi kasy fiskalnej bądź urządzenia rejestrującego. W przeciwieństwie do tradycyjnego paragonu, w którym sprzedawca wystawia dokument sprzedaży i przekazuje go klientowi, w przypadku paragonu samoobsługowego to klient samodzielnie dokonuje operacji wydruku paragonu po dokonaniu płatności. Paragony samoobsługowe nie są podpisane przez sprzedawcę ani nie wymagają potwierdzenia przez klienta, ponieważ transakcję potwierdza sam system kasy fiskalnej lub urządzenia rejestrującego. Paragon samoobsługowy, podobnie jak tradycyjny paragon, jest dowodem zakupu i daje prawo do zwrotu lub reklamacji towarów. W Polsce, paragon samoobsługowy jest jednym z dokumentów finansowych, jakie można wystawić przy sprzedaży bezpośredniej, obok tradycyjnego paragonu i faktury VAT.
<p>Dostawy Bezpośrednie</p>	<p>Rolnik prowadzący sprzedaż produktów rolniczych na zasadzie dostaw bezpośrednich z gospodarstwa rolnego powinien wystawiać następujące dokumenty finansowe w Polsce:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Faktura VAT - w przypadku rolnika, który nie przekracza limitów przychodów określonych przez prawo podatkowe i nie jest zarejestrowany jako podatnik VAT, może wystawić fakturę VAT-RR, czyli rachunkową fakturę uproszczoną bez podatku VAT. Faktury tego rodzaju muszą zawierać datę wystawienia, numer faktury, dane kupującego, szczegółowy opis towarów lub usług, ceny i wartości sprzedaży. 2. Książka Przychodów i Rozchodów (KPiR) - w Polsce rolnicy prowadzący sprzedaż produktów rolnych na zasadzie dostaw bezpośrednich mają możliwość prowadzenia Księgi Przychodów i Rozchodów (KPiR). W KPiR zapisywane są dochody, koszty i wydatki związane z prowadzeniem działalności rolniczej. 3. Paragon - podobnie jak w przypadku sprzedaży na zasadzie rolniczego handlu detalicznego, w przypadku sprzedaży na zasadzie dostaw bezpośrednich następuje wystawienie paragonu fiskalnego lub samoobsługowego. <p>Ważne jest, aby Rolnik prowadzący sprzedaż produktów rolniczych na zasadzie dostaw bezpośrednich pamiętał o prawidłowym wystawianiu dokumentów finansowych, które są wymagane przepisami prawa.</p>
<p>Sprzedaż Bezpośrednia</p>	<p>Rolnik prowadzący sprzedaż produktów rolnych na zasadzie sprzedaży bezpośredniej (np. na targowiskach) powinien wystawiać następujące dokumenty finansowe w Polsce:</p>

	<ol style="list-style-type: none"> 1. Paragon - jest to podstawowy dokument potwierdzający dokonanie transakcji, powinien zawierać między innymi datę transakcji, wartość transakcji, opis produktów, dane sprzedawcy i nabywcy. 2. Faktura VAT - w przypadku, gdy w ciągu poprzedniego roku obrót brutto sprzedającego przekroczył odpowiedni limit (obecnie wynoszący 200 000 PLN), rolnik jest zobowiązany do płacenia podatku VAT oraz podlega obowiązkowi wystawiania faktury VAT. 3. Książka Przychodów i Rozchodów (KPiR) - w Polsce rolnicy prowadzący sprzedaż produktów rolnych na zasadzie sprzedaży bezpośredniej mają możliwość prowadzenia Księgi Przychodów i Rozchodów (KPiR). W KPiR zapisywane są dochody, koszty i wydatki związane z prowadzeniem działalności rolniczej. <p>Warto podkreślić, że rolnik prowadzący na terenie kraju sprzedaż produktów rolnych musi zgodnie z obowiązującymi przepisami posiadać ważną książeczkę hodowlaną lub dokument uprawnień. Dzięki temu nabywca ma pewność, że produkt pochodzi z legalnego oraz bezpiecznego źródła.</p>
<p>Marginalna, Lokalna, Ograniczona</p>	<p>Rolnik prowadzący sprzedaż produktów rolnych na zasadzie działalności marginalnej, lokalnej i ograniczonej (MLO) w Polsce powinien wystawiać następujące dokumenty finansowe:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Rachunek - w przypadku MLO wystawia się rachunki za sprzedane produkty. Rachunek powinien zawierać między innymi datę transakcji, wartość sprzedaży, opis sprzedanych produktów, dane sprzedawcy i nabywcy. 2. Zaświadczenie o wpłacie podatku - w przypadku, gdy rolnik przyjął zaliczkę lub przedpłatę z tytułu sprzedaży, powinien wystawić zaświadczenie o wpłacie podatku, które jest potwierdzeniem wpłacenia zaliczki oraz stanowi podstawę do wystawienia faktury VAT. 3. Książka przychodów i rozchodów (KPiR) - jak również w przypadku innych rodzajów działalności prowadzonej jako firma jednoosobowa czy spółka cywilna, rolnicy prowadzący sprzedaż na zasadzie MLO mogą także wybrać prowadzenie Księgi Przychodów i Rozchodów (KPiR) - w KPiR rejestrowane są przychody, koszty i rozchody związane z prowadzeniem działalności rolniczej (łącznie z MLO).

Rolnik powinien zadbać o prowadzenie sprzedaży swoich produktów przetworzonych i nieprzetworzonych zgodnie z aktualnymi przepisami podatkowymi oraz sanitarnymi z kilku powodów takiej jak:

1. Zagwarantowanie legalności działalności - prowadzenie sprzedaży bez zachowania obowiązujących przepisów może skutkować utratą ważnych dokumentów oraz konsekwencjami finansowymi i prawnymi dla rolnika.
2. Bezpieczeństwo konsumentów - przestrzeganie przepisów sanitarnych pozwala zapewnić, że produkty rolnika nie stanowią zagrożenia dla zdrowia i życia konsumentów. Odpowiednie metody przechowywania produktów oraz ich sprzedaż w zgodzie z regulacjami zapewnią, że nie zostaną one skażone i poddadzą się konsumentów ryzyku zatrucia. Oznacza to zapewnienie, że prowadzona działalność jest zgodna ze wszystkimi obowiązującymi przepisami.

3. Otrzymanie preferencyjnych stawek podatkowych i zwolnień - stosowanie się do aktualnych regulacji pozwala na skorzystanie z ulg podatkowych i zwolnień z podatków, co wpływa bezpośrednio na wzrost zysków uzyskiwanych z prowadzonej działalności.
4. Budowanie pozytywnego wizerunku marki - przestrzeganie regulacji, dbałość o jakość produktów oraz posiadanie wszelkich niezbędnych dokumentów, żetonów i atestów zwiększa wiarygodność firmy i zwiększa zaufanie konsumentów.

Działanie wspólnie grupy rolników (i konsumentów) jakie ma miejsce w LRR przynosi potencjalne korzyści w zakresie monitorowania i zapewniania, że indywidualnie prowadzona działalność każdego członka grup odbywa się zgodnie z obowiązującymi przepisami. Mając na uwadze fakt, że obowiązujące przepisy nie są jednoznaczne i również ulegają zmianie, koszty i ryzyka śledzenia i analizowania czy prowadzona działalność jest zgodna z przepisami przez rolnika działającego w pojedynkę są spore. Oznacza to, że jedna z podstawowych korzyści modelu LRR powinna być w zakresie zapewnienia partycypującym rolnikom (i konsumentom), że prowadzona działalność sprzedażowa odbywa się zgodnie z obowiązującymi przepisami.

Działanie zbiorowe grupy rolników współtworzących LRR może przyczynić się do zapewnienia, że każdy z nich prowadzi swoją działalność zgodnie z obowiązującymi przepisami w kilku sposób:

- Wspólna wymiana wiedzy i doświadczeń - grupa rolników może skutecznie wymieniać wiedzę i doświadczenie na temat aktualnych przepisów i dobrych praktyk w dziedzinie funkcjonowania na rynku, umacniając w ten sposób swoją wiedzę na temat realizacji najważniejszych wymogów prawnych.
- Wspólne szkolenia - grupa rolników może zorganizować wspólne szkolenia dla swoich członków, na których omawiane są aktualne przepisy dotyczące prowadzenia działalności rolniczej, co pozwala na pełniejsze zrozumienie wymogów prawnych i unikanie błędów. Tu istotną rolę mogą odegrać promotorzy LRR jak np. Izby Rolnicze, Ośrodki Doradztwa Rolniczego czy też Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi.
- Wspólne kontrole - rolnicy z grupy mogą dokonywać wzajemnych kontroli swoich gospodarstw, a także informować władze sanitarno-epidemiologiczne lub podatkowe o przypadkach, które mogą stanowić zagrożenie dla zdrowia lub interesów konsumentów.
- Wspólne inwestycje - grupa rolników może zdecydować się na wspólną inwestycję w obronę przestrzegania przepisów sanitarnych oraz podatkowych, co pozwala na ograniczenie kosztów i zwiększenie efektywności działań. Może to być na przykład w postaci podjęcia długofalowej współpracy z wybraną kancelarią prawną/podatkową albo

wbudowanie możliwość korzystania z porad prawnych/księgowych w cyfrowe rozwiązania wspierające rozwój LRR.

Instrumenty finansowe dla rozwoju LRR

W Polsce dostępne są różne produkty finansowe, które mogą pomóc rolnikom w finansowaniu swoich działalności, rozwijaniu gospodarstw oraz modernizacji wykorzystywanych technologii. Poniżej zaprezentowano kilka przykładów:

1. Kredyty rolnicze - to kredyty dostępne dla rolników na różnego rodzaju inwestycje, np. zakup ziemi rolnej, budowę i modernizację infrastruktury gospodarczej, inwestycje w maszyny i urządzenia rolnicze czy zakup zwierząt hodowlanych. Kredyty rolnicze oferowane są przez m.in. Bank Gospodarstwa Krajowego czy Agencję Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa.
2. Dotacje i bezzwrotne środki z Unii Europejskiej - Farmerzy mają możliwość ubiegania się o różnego rodzaju dotacje ze środków Unii Europejskiej, np. na modernizację gospodarstw, wprowadzenie nowych technologii, szkolenia oraz wiele innych. Dotacje te są finansowane ze środków funduszy unijnych, takich jak Fundusz Rozwoju Obszarów Wiejskich.
3. Kredyty preferencyjne - to kredyty dostępne dla rolników na preferencyjnych warunkach. Pierwszym ich przykładem są kredyty preferencyjne z Banku Gospodarstwa Krajowego, które umożliwiają rolnikom finansowanie inwestycji na preferencyjnych warunkach. Kolejnym przykładem są kredyty z Funduszu Gwarantowanych Świadczeń Pracowniczych.
4. Leasing - to usługa, która umożliwia pozyskanie nowych maszyn i urządzeń rolniczych na preferencyjnych warunkach. Decydując się na leasing rolniczy, rolnicy nie muszą ponosić kosztów początkowych związanych z zakupem urządzeń i maszyn, a raty leasingowe są rozłożone w czasie.
5. Ubezpieczenia rolnicze - to rozwiązania, które umożliwiają zabezpieczenie produkcji i zaspokojenia wymagań finansowych. W Polsce oferowane są różnego rodzaju ubezpieczenia, np. ubezpieczenia plonów, ubezpieczenia zwierząt, ubezpieczenia infrastruktury gospodarczej czy ubezpieczenia rolników.

Środki finansowe dostępne dla rozwoju rynków lokalnych są prawie wyłącznie środkami publicznymi., chociaż są już w Polsce próby pozyskania kapitału na budowanie rynków lokalnych poprzez:

- crowd -funding - Akcjonariat Pora na Pola Spółka Akcyjna,
- pozyskaniu inwestorów prywatnych,
- inwestorów impaktowych.

Przedsięwzięcia budowania lokalnych rynków opierają swoją działalność na współpracy (często nieformalnej) pomiędzy rozproszonymi geograficznie producentami i konsumentami. Często napotykają na trudności związane z zapewnieniem środków finansowych dla prowadzenia działalności oraz dla inwestowania w nowe rozwiązania organizacyjne, technologie i urządzenia – zarówno jako rozwiązania systemowe (wspólne), jak i potrzeby indywidualne partycypujących producentów. Banki i instytucje są często niechętne do inwestowania ze względu na postrzegany wysoki poziom ryzyka i brak technologicznych i ekonomicznych odniesień, dotyczących projektów realizowanych za pośrednictwem systemów KŁŻ. Wyzwania/bariery to:

1. Brak dostępu do produktów i usług (pożyczkodawcy są „za daleko” od specyfiki rynków lokalnych).
2. Trudności w wypełnianiu wniosków i w przejściu procesu pozyskania odpowiedniego produktu/usługi.
3. Trudności w spełnieniu wymogów dotyczących gwarancji/ zabezpieczenia.
4. Oprocentowanie/koszt usługi/produktu za wysoki.
5. Inne koszty związane z wykorzystaniem usługi/produkty za wysokie (np. prawnik, wyceny, raportowanie itp.).
6. Niechęć do korzystania z produktów/usług finansowych.

Można stwierdzić, że dostępne dziś usługi i produkty finansowe odzwierciedlają wczesny etap rozwoju lokalnych rynków w Polsce. Na ten moment są one wciąż marginesem.

Środki publiczne są głównie nakierowane na indywidualnych obiorców w formie dotacji bezzwrotnych (ale wymagających wkład własny) oraz nisko-oprocentowanych pożyczek. Publiczne środki finansowe nie są jak na razie wykorzystywane jako katalizatory dla pozyskiwania środków niepublicznych w formie mieszanego finansowania koncesyjnego (ang. *blended finance*) oraz innych form publiczno-prywatnego finansowania. Nie było jak dotychczas przymiarek do wykorzystania tzw. zielonego finansowania (ang. *green financing*), które propaguje Komisja Europejska do potrzeb, uwarunkowań i możliwości rozwoju rynków lokalnych.

Mając na uwadze priorytet programów rozwoju wsi i rolnictwa wspierania lokalnych rynków rolnych jako podstawę dla utrzymania i rozwijania gospodarstw rodzinnych, należy oczekiwać że potrzeba będzie rosła dla mobilizacji kapitału niepublicznego dla przyspieszenia rozwoju lokalnych rynków rolnych. Dzięki wykorzystaniu instrumentów *blended finance* można wesprzeć rozwój lokalnych rynków rolnych jako sposób poprawy bezpieczeństwa

żywnościowego, redukcji ubóstwa, promocji zdrowia i dobrobytu rolników oraz ochrony środowiska.

Jednym z instrumentów *blended finance*, który może zostać wykorzystany do wspierania rozwoju krótkich łańcuchów dostaw żywności jest Mechanizm Finansowy Priorytetu na rzecz Środowiska Naturalnego UE (LIFE). LIFE pomaga finansować projekty, które przyczyniają się do wdrażania, aktualizacji i rozwijania prawa, polityki i strategii na rzecz ochrony środowiska i klimatu. Ponadto, Fundusz Inwestycji i Gwarancji Kredytowych (FGIK) w Polsce oferuje nowe instrumenty finansowe do wspierania ekologii i efektywności energetycznej, które mogą zostać wykorzystane do wspierania rozwoju projektów związanych z krótkimi łańcuchami dostaw żywności.

Innym sposobem wsparcia krótkich łańcuchów dostaw żywności przy wykorzystaniu instrumentów *blended finance* jest zachęcanie inwestorów prywatnych do inwestowania w projekty związane z branżą rolno-spożywczą poprzez stworzenie programów zachęt finansowych, takich jak ulgi podatkowe czy dopłaty do kapitału inwestycyjnego.

Kapitał obrotowy jest najszerzej dostępnym i najbardziej pożądanym produktem finansowym zarówno po stronie Organizatorów jak i rolników partycypujących w rynku lokalnym. Banki komercyjne mają najbardziej rozbudowaną i najszerzej dostępną ofertę. Jednak nie jest ona dostosowana do potrzeb, uwarunkowań i możliwości rynku lokalnego.

Główne wyzwania zidentyfikowane w dostępie do finansowania obejmują stopy procentowe i wymagania dotyczące zabezpieczeń. Interwencje w tym obszarze mogą obejmować wprowadzenie lub promowanie rozwiązań

Inwestycje w rozwój lokalnych rynków rolnych na obecnym etapie ich rozwoju są w znacznym stopniu ograniczone przez:

- wysokie ryzyko postrzegane z branżą rolno-spożywczą,
- brak wiedzy i doświadczenia w inwestowanie w przedsięwzięcia zbiorowe,
- brak podstawowych danych i asymetrii informacji między instytucjami finansowymi a potencjalnymi kredytobiorcami partycypującymi na lokalnych rynkach rolnych,
- niedopasowania potrzeb inwestycyjnych rolników do różnych puli kapitału, np. instytucji finansowania rozwoju, banków, funduszy emerytalnych etc.,
- wysokie koszty transakcyjne i niewielki rozmiar poszczególnych przedsięwzięć,
- brak przykładów/doświadczenia w inwestowanie w lokalne rynki rolne jako przedsięwzięcia zielone, zdolne do dostarczenia pozytywnych efektów społecznych, ekonomicznych i środowiskowych.

Ryzyka związane z lokalnymi rynkami rolnymi są przedstawione poniżej. Wiążą się one głównie ze zbiorowym charakterem przedsięwzięcia. Kluczowe wyzwanie dla projektowania produktów i usług finansowych wiąże się oceną określonego przedsięwzięcia w dwóch podstawowych wymiarach określonych jako: Ambicja rozwoju (skalowania) oraz Potencjał rozwoju (skalowania).

Tabela 3. Ryzyka i wyzwania związane z budowaniem LRR

Ryzyka związane z przedsięwzięciami budowania lokalnych rynków rolnych	Wyzwania związane z specyfiką lokalnych rynków
Ryzyko biznesowe związane z podstawowym modelem biznesowym, w tym z nowymi, niesprawdzonymi formami organizacyjnymi lub ryzykiem przejściowym związanym ze zrównoważonym rozwojem lub z brakiem uwzględnienia kwestii środowiskowych, społecznych oraz zarządzania przedsięwzięcia zbiorowego.	Nieformalne aspekty funkcjonowania lokalnego rynku: Spora część transakcji odbywa się w tzw. szarej strefie, a więc trudno określić 100% przychodów i kosztów przedsięwzięcia
Ryzyko finansowe: Zdolność i chęć kredytobiorcy do spłaty zobowiązań zbiorowych.	Problemy z ustanowieniem zabezpieczenia: Konwencjonalne zabezpieczenia (hipoteka, weksle) trudne do ustanowienia.
Ryzyko agronomiczne: Plony trudne do przewidzenia (jakość/ilość) z uwagi na ryzyka produkcyjne i technologiczne w wyniku braku wiedzy, umiejętności, kompetencji w zakresie praktyk pro-ekologicznych.	Mała skala pożyczek/inwestycji: Większość pożyczek/inwestycji nie przekracza 100.000 PLN
Zagrożenia naturalne: Nieprzewidywalne zjawiska pogodowe	Przewlekły proces szacowania i kompensowania strat.
Ryzyko cenowe: Niekorzystne i niestabilne ceny produktów w asortymencie sprzedaży	Nieskuteczna walka z nieuczciwą konkurencją cenową ze strony supermarketów, które dominują rynek.
Ryzyko regulacyjne: Niekorzystne regulacje prawne (np. ograniczających działania zbiorowe; zachęty podatkowe itp.)	Nieskuteczna polityka wobec lokalnych rynków

Nie wszystkie przedsięwzięcia lokalnych rynków rolnych mają potencjał rozwojowy z uwagi na formę organizacyjną, dostęp do rynku zbytu, asortyment produktów, konkurencji oraz wielu innych czynników kształtujących rynek. O sukcesie biznesowym przedsięwzięcia na lokalnym rynku decyduje również ambicja rozwojowa organizatora oraz partycypujących rolników i konsumentów.

Tabela 4. Ambicja i potencjał rozwojowy LRR



Przymijając powyższą taksonomię przedsięwzięć lokalnych rynków rolnych jako punkt wyjścia można określić potrzeby finansowe w każdej kategorii.

Tabela 5. Potrzeby finansowe przedsięwzięć lokalnych rynków rolnych

	Typ przedsięwzięcia	Charakterystyka	Potrzeby finansowania
	Wysoko rozwojowe	Wysoce innowacyjne modele biznesowe obsługujące duże rynki z szybką trajektorią wzrostu, choć tempo wzrostu zależy od	<ul style="list-style-type: none"> Potrzeba kapitału cierpliwego Często inwestycje typu venture equity
	Niszowe	wybranej formy organizacyjnej. Oczekuje się, że szybko rozwijające się przedsięwzięcia osiągną dużą skalę dość szybko Modele biznesowe tworzące innowacyjne produkty i usługi, które są skierowane do rynków niszowych lub segmentów klientów, takich jak rynki premium lub, odwrotnie duże liczby powtarzających się klientów. Zazwyczaj charakteryzują się stałym wzrostem w czasie	<ul style="list-style-type: none"> Potrzeba finansowania rozwoju produktów/usług oraz badań i rozwoju Głównie lokalni inwestorzy, kapitał cierpliwy
	Poszukujące dywersyfikacji	Małe rodzinne gospodarstwa działające na rynku lokalnym, który odnotowuje minimalny wzrost, ale organizator jest przedsiębiorczy, który chce się rozwijać. Mało prawdopodobne jest, że istniejąca forma organizacyjna przełoży się na pożądany wzrost, więc poszukuje dywersyfikacji na nowe kierunki biznesowe, aby zwiększyć potencjał wzrostu.	<ul style="list-style-type: none"> Krótkoterminowy kapitał obrotowy Sporadycznie, kapitał cierpliwy na CAPEX związany z rozszerzaniem na nowe kierunki biznesowe
	Dynamiczne	Przedsięwzięcia o charakterze stabilnym, stosujące sprawdzone modele biznesowe i formy organizacyjne o umiarkowanych ścieżkach wzrostu w dłuższych okresach czasu	<ul style="list-style-type: none"> Kapitał obrotowy na rozszerzenie działalności na nowe rynki, nowe urządzenia lub doposażenia obiektów
	Dodatkowe źródło	Małe, rodzinne gospodarstwa działające wspólnie w celu pozyskania dodatkowego dochodu. Często działają nieformalnie. Sformalizowanie sprzedaży to spore krok dla nich.	<ul style="list-style-type: none"> Krótkoterminowy kapitał obrotowy na zakup środków na produkcję Budowanie historii finansowej
	Statycznie	Małe, rodzinne gospodarstwa pozbawione ambicji na rozwój czy też zmianę swojego aktualnego statusu. Nie zainteresowane innowacjami. Zazwyczaj nieformalne i angażujące wyłącznie członków rodziny	<ul style="list-style-type: none"> Niewielki krótkoterminowy kapitał obrotowy na uzupełnianie zapasów, Często pożyczki osobiste

Projektowanie innowacji w produktach i usługach finansowych i finansowaniu w celu zwiększenia efektywności i oszczędności w przedsięwzięciach budowania lokalnych rynków rolnych wymaga myślenia w kategoriach tworzenia „infrastruktury finansowej”. Można odróżnić trzy modele infrastruktury finansowej dla rozwoju lokalnych rynków: tradycyjne usługi, zrównoważone usługi, infrastruktura jako usługa.

Rysunek 4. Modele infrastruktury finansowej

Model infrastruktury	Cele
 Infra 1.0 Tradycyjne usługi	Poprawa efektywności, ograniczanie kosztów Skuteczniejsze pozyskiwanie środków prywatnych
 Infra 2.0 Zrównoważone usługi	Zwiększenie inwestowania blended finance i inne rozwiązania publiczno-prywatne
 Infra 3.0 Infrastruktura jako usługa	Katalizowanie Innowacji Finansowanie innowacji i rozwiązań cyfrowych

Infra 3.0

Dążąc do obniżenia kosztów uruchamiania lokalnych rynków rolnych należy projektować finansowanie, które:

1. Wykorzystuje podejście rozproszone w celu zmniejszenia ilości potrzebnej infrastruktury (placówek, bankomatów etc.) oraz np. rozwiązania "pay- as-you-go" za pośrednictwem telefonu komórkowego (szybkie zwiększenie dostępu do produktów i usług).
2. Integruje cyfryzację i "inteligentne" technologie w celu zwiększenia wydajności, bardziej efektywnego wykorzystania zasobów i potencjalnej wymiany "inteligencji" na skalę, np. algorytmy kontroli produkcji, logistyki czy też transakcji w celu optymalizacji efektywności już istniejących rozwiązań.
3. Dzieli się aktywami poprzez model "usług dzielonych", aby zamienić koszty stałe na zmienne, czyniąc je bardziej przystępnymi i aby zmniejszyć całkowitą ilość potrzebnej przepustowości, np. dostęp do urządzeń przetwórczych, inkubatory kuchenne, wspólne autonomiczne pojazdy z lepszą łącznością (co oznacza, że dla potrzeb dystrybucji potrzebujemy tylko połowy samochodów i znacznie mniejszą przepustowość dróg).
4. Optymalizuje klastry gospodarcze (centra logistyczne), aby osadzić zasady gospodarki cyrkularnej w formach organizacyjnych poprzez wprowadzaniem innowacyjnych rozwiązań, np. modele "płać w miarę oszczędzania" np. opakowań, zaprojektowana z zachowaniem zasad cyrkularnych na wszystkich etapach łańcucha wartości.

5. Włącza rozwiązania uwzględniające usługi przyrody (ekosystemów) w tym odporności, co może zmniejszyć koszty szkód związanych z klimatem (przedłużenie życia składnika aktywów przy jednoczesnym potencjalnym zwiększeniu jego wartości) i złagodzić negatywne efekty zewnętrzne.

Wykorzystanie powyższych trendów/możliwości prowadzi do zupełnie nowych rozwiązań finansowych, które umożliwią płaćenie za usługę na zasadach bardziej komercyjnych i/lub w pakiecie. Mobilizacja kapitału dla Infra 3.0 będzie zatem wymagała fali innowacji finansowych ze strony wyrafinowanych inwestorów - z nowymi strukturami inwestycyjnymi, modelami biznesowymi, platformami cyfrowymi dla dostarczania usług i partnerstwami międzysektorowymi, które umożliwią ich funkcjonowanie.

Platformy "pay-as-you-go", modele leasingu, crowdfunding, korporacyjne PPA, resilience i zielone obligacje już są dostępne na rynku. Jednak brakuje wciąż infrastruktury finansowej, która mogłaby upowszechnić i dopasować w odpowiedniej skali usługi do potrzeb, uwarunkowań i możliwości przedsięwzięć budowania lokalnych rynków rolnych.

Infrastruktura 3.0 będzie często związana z mniej płynnymi aktywami o małej skali (np. panele słoneczne poza siecią), niskimi ratingami kredytowymi, mniejszymi bilansami lub brakiem doświadczenia (przedsięwzięcia lokalnych rynków będą typowymi pionierami infrastruktury 3.0), ryzykiem technologicznym (zwłaszcza w przypadku, gdy korzyści płynące z digitalizacji są zbyt nowe, aby można je było udowodnić na skalę) lub nieoszacowanymi korzyściami (np. zmniejszenie oddziaływania na środowisko). Dobrą wiadomością jest jednak to, że dla potrzeb Infra 3.0 beneficjenci współtworzący rozwiązania są dobrze określone (tj. producenci i konsumenci żywności).

Digitalizacja produktów finansowych dla rolnictwa odgrywa coraz większą rolę w dzisiejszym świecie. Przynosi wiele korzyści dla rolników, instytucji finansowych i całego sektora rolnictwa. Oto kilka przykładów, jak digitalizacja wpływa na produkty finansowe dla rolnictwa:

1. Cyfrowe narzędzia zarządzania finansami: Rolnicy mają teraz dostęp do różnych aplikacji i oprogramowania, które pomagają im w prowadzeniu precyzyjnej księgowości, zarządzaniu budżetem, monitorowaniu płatności i śledzeniu wydatków. Dzięki temu mogą lepiej planować swoje finanse i podejmować bardziej świadome decyzje.
2. Cyfrowe kredyty rolnicze: Tradycyjne procedury uzyskiwania kredytów rolniczych mogą być czasochłonne i skomplikowane. Digitalizacja umożliwia szybsze i bardziej efektywne procesy składania wniosków o kredyt, ocenę zdolności kredytowej i udzielanie pożyczek.

Rolnicy mogą składać wnioski online, a instytucje finansowe mogą szybciej ocenić ich zdolność kredytową na podstawie dostępnych danych.

3. Cyfrowe ubezpieczenia rolnicze: Digitalizacja wprowadza innowacje również w dziedzinie ubezpieczeń rolniczych. Rolnicy mogą korzystać z aplikacji mobilnych lub platform internetowych, aby zgłaszać szkody, monitorować warunki pogodowe i otrzymywać zautomatyzowane powiadomienia dotyczące ubezpieczeń. Dzięki temu mogą szybko i skutecznie rozwiązywać problemy związane z klęskami żywiołowymi czy innymi ryzykami.
4. Cyfrowe platformy handlowe: Internetowe platformy handlowe dla produktów rolnych ułatwiają rolnikom sprzedaż i dystrybucję ich produktów. Rolnicy mogą umieszczać oferty, negocjować ceny, znaleźć klientów i zawierać transakcje online. Te platformy umożliwiają skrócenie łańcucha dostaw, eliminację pośredników i zwiększenie zysków dla rolników.
5. Monitorowanie i kontrola danych: Digitalizacja produktów finansowych dla rolnictwa umożliwia gromadzenie i analizowanie danych z różnych źródeł, takich jak pogoda, uprawy, ceny produktów, rynek itp. Te dane mogą być wykorzystywane do lepszego zrozumienia i przewidywania trendów, optymalizacji procesów rolnych oraz dostosowywania ofert finansowych do indywidualnych potrzeb rolników.
6. Digitalizacja produktów finansowych dla rolnictwa przynosi wiele korzyści, takich jak zwiększona efektywność, lepsza kontrola finansowa, łatwiejszy dostęp do kredytów i ubezpieczeń, a także większe możliwości handlowe. Jest to ważny trend, który przyczynia się do rozwoju sektora rolnictwa i poprawy sytuacji ekonomicznej rolników.

W Polsce i poza nią, systemy KŁŻ opierają swoją działalność na współpracy (często nieformalnej) pomiędzy rozproszonymi geograficznie producentami i konsumentami. Inicjatorzy systemów KŁŻ stosują bardzo różne rozwiązania logistyczne, produkcyjne, marketingowe i sprzedażowe by wytworzyć nadwyżkę finansową, która teoretycznie powinna się pojawiać w wyniku wykluczania pośredników. Angażując małe gospodarstwa rolne, pojawiają się trudności związane z zapewnieniem środków finansowych dla prowadzenia działalności oraz dla inwestowania w nowe rozwiązania organizacyjne, technologie i urządzenia – zarówno jako rozwiązania systemowe jak i w skali partycypujących producentów. Banki i instytucje są często niechętne do inwestowania ze względu na postrzegany wysoki poziom ryzyka i brak technologicznych i ekonomicznych odniesień dotyczących projektów KŁŻ. Możliwe rozwiązania to:

1. Ustalenie wiarygodnych odniesień i wskaźników, które mogą być wykorzystane przez potencjalnych partnerów finansowych oraz inwestorów do pełnego zrozumienia ryzyka i zwrotów.
2. Inicjowanie i ocena innowacyjnych modeli finansowania, takich jak crowdfunding; są one coraz bardziej popularne, ale nie są ugruntowane i dobrze rozumiane pod względem ich długoterminowego wpływu i opłacalności ekonomicznej.
3. Wykorzystanie nowych możliwości tzw. „inwestorów impaktowych”, myślenie w kategoriach „prosumentów” oraz rozwój ekonomii społecznej mogą być dopasowane do potrzeb, uwarunkowań i możliwości systemów ŁKŻ.
4. Wykorzystanie możliwości współpracy z korporacjami oraz innymi podmiotami gospodarczymi, które konkurują na rynku żywności.

Innowacyjnym kierunkiem rozwoju na lokalnych rynkach rolnych może być wykorzystanie instrumentów FinTech. Jest to pojęcie stosunkowo nowe w świecie finansów. Wiąże się z rozwojem technologii i wzrostem wzajemnego przenikania się rynku finansowego z sektorem nowinek technologicznych. Postępujący rozwój technologii powoduje, że pewne rozwiązania, niekiedy bardzo skomplikowane stają się łatwiej dostępne, może sobie na nie pozwolić większa rzesza odbiorców.

Istnieje wiele definicji Fintech, jedna z nich mówi, że FinTech to nowoczesne sposoby dokonywania różnego rodzaju transakcji związanych z zarządzaniem wartością i technologie to umożliwiają. Innowacja finansowa skraca czas dotarcia z nowymi rozwiązaniami do klientów oraz obniża koszty operacyjne i procesowe wszędzie tam, gdzie zachodzi transfer wartości online. Rozwiązania FinTech mogą być oferowane przez innowacyjne start-upy, lecz także dojrzałe instytucje finansowe o ugruntowanej pozycji. Celem technologii finansowych jest poprawa efektywności i dostępności usług finansowych. FinTech to nowo kreowane rynki, jak crowdfunding czy kryptowaluty, ale to również dostęp do tradycyjnych produktów finansowych poprzez zupełnie nowy interfejs (Widawski, Brakoniecki).

FinTech ma duży potencjał dyfuzji technologicznej, czyli wdrażania poszczególnych typów usług finansowych od razu w elektronicznym środowisku i dzięki temu szansę na szerokie rozpowszechnienie, jak i przeciwdziałanie wykluczeniu finansowemu. Ze względu na silną konkurencję obecnych dostawców – głównie banków - osiągnięcie sukcesu w tym obszarze nie będzie łatwe, a obecni i nowi gracze będą w dużej mierze skazani na współpracę.

Fundamentem innowacji finansowej jest technologia, a istotnym warunkiem harmonijnego rozwoju sektora FinTech jest jasna sytuacja prawno-biznesowa poszczególnych technologii, które stanowią podwaliny wdrażanych rozwiązań (np. przetwarzanie danych w chmurze).

Strategie cyfryzacyjne gospodarek, definiując cele i oczekiwane parametry, wyznaczają ścieżki rozwoju dla poszczególnych technologii, a jednocześnie stanowią punkt odniesienia dla wszelkich inicjatyw podejmowanych przez biznes.

Gwałtowny rozwój technologii informacyjnych oraz transakcyjnych w powiązaniu z deregulacją rynku wymuszają transformację roli uznanych instytucji finansowych (banki, zakłady ubezpieczeń). Jednocześnie konwergencja branż i sektorów na poziomie globalnym postępuje, często w zupełnie nieoczywistych kierunkach – firmy telekomunikacyjne przejmują banki, banki zmierzają w kierunku zarządzania cyfrową tożsamością, a firmy technologiczne zaczynają świadczyć usługi finansowe. Rozwój technologiczny przyspiesza z każdym dniem, systematycznie zwiększając potencjał ulepszania naszego codziennego życia. Jak jednak korzystać z innowacji finansowych w sposób bezpieczny? Co więcej, jak je w bezpieczny sposób oferować klientom? Jak zapewnić bezpieczeństwo nowo pojawiających się rozwiązań, by nie zdławić kiełkujących innowacji? Skuteczne zarządzanie ryzykiem technologicznym na rynkach transakcyjnych to kluczowe wyzwanie, które stoi przed rynkiem FinTech.

Instrumenty rynku FinTech:

1. Płatności elektroniczne. Jest to jeden z najbardziej rozpowszechnionych przykładów połączenia zaawansowanych technologii z wygodą finansową konsumenta. Jego wykorzystanie bardzo się upowszechniło. Rozwój internetowych i mobilnych kanałów płatności jest możliwy dzięki takim czynnikom, jak popularyzacja smartfonów, spadek kosztów mobilnego dostępu do internetu czy generalny wzrost popularności bezgotówkowych form płatności. W tym obszarze firmy z sektora FinTech w największym stopniu współpracują z bankami (korzystają chociażby z ich narzędzi płatności do ofertowania sklepów internetowych w zakresie obsługi płatności), ale mogą być również postrzegane jako ich bezpośrednia konkurencja – wspomniana powyżej w wypowiedzi ekspertów dyrektywa PSD2 może wręcz takie procesy przybliżyć w czasie.

Rysunek 5. Płatności elektroniczne



2. Platformy finansowe. Stanowią one grupę serwisów transakcyjnych przydatnych w różnych obszarach finansowania. Przeważają w tym względzie firmy pożyczkowe, które udostępniają serwisy pozwalające na pozyskanie pożyczki online np. vivus.pl. Z jednej strony stanowi to korzyść dla konsumenta, gdyż może uzyskać finansowanie „nie wychodząc z domu”. Należy zaznaczyć, że większość tych serwisów posiada przyjazny interfejs. Jest on czytelny dla konsumenta, zwykle bardzo intuicyjny. Konsument zwykle definiuje swoje potrzeby, sam określa pewne parametry transakcji. Z drugiej strony należy mieć na uwadze, że taki sposób pozyskania finansowania jest najczęściej znacznie droższy od tradycyjnej pożyczki bankowej. Oczywiście rząd zastrza tzw. regulacje „antylichwiarskie”, niemniej taka forma pożyczania środków pozostaje jedną z najkosztowniejszych. Należy spodziewać się, że wraz z rozwojem tego sektora koszty finansowania będą spadać. Wymusi to rosnąca konkurencja. Dodatkowo z czasem również banki dostrzegają ten sposób docierania do klientów i będą chciały go wykorzystać, co dodatkowo pozwoli na obniżenie kosztów transakcyjnych. W obecnym kształcie systemu dominują ponadto pożyczki typowo konsumenckie. Z czasem powinno się to zmieniać i ewoluować w kierunku finansowania przedsięwzięć gospodarczych. Tutaj tkwi również szansa dla KŁŻ. Wykorzystanie tego typu instrumentów przez producentów żywności wydaje się jak najbardziej możliwe. Należałoby jednak tworzyć dedykowane rozwiązania, które zapewnią: bezpieczeństwo transakcyjne, minimalizację opłat i oprocentowania, szybki dostęp do środków, uproszczone procedury.

Rysunek 6. Platformy finansowe



3. Finansowanie społecznościowe – crowdfunding. Oferta tego segmentu na polskim rynku to przede wszystkim finansowanie społecznościowe przedsięwzięć biznesowych i społecznych, zbiórki charytatywne, pożyczki społecznościowe czy platformy wymiany walut typu P2P. Obszar działalności w zakresie pożyczek społecznościowych wykorzystuje siłę crowdfundingu oraz masowość społeczności do wypełnienia luki na rynku

kapitałowym i zapewnienia wnioskodawcom finansowania projektów na określonych zasadach. Z jednej strony mamy przedsięwzięcia potrzebujące kapitału w określonej wysokości, celu i o określonym oprocentowaniu a z drugiej, właściciele kapitału, którzy decydują o zaangażowaniu w konkretny cel. Rynek crowdfundingowy rozwija się w dynamicznym tempie. Powstają nowe platformy i zwiększa się zakres ich działania, polepsza się społeczne i rynkowe postrzeganie tego typu projektów, co wyraża się m.in. w puli pozyskanych środków przez portal Siepomaga.pl (ponad 100 mln zł.) czy w otwartości sektora komercyjnego, w tym finansowego, na wykorzystywanie tych portali w swoich kampaniach reklamowych (np. akcje promocyjne portalu Wspieram.to z Polskim Standardem Płatności – operatorem systemu Blik). Kluczowym czynnikiem sukcesu dla crowdfundingu jest właśnie prowadzenie skutecznych kampanii. Można zaobserwować w tej dziedzinie stały wzrost skutecznych kampanii i coraz większą liczbę projektów uwiecznionych sukcesem. W niedalekiej przyszłości możemy spodziewać się powstania zupełnie nowych wersji finansowania społecznościowego w konkretnych, wyspecjalizowanych obszarach tematycznych.

Rysunek 7. Finansowanie społecznościowe



4. Kryptowaluty. Oparte na technologiach szyfrujących oraz rozproszonych strukturach danych – to rewolucja infrastrukturalna na rynkach transakcyjnych. Potencjał bitcoina, czyli najpopularniejszej kryptowaluty pozostaje dziś w większości nieodkryty, a i tak w coraz większym stopniu stawia tradycyjny świat finansów na głowie. Zastosowania walut zabezpieczonych kryptograficznie w bankowości centralnej czy na rynkach płatniczych to potencjalne środki transformacji systemów monetarnych, o nieprzewidywalnej dziś skali wpływu na globalne gospodarki. W Polsce pojawiły się platformy wymiany bitcoinów oraz litecoinów na tradycyjne waluty, takie jak EURO, USD czy złotówki. Dzięki tym platformom użytkownicy mogą bez przeszkód wymieniać wirtualny pieniądz.

Rysunek 8. Rozproszone rejestry i kryptowaluty



5. Zarządzanie budżetami domowymi i ubezpieczenia. Firmy z obszaru zarządzania osobistymi oraz firmowymi finansami oferują platformy zintegrowane z rachunkami do zarządzania budżetami – domowymi lub biznesowymi. Co istotne, oprócz analizy wydatków wśród usług oferowanych przez tego typu platformy znajdują się funkcje związane z doradztwem dotyczącym budżetów użytkownika. Sektor ubezpieczeniowy jako jeden z wiodących w świecie finansów, powoli, choć systematycznie, uzyskuje odpowiednie odzwierciedlenie również w rynku FinTech (insurtech). Usługi w tym obszarze skupiają się na wyspecjalizowanych porównywarkach ubezpieczeń oraz na coraz popularniejszych mobilnych ubezpieczeniach społecznościowych.

Rysunek 9. Zarządzanie finansami osobistymi i biznesowymi oraz ubezpieczenia



Bazując na dotychczas dostępnych produktach finansowych dla małych producentów żywności należy z dużą pewnością stwierdzić, że są one dalece niewystarczające. Powstaje bowiem szereg barier, które są nie do pokonania dla małych producentów. Wśród nich należy wskazać:

- problem z wypłacalnością kredytową, wiarygodnością finansową producenta KŁŻ,
- brak jasno zdefiniowanego źródła spłat dla pożyczonych środków finansowych,
- trudności ze sporządzeniem dokumentacji finansowej – wniosek, biznes plan,
- niski stan świadomości i wiedzy ekonomiczno – finansowej,
- zawile i mocno sformalizowane procedury,

- konieczność zatrudnienia wykwalifikowanych firm doradczych, co rodzi określony koszt a nie zawsze przekłada się na założony efekt,
- brak pomocy na etapie rozliczania dotacji lub pożyczki preferencyjnej,
- wymaganie twardych zabezpieczeń co budzi strach u małych producentów KŁŻ,
- brak dostępności w oferowanych produktach innowacji finansowych, które są skutecznie propagowane w innych krajach, przykładem może tu być chociażby Afryka.

System FinTech dla KŁŻ to interaktywna, modułowa platforma internetowa (w połączeniu z Call/Contact Center), która będzie służyła do gromadzenia informacji nt. potrzeb, uwarunkowań i możliwości finansowych i logistycznych partycypujących producentów, dostarczając im równocześnie rozwiązania finansowo-logistyczne. Zakłada ona rozwiązania finansowe dopasowane do potrzeb, uwarunkowań i możliwości działalności indywidualnej i zbiorowej rolników i przetwórców wykorzystujących system KŁŻ do rozwijania produkcji, przetwórstwa i wprowadzania do obrotu swoich produktów spożywczych. Rozwiązania logistyczno-finansowe (FinTech) dla wzorcowego działania zbiorowego polegają na zarządzaniu zdecentralizowanym systemem logistycznym systemu KŁŻ, który wprowadza do obrotu produkty spożywcze. Rozwiązanie polega na wykorzystaniu niewykorzystanych zasobów logistycznych w posiadaniu rolników i przetwórców żywności działających w systemie KŁŻ.

Efektywność systemu *FinTech dla KŁŻ* będzie można oceniać, z jednej strony, w odniesieniu do liczby partycypujących producentów i konsumentów, asortymentu oferowanych produktów oraz wolumenu sprzedaży w systemach KŁŻ – prowadzący do poprawy społeczno-gospodarczej pozycji małych gospodarstw rolnych, a z drugiej do efektów społecznych, gospodarczych i ekologicznych wynikających ze zdrowszego stylu życia, ożywienia gospodarki wiejskiej, ograniczeniu oddziaływania na środowisko oraz poszanowania zasobów kulturowych, krajobrazowych i przyrodniczych.

Podstawą systemu wsparcia KŁŻ jest nowy sposób dostarczania usług finansowo-logistyczno-sprzedażowych małym gospodarstwom rolnym oraz przedsiębiorcom zajmujących się produkcją i przetwórstwem wysokiej jakości żywności metodami ekologicznym i tradycyjnymi. System ten nazywamy „*FinTech dla KŁŻ*”, ponieważ bazuje on na rozwiązaniach wykorzystujące nowoczesne technologie informatyczne on-line do dostarczania usług finansowych, w sposób który przyspiesza, zabezpiecza, ulepsza, zwiększa dostępność, obniża koszty (takie rozwiązania określane są jako FinTech). System FinTech to klucz do wzmacniania i rozwijania systemów KŁŻ jako formy organizacyjnej sprzedaży bezpośredniej,

która umożliwia zbiorowe działanie producentów, skracając „odległość” pomiędzy producentem a konsumentem.

Technologie blockchain kojarzyły się dotychczas inwestorom oraz obserwatorom rynku z kryptowalutami. Wiele z nich stało się obiektem spekulacji, w szczególności najbardziej rozpoznawalna jaką jest bitcoin. Takie postrzeganie przesłania nieco istotę samej technologii, która z założenia przedstawia wiele pozytywnych cech. Wśród nich warto wyróżnić wysoki poziom bezpieczeństwa oraz niezależnienie od pośredników, instytucji, regulatorów. We właściwych rękach sama technologia i jej koncepcja jest przełomowa i korzystna.

Pozyskiwanie finansowania za pośrednictwem funduszy typu venture capital czy też poprzez IPO to bardzo mozolny proces. Wymaga przygotowania szeregu dokumentów, prezentacji, raportów. Dopiero na ich podstawie spółka może skierować swoją ofertę do inwestorów. W przypadku IPO ten proces jest jeszcze bardziej złożony, gdyż wymaga przygotowania i zatwierdzenia prospektu emisyjnego przez organ nadzoru. Pojawia się więc instytucjonalny weryfikator, który sprawdza poprawność przedstawionych informacji. W skrajnym przypadku może prospektu nie zatwierdzić. Musi być to oczywiście poparte merytorycznym uzasadnieniem. Niemniej następuje merytoryczna weryfikacja samego podmiotu i przedstawianych treści. Wadą tego rozwiązania jest czasochłonność, konieczność zatrudnienia „sztabu” specjalistów z dziedziny prawa, finansów, ekonomii oraz wysoki koszt związany z przeprowadzeniem procedury.

W przypadku technologii blockchain do pozyskiwania finansowania nie jest potrzebna żadna platforma. Nie są potrzebne żadne negocjacje – każdy, w dowolnej chwili, może zdobyć potrzebny kapitał i każdy może zainwestować w projekty, które uzna za interesujące. Innymi słowy, jest to zjawisko "otwarte, rozproszone i płynne przez cały czas".

W technologii blockchain pozyskiwanie finansowania przyjmuje formę initial coin offering (ICO), czyli bitcoinowej wersji pierwotnej oferty publicznej, initial public offering (IPO). Projekty sprzedają tokeny w zamian za kryptowalutę w rodzaju bitcoina czy ethereum. Wartość tokenu – przynajmniej w teorii – jest powiązana z sukcesem jego realizacji w przyszłości. Inwestowanie w tokeny jest dla inwestorów sposobem, aby postawić bezpośrednio na ich wykorzystanie i wartość. Poprzez ICOs firmy blockchainowe mogą skrócić konwencjonalny proces pozyskiwania kapitału dzięki sprzedaży tokenów bezpośrednio inwestorom indywidualnym.

Pozyskiwanie finansowania: dzięki zapewnieniu firmom blockchainowym bezpośredniego dostępu do płynności finansowej poprzez initial coin offerings (ICO), blockchain tworzy nowy, kryptoekonomiczny model finansowania, który „odpina” dostęp do kapitału od tradycyjnych

usług finansowych. W przypadku firm blockchainowych ICOs oznaczają kilka bezpośrednich korzyści:

1. Odbywają się globalnie i online, dając firmom dostęp do dużo większej grupy inwestorów. Firmy już nie muszą ograniczać się do osób zamożnych, instytucji i innych podmiotów, które są w stanie udowodnić rządowi swoją wiarygodność inwestycyjną.
2. Dają firmom natychmiastowy dostęp do płynności. W chwili sprzedaży tokena jest on wyceniany na otwartym przez całą dobę rynku globalnym.

Do wad tego rozwiązania można zaliczyć:

1. Brak jakiegokolwiek kontroli i nadzoru nad przeprowadzanymi operacjami. Pomimo zalet technologii blockchain przeprowadzanie tych transakcji podlega ryzyku specyficznemu.
2. Podmioty realizujące ICOs podczas pozyskiwania środków posługują się Internetem oraz mediami społecznościowymi. Na coraz większą skalę w promocję poszczególnych ofert ICOs angażowane są sławne osoby m.in. ze świata sportu i show biznesu, które mają uwiarygodnić atrakcyjność promowanych inwestycji. Należy podkreślić, że działania w zakresie ICOs mogą potencjalnie podlegać szeregowi wymogów prawnych, w tym dotyczących tworzenia prospektu emisyjnego i oferty publicznej, tworzenia i zarządzania alternatywnymi funduszami inwestycyjnymi oraz ochrony inwestorów, aczkolwiek muszą być one oceniane przez pryzmat konkretnego przypadku.
3. ICOs są nowym sposobem pozyskiwania środków w sposób publiczny, z zastosowaniem tzw. tokenów lub monet (dalej zwane łącznie tokenami). Poprzez zakup tokena nabywca uzyskuje określone uprawnienia. Poszczególne ICOs w zakresie parametrów i dawanych uprawnień mogą znacząco różnić się od siebie, co oznacza, że to z jakimi konkretnie uprawnieniami wiąże się nabycie tokenów w ramach danego ICOs nie jest w żaden sposób wystandaryzowane. Bardzo często token przypomina voucher płatniczy, gdyż wartością oferowaną przy wykupie tokena przez jego wystawcę jest produkt lub usługa przez niego świadczona. Powstanie lub rozwój produktu czy usługi ma zostać zapewnione ze środków uzyskanych z ICOs. Niektóre z tokenów nadają prawa dotyczące przedsiębiorstwa, które są odzwierciedleniem praw akcjonariusza, takich jak dywidenda czy prawo głosu. Zdarza się, że nie reprezentują one dobra o mierzalnej wartości.
4. Brak jest również jednolitości, jeżeli chodzi o środki, które są pozyskiwane w ramach ICOs przez podmioty organizujące ICOs. Najczęstszym zjawiskiem jest brak bezpośredniego przekazania środków pieniężnych w zamian za tokeny. W większości przypadków produkty w ramach ICOs nabywane są w zamian za określoną „walutę” wirtualną/kryptowalutę (np. Bitcoin, Ether).

5. Kampanie, których celem jest promocja sprzedaży tokenów, prowadzone są w Internecie i praktycznie każdy, kto ma do niego dostęp może stać się ich nabywcą. Często praktyką jest również organizacja obrotu wtórnego dla tokenów, które mogą być sprzedawane na dedykowanych platformach obrotu.
6. Tokeny są tworzone i rozpowszechniane przy użyciu technologii tzw. rozproszonych rejestrów (Distributed Ledger Technology, DLT).
7. W zależności od struktury, ICOs mogą funkcjonować poza zakresem obowiązywania regulacji odnoszących się do rynku finansowego lub być oferowane bez wymaganego zezwolenia, a w związku z tym, nabywcy mogą być pozbawieni związanej z tym rynkiem szczególnej ochrony prawnej. Nowe zjawisko, jakim jest ICOs, w tym wynikająca z innowacyjności niepewność prawna, przyciąga osoby lub podmioty działające na rynku finansowym bez odpowiedniego zezwolenia, które mogą mieć w określonych sytuacjach zamiary nieuczciwe wobec inwestorów. Wobec braku gwarancji wynikających z regulacji prawnych, inwestorzy powinni być bardzo dobrze zorientowani co do statusu podmiotu oferującego tokeny, treści i skutków umowy, którą zawierają nabywając token. Nie można również wykluczyć, że niektóre z ICOs są przeprowadzane w celu legalizacji pieniędzy pochodzących z nielegalnych lub nieujawnionych źródeł.
8. Większość ICOs dotyczy przedsięwzięć, które są na wczesnym etapie rozwoju. W związku z tym, wiąże się z nimi istotnie wysokie ryzyko niepowodzenia. Często token nie reprezentuje innej wartości, poza nadaniem uprawnienia do uzyskania od jego wystawcy określonego produktu lub usługi. Należy mieć świadomość, że nie ma gwarancji, iż produkt ten lub usługa w ogóle powstanie. Może się również zdarzyć, że pomimo sukcesu projektu, otrzymana korzyść będzie bardzo małej wartości, w porównaniu do zainwestowanego kapitału i ryzyka, na które był on wystawiony.
9. Informacje, które są udostępniane potencjalnym nabywcom w ramach tzw. „white papers”, mogą być niezweryfikowane w drodze audytu, nierzetelne, niepełne lub wprowadzające w błąd. Zwykle podkreślają głównie potencjalne korzyści, prawie nie odnosząc się do towarzyszącego im ryzyka. Sposób ich prezentacji bywa nieodpowiedni i praktycznie niemożliwy do zrozumienia przy braku zaawansowanej wiedzy technicznej i ekonomicznej. Brak możliwości zrozumienia ryzyk związanych z inwestycją jest natomiast okolicznością uniemożliwiającą stwierdzenie, czy jest ona rzeczywiście dostosowana do potrzeb inwestycyjnych nabywcy.
10. Ograniczeniom może podlegać obrót tokenami lub ich wymiana na waluty państwowe. Nie wszystkie tokeny są objęte obrotem na platformach obrotu walut wirtualnych. Oznacza to,

że nabywcy tokenów mogą nie mieć możliwości ich sprzedaży w celu odzyskania zainwestowanych środków. Jednak nawet w przypadku notowania danego tokena na platformie obrotu jego kurs może charakteryzować się bardzo wysoką zmiennością. Wiele z tych platform obrotu jest bowiem nieregulowana i podatna na manipulowanie ceną lub inne nieuczciwe działania. Oznacza to, że nabywcy tokenów mogą mieć przez dłuższy czas ograniczoną możliwość sprzedaży tokena po godziwej cenie.

11. Technologia zastosowana do tworzenia i rozpowszechniania tokenów (DLT/Blockchain) oraz jej konkretna implementacja jest obecnie technologią nieprzetestowaną w wystarczającym stopniu. W kodzie lub programach używanych do tworzenia, przechowywania i transferowania tokenów mogą istnieć wady, w wyniku których nabywca może nie mieć dostępu lub nie być w stanie kontrolować posiadanych tokenów. Tokeny, wobec braku dostatecznej cyberochrony mogą także zostać skradzione, np. w wyniku ataku hakerskiego. Istnieje także ryzyko wystąpienia problemów ze sprawnym i bezpiecznym funkcjonowaniem technologii w momentach dużego natężenia aktywności uczestników w sieci tworzonej z wykorzystaniem DLT/Blockchain.

Z przedstawionej powyżej dogłębnej analizy najnowszych trendów w zakresie zastosowania nowych technologii w rozwoju rynku finansowego nasuwają się następujące wnioski ogólne w kontekście KŁŻ:

1. Postęp technologiczny diametralnie zmienia oblicze rynku finansowego. Stopniowo następuje jego wyraźna decentralizacja. Powoduje to że kryteria typu odległość od ośrodka zarządzania tracą na znaczeniu. Jest to ogromna szansa dla KŁŻ, gdyż likwiduje barierę dostępności.
2. Pojawiają się nowe, nieznane dotychczas instrumenty finansowe i metody finansowania. Są one łatwo dostępne, wymagają w zasadzie jedynie posiadania dostępu do internetu. Przede wszystkim jednak pojawiają się nowe kanały pozyskania finansowania. Zamiast całej procedury związanej z otrzymaniem finansowania bankowego wystarczy przedstawić swój projekt i zachęcić zainteresowanych do udzielenia finansowania. Jest to szczególnie przydatne narzędzie dla KŁŻ. Można sobie bowiem wyobrazić sytuację, że producent, który zamierza poszerzyć swoją ofertę o nową gamę produktów zaproponuje udział w jej stworzeniu dotychczasowym i nowym konsumentom swoich produktów / usług. Z jednej strony nastąpi zacieśnienie więzi z klientami, z drugiej będą oni podwójnie zainteresowani rozwojem danej inicjatywy, gdyż będą się czuli pośrednio jej współtwórcami (szczególnie crowdfunding, social lending).

3. Powstaje możliwość znaczącego obniżenia szeroko rozumianych kosztów finansowych w gospodarstwie. FinTech oferuje szeroką gamę produktów finansowych, ubezpieczeniowych, platform transakcyjnych, zarządzania majątkiem. Oczywiście istnieje pewna bariera, że produkty te nie są dostosowane do sektora KŁŻ. Dlatego też zaproponowano pewien projekt pilotażowy, który będzie służył powstaniu takiej platformy dedykowanej. Przedstawiono szczegółowo założenia tego projektu oraz jego determinanty. Platforma ta mogłaby również być współtworzona z zainteresowanymi, którzy mogliby na bieżąco zgłaszać swoje problemy i postulaty. Dostawcy produktów finansowych, którzy chcieliby zaistnieć na platformie musieliby konkurować oferowanymi warunkami. W ten sposób w jednym miejscu (one stop shop) byłaby możliwość zakupienia kompleksowej obsługi po najniższej możliwej cenie.
4. Istnieje możliwość połączenia proponowanych rozwiązań finansowych z rozwiązaniami logistycznymi. Pojawia się więc olbrzymia szansa dla skalowalności zaproponowanych rozwiązań. Platforma daje wówczas możliwość dostępu zarówno do finansowania jak i rynku sprzedaży. Beneficjent widzi więc od razu szereg korzyści i jest zainteresowany obecnością w takim miejscu. Dobrym przykładem jest tutaj serwis Allegro, który zaczynał od pojedynczych transakcji a stał się platformą międzynarodową ogromnej skali. Połączenie rozproszonej oferty KŁŻ w jednym miejscu wraz z butikiem finansowym daje taki potencjał. Jego skalowalność jest bezsporna natomiast jej potencjał nieograniczony.

Innowacje organizacyjne w LRR

Innowacja organizacyjna to proces wprowadzania zmian w systemie organizacyjnym, jakim jest na przykład LRR, które umożliwiają organizacji osiągnąć lepsze wyniki przy ograniczaniu kosztów i ryzyka. Innowacje organizacyjne polegają na wdrażaniu nowych rozwiązań w kwestii struktury organizacyjnej, procesów biznesowych, systemów sterowania czy też modeli zarządzania. Innowacje organizacyjne mogą obejmować:

1. Scalanie i restrukturyzacja: proces łączenia lub grupowanie różnych elementów organizacji lub jej wydzielenie na mniejsze podmioty.
2. Wdrażanie nowych modeli biznesowych: eksperymentowanie z nowymi sposobami zarabiania pieniędzy, poszerzanie zakresu oferty lub dywersyfikacja działań.
3. Poprawę procesów biznesowych: uproszczenie procesów i procedur, polepszanie jakości, zwiększanie efektywności, redukcję kosztów.
4. Wprowadzenie nowych technologii informatycznych: poszerzanie możliwości i funkcjonalności, zwiększanie wydajności, poprawa komunikacji i bezpieczeństwa.

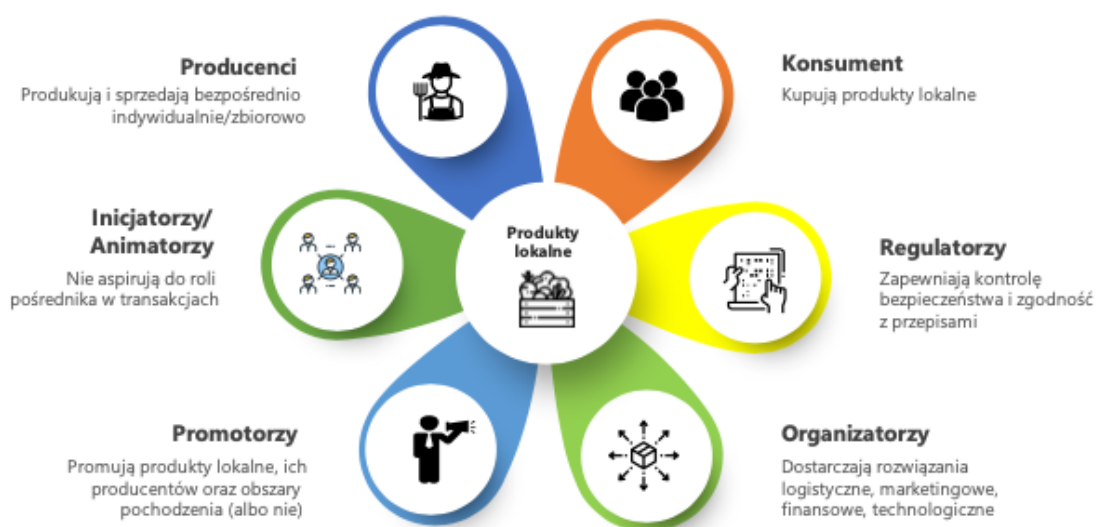
5. Wdrożenie zmian kultury organizacyjnej: zmiana zachowań, podejścia, wartości i zasad organizacyjnych tak, aby sprzyjały efektywności i innowacyjności.
6. Wdrażanie innowacji społecznych, pro-środowiskowych i innych: stosowanie zasad ekonomii społecznej czy różnych form łączenia for-profit z non-profit, które zakładają inne podejście niż najczęściej stosowane modele biznesowe.

Innowacje organizacyjne są ważne dla organizacji lub współpracujących ze sobą organizacji, ponieważ pozwalają na dostosowanie do zmieniających się potrzeb rynku, polepszanie wydajności, zwiększenie rentowności, przyspieszenie i zautomatyzowanie procesów, poprawę relacji z klientami, a także podniesienie jakości usług i produktów.

Innowacja organizacyjna to także nowatorska zmiana w sposobie funkcjonowania LRR, która pozwala na osiągnięcie lub utrzymanie przewagi konkurencyjnej na rynku. Innowacje tego typu dotyczą nie tylko zmian w produktach lub procesach, ale również w samej strukturze organizacyjnej, kulturze czy strategii inicjatorów i organizatorów LRR. Granica opłacalności dla Lokalnego Rynku Rolnego (LRR) można opisać i rozumieć jako formę kultury organizacyjnej, składającą się z trzech współgrających elementów:

1. Aktorów – czyli ludzi i organizacji, którzy współtworzą lokalny rynek (świadomie i nieświadomie).
2. Norm i wartości – czyli reguł formalnych i nieformalnych, wg. których rynek jest kreowany (tj. regulacje prawne, polityki, ale również nawyki, tradycje).
3. Zachowań – czyli indywidualnych i zbiorowych decyzji (świadomych i nieświadomych).

Rysunek 10. Aktorzy Lokalnych Rynków Rolnych



Innowacje organizacyjne w LRR powinny zmierzać do osiągnięcia korzyści takich jak poprawa wydajności, redukcja kosztów, usprawnienie procesów, a także poprawa jakości produktów lub usług oferowanych w LRR. Innowacje te mogą wynikać z wewnętrznych zmian organizacyjnych, w tym relacji pomiędzy aktorami w specyficznym przypadku, ale również ze zmian zewnętrznych dotyczących technologii, trendów rynkowych, zmian w regulacjach czy też preferencjach konsumentów na rynku żywności.

Przykłady innowacji organizacyjnych to m.in. wdrażanie nowych metod zarządzania, takich jak informatyzacja, wprowadzenie procesów automatyzacji, zmiany w strukturze organizacyjnej, czy tworzenie nowych kultur organizacyjnych, które sprzyjają twórczości, innowacji i adaptacji do zmieniających się warunków rynkowych. Lokalne rynki można organizować w rozmaity sposób. Nie wszystkie są jednak rentowne i „skalowalne” – rozwijające się ilościowo - a co za tym idzie konkurencyjne bez subsydiów. Wszystko zależy od tego, jak efektywnie realizowana jest funkcja pośrednicząca przez aktorów współtworzących rynek lokalny lub konkurującym z nim. Każda forma organizacyjna lokalnego rynku żywności produkowanej lokalnie, oparta na produkcji, sprzedaży i dystrybucji w konwencji skracania łańcucha dostaw żywności, składa się z 5 współgrających ze sobą elementów – aktorów, którzy muszą w różny sposób realizować funkcje pośredniczące w relacjach między sobą: Są nimi:

1. Producenci, którzy produkują wysokiej jakości produkty i szukają możliwości ich sprzedania bezpośrednio konsumentom w celu zwiększenia swoich dochodów.
2. Konsumenty, którzy poszukują wysokiej jakości produktów wiadomego pochodzenia i możliwości dokonania zakupu wprost od producenta.
3. Inicjatorzy/animatory, to osoby bądź organizacje, które animują lokalny rynek jako system żywnościowy, szukając możliwości rozwoju jego konkurencyjności przy zachowaniu jego podstawowych zalet (przejrzystości, optymalizacji kosztów i korzyści z punktu widzenia producentów i konsumentów oraz internalizacji kosztów społecznych, środowiskowych i ekonomicznych). Nie ustawiają się w roli pośrednika poszukującego zarobku z przeprowadzanych transakcji kupna-sprzedaży.
4. Regulatorzy – prawodawcy i nadzór administracyjny, którzy w imieniu administracji publicznej mają zapewnić bezpieczeństwo żywności, zgodność z obowiązującymi przepisami (znakowanie, pochodzenie etc) oraz wymogami fiskalnymi (podatki etc.).
5. Promotorzy – to osoby bądź organizacje, które promują LRR, produkty oraz producentów, ale nie są kosztem transakcji. Mogą to być samorządy, organizacje społeczne czy też entuzjaści.

Ważne jest, że dla nich samo istnienie i rozwój LRR stanowi wartość, a więc nie poszukują sposobu na zarabianie na każdej dokonanej transakcji. Ponadto, w zależności od formy LRR pojawia się potrzeba działania podmiotów uzupełniających, np. w postaci:

- dysponentów punktów sprzedaży odbioru;
- promotorów, którzy propagują walory produktów lokalnych oraz ich producentów i tworzą sprzyjający klimat i warunki dla rozwoju rynków lokalnych;
- podmiotów wspierających logistykę – posiadacze środków transportu, magazynów, etc.,
- podmiotów realizujących rozliczenia i finansowanie – banki, operatorzy płatności webowych, itp.

Tabela 6. Aktorzy lokalnego rynku i ich możliwe role w wypełnianiu funkcji pośredniczących w procesie sprzedaży

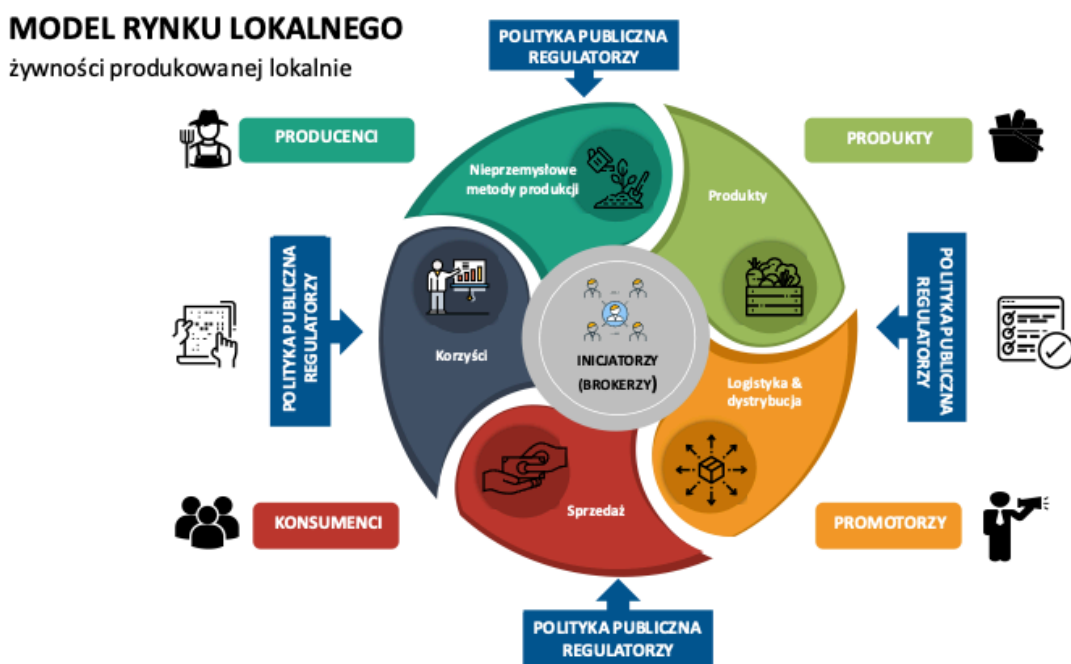
AKTOR	Produkcja/ przetwórstwo	Transport	Magazy- nowanie	Marketing/ Oferta w Internecie	Sprzedawa- nie/ kupowanie	Prowadzenie punktu sprzedaży/ odbioru	Rozliczenia, fakturowanie, sprzedaż fiskalna	Usługi finansowe (płatności online, karty, rachunki bankowe)
Rolnik/producent	X	X	X	X	X	X	X	
Przetwórcza		X	X	X	X	X	X	
Konsument		X	X		X	X		
Organizator/inicjator /broker lokalnego rynku żywności (w formie KŁZ)		X	X	X		X		
Regulator – sposób nadzoru i kontroli zgodność z obowiązującymi przepisami	X	X	X	X	X	X	X	X
Dysponent punktu odbioru/sprzedaży		X	X	X	X	X	X	
Promotor				X				
Podmiot dysponujący środkami transportu		X	X	X	X		X	
Podmiot dysponujący magazynem		X	X	X	X	X	X	
Rozliczający i przyjmujący płatności		X	X				X	

Konfiguracja składająca się z: dysponentów punktów sprzedaży/odbioru, promotorów, podmiotów wspierających logistykę i podmiotów realizujących rozliczenia i finansowanie i przypisanie im funkcji pośredniczących oraz uprawnień pozwala na opisanie formy organizacyjnej lokalnego rynku w określonym miejscu i czasie (Rys. 11). Forma organizacji produkcji, dystrybucji i sprzedaży, wiąże się z sposobem organizacji funkcji pośredniczących i dopasowania ich do określonych uwarunkowań i możliwości producentów, konsumentów, organizatorów, promotorów oraz regulatorów w danej sytuacji. Różne konfiguracje funkcji pośredniczącej, w tym też stopień ich informatyzacji, różnią się również zdolnością do osiągnięcia rentowności oraz skali oddziaływania.

Funkcje pośredniczące w ramach lokalnego rynku żywności to m. in.:

- przetwórstwo,
- transport,
- magazynowanie,
- promocja oraz marketing/ofertowanie/publikowanie cenników,
- sprzedaż – kojarzenie ofert z zamówieniami (kupno/sprzedaż produktów i towarów, zamawianie usług transportowych i magazynowych; np. prowadzenie sklepu Internetowego),
- prowadzenie punktów sprzedaży (targowiska, punkty odbioru, sklepy),
- rozliczenia finansowe, fiskalne, fakturowanie,
- usługi bankowe (karty debetowe i kredytowe, prowadzenie rachunków bankowych),
- przyjmowanie/wykluczanie z systemu sprzedaży (ustalenie reguł wg. który system funkcjonuje),
- edukacja konsumentów,
- doradztwo dot. nieprzemysłowych metod produkcji i przetwórstwa,
- kontrola jakości i autentyczności.

Rysunek 11. Model Lokalnego Rynku Rolnego



Istnieje wiele form organizacyjnych lokalnych rynków rolnych, które różnią się w zależności od lokalnych potrzeb, zasobów i funkcjonowania rynku. Najczęściej spotykane formy to:




1. Targowiska. Najprostsza forma organizacyjna, w którym producenci rolni sprzedają swoje produkty bezpośrednio na rynku w centrum miasta, w parku lub przy drodze. Mogą być czynne codziennie lub raz w tygodniu.
2. Stoiska sprzedaży. Producent rolny rezerwuje stałe miejsce na lokalnym targu, gdzie regularnie sprzedaje swoje produkty. Ta forma organizacyjna umożliwia rolnikom stałe miejsce sprzedaży i budowanie lojalności wśród klientów.
3. Rolnictwo Wspierane przez Społeczność (CSA - Community Supported Agriculture). Jest to forma, w której klienci z góry zamawiają produkty rolnicze u lokalnych producentów i odbierają je na stałe, ustalone wcześniej, terminy. Klienci płacą abonament, co umożliwia producentom rolnym uniknięcie ryzyka niewykorzystania sprzedaży sezonowej.
4. Sklepy społeczne. Forma, w którym klienci zrzeszeni w spółdzielniach lub sklepach społecznych dokonują zakupów u lokalnych producentów rolnych. W ten sposób klienci wspierają sami siebie i lokalnych producentów rolnych.
5. Cyfrowe platformy sprzedażowe. Forma organizacyjna oparta na sprzedaży online, w którym producenci mogą sprzedawać swoje produkty za pośrednictwem dedykowanych platform internetowych i aplikacji mobilnych.
6. Współdzielone lub przyjazne dla rowerów dostawy świeżych produktów pochodzących od lokalnych rolników. Dostawa realizowana jest przez rzeszę szerokiej grupy rowerzystów.

Istnieją również inne formy organizacyjne LRR, które stają się coraz bardziej popularne na całym świecie, w zależności od możliwości i uwarunkowań danego regionu (Serafin, 2022). Na podstawie przeglądu literatury można przyjąć trzy podstawowe formy organizacyjne dla potrzeb diagnozy różnych konfiguracji LRR pod kątem skalowania liczebności producentów i konsumentów, różnorodności oferowanych produktów, wolumenu i liczby transakcji oraz oddziaływania na czynniki społeczne, ekonomiczne i środowiskowe otoczenia. A mianowicie:

1. Indywidualna sprzedaż bezpośrednia (jeden producent dostarcza swoje produktu wielu konsumentom).
2. Współpraca rolników w zakresie produkcji, przetwórstwa, dystrybucji i sprzedaży (wielu rolników łączących się z wieloma konsumentami, najczęściej dostarczających swoje produkty w formie wspólnie tworzonego koszyka produktów).
3. Partnerstwa producent-konsument na wszystkich etapach od pola do stołu (zarówno producenci jak i konsumenci angażują się aktywnie w współtworzeniu i prowadzeniu LRR).

Trzy wymienione modele organizacyjne LRR, różnią się przede wszystkim tym w jaki sposób i kto wykonuje funkcje pośrednika, które są niezbędne dla funkcjonowania i rozwijania LRR.

Tabela 7. Podstawowe modele organizacyjne LRR

		
Model PPS – producent, przetwórcza, sprzedawca	Model ZPDS – zbiorowe przetwórstwo, dystrybucja i sprzedaż producentów/rolników	Model RPK – sieć równorzędna producentów i konsumentów
Producent wykonuje funkcje pośrednika	Stowarzyszenie lub inny podmiot wykonuje funkcje pośrednika z udziałem producentów i przy wsparciu IT	Producenci i konsumenci wykonują funkcje pośrednika przy wsparciu specjalistów oraz IT
	<ul style="list-style-type: none"> • Systemy koszykowe • Produkcja na zamówienie • Centra logistyczne (food hub) • Zbiorowe punkty sprzedaży (sklepy) • Kooperatywy spożywcze • Rolnictwo wspierane przez społeczność • Internetowe platformy sprzedażowe • Własny targ • Inne? 	

Przejście od jednego typu do drugiego może stanowić ścieżkę rozwoju zarówno dla producentów, jak i konsumentów. Każdy typ ma swoją specyfikę, mocne i słabe strony, jeśli chodzi o potencjał skalowania i replikacji. Innym zastrzeżeniem jest to, że możliwe są również rozwiązania hybrydowe, które nie pasują ściśle do żadnej z kategorii. Należy więc pamiętać, że typologia proponuje ramy dla wypracowywania innowacji organizacyjnych. Nie należy rozpatrywać 3 przedstawione model w kategoriach, że jeden jest lepszy lub bardziej pożądany niż inny w danej sytuacji. Należy raczej dopasowywać najbardziej odpowiedni model do specyfiki uwarunkowań, możliwości określonego LRR, który funkcjonuje w określonym kontekście politycznym, ekonomicznym, społecznym i kulturowym.

Kluczem dla opisu modelu organizacyjnego LRR w celu wprowadzenia innowacji to identyfikacja funkcji pośrednika oraz opisanie i wycena tych funkcji dla potrzeb prognozowania punktu opłacalności. Koszty pośrednika stanowią kluczowym elementem LRR, a więc innowacje organizacyjne powinny zmierzać do minimalizacji tych kosztów w odniesieniu do transakcji. Poniżej przedstawiono wybrane usługi pośrednictwa w zakresie funkcjonowania i rozwoju SFSC, co sugeruje, że konieczne jest bardziej szczegółowe zbadanie, w jaki sposób usługi doradcze i wspierające odpowiadają na potrzeby, okoliczności i możliwości poprawy funkcjonalności pośredników. Wybierając formę organizacyjną należy wskazać jak będą świadczone funkcje pośrednika dla LRR i jak będą dzielone związane z tym koszty korzyści.

Rysunek 12. Funkcje pośrednika dla LRR

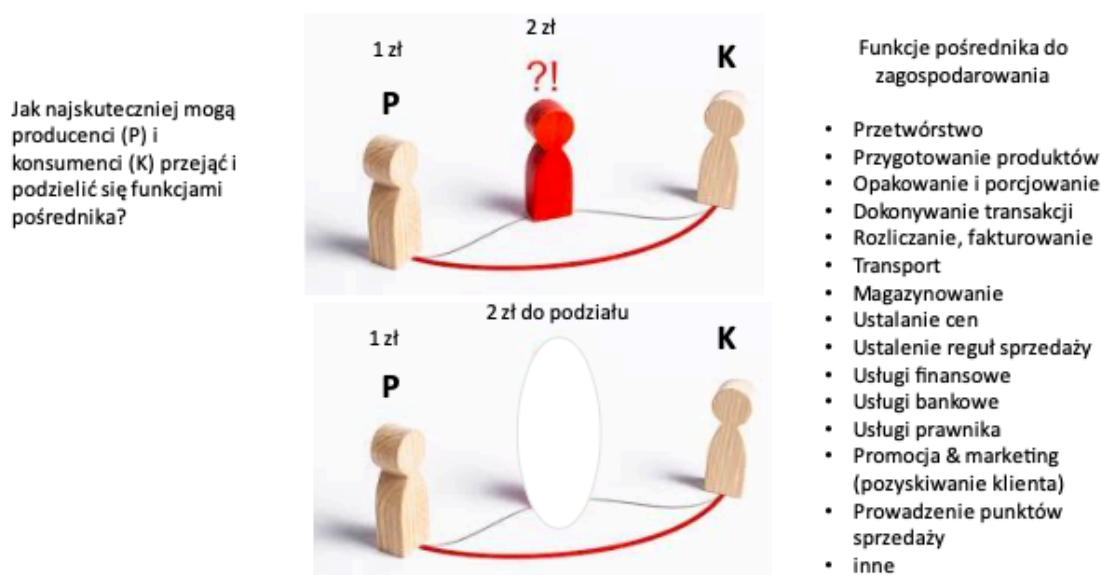


W indywidualnych formach sprzedaży, które obecnie dominują w LRR, producent żywności pokrywa pełne koszty funkcji pośredniczących, włączając je do bieżącej działalności. Koszty i ryzyko z tym związane mogą zniechęcać producentów do zwiększania skali i dywersyfikacji działalności, co sprawia, że tylko najbardziej przedsiębiorczy producenci żywności mogą wybrać tę opcję. Dla samych zainteresowanych producentów funkcje pośrednika są niewidoczne, jeśli są wykonywane własnym sumptem, ponieważ nie są one w żaden sposób wyodrębniane jako osobna działalność. Zwiększenie skali oraz oddziaływania LRR to nie tyle kwestia wyboru formy organizacyjnej kanałów sprzedaży, ale organizacja funkcji pośrednika bez udziału pośrednika pod kątem tego kto, i w jaki sposób, ponosi koszty finansowe i czasowe wykonywania niezbędnych zadań pośrednika. Problem zapewnienia odpowiednich zdolności, umiejętności i kompetencji w zakresie funkcji pośrednika jest również często wymieniany jako bariera dla rozwoju LRR.

Niezwykle istotne staje się zaproponowanie modelu organizacyjnego LRR, który przyczyni się do zwiększenia konkurencyjności i atrakcyjności LRR, i co za tym idzie rozwój tej formy produkcji, przetwórstwa, dystrybucji i sprzedaży żywności. W świetle powyższego zostało postawione kluczowe pytanie: Jak forma organizacyjna LRR zapewni możliwość replikacji i skalowania korzyści płynących przede wszystkim do partycypujących producentów i konsumentów, ale również jako element rozwoju zrównoważonego terenów wiejskich?

Oznacza to w praktyce, przy założeniu sprzedaży bezpośredniej, znalezienie odpowiedzi na kwestię zagospodarowania funkcji pośrednika, w tym przychodów i kosztów z nimi związane, w sytuacji, w której nie ma pośrednika.

Rysunek 13. Funkcje pośrednika do zagospodarowania



Poszukiwano zatem, innowacji organizacyjnej, która umożliwi uczestnikom LRR pokonać bariery dla replikacji i skalowania sprzedaży bezpośredniej i którą można dostosować do potrzeb, uwarunkowań i możliwości w funkcjonujących lub planowanych LRR. Wypracowana innowacja organizacyjna:

- wypełni lukę informacyjną i organizacyjną w zakresie logistyki (transportu i magazynowania) istniejącą pomiędzy podażą produktów i przetworów rolnych z małych i średnich gospodarstw, a lokalnym rynkiem konsumentów poszukujących tych produktów,
- będzie generować oszczędności w wyniku obniżenia kosztów transportu i magazynowania oraz kosztów transakcyjnych,
- pozwoli na bezpośrednie transakcje i rozliczenia między poszczególnymi uczestnikami sieci.

Pośrednim rezultatem będzie narzędzie, które umożliwi skuteczniejsze wprowadzanie „oddolnych” rozwiązań LRR w sposób, który buduje konkurencyjność, bazując na rozproszonym geograficznie i decentralizowanym charakterze małych gospodarstw rolnych oraz przetwórstwie w małej skali nieprzemysłowej.

Założenia i wstępna propozycja modelu LRR

Lokalne rynki rolne mogą przybierać różne formy i modele w zależności od swojego celu, wielkości oraz form własności (prywatna, publiczna, mieszana), form prawnych (konsorcjum, spółka, porozumienie, spółdzielnia itp.) oraz celów (biznesowe, społeczne, publiczne). Projektując LRR, inicjatorzy mogą mieć duży wpływ na jego możliwości i

zdolności rozwojowe, a wybór czy też wskazanie organizatorów LRR ukierunkowuje ścieżkę rozwoju. Należy zadbać o zapewnienie optymalnej wydajności LRR jako organizacji, która umożliwi współdziałanie różnych osób, podmiotów oraz interesariuszy. Ich zadaniem jest tworzenie strategii, zarządzanie finansami, motywowanie uczestników, monitorowanie wyników oraz dostosowanie LRR do zmieniających się potrzeb rynku na którym LRR konkuruje.

Gospodarka społeczna, gospodarka solidarna i gospodarka współdzielona to trzy różne koncepcje ekonomiczne, które w niemałym stopniu kształtują LRR. Ekonomia społeczna polega na współpracy ludzi w celu stworzenia czegoś nowego. Opiera się na zasadach społeczeństwa obywatelskiego, dążąc do zaspokojenia podstawowych potrzeb poprzez spółdzielcze modele produkcji lub usług. Ekonomia solidarności dąży do stworzenia sprawiedliwych form wymiany, które przedkładają zarówno ludzi, jak i planetę nad zysk. Wreszcie, gospodarka współdzielona jest formą konsumpcji opartej na współpracy, która kładzie nacisk na dostęp nad własnością poprzez technologie takie jak platformy peer-to-peer i cyfrowe rynki.

W uzupełnieniu do tych trzech modeli ekonomicznych, koncepcja "gospodarki o obiegu zamkniętym" zyskała na znaczeniu, ponieważ firmy i rządy szukają bardziej zrównoważonych sposobów produkcji i dystrybucji towarów. Ekonomia o obiegu zamkniętym opiera się na zasadach efektywnego gospodarowania zasobami i dzielenia się nimi, wzywając do ponownego użycia i ponownego wykorzystania materiałów zamiast ich utylizacji. Kładzie nacisk na innowacje w celu zminimalizowania ilości odpadów, zwiększenia produktywności i zmniejszenia wpływu na środowisko. Integrując te różne podejścia, można stworzyć system gospodarczy, który jest odpowiedzialny za środowisko, sprawiedliwy społecznie i opłacalny finansowo.

Te alternatywne ekonomie szybko się rozwijają ze względu na ich zdolność do wprowadzania innowacji w odpowiedzi na bieżące potrzeby, kierując się jednocześnie silnymi zasadami etycznymi. Stanowią one alternatywę dla tradycyjnych modeli ekonomicznych, które w dużej mierze okazały się nieskuteczne w zapewnianiu sprawiedliwego dostępu i ograniczaniu wpływu na środowisko.

Modele alternatywnej ekonomii mogą stanowić podstawę dla zaproponowania innowacyjnego modelu organizacyjnego dla LRR, który powinien wykorzystać wszystkie cechy na które zwracają uwagę w wypracowywaniu przez uczestników LRR wspólnego systemu zasad, praktyk i procesów wg. których LRR będzie funkcjonował i rozwijał się, tj. przedsięwzięcie LRR to:

- próba utworzenia czegoś nowego związanego z nową wartością (ekonomia społeczna)
- zapewnienia wzajemnego wsparcia, tak aby wszyscy zaangażowani wynosili korzyści (ekonomia solidarności),
- umożliwienia dzielenia się zasobami by ograniczyć koszty i ryzyko (ekonomia współdzielenia),
- optymalizowania wielokrotnego wykorzystania zasobów w celu ograniczenia odpadów i negatywnego oddziaływania na środowisko (ekonomia obiegu zamkniętego),

Kluczem do przełożenia koncepcji nowych ekonomii na rzeczywistość projektowania i rozwijania LRR jest działanie zbiorowe, przekładające się na korzyści indywidualne. Każdy z czterech modeli ekonomii zyskuje na popularności ze względu na jego zdolność do skuteczniejszego rozwiązywania kwestii społeczno-gospodarczych niż tradycyjne mechanizmy rynkowe (tj. model ekonomii klasycznej). Każdy model przynosi inne korzyści w zakresie zapewniania dostępu do towarów lub usług, jednocześnie generując wartość zbiorową, umożliwiając jednostkom współpracę ze sobą bardziej efektywnie niż wcześniej.

Wspólnie wypracowane zasady mogą stanowić podstawę dla wspierania, kierowania, monitorowania i oceniania przedsięwzięcia LRR. Chodzi o spójny system nadzoru (ang. *governance*), zwanym w języku polskim Ładem Korporacyjnym, który zasadniczo polega na równoważeniu interesów wszystkich zaangażowanych oraz wszystkich interesariuszy przedsięwzięcia, zgodnie z założeniami ekonomii społecznej, solidarności, współdzielenia i ekonomii obiegu zamkniętego.

Wyraźnym zagrożeniem związanym z wypłaszczonymi strukturami organizacyjnymi, które są oparte na sieciowaniu rozproszonych działań jest to, że ogólna spójność i synergia mogą zostać utracone w wyniku próby stworzenia wielu jednostek biznesowych i centrów zysków zdolnych do reagowania na różne presje rynkowe i wymagania dotyczące wsparcia organizacyjnego. Wiedza i informacje mogą być uwięzione w lokalnych sieciach, co zmniejsza szanse na współpracę ludzi poza granicami swojej domeny. Ludzie pełniący funkcje w różnych wymiarach funkcjonowaniu LRR są po prostu nieświadomi powiązanych kwestii i działań, które powinny ich dotyczyć jeśli LRR nie zadba o tkankę łączącą rozproszenie działania w jedną, spójną systemową całość.

Innowacyjny model organizacyjny wypracowany w ramach operacji to sposób na uzyskanie zarówno funkcjonalnej decentralizacji, jak i spójności całości. Aby ten cel osiągnąć musi się on opierać na cybernetycznych zasadach wzajemnej komunikacji i kontroli w złożonych organizacjach. Zasady te oferują sposób na zapewnienie prawdziwej autonomii i

upodmiotowienia w zintegrowanych ramach, wraz z niezbędnymi powiązaniem wspierającymi między poszczególnymi częściami.

Zastosowanie innowacyjnego modelu organizacyjnego do projektowania i rozwijania LRR, pozwoli na zdefiniowanie na nowo funkcji pośrednika w celu zintegrowania ich w strukturę organizacyjną LRR, dzieląc i ograniczając ich koszty i równocześnie zwiększając ich skuteczność. Praktycznie, podejście to, wymaga zidentyfikowanie i organizowanie procesów niezbędnych dla funkcjonowania i rozwoju LRR i wykorzystanie nowych technologii informatycznych do zautomatyzowania funkcjonalności tam, gdzie jest to właściwie i potrzebne. Kluczowe przepływy w rozproszonym LRR to:

1. Informacja (zamówienia, oferty, wiedza produktach i sposobów ich wytwarzania, bezpieczeństwo żywności, oddziaływanie na środowisko, zgodność z obowiązującymi przepisami prawnymi itp.).
2. Produkty (logistyka i dystrybucja związana z dostawą produktów żywnościowych od rolników do konsumentów w wygodny sposób dla obu stron itp.).
3. Płatności (rozliczenia transakcji, w tym przepływ pieniędzy od konsumentów do producentów bez pośredników za usługi pośrednika i za zakup produktów itp.).
4. Dokumenty finansowe (każda transakcja wiąże się z tworzeniem i złożeniem dokumentu finansowego odpowiednim organom).

Podstawowe założenie i punkt wyjścia dla opracowania innowacyjnego modelu LRR to potrzeba opisanie możliwości i sposobów na:

1. Przejęcie od pośredników funkcji organizatora LRR przez jego uczestników (w szczególności producentów albo/i konsumentów).
2. Wypracowanie skutecznych i nowatorskich sposobów świadczenia usług pośrednika przez organizatorów LRR w oparciu o rozwiązania sprzedaży bezpośredniej na linii producentkonsument.

Z punktu widzenia rolnika/producenta produkującego w skali nieprzemysłowej, dopasowanie formy organizacyjne LRR do swoich potrzeb, uwarunkowań i możliwości wymaga dokonania wyboru w formie odpowiedzi na następujące pytania:

P1.: Czy chcę działać w pojedynkę, tworząc własną formę sprzedaży, pełniąc samemu funkcje pośrednika, aby czerpać stosowne korzyści? (Producent – Przetwórca – Sprzedawca – PPS).

P2.: Czy chcę działać z innymi producentami w tworzeniu i prowadzeniu formy sprzedaży, która zapewnia funkcje pośrednika i w ten sposób ogranicza koszty i oszczędza czas? (Producent Konsument Zbiorowy - ZPDS).

P3.: Czy chcę współtworzyć z innymi producentami i konsumentami formy sprzedaży, w których dzielę z innymi funkcje pośrednika i w ten sposób ograniczam koszty, oszczędzam? Czy chcę mieć możliwość świadczenia wybranych usług pośrednika w ramach wybranej formy sprzedaży i zapewnić sobie dodatkowe przychody (Równorzędne Sieci Producentów i Konsumentów – RSPK).

Funkcje pośrednika mogą być skoncentrowane w osobie producenta lub jego gospodarstwa rolnego bądź firmy, który pełni równocześnie rolę producenta, przetwórcy i sprzedawcy. Takie rozwiązania nazywamy **Producent-Przetwórcza-Sprzedawca - PPS**. Dzięki informatyzacji oraz automatyzacji, rozwiązania PPS mają wciąż spory potencjał zwiększania skali i są atrakcyjną formą organizacji lokalnego rynku dla coraz większego grona rolników-przedsiębiorców, które korzysta z przywilejów i przepisów rolniczego handlu detalicznego. Jednak w konkurencji z rynkiem globalnym, rolnikprzedsiębiorca działający w pojedynkę, ma ograniczenie czasowe, kompetencyjne, finansowe oraz asortymentowe.

Alternatywa dla rozwiązań PPS, to formy organizacyjne, które programują funkcje pośrednika jako działania zbiorowe producentów i konsumentów. Takie rozwiązania określamy jako **Zbiorowe Przetwórstwo Dystrybucji i Sprzedaż - ZPDS**.

Rozwiązania ZPDS wyróżniają się tym, że funkcje pośredniczące są dzielone pomiędzy aktorami lokalnego rynku, a więc nie są w rękach jednego producenta. Współpraca jest niezbędna pomiędzy producentami, konsumentami oraz innymi aktorami, kreującymi lokalny rynek. Możliwe są różne formy sformalizowanej lub nieformalnej współpracy – i co za tym idzie, różne formy sprzedażowe. Tak jak w przypadku rozwiązań PPS, różne formy współpracy różnią się m. in. potencjałem „skalowalności”. Zazwyczaj wymagają one organizatora lub inicjatora, który może charakteryzować się czasowym lub trwałym zaangażowaniem w rozwój określonego rynku lokalnego, tak jak i różnym stopniem zastosowania rozwiązań informatycznych. Rozwiązania ZPDS wyróżniają się tym, że niezbędny jest inicjator lokalnego rynku, a następnie organizator np. w formie klubu zakupowego, spółdzielni spożywczej, kooperatywy czy też rolnictwa wspieranego społecznie (Struś et. al. 2020).

Rozwiązania ZPDS, tak jak i rozwiązania PPS, również mają ograniczenia, jeśli chodzi o ich „skalowalność”. W związku z tym, proponujemy rozważyć możliwość zastosowania rozwiązań, które opierają się – dzięki rozwiązaniom informatycznych – na samo-organizacji aktorów i informatycznej realizacji funkcji pośrednika jako zdecentralizowane **Równorzędne Sieci Producentów i Konsumentów - RSPK**.

Producent – Przetwórca – Sprzedawca (PPS)

Producent-Przetwórca-Sprzedawca (PPS) W latach 80-tych i 90-tych w Polsce i w Europie inicjatywy i rozwiązania KŁŻ były ściśle związane z rolnikami, którzy rozwijali swoją działalność indywidualnie lub wspólnie z innymi, by wytworzyć dla siebie wartość dodaną



poprzez uruchomienie przetwórstwa i sprzedaży bezpośredniej, np. poprzez uruchomienie własnego sklepu, dzierżawę straganu na placu targowym itp. Taką formę organizacyjną rynku lokalnego można określić jako „tradycyjną”, która jest szeroko propagowana, w szczególności wśród rolników-przedsiębiorców.

W taką formę sprzedaży bezpośredniej najczęściej angażowali się rolnicy z podmiejskich gospodarstw, rolnicy ekologiczni lub rolnicy próbujący odpowiedzieć na potrzeby określonych grup konsumentów. Taka forma sprzedaży łączy w jednej osobie, podmiocie bądź gospodarstwie rolnym, funkcje producenta, przetwórcy i sprzedawcy (PPS), i co za tym idzie – wszystkie funkcje pośrednika. Formuła sprzedaży bezpośredniej PPS jest powszechna w Polsce i stanowi atrakcyjne rozwiązanie dla osób przedsiębiorczych. Rozwój serowarstwa czy winiarstwa w ostatnich latach pokazuje rozwój tej formy organizacji produkcji i sprzedaży. Model biznesowy tych przedsięwzięć opiera się właśnie na formule PPS – łączenia produkcji, przetwórstwa i sprzedaży w jednym podmiocie i często w jednym miejscu w celu przywłaszczenia całego łańcucha wartości.

Zmiany legislacyjne w ostatnich latach, umożliwiły rolnikom przetwarzanie i sprzedaż swoich produktów bezpośrednio konsumentom, w szczególności w ramach tzw. rolniczego handlu detalicznego (RHD) oraz sprzedaży marginalnej, lokalnej i ograniczonej (MLO). Zmiany legislacyjne otworzyły rolnikom drogę do rozwijania własnych rozwiązań PPS na korzystnych warunkach podatkowych i sanitarnych, bez potrzeby uruchamiania działalności gospodarczej. W konsekwencji można zaobserwować w Polsce dynamiczny wzrost „przedsiębiorczości rolniczej” w zakresie przetwórstwa i sprzedaży, w oparciu o rolniczy handel detaliczny. Jednak mając na uwadze, że niemal milion polskich rolników w większości produkuje wyłącznie na własne potrzeby i nie sprzedaje bezpośrednio, liczba rolników zarejestrowanych w działalności RHD i MLO to wciąż margines.

Jednak rozwiązania PPS, pomimo stosowania nowoczesnych form produkcji i przetwórstwa w małej skali, oraz rozwiązań informatycznych w formie sklepów internetowych, które umożliwiają producentowi kontakt z potencjalnie nieograniczoną liczbą konsumentów, mają swoje ograniczenia.

Formy organizacyjne PPS nie wymagają formalnej lub stałej współpracy z innymi. Taka współpraca, na przykład w zakresie promocji, często jest incydentalna lub koniunkturalna. Nowe możliwości technologiczne, informatyczne, marketingowe powodują, że formy organizacyjne PPS cieszą się dużym zainteresowaniem, w szczególności osób przedsiębiorczych oraz tych, którzy się decydują na wejście na komercyjny rynek żywności, tak jak w przypadku serowarstwa czy winiarstwa. Warto też podkreślić, że aktualnie obowiązujące przepisy sprzedaży bezpośredniej premiuja przede wszystkim „zindywidualizowane formy” organizacji rynku lokalnego, czyli PPS.

Najpopularniejsze formy PPS, to:

- Sprzedaż z gospodarstwa/sklepy farmerskie;
- Miejskie place targowe;
- Targi farmerskie;
- Sprzedaż przydrożna i obwoźna;
- Samozbiory;
- Sprzedaż internetowa.

W załączniku 3 przedstawiono przykłady form PPS z Polski i świata, komentując w każdym przypadku cechy organizacji rynku lokalnego po katem: sposobu organizacji i funkcjonowania; możliwości zastosowania w Polsce; mocnych stron w świetle możliwości rozwoju i upowszechnienia w Polsce; słabych stron w świetle możliwości rozwoju i upowszechnienia w Polsce.

Zbiorowe Przetwórstwo – Dystrybucja – Sprzedaż (ZPDS)

Motywacja dla różnych rozwiązań PZ dla indywidualnych producentów, to chęć zwiększenia skali sprzedaży swoich produktów, jak też skuteczniejszego konkutowania na zmieniającym się rynku żywności. Wymagana jest forma organizacyjna, która stworzy atrakcyjne warunki zarówno dla producentów jak i konsumentów, polegająca na dzieleniu kosztów, ryzyk i korzyści funkcji pośrednika. Chodzi tu o zidentyfikowanie i wykorzystanie potencjału rozwoju zdolności produkcyjnych, organizacyjnych i dystrybucyjno-sprzedażowych grupy rolników, aby w ten sposób ograniczyć koszty produkcji/przetwórstwa, logistyki, rozliczeń, marketingu, inwestycji, kanałów dystrybucji sprzedaży itp.



Rozwiązania ZPDS to kooperatywy spożywcze, spółdzielnie rolnicze i inne formy rolnictwa wspieranego przez społeczeństwo, polegające na wspieraniu rolników i drobnych przetwórców w zamian za bezpośredni dostęp do ich produktów. Każda z wymienionych form ma swoją historię i można ją spotkać w naszym kraju. Wyróżniają się tym, że są to „zbiorowe” rozwiązania wymagające współpracy pomiędzy producentami, a także na linii producent-konsument tak, aby korzyści płynęły dla wszystkich zaangażowanych, w tym też do tych, którzy w konwencjonalnych systemach żywnościowych są wykluczani z uwagi na ich małą skalę, nieformalne działanie, oraz fizyczną odległość od rynku.

Potrzebny jest inicjator rynku lokalnego, który działa na rzecz tworzenia i rozwijania rynku lokalnego, tak aby korzyści płynęły do rolników, w szczególności tych, którzy nie uczestniczyli dotychczas w rynkowej sprzedaży bezpośredniej. Zadanie inicjatora to m. in. przygotowanie rolników/małych producentów do skutecznego korzystania z powstającego rynku lokalnego i dopilnowanie, że prowadzone działania są zgodne z przepisami bezpieczeństwa żywności oraz fiskusem. Coraz częściej rolę inicjatora pełni samorząd terytorialny (Kachniarz et al., 2020).

Przepisy regulujące znakowanie, bezpieczeństwo, stawki podatkowe itp. kształtują lokalny rynek, a więc muszą być brane pod uwagę i zmieniane na korzyść producentów i konsumentów partycypujących na rynku lokalnym. Nie tylko same przepisy oraz ich interpretacje są istotne, ale również sposoby kontroli zgodności przez powołane do tego celu służby administracyjne (Inspekcja Sanitarna, Inspekcja Weterynaryjna, Urząd Skarbowy itp.).

W rozwiązaniach ZPDS, funkcje pośrednika, niezbędne dla organizowania sprzedaży, odróżniają się od rozwiązań klasycznego pośrednika (np. supermarket, sklep internetowy), czy też rozwiązań PPS tym, że są służebne wobec partycypujących producentów i konsumentów. Dla porównania w rozwiązaniach PPS, to rolnik czy producent przejmuje w całości funkcje pośrednika. Nie są to funkcje dzielone.

W wersji ZPDS występuje pośrednik pod kontrolą partycypujących producentów, który zajmuje się funkcjami pośredniczącymi na korzyść rozwoju LRR, w tym też przepływami finansowymi i rozliczeniami pomiędzy rolnikami i konsumentami. Formalnie pośrednik musi mieć osobowość prawną z uwagi na funkcję kupowania produktów od rolników, a następnie sprzedawanie ich konsumentom. Kontrola partycypujących rolników (i ewentualnie również konsumentów) nad pośrednikiem oznacza, że w modelu ZPDS pośrednik odgrywa rolę służebną wobec LRR. O polityce sprzedażowej, marżach, punktach sprzedażowych, kanałach dystrybucji decydują członkowie spółdzielni czy stowarzyszenia, a udziałowcy w przypadku spółki. W wariantcie zakontraktowania funkcji pośredniczących osobom trzecim, istotna jest treść i warunki umowy.

Kontrola nad podmiotem pełniącym funkcje pośrednika jest ważna ponieważ tylko w ten sposób można zapewnić, że prowadzone działanie generuje korzyści dla rozwoju LRR. Ewentualne zyski czy nadwyżki finansowe są reinwestowane w usprawnienia funkcji pośredniczącej, tak aby koszt każdej transakcji był na jak najniższym poziomie. Wiąże się to również z powierzeniem części funkcji pośrednika płatnie lub nieodpłatnie partycypującym rolnikom i konsumentom tak jak w przypadku obsługi punktów odbioru, logistyki czy też marketingu.

Z punktu widzenia przepływów i rozliczeń finansowych, to odbywają się one za pośrednictwem podmiotu, któremu inicjatorzy lub uczestnicy LRR powierzyli funkcji organizacji LRR jako przedsięwzięcia zbiorowego. Jest to model tzw. „hubów” czyli podmiotów, który obsługują i rozwijają LRR w imieniu partycypujących rolników (i konsumentów) czy też instytucji publicznych, które inwestują i rozwijają funkcjonalności „hubów” aby w ten sposób budować konkurencyjność LRR. Inwestycje publicznie nie stanowią kosztu transakcji na linii producent- konsument. Ta forma rozwoju LRR jest od lat praktykowana w USA, ale jest też wiele przykładów zastosowania tego modelu na terenie UE i też w Polsce.

W omawianym modelu, funkcje pośrednika mogą być dostosowywane do potrzeb określonego LRR i też stopniowo automatyzowane lub przenoszone on-line w celu usprawnieniu funkcji pośrednika, i co za tym idzie obniżania kosztów na korzyść partycypujących rolników i producentów.

Rozwiązania ZPDS są coraz bardziej powszechne i cenione w Polsce i w innych krajach UE. Stanowią one przedmiot badań i rozwoju, mimo tego rozwiązania ZPDS są nadal niedoskonałe powodując, że sprzedaż bezpośrednia wciąż stanowi margines na rynku sprzedaży żywności.

Mając powyższe na uwadze, rozwój rynków lokalnych w oparciu o rozwiązania sprzedaży bezpośredniej wymaga przede wszystkim wykreowania, przetestowania i wdrożenia innowacyjnych rozwiązań organizacyjnych, które umożliwiają i premiuje współpracę. Działanie to ma szansę zwiększyć znaczenie rynków lokalnych w rozumieniu liczby partycypujących producentów i konsumentów, różnorodności asortymentu oferowanych produktów, wolumenu sprzedaży oraz zdynamizowania gospodarki lokalnej poprzez wykreowanie m. in. nowych miejsc pracy i nowych usług.

Wymienione niżej formy organizacyjne rynku lokalnego opierają się na konwencji prosumenckiej, czyli działalności zbiorowej, która łączy wielu producentów z wieloma konsumentami. Potencjał na rozwój rynku lokalnego we wszystkich wymienionych

przypadkach opiera się na możliwości i sposobie przejęcia funkcjonalności pośrednika przez tych, którzy współtworzą rynek lokalny w określonym miejscu i mają interes w tym, by rynek ten się rozwijał. Tak jest w przypadku konsumentów, którzy chcą dostęp do żywności wiadomego pochodzenia czy też samorządu terytorialnego, któremu zależy na lokalnych miejscach pracy i rozwoju przedsiębiorczości.

Najpopularniejsze formy ZPDS, to:

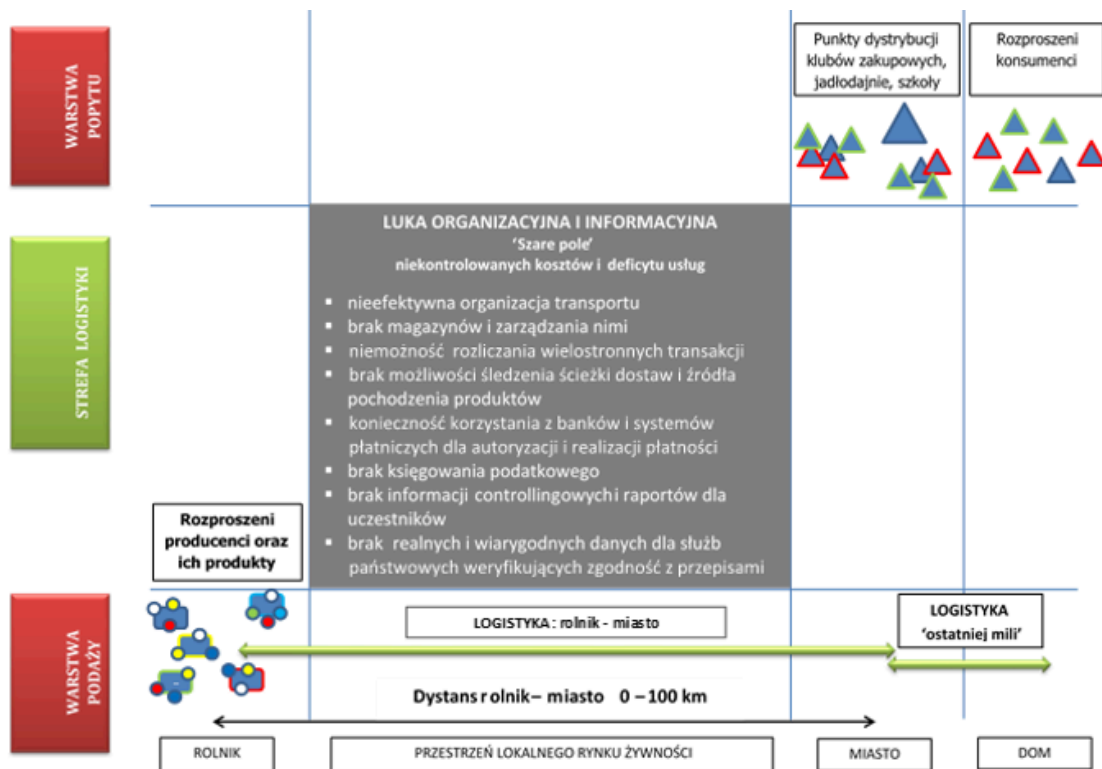
1. System skrzynek/koszyków sprzedażowych/paczek od rolnika;
2. Sklepy rolnicze/zbiorowe punkty sprzedaży;
3. Kooperacje konsumentów/kooperatywy spożywcze;
4. Rolnictwo wspierane społecznie (RWS);
5. Szlaki tematyczne/turystyczna marka lokalna;
6. Lokalne sklepy;
7. Lokalna baza gastronomiczna;
8. Sprzedaż do sklepów, restauracji, stołówek;
9. Sklepy specjalistyczne (np. z żywnością ekologiczną).

Wychodząc od przedstawionej wcześniej charakterystyki modeli, dokonano wstępnej klasyfikację producentów i inicjatywy sprzedażowych Członków Konsorcjum realizowanej operacji (załącznik 4).

Z powyższego przeglądu wynika, że modele lokalnego rynku żywności mogą przybierać różne formy organizacyjne. Głównym problemem jest sposób zorganizowania i operacjonalizacja funkcjonalności pośrednika. Tworzenie takich systemów wymaga także zwykle czasowego bądź stałego wsparcia brokera/inicjatora całego procesu. Istniejące formy wydają się także ograniczone co do zwiększania ich skali i zakresu oddziaływania.

Celem nowego modelu powinno być wyeliminowanie „szarego pola”, czyli luki organizacyjnej i informacyjnej w dotychczasowych rozwiązaniach. Ideą jest stworzenie nowego, efektywnego powiązania uczestników lokalnego rynku, które dotychczas sprawnie nie funkcjonuje.

Rysunek 14. Luki organizacyjne i informacyjne w dotychczasowych rozwiązaniach lokalnych rynków rolnych



Celowe jest zatem zbliżenie tworzonego modelu do parametrów sieci równorzędnej, którą w kolejnych etapach rozwoju modelu można wyposażyć w narzędzie oparte o rejestr rozproszony z możliwością przyjęcia przez system funkcji:

- bezpośrednich rozliczeń finansowych bez udziału operatora płatności online,
- śledzenia i dokumentowania pochodzenia produktu i ścieżki dostawy,
- śledzenia aktualności badań sanitarnych oraz certyfikatów ekologicznych i innych licencji.

Proponuje się zatem by jako innowacyjne rozwiązanie przyjąć model oparty na rozproszonych sieciach równorzędnych (SR). Jest to najbardziej technologicznie i organizacyjnie zaawansowany model rynków lokalnych, który jednocześnie stwarza szansę na eliminację problemów zdefiniowanych w poprzednich modelach.

Równorzędna Sieć Producentów i Konsumentów (Sieci Równorzędne RSPK)

Punktem wyjścia do konstrukcji nowego modelu Równorzędnych Sieci Producentów i Konsument (RSPK) jest hipoteza, że zawarcie funkcji pośredniczącej w ramach sieci równorzędnej, a w szczególności umieszczenie odpowiednich funkcji „pośrednika” w rozwiązaniu informatycznym wspierającym tę sieć, ograniczy bariery definiowane w istniejących modelach rynku lokalnego (PPS, ZPDS). Tym samym rozwiązanie to ma większy potencjał zwiększania skali i zakresu rynków sprzedaży żywności, co przyczyni się do wzrostu ich znaczenia w gospodarce żywnościowej.

W modelu RSPK występuje próba ustanowienia faktycznej sprzedaży bezpośredniej na linii producent-konsument, czyli ominięcie potrzeby podmiotu pełniącego rolę pośrednika, jak



to jest w przypadku modelu ZPDS. Podstawą modelu jest organizacja relacji pomiędzy producentami, konsumentami oraz innymi interesariuszami LRR w formie sieci równorzędnej¹⁰.

Wykorzystanie rozwiązań sieci równorzędnej w rozwój LRR może przynieść wiele korzyści, między innymi pozwala na zwiększenie efektywności gospodarowania, ograniczenie kosztów produkcji, magazynowania, dystrybucji oraz prowadzenia i rozliczania transakcji. Wykorzystanie rozwiązań sieci równorzędnych w budowaniu LRR nie jest wyłącznie wyzwaniem z punktu widzenia technologii, ale przede wszystkim wymaga zaprojektowania modelu organizacyjnego, który traktuje uczestników LRR jako równorzędnych partnerów. Uczestnicy LRR z punktu widzenia sieci równorzędnej muszą siebie i swoją działalność postrzegać w kategoriach partnerstwa. Kluczowe korzyści to:

1. Zwiększenie efektywności i obniżenie kosztów produkcji. Poprzez współpracę w ramach sieci równorzędnych, rolnicy mogą zwiększyć swoją efektywność i zmniejszyć koszty produkcji. Możliwe będzie dzielenie się kosztami technologii produkcji, współdzielenie zasobów, optymalizacja dostaw i planowania produkcji, co pozwoli na zwiększenie stabilności produkcji, co z kolei przyczyni się do obniżenia kosztów.
2. Wiedza i szkolenia. We współpracy w ramach sieci równoległych, rolnicy będą mieli łatwiejszy dostęp do wiedzy i szkoleń prowadzonych przez ekspertów z dziedziny rolnictwa, którzy będą uczestniczyć w charakterze partnerów równorzędnych. Dzięki temu podniosą swoje umiejętności, ale też poziom produkcji i jakości zaowocuje poprzez lepsze wykorzystanie dostępnych zasobów.

¹⁰ Sieć równorzędna (ang. *peer-to-peer network* – P2P) to rodzaj sieci, w których każdy z połączonych komputerów może działać jako klient i jako serwer, to znaczy, że w przeciwieństwie do sieci klient-serwer, każdy z hostów ma takie same uprawnienia i pełni równorzędną rolę w procesie wymiany, walidacji i przetwarzania danych. Sieci równorzędne są wykorzystywane przez protokoły rejestru rozproszonego (ang. *distributed ledger technology* – DLT), np. przez protokoły standardowego blockchain oraz przez protokoły oparte na skierowanych grafach acyklicznych (ang. *directed acyclic graphs* – DAG) stanowiące podstawę Web3 i rozproszonych systemów opartych na technologii kryptograficznej korzystającej z protokołów konsensusu - dowodów z wiedzą zerową (ang. *zero-knowledge-proof* – ZKP). Te ostatnie pozwalają na dokonywanie transakcji bezpośrednich korzystających z wewnętrznych ‘tokenów’, niewzruszalne zapisy pochodzenia, certyfikacji itp. Z tego powodu stają się kandydatem do wspierania informatycznego lokalnych rynków rolnych w zakresie transakcji bezpośrednich między producentem a konsumentem, śledzenia pochodzenia i certyfikowania produktów.

3. Wspólna dystrybucja i promocja. Uczestnicy sieci równoległych będą mieli możliwość dystrybuowania swoich produktów na poziomie lokalnym w formie koszyku produktów, co pozwoli na lepsze wykorzystanie kanałów dystrybucji i poszerzenie zasięgu dystrybucji lokalnych produktów rolnych. Ponadto, wspólna promocja produktów jako grupy pomoże w budowaniu marki i wizerunku rolników, co przekładać się będzie na poprawę sprzedaży.
4. Poprawa zaufania konsumentów. W ramach sieci równorzędnych, rolnicy będą mieli możliwość wykorzystania informacji zwrotnych od konsumentów i szybszego dopasowywania się do ich potrzeb i oczekiwań. Wzmocni to zaufanie konsumentów do lokalnych rolników i zwiększy poziom sprzedaży.
5. Z punktu widzenia przepływów finansowych i rozliczeń księgowych, każdy uczestników LRR, ma obowiązek rozliczania własnej działalności. Nie ma podmiotu pośrednika, który pełni te funkcje w model ZPDS. Funkcjonalności pośrednika są rozproszone wśród uczestników współtworzących LRR i realizowane przez system rozproszonego rejestru (DLT). System rozliczeń wewnętrznych. Uczestnicy sieci równorzędnych korzystają z systemu rozliczeń wewnętrznych, który pozwala na rozliczanie transakcji między stronami z użyciem wewnętrznego tokena o ustalonej wartości w formalnej walucie (ang. *fiat currency*). Dzięki temu realizowana w pełni jest idea sprzedaży bezpośredniej i obniżenie kosztów bankowych i księgowych.
6. System barteru w sieciach równorzędnych. Innym sposobem rozliczeń może być system barteru, w którym uczestnicy wymieniają się produktami lub usługami. Dzięki temu mogą pomagać sobie nawzajem i w ten sposób zmniejszać koszty związane z produkcją i dystrybucją.

Dla tworzenia takich zdecentralizowanych sieci równorzędnych, oprócz platform informatycznych, niezbędny jest inicjator lub broker, natomiast nie ma fizycznego podmiotu pośrednika ani organizatora rynku w postaci osoby lub organizacji. Taki rynek lokalny żywności jest w pełni zdecentralizowany. W związku z tym, tworzony rynek lokalny nie jest uzależniony od jednej osoby czy organizacji.

Dzięki szczególnym (innovacyjnym) rozwiązaniom informatycznym, nie ma ograniczeń, jeśli chodzi o ilość partycypujących producentów i konsumentów, asortymentu produktów oferowanych na sprzedaż, logistyki i kanałów dystrybucji czy też wolumenu sprzedaży i liczby rozliczanych transakcji.

W rozwiązaniu RSPK, nie chodzi o wymuszenie czy też zaprogramowanie współpracy, ale raczej tworzenie możliwości współpracy z innymi producentami, konsumentami oraz innymi aktorami, która przynosi korzyści indywidualne z działań wspólnych czy zbiorowych. W

modelu RSPK występuje próba ustanowienia faktycznej sprzedaży bezpośredniej na linii producent-konsument, czyli ominięcie potrzeby podmiotu pełniącego rolę pośrednika, jak to jest w przypadku modelu ZPDS. Podstawa dla modelu ZPDS to organizacja relacji pomiędzy producentami, konsumentami oraz innymi interesariuszami LRR w formie sieci równorzędnej.

Sieć równorzędna (ang. peer-to-peer network – P2P) to rodzaj sieci, w których każdy z połączonych komputerów może działać jako klient i jako serwer, to znaczy, że w przeciwieństwie do sieci klient-serwer, każdy z hostów ma takie same uprawnienia i pełni równorzędną rolę w procesie wymiany, walidacji i przetwarzania danych.

Sieci równorzędne są wykorzystywane przez protokoły rejestru rozporoszonego (ang. distributed ledger technology – DLT), np. przez protokoły standardowego blockchain oraz przez protokoły oparte na skierowanych grafach acyklicznych (ang. directed acyclic graphs – DAG) stanowiące podstawę Web3 i rozproszonych systemów opartych na technologii kryptograficznej korzystającej z protokołów konsensusu - dowodów z wiedzą zerową (ang. zero-knowledge-proof – ZKP). Te ostatnie pozwalają na dokonywanie transakcji bezpośrednich korzystających z wewnętrznych „tokenów”, niewzruszalne zapisy pochodzenia, certyfikacji itp. Z tego powodu stają się kandydatem do wspierania informatycznego lokalnych rynków rolnych w zakresie transakcji bezpośrednich między producentem a konsumentem, śledzenia pochodzenia i certyfikowania produktów.

Wykorzystanie rozwiązań sieci równorzędnej w rozwój LRR może przynieść wiele korzyści, między innymi pozwala na zwiększenie efektywności gospodarowania, ograniczenie kosztów produkcji, magazynowania, dystrybucji oraz prowadzenia i rozliczania transakcji.

Warto jednak podkreślić, że wykorzystanie rozwiązań sieci równorzędnych w budowaniu LRR nie jest wyłącznie wyzwaniem z punktu widzenia technologii, ale przede wszystkim wymaga zaprojektowania modelu organizacyjnego, który traktuje uczestników LRR jako równorzędnych partnerów. Uczestnicy LRR z punktu widzenia sieci równorzędnej muszą siebie i swoją działalność postrzegać w kategoriach partnerstwa. Kluczowe korzyści to:

1. Zwiększenie efektywności i obniżenie kosztów produkcji. Poprzez współpracę w ramach sieci równorzędnych, rolnicy mogą zwiększyć swoją efektywność i zmniejszyć koszty produkcji. Możliwe będzie dzielenie się kosztami technologii produkcji, współdzielenie zasobów, optymalizacja dostaw i planowania produkcji, co pozwoli na zwiększenie stabilności produkcji, co z kolei przyczyni się do obniżenia kosztów.
2. Wiedza i szkolenia. We współpracy w ramach sieci równoległych, rolnicy będą mieli łatwiejszy dostęp do wiedzy i szkoleń prowadzonych przez ekspertów z dziedziny rolnictwa, którzy będą uczestniczyć w charakterze partnerów równorzędnych. Dzięki temu

podniosą swoje umiejętności, ale też poziom produkcji i jakości zaowocuje poprzez lepsze wykorzystanie dostępnych zasobów.

3. Wspólna dystrybucja i promocja. Uczestnicy sieci równoległych będą mieli możliwość dystrybuowania swoich produktów na poziomie lokalnym w formie koszyku produktów, co pozwoli na lepsze wykorzystanie kanałów dystrybucji i poszerzenie zasięgu dystrybucji lokalnych produktów rolnych. Ponadto, wspólna promocja produktów jako grupy pomoże w budowaniu marki i wizerunku rolników, co przekładać się będzie na poprawę sprzedaży.
4. Poprawa zaufania konsumentów. W ramach sieci równorzędnych, rolnicy będą mieli możliwość wykorzystania informacji zwrotnych od konsumentów i szybszego dopasowywania się do ich potrzeb i oczekiwań. Wzmocni to zaufanie konsumentów do lokalnych rolników i zwiększy poziom sprzedaży.
5. Z punktu widzenia przepływów finansowych i rozliczeń księgowych, każdy uczestników LRR, ma obowiązek rozliczania własnej działalności. Nie ma podmiotu pośrednika, który pełni te funkcje w model ZPDS. Funkcjonalności pośrednika są rozproszone wśród uczestników współtworzących LRR i realizowane przez system rozproszonego rejestru (DLT).
6. System rozliczeń wewnętrznych. Uczestnicy sieci równorzędnych korzystają z systemu rozliczeń wewnętrznych, który pozwala na rozliczanie transakcji między stronami z użyciem wewnętrznego tokena o ustalonej wartości w formalnej walucie (ang. fiat currency). Dzięki temu realizowana w pełni jest idea sprzedaży bezpośredniej i obniżenie kosztów bankowych i księgowych.
7. System barteru w sieciach równorzędnych. Innym sposobem rozliczeń może być system barteru, w którym uczestnicy wymieniają się produktami lub usługami. Dzięki temu mogą pomagać sobie nawzajem i w ten sposób zmniejszać koszty związane z produkcją i dystrybucją.

Rezultat: Opracowano model organizacyjny IQSell dla rozwoju LRR, w którym zidentyfikowano funkcje pośrednika w ujęciu Producent-Przetwórca-Sprzedawca (PPS); Zbiorowe Przetwórstwo Dystrybucja i Sprzedaż (ZPDS) oraz Sieć Równorzędna Producentów i Konsumentów (RSPK). Model uwzględnia możliwość organizacji różnych form sprzedaży i stanowi podstawę dla zaproponowania metody projektowania organizacyjnej formy LRR oraz cyfryzacji wybranych funkcji pośrednika.

ZADANIE B.

Wykreowanie prototypowego narzędzia informatycznego dla skalowania systemów Krótkich łańcuchów Dostaw Żywności w oparciu o ekonomię współdzielenia

Ekonomia współdzielenia to gospodarczy model organizacyjny i biznesowy, który opiera się umożliwieniu uczestnikom LRR dzielić się zasobami i wykorzystywać ich w sposób bardziej efektywny i zrównoważony. W ramach ekonomii współdzielenia, rolnicy czy konsumenci zamiast posiadania danego produktu czy zasobu, np. samochodu, przetwórci czy magazynu, mogą z niego korzystać na zasadzie najmu za pośrednictwem różnych platform internetowych. Platformy internetowe umożliwiają nie tylko bezpośredni kontakt między wypożyczającym a właścicielem danego zasobu, ale również umożliwiają rozliczenie transakcji. Ekonomia współdzielenia umożliwia wykorzystanie zasobów w sposób bardziej efektywny, dzięki temu, że korzystają z nich różni ludzie, przez co urządzenia, samochody czy magazyny mają mniej czasu, w którym są nieużywane (Cesnutyte et al. 2022; Gorog, 2018; Gerwe & Silva, 2020).

Ekonomia współdzielenia ma także potencjalnie pozytywny wpływ na środowisko, ponieważ dzięki większej gospodarności w wykorzystaniu zasobów, można doprowadzić do zmniejszenia ich zużycia (np. nie każdy musi mieć samochód czy magazyn) i wytwarzania mniej odpadów (np. mniej emisji z uwagi na sprawniejszą logistykę). Ponadto, pomaga w budowaniu relacji społecznych, ponieważ umożliwia interakcje między ludźmi, którzy mogą pomagać sobie nawzajem w korzystaniu z różnych zasobów. Ekonomia współdzielenia to także praktyczna odpowiedź na problem ograniczenia zasobów naturalnych, zmian klimatu oraz rosnącego zapotrzebowania na towary i usługi (Boar et al., 2020; Karobliene & Pilinkiene, 2021).

Przykładem platformy umożliwiającej korzystanie z zasobów w ramach ekonomii współdzielenia jest Uber, którego aplikacja umożliwia dzielenie się samochodem i odbywanie przez różnych użytkowników podróży przez co wykorzystywane są zasoby pojazdów bardziej efektywnie, oraz blablacar, dzięki której można podróżować samochodem razem z ludźmi jadącymi w tym samym kierunku.

Ekonomia współdzielenia może zaoszczędzić pieniądze i ułatwić życie tym, którzy są w nią zaangażowani. Ale ma też swoje wady. Ekonomia współdzielenia, znana również jako gig economy, kolaboratywna ekonomia czy też ekonomia równorzędna (peer economy), to internetowy model biznesowy, w którym ludzie wynajmują lub pożyczają towary i usługi od siebie nawzajem, zamiast je kupować. Ten rodzaj działalności eksplodował w ostatnich latach

ze względu na postęp technologiczny, który dał możliwość tworzenia coś w rodzaju rynku online dla dzielenia się swoimi zasobami.

Ekonomia współdzielenia może obejmować szeroki zakres działań, od wynajmowania wolnego pokoju w domu po pożyczanie pieniędzy znajomym lub pozwalanie komuś na korzystanie z samochodu. Rolnicy mogą współdzielić zakłady przetwórcze i rozwiązywać problemy logistyczne związane z przechowywaniem lub bezpośrednim dostępem do konsumentów w celu sprzedaży swoich produktów.

Technologie platformowe wiążą się z zastąpieniem tradycyjnych pośredników i niższymi kosztami transakcji ze względu na ich strukturę biznesową online. Umożliwia to lepsze dopasowanie podaży i popytu oraz pozwala użytkownikom zaoszczędzić pieniądze i / lub uzyskać dostęp do aktywów, na które w innym przypadku nie byłiby w stanie sobie pozwolić - takich jak wyeliminowanie posiadania samochodu lub uzyskanie cennego wsparcia finansowego dla nowego pomysłu na przedsięwzięcie, którego nie mogliby zabezpieczyć samodzielnie (Arcidiancono & Podda, 2017).

Jednym z głównych czynników napędzających popularność ekonomii współdzielenia jest zmiana w kulturze konsumenckiej, w której ludzie czują się teraz bardziej komfortowo z dostępem do towarów i usług zamiast ich posiadania. Innym czynnikiem jest rozprzestrzenianie się rynków internetowych, które pozwalają osobom fizycznym reklamować i oferować swoje towary lub usługi szerszej publiczności (OECD, 2020).

Rynki internetowe oparte na ekonomii współdzielenia ułatwiły ludziom znajdowanie i wymianę produktów i usług, a także obniżyły koszty transakcji, eliminując potrzebę pośredników. Rezultatem jest bardziej elastyczna sieć gospodarcza, która wygenerowała ogromne bogactwo dla właścicieli platform. Pomimo wielu korzyści płynących z ekonomii współdzielenia, istnieją coraz większe obawy dotyczące sposobu jej wykorzystania. Na przykład niektóre z największych firm zaangażowanych w gospodarkę współdzielenia monopolizują rynek i zwiększają niepewność konsumentów.

Nie wszystkie modele ekonomii współdzielenia są sobie równe. Na przykład najpopularniejsze ekonomie współdzielenia - Airbnb i Uber - są mocno skomercjalizowane i mają niewiele wspólnego z koncepcją prawdziwego dzielenia się w sensie solidarności i społeczności. Są one często postrzegane jako napędzające gentryfikację i wypierające pracowników na rzecz czerpania zysków z ich rozwoju. Ponadto ich marże zysku są często fatalne, a ich stabilność finansowa jest niepewna. Dlatego ważne jest, aby odróżnić prawdziwe platformy współdzielenia od tych, które jedynie wykorzystują szum wokół ekonomii współdzielenia.

Ekonomia współdzielenia może stworzyć bardziej zrównoważoną formę konsumpcji oraz zdecentralizować produkcję i dystrybucję towarów. Może również promować zrównoważony rozwój społeczny poprzez tworzenie bardziej opartych na współpracy i zaufaniu relacji. Należy jednak zauważyć, że istnieją również wyzwania związane z ekonomią współdzielenia. Na przykład, może być trudno zapewnić, że usługi gospodarki współdzielenia są świadczone w sposób etyczny. Ponadto ważne jest, aby rozważyć, w jaki sposób usługi ekonomii współdzielenia mogą wpływać na lokalne gospodarki i społeczności.

Kolejnym wyzwaniem związanym z ekonomią współdzielenia jest to, że może ona przyczynić się do gentryfikacji. Na przykład Airbnb został oskarżony o przyczynianie się do wzrostu cen wynajmu w niektórych miastach. Co więcej, wiele firm z sektora ekonomii współdzielenia jest wspieranych przez fundusze typu venture capital, a zatem są skoncentrowane na rozwoju i maksymalizacji zysków zgodnie z założeniami ekonomii klasycznej. W rezultacie często ignorują kwestie środowiskowe, społeczne i ekologiczne.

Coraz więcej zwolenników lokalnych rynków zwraca uwagę na fakt, że ekonomia współdzielenia może być wykorzystywana przez kapitalistów w celu uzyskania przewagi nad konkurencją. Na przykład, kapitaliści mogą wykorzystywać gospodarkę współdzielenia do omijania przepisów prawa pracy i świadczenia usług na żądanie. Może to prowadzić do niższych płac, wyższego ryzyka i większej niepewności pracowników.

Ważne jest, aby docenić potencjalnie pozytywną rolę, jaką ekonomia współdzielenia może odegrać w szerszym kontekście globalizacji. Ekonomia współdzielenia może pomóc zmniejszyć globalizację i nierówności ekonomiczne, zapewniając dostęp do zasobów, które w przeciwnym razie byłyby niedostępne.

Rozwiązania gospodarki współdzielenia opierają się na wykorzystaniu platform cyfrowych, które pozwalają użytkownikom oferować lub uzyskiwać dostęp do towarów i usług bez tradycyjnych pośredników, przynosząc szereg korzyści, takich jak lepsze dopasowanie podaży i popytu, niższe koszty transakcji i niższe koszty stałe związane z własnością aktywów. Praktyki te opierają się na zaufaniu społecznym i mogą promować bardziej odpowiedzialną konsumpcję, zmniejszając potrzebę kupowania rzeczy, które nie są potrzebne, a także łącząc i zachęcając ludzi do interakcji ze sobą na nowe sposoby.

Te praktyki dzielenia się umożliwiają również ludziom korzystanie z zasobów, które nie są w pełni wykorzystywane, na przykład wolnego pokoju w domu lub pojazdu, który nie jest używany. Ponadto praktyki współdzielenia mogą pomóc zmniejszyć bezrobocie i ogólnie zwiększyć zrównoważony rozwój społeczny. Mogą one jednak mieć również negatywne

skutki, takie jak brak kontroli nad jakością świadczonych usług lub produktów oraz fakt, że udostępniane informacje mogą być niedokładne.

Niemniej jednak wydaje się, że szereg czynników wpływa na tendencję jednostek do przyjmowania praktyk gospodarki dzielenia się. Należą do nich status ekonomiczny, poziom wykształcenia i wiek. Buda twierdzi, że cechy te mogą sprawić, że niektórzy ludzie będą mniej lub bardziej skłonni do uczestnictwa w SE, a niektóre grupy są bardziej skłonne do tego niż inne.

Rozwój ekonomii współdzielenia jest napędzany przez połączenie zmian w zachowaniach konsumentów i rozwój elektronicznych platform rynkowych. Pojawienie się platform cyfrowych, w których koszty łączenia się i oceniania rówieśników są zmniejszone, ułatwia komunikację peer-to-peer i tworzenie nowych modeli biznesowych. Ponadto platformy te pozwalają osobom fizycznym zarabiać pieniądze za swoje umiejętności i towary bez konieczności zawierania długoterminowych umów.

Ten rodzaj gospodarki przedkłada dostęp nad własność. System oparty na wynajmie może umożliwić tymczasowy dostęp do wszystkiego, od kosiarki do trawy po narożne biuro. Co więcej, może zapewnić dostęp do przedmiotów, które w przeciwnym razie wymagałyby długoterminowej inwestycji lub konserwacji, aby mogły być regularnie używane.

Pomimo potencjału do poprawy sytuacji na rynkach lokalnych, krótki łańcuch dostaw żywności może hamować rozwój tego sektora. Istnieje wiele powodów takiego stanu rzeczy: między innymi niestabilne dostawy, wysokie ceny, rygorystyczne przepisy i niskie marże. Rosnąca liczba firm polega na ekonomii współdzielenia, aby iść do przodu, zwłaszcza że jest ona tańsza i łatwiejsza niż tradycyjne procesy produkcyjne. Jednym z głównych powodów takiego stanu rzeczy jest to, że pozwala to firmie działać w sposób odchudzony, wykorzystując mniej zapasów i kosztów ogólnych do przekazywania wartości partnerom w łańcuchu dostaw i klientom.

Bariery dla rozwoju lokalnych rynków rolnych opartych na ekonomii współdzielenia w Polsce to:

1. Brak dostępu do finansowania. Podobnie jak w przypadku ekonomii solidarnościowej, mniej skomercjalizowane modele ekonomii, takie jak ekonomia współdzielenia, napotykają trudności w pozyskiwaniu funduszy na rozwój projektów. Ograniczony dostęp do finansowania jest jednym z głównych ograniczeń dla rozwoju lokalnych rynków rolnych opartych na ekonomii współdzielenia.
2. Brak dostatecznej infrastruktury i sieci. W Polsce infrastruktura i sieć współpracy wymagane do rozwijania rynków opartych na ekonomii współdzielenia, takie jak

nowoczesne hurtownie czy składy z dostępem do Internetu, nie są jeszcze szeroko rozpowszechnione, co utrudnia rozwój takich rynków.

3. Brak kultury współpracy. W Polsce, gdzie istnieje silna kultura prywatnego przedsiębiorczości, wymiana i współpraca między lokalnymi rolnikami może być utrudniona. W niektórych przypadkach rolnicy mogą traktować się jako konkurencję dla siebie, co utrudnia rozwój lokalnych rynków rolnych opartych na ekonomii współdzielenia.
4. Mniejsza szansa na wykorzystanie efektu skali ekonomicznej. W modelu ekonomii współdzielenia, ludzie korzystają z tych samych produktów czy zasobów, które są udostępniane przez wiele osób, co ogranicza w pewnym stopniu możliwość wykorzystania zwanych "skalą ekonomiczną" czyli korzyści wynikających z produkcji towarów w dużych ilościach, przez co mogą być one tańsze.
5. Ograniczona świadomość społeczna. Mimo że idee ekonomii współdzielenia są mniejsze lub bardziej powszechne, to jednak lokalni rolnicy czy konsumenci mogą być niezwykle zróżnicowani w swoim postrzeganiu tego zagadnienia - od całkowitej nieznajomości, po pełną integrację w sieć dzielących się zasobami. Ograniczona świadomość społeczna może negatywnie wpłynąć na rozwój lokalnych rynków rolnych opartych na ekonomii współdzielenia w Polsce.

Chodzi tutaj o formę współpracy, która polega na sprawiedliwym dzieleniu się kosztami, ryzykiem i korzyściami. Ważna jest zatem rola inicjatora czy też organizatora LRR (broker, animator partnerstwa) w zakresie uruchomienia skutecznej współpracy.

Rola animatora partnerstwa jest często mylona z pewnymi metodami i procesami, których doświadczeni trenerzy używają podczas warsztatów, aby prowadzić udane sesje czy spotkania. Nie mówimy tu o tego rodzaju facylitacji, która sama w sobie jest ważną umiejętnością i często domeną fachowców. Mówimy tu o animacji partnerstwa jako sposobie bycia i funkcjonalności niezbędnej dla każdego przedsięwzięcia tworzenia LRR wg. założeń innowacyjnego modelu organizacyjnego dla LRR. Chodzi o wykreowanie bezpiecznej przestrzeni dla wypracowania, testowania i wdrażania zupełnie nowych praktyk i działań polegających na kształtowaniu kultury organizacji opartej na współpracy, która pomaga dostosować poszczególne indywidualne działania do większego celu. Taka przestrzeń jest niezbędna dla zintegrowania zdolności adaptacji organizacji LRR do zmieniających się uwarunkowań gospodarczych, społecznych czy też środowiskowych.

Inicjator czy też organizator LRR, w roli animatora partnerstwa ma za zadanie kształtować rozwój LRR jako partnerstwa, które jest dynamiczne, inkluzywne i skoncentrowane na

generowaniu korzyści dla wszystkich zaangażowanych poprzez określanie i zarządzaniem ww. przepływów w konwencji działań rozproszonych, które składają się na jedną całość.

Współpraca partnerska na rzecz budowania rynku lokalnego jest zawsze rodzajem podróży, indywidualnej i zbiorowej, która może prowadzić zaangażowanych różnymi drogami do pożądanego celu. Skuteczne partnerstwa wyróżniają się tym, że dysponują animatorem partnerstwa, który jest nakierowany na proces budowania LRR. Animacja to nie tylko rodzaj aktywności podejmowanej przez osobę indywidualną, która działa w ramach partnerstwa lub wspiera je z zewnątrz. Animacja to mechanizm wdrożeniowy LRR, który wymaga struktury organizacyjnej, programu działań i który jest przedmiotem inwestycji w kształtowania LRR ze zdolnością do rozwoju i konkurowania skutecznie na rynku.

Animatorem może być jedna osoba lub kilka osób, które posiadają wiedzę i umiejętności oraz wrażliwość, potrzebne w procesie budowania LRR jako partnerstwa. Doświadczenie wykazuje jednak, że w każdym przedsięwzięciu budowania LRR większość osób i organizacji jest skupiona na realizowaniu własnych celów i interesów w wyniku działań, zmierzających do osiągnięcia wspólnie wyznaczonego celu, tj. producent chce więcej sprzedać, konsument chce dostępu do jakościowych produktów, dla wójta ważne są miejsca pracy w gminie, a Sanepid nie chce problemów z bezpieczeństwem żywności itd.

Niezależnie od tego czy animacją partnerstwa zajmuje się jedna osoba, grupa osób czy też organizacja, podstawowe zadania animacji są takie same. Określenie animator partnerstwa (ang. *partnership broker*) odnosi się bardziej do pewnej funkcji LRR, niż do konkretnej osoby. Animatorem partnerstwa mogą być osoby działające wewnątrz partnerstwa albo specjalnie wynajęte do tego celu osoby zewnętrzne. Organizacyjnie może to być jeden z partnerów albo kilku partnerów działających wspólnie. Podstawowym zadaniem animatora partnerstwa jest umożliwienie pełniejszego wykorzystania możliwości i potencjału partnerów i partnerstwa.

Aby być skutecznym, animator partnerstwa – niezależnie od tego, czy wewnętrzny, czy zewnętrzny i czy jest osobą indywidualną, czy też organizacją – potrzebuje:

- Zrozumienia i akceptacji swojej roli przez partnerów, potencjalnych partnerów i kluczowych interesariuszy.
- Aktywnego zaangażowania i praktycznego wsparcia ze strony partnerów.
- Jasno sprecyzowanych zadań i harmonogramu ich realizacji.
- Systemu nadzoru, z wcześniej uzgodnionymi odpowiednimi procedurami zarządzania i oceny.

Współpraca partnerska to metoda budowania LRR w sytuacji, która charakteryzuje się złożonością, zmiennością i nieprzewidywalnością. Rynkowy oraz zbiorowy charakter

przedsięwzięcia oznacza, że nie ma gwarancji sukcesu. Partnerstwo to sposób na zarządzanie ryzykiem.

Budując LRR jako partnerstwo wiąże się z systematycznym identyfikowaniem i wykorzystaniem umiejętności, kompetencji i wiedzy zaangażowanych partnerów, w celu wypracowania i wdrożenia rozwiązań, które są dopasowane do uwarunkowań, potrzeb i możliwości LRR w określonym regionie czy miejscowości. Metoda partnerstwa zakłada, że „aktorzy” współtworzący LRR to interesariusze, których można traktować jako potencjalnych partnerów na każdym etapie procesu wdrażania krótkiego łańcucha dostaw żywności. Animacja polega na kształtowaniu i wdrażaniu procesu budowania partnerstwa w określonej sytuacji. Każdy zaangażowany w lokalnym rynku animuje partnerstwo, które ten rynek tworzy.

Doświadczenie funkcjonujących już LRR wykazują, że zazwyczaj potrzeby i interesy partnerów i potencjalnych partnerów różnią się, a partnerzy inaczej rozumieją wyzwania, uwarunkowania i możliwości, z którymi musi zmierzyć się partnerstwo. Zrozumienie, na czym polegają te różnice, stanowi podstawowe wyzwanie dla partnerów niemal każdego przedsięwzięcia budowania LRR.

Budowanie relacji pomiędzy partnerami ma na celu wypracowanie wspólnej diagnozy rynku, na którym przyjdzie konkurować - indywidualnie, oraz zbiorowo. Z biegiem czasu wśród partnerów rośnie wrażliwość i umiejętność kształtowania relacji partnerskich i świadomość, że wartość partnerstwa wynika z jego zbiorowego charakteru. Uświadomienie sobie, że relacja partnerska to proces, a także znacznie więcej niż suma tego, co partnerzy wnoszą do współpracy, przekłada się na możliwość wypracowania nowatorskich rozwiązań, które nigdy nie zostałyby zidentyfikowane i zrealizowane w sytuacji, w której osoby czy instytucje działają w pojedynkę.

Innowacyjny model organizacyjny LRR pod kątem cyfryzacji procesów (model organizacyjny IQSell)

Punktem wyjścia do konstrukcji nowego modelu opartego na sieciach rozproszonych jest stanowisko, że zawarcie funkcji pośredniczącej w ramach sieci równorzędnej, a w szczególności umieszczenie odpowiednich funkcji „pośrednika” w rozwiązaniu informatycznym wspierającym tę sieć, ograniczy bariery definiowane w istniejących modelach rynku lokalnego (PPS, ZPDS). Tym samym rozwiązanie to ma większy potencjał zwiększania skali i zakresu rynków sprzedaży żywności, co przyczyni się do wzrostu ich znaczenia w gospodarce żywnościowej.

Dla tworzenia takich sieci zdecentralizowanych, oprócz platform informatycznych, niezbędny jest inicjator lub broker, natomiast nie ma fizycznego podmiotu pośrednika ani organizatora rynku w postaci osoby lub organizacji. Taki rynek lokalny żywności jest w pełni zdecentralizowany. W związku z tym, tworzony rynek lokalny nie jest uzależniony od jednej osoby czy organizacji.

Dzięki szczególnym (innovacyjnym) rozwiązaniom informatycznym, nie ma ograniczeń, jeśli chodzi o ilość partycypujących producentów i konsumentów, asortymentu produktów oferowanych na sprzedaż, logistyki i kanałów dystrybucji czy też wolumenu sprzedaży i liczby rozliczanych transakcji.

W rozwiązaniach sieci rozproszonych, nie chodzi o wymuszenie czy też zaprogramowanie współpracy, ale raczej tworzenie możliwości współpracy z innymi producentami, konsumentami oraz innymi aktorami, która przynosi korzyści indywidualne z działań wspólnych czy zbiorowych.

Założenia tworzonego modelu to:

1. Mierzalność - i oczywistość dla zainteresowanego - korzyści wynikających z uczestnictwa w sieciach rozproszonych (SR).
2. Dopuszczalność proponowanych rozwiązań SR z punktu widzenia przepisów podatkowych, przepisów higienicznych, przepisów RODO oraz innych właściwych regulacji prawnych.
3. Dostęp do korzyści dodatkowych, np. usług finansowych i ubezpieczeniowych na platformach FinTech.
4. Możliwość i zachęta do współdzielenia zasobów (np. środków produkcji i transportu, magazynów, itp.).
5. Mierzalność/możliwość łatwego monitorowania oczekiwanych efektów środowiskowych i społecznych wynikających z rozwoju zdecentralizowanego rynku.
6. Możliwość monitorowania zgodności z przepisami.

Oczekiwania wobec innowacyjnego modelu organizacyjnego (dalej model organizacyjny IQSell) pod kątem cyfryzacji procesów sprzedażowych to:

1. Udział w grupie regionalnej zajmującej się wypracowaniem rozwiązań, dzięki którym pokonamy bariery dla sprzedaży bezpośredniej – nasz cel to zwiększenie/utrwalanie sprzedaży produktów partycypujących rolników przy ograniczeniu kosztów marketingu, rozliczeń transakcji, logistyki, magazynowania itp oraz wywalczenie oszczędności czasowych.

2. Rozwiązywanie problemów organizacyjnych, sprzedażowych i prawnych wynikających z specyfiki prowadzonej działalności.
3. Katalog przepisów prawnych, uwzględniających ich interpretacje
4. Przegląd możliwości organizowania sprzedaży i dostaw (dobrych praktyk).
5. Współpraca przy tworzeniu Klubu Zakupowego lub innej formy organizacyjnej sprzedaży zbiorowej na swoim terenie.
6. Dostęp do platformy informatycznej w ramach grupy regionalnej i możliwość wykorzystywania jej do pozyskiwania i dzielenia się doświadczeniami, rozwiązaniami, informacjami itp dot. prowadzonej działalności (pytania i odpowiedzi) oraz dla potrzeb marketingowej prowadzonej już sprzedaży (np. powiązanie z istniejącymi stronami www w dyspozycji rolnika).
7. Dostęp do testowych wersji (wersje beta) tworzonych narzędzi i funkcjonalności w wersji mobilnej (appki) dot. elementów logistycznych (lokalizacja na mapie: gospodarstw, punktów odbioru, magazynów wraz z podstawowymi informacjami), finansowych funkcjonalności: przyjazne, uproszczone narzędzie do rejestracji danych finansowych, tworzenia P&L, bilansu i śledzenia przepływów finansowych plus ew. inne narzędzia z rodziny fin-tech.
8. Wskaźniki dla monitorowania oddziaływania na środowisko (np. mile-węglowe) i do wykorzystania w raportowaniu i marketingu.

Na podstawie oczekiwanych korzyści oraz wstępnego modelu organizacyjnego IQSell opracowano wymagania systemu informatycznego.

1. Ogólne wymagania funkcjonalne cyfryzacji:

Wspierające systemy informatyczne muszą oferować:

Inicjatorom/brokerom lokalnych rynków, takich jak np. ODR-y, gminy, stowarzyszenia producentów czy też inne osoby/organizacje nie aspirujące do roli pośrednika:

- możliwość oferowania narzędzi informatycznych wszystkim uczestnikom procesów realizowanych w ramach lokalnych rynków rolnych realizujących oczekiwania: rolników, konsumentów, instytucji regulujących rynek i służb skarbowych,
- możliwość monitorowania efektywności ekonomicznej zastosowanego modelu,
- możliwość monitorowania efektów środowiskowych,
- możliwość monitorowania zakresu i skali internalizacji kosztów społecznych w zastosowanym modelu,
- możliwość wykorzystania narzędzi IT do monitorowania rynku i inicjowania zmian na tej podstawie (także legislacyjnych).

Producentom rolnym (rolnikom, rolnikom-przetwórcom):

- publikowanie własnej oferty i indywidualnych cenników poprzez przyjazną stronę www,
- przyjmowanie i potwierdzanie ilościowych zamówień od indywidualnych i zbiorowych klientów,
- rozliczenia transakcji sprzedaży i raportowanie obrotów w ujęciu ilościowym i wartościowym,
- przyjmowanie płatności od zbiorowych (kluby zakupowe, restauracje, itp.) i indywidualnych konsumentów,
- automatyczną rejestrację istotnych danych dotyczących transakcji we wspólnej bazie danych lub (docelowo) rejestrze blockchain.

Służbom państwa i administracji („Regulatorom”):

- śledzenie udokumentowanego pochodzenia produktów,
- wiarygodną weryfikację wszelkich certyfikatów jakości,
- rejestrowanie transakcji z możliwością udostępniania i weryfikacji ważności dokumentów i certyfikatów przez służby odpowiedzialne za jakość i bezpieczeństwo żywności,
- weryfikację przez administrację rządową zgodności obrotu rynkowego z ograniczeniami i warunkami zapisanymi w rozporządzeniach dot. RHD i MOL.

Indywidualnym i zbiorowym konsumentom (np. działającym poprzez Kluby Zakupowe):

- składanie zamówień poprzez „sklep internetowy” na produkty od konkretnych dostawców,
- płatności w dowolnej formie,
- informację o miejscu i terminie odbioru produktów i przetworów,
- śledzenie udokumentowanego pochodzenia produktów,
- wiarygodną weryfikację wszelkich certyfikatów jakości.

Inkubatorom przetwórstwa produktów rolnych (z których korzystają indywidualni producenci rolni):

- gospodarkę magazynową (przyjmowanie produktów na magazyn, wydawanie, rejestrowanie źródła pochodzenia, kontrola FIFO.),
- receptury oparte o rejestr produktów (indeksy),
- planowanie produkcji w oparciu o zapotrzebowanie (zamówienia),
- fakturowanie sprzedaży i indywidualne rozliczenie kosztów i przychodów,
- raportowanie produkcji per użytkownik inkubatora,
- raportowanie składu przetworów i wartości odżywczych.

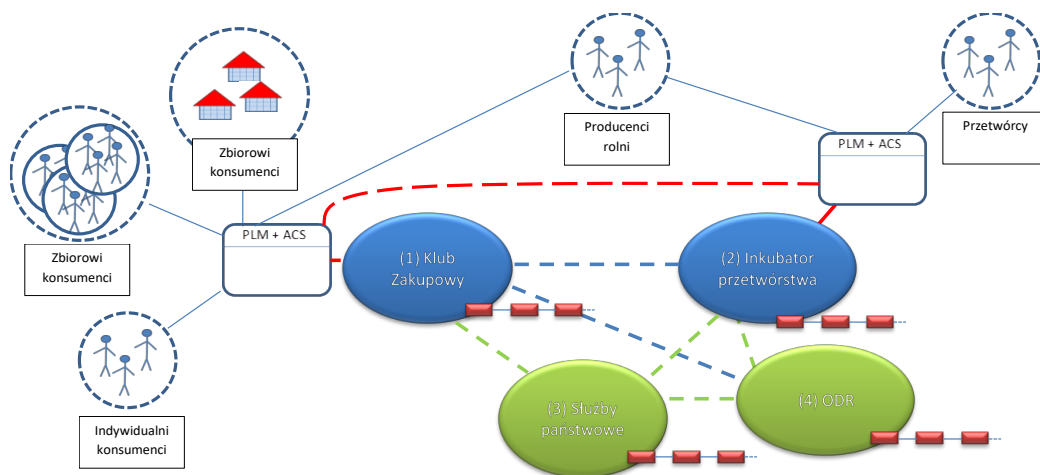
Z punktu widzenia informatycznego ważny będzie system zintegrowanych:

- Aplikacji webowych.

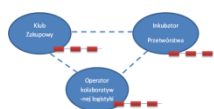
- Aplikacje mobilnych, obsługujących także zadania logistyczne (transport, magazynowanie).
- Warstw rozproszonego rejestru (BC) realizujących funkcje śledzenia pochodzenia, certyfikacji, nadzoru sanitarnego, a w dalszej kolejności rozliczeń bezpośrednich.

Propozycja docelowej architektury systemu w świetle wymagań modelu organizacyjnego IQSell.

Rysunek 15. Architektura systemu modelu organizacyjnego IQSell



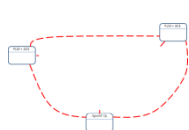
Legenda:



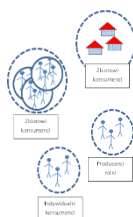
Sieć równorzędna rozproszonego rejestru (blockchain = BC = distributed ledger = DL) Lokalnego Rynku Rolnego.



Administracja regulatora i służby nadzoru nad bezpieczeństwem i jakością żywności oraz ochroną środowiska.



System klasycznych aplikacji i baz danych poza rejestrem blockchain wymieniający dane z siecią BC Lokalnego Rynku Rolnego oraz między sobą. Są to systemy IT po części funkcjonujące już jako niepowiązane rozwiązania komercyjne dostępne na rynku (Aplikacje Cząstkowe).



„Producenci”, „Konsumenci” i „dostawcy treści” dla aplikacji i baz danych oraz sieci BC Lokalnego Rynku Rolnego. Indywidualni konsumenci, zbiorowi konsumenci, producenci, przetwórcy rolni i in.

Wymagania funkcjonalne dla istniejących na rynku Aplikacji Częstkowych:

1. Licencja na istniejący i gotowy do wdrożenia system informatyczny obsługujący lokalne rynki rolne w systemie Krótkich Łańcuchów dostaw Żywności (KŁŻ). Licencjonowany system informatyczny musi oferować uczestnikom „ekosystemu” KŁŻ w modelu Sieci Rozproszonej/Równorzędnej wsparcie w następującym zakresie:
 - 1.1. Organizatorom lokalnych rynków rolnych, w tym gminom, ODR-om, Klubom Zakupowym w wyniku zakupu licencji:
 - Możliwość oferowania standardowych narzędzi informatycznych wszystkim aktywnym (realizującym transakcje) uczestnikom lokalnych rynków rolnych realizujących oczekiwania: rolników, konsumentów, instytucji regulujących rynek i służb skarbowych.
 - Organizację punktów dystrybucji i realizację dostaw do odbiorców.
 - Możliwość wykorzystania licencji IT do monitorowania rynku.
 - 1.2. Producentom rolnym (rolnikom, rolnikom-przetwórcom):
 - Możliwość publikowania w Internecie własnej oferty.
 - Możliwość samodzielnego tworzenia i modyfikowania indywidualnych cenników poprzez przyjazną stronę www.
 - Przyjmowanie i potwierdzanie ilościowych zamówień od indywidualnych i zbiorowych klientów.
 - Rozliczenia transakcji sprzedaży i raportowanie obrotów w ujęciu ilościowym i wartościowym.
 - Przyjmowanie płatności online (Przelewy24) od zbiorowych (kluby zakupowe, restauracje, itp.) i indywidualnych konsumentów.
 - Automatyczną rejestrację w bazie danych istotnych wartości dotyczących transakcji i ich raportowanie.
 - 1.3. Służbom i administracji:
 - Możliwość weryfikacji przez administrację zgodności obrotu rynkowego z ograniczeniami i warunkami zapisanymi w rozporządzeniach dot. RHD i MOL.
 - Wiarygodną weryfikację certyfikatów jakości.
 - 1.4. Indywidualnym i zbiorowym konsumentom (także działającym w ramach Klubów Zakupowych)
 - Składanie zamówień poprzez „sklep internetowy” na produkty od konkretnych dostawców.
 - Płatności online.

- Informacja o miejscu i terminie odbioru produktów i przetworów.
- Śledzenie udokumentowanego pochodzenia produktów.
- Weryfikację wszelkich certyfikatów jakości.

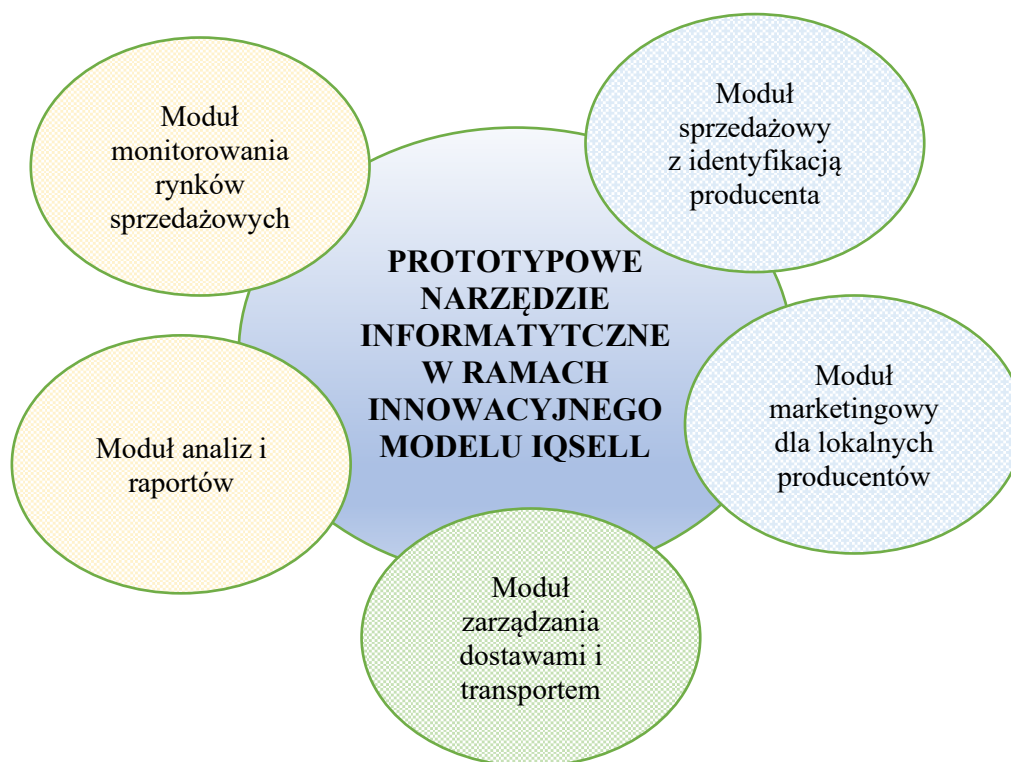
1.5. Organizatorom sprzedaży i inkubatorom przetwórstwa produktów rolnych (z których korzystają indywidualni producenci rolni)

- Gospodarkę magazynową (przyjmowanie produktów na magazyn, wydawanie, rejestrowanie źródła pochodzenia, kontrola FIFO).
- Tworzenie baz receptur opartych o rejestr surowców (indeksy), używanych do produkcji i realizacji zamówień.
- Planowanie produkcji w oparciu o zapotrzebowanie (zamówienia) i receptury.
- Fakturowanie sprzedaży i indywidualne rozliczenie kosztów i przychodów.
- Raportowanie produkcji per użytkownik inkubatora.
- Raportowanie składu przetworów i wartości odżywczych.
- Powiązanie z systemem sprzedaży/zakupów na lokalnym rynku rolnym.

Oferowane narzędzie musi być w pełni skalowalne w zakresie liczby użytkowników, obrotów, liczby lokalizacji obsługiwanych w jednej sieci WAN. Musi być ono integrowalne z podstawowymi programami finansowo-księgowymi (enova365, Symfonia), umożliwiać umieszczanie formularzy online dla przeprowadzania ankiet, powiązanie z narzędziami ewidencjonowania sprzedaży, i prowadzenia księgi przychodów i rozchodów, zaś API systemu powinny umożliwiać dowiązanie z zewnętrznymi systemami FinTech.

Zgodnie z wypracowanymi kryteriami stworzono prototypowe narzędzie informatyczne dla skalowania systemów KŁŻ w ramach innowacyjnego modelu organizacyjnego IQSell, obejmującego 5 modułów pozwalających na identyfikację producenta, publikowanie oferty, składanie zamówień, monitorowanie rynków sprzedażowych, zarządzanie dostawami, transportem, przygotowanie analiz i raportów. Załącznik 5 zawiera protokół zdawczo-odbiorczy potwierdzający zaplanowe funkcjonalności w modelu.

Rysunek 16. Moduły prototypowego narzędzia informatycznego dla skalowania systemów KŁŻ w ramach innowacyjnego modelu organizacyjnego IQSell



Moduł sprzedażowy z identyfikacją producenta:

- Tworzenie i modyfikowanie online zbioru produktów i cenników
- Zarządzanie procesem sprzedaży (zmiany wolumenu, zwroty, zmiany rodzaju produktów itp.)
- Identyfikacja pochodzenia produktu w ramach uzyskanego certyfikatu
- Płatności online od zbiorowych i indywidualnych klientów
- Opcja składania zamówienia online na produkty od konkretnych dostawców
- Dodawanie/usuwanie kont użytkownika przez organizatora rynku
- Zatwierdzanie odrzucanie transakcji

Moduł marketingowy dla lokalnych producentów:

- Publikowanie własnej oferty producenta online
- Samodzielne tworzenie i modyfikowanie indywidualnych cenników
- Przyjmowanie i potwierdzanie ilościowych zamówień od klientów
- Rozliczenia transakcji sprzedaży i raportowanie obrotów w ujęciu ilościowym i wartościowym

Moduł monitorowania rynków sprzedażowych:

- Monitorowanie pod kątem RHD i MOL
- Obrotów poszczególnych kategorii produktów
 - Liczby i rodzaju uczestników rynku
 - Lokalizacji uczestników rynku
 - Kierunków i odległości transportu sprzedawanych produktów

Moduł zarządzania dostawami/transportem:

- Lokalizacja uczestników rynku (kierunek, odległość)
- Opcja rozbudowy systemu w kierunku wsparcia punktów dystrybucji i realizacji dostaw do odbiorców
- Generowanie informacji o miejscu i terminie odbioru produktów

Moduł analiz i raportów:

- Definiowanie i wykonywanie sprawozdań/zestawień (raport: sprzedaży, kontrahentów, stanów magazynowych, dystrybucji, zwrotów)
- Szybki dostęp do zdefiniowanych danych

Mając na uwadze realizację zadań przewidujących testowanie i wdrażanie wypracowanego innowacyjnego modelu organizacyjnego dla rozwoju LRR w oparciu o stworzoną platformę internetową IQSELL przeprowadzono szkolenie dla użytkowników (rolników/producentów) przewidujące:

1. Wprowadzenie do organizacji zbiorowych form sprzedaży bezpośredniej, ze wskazaniem na wypracowany model organizacyjny IQSELL.
2. Omówienie założeń i zasad funkcjonowania platformy internetowej IQSELL.
3. Wprowadzenie do użytkowania platformy IQSELL (szkolenie).
4. Omówienie priorytetów dla wdrażania platformy internetowej IQSELL.

Szkolenie (pkt. 3) przeprowadzono na dwóch środowiskach badawczych: <https://dev7.a-co.pl/> (dalej wariant 1 modelu organizacyjnego dla rozwoju LRR IQSELL 1), <https://dev5.a-co.pl/> (dalej wariant 2 modelu organizacyjnego dla rozwoju LRR IQSELL 2).

Omówiono poszczególne role użytkowników systemu tj. administratora, sprzedawcy, producenta i klienta.

Organizowanie zbiorowych form sprzedaży w formule krótkiego łańcucha dostaw żywności w oparciu o prototyp platformy internetowej w ramach innowacyjnego modelu organizacyjnego dla rozwoju LRR – model IQSell

Rola administratora – funkcje w systemie:

- Szata graficzna systemu - logotypy, banery
- Treść na portalu - CMS
- Certyfikaty produktów
- Grupy i rodzaje produktów
- Użytkownicy

Rola sprzedawcy – funkcje w systemie:

- Organizacja procesu sprzedaży
- Regulamin sprzedaży
- Akceptacja cenników producentów
- Realizacja zamówień
- Rozliczenia z producentami

Rola producenta – funkcje w systemie:

- Marketing producenta
- Marketing produktów
- Oferta dostępna w cyklu sprzedażowym

Rola klienta – funkcje w systemie:

Każdy użytkownik systemu może być
SZCZĘŚLIWYM KUPUJĄCYM ☺

Rezultat:

Wdrożono instalacje testowe 2 wariantów modelu organizacyjnego dla rozwoju LRR we współpracy z rolnikami-konsorcjantami, umożliwiając weryfikację możliwości cyfryzacji funkcji pośrednika w skalowaniu LRR oraz zaprojektowania rozwiązania organizacyjnego, w którym funkcje pośrednika są rozproszone wśród partycypujących w LRR producentów, konsumentów oraz interesariuszy. Kluczowa funkcjonalność środowiska testowego to możliwość weryfikacji różnych wariantów cyfryzacji procesów pośrednika. Stworzono prototypowe narzędzie informatyczne pozwalające tworzyć i wzmacniać rozwój lokalnych rynków żywności w oparciu o sprzedaż bezpośrednią.

ZADANIE C.

Testowanie innowacyjnego modelu organizacyjnego dla rozwoju lokalnych rynków rolnych wiejskich

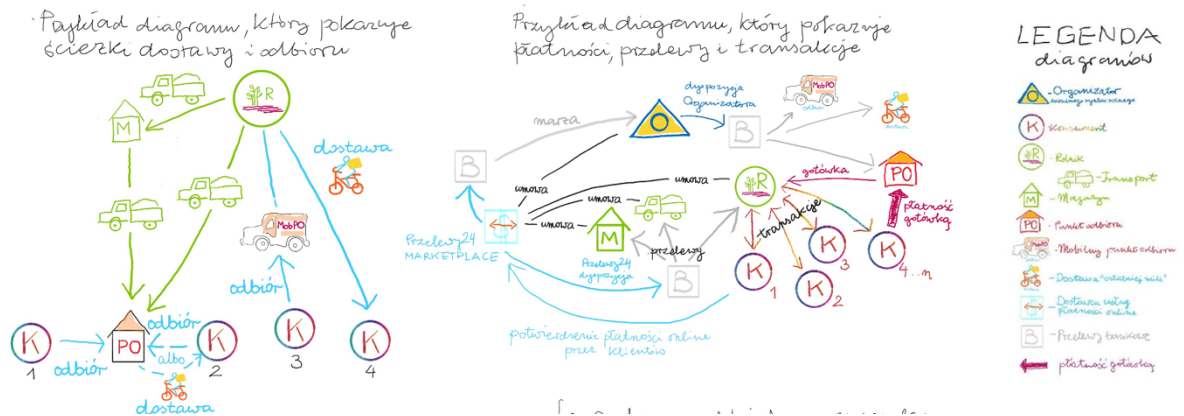
W ramach realizacji zadania testowane były przy udziale rolników różne rozwiązania organizacyjne lokalnego rynku rolnego, ze szczególnym uwzględnieniem funkcjonalności tych rozwiązań (np. możliwość wzrostu wolumenu sprzedaży, liczba klientów, liczba producentów, atrakcyjności dla konsumentów, zgodności z przepisami itp.).

Rysunek 17. Kroki etapu testowania i wdrażania innowacyjnego modelu organizacyjnego IQSell

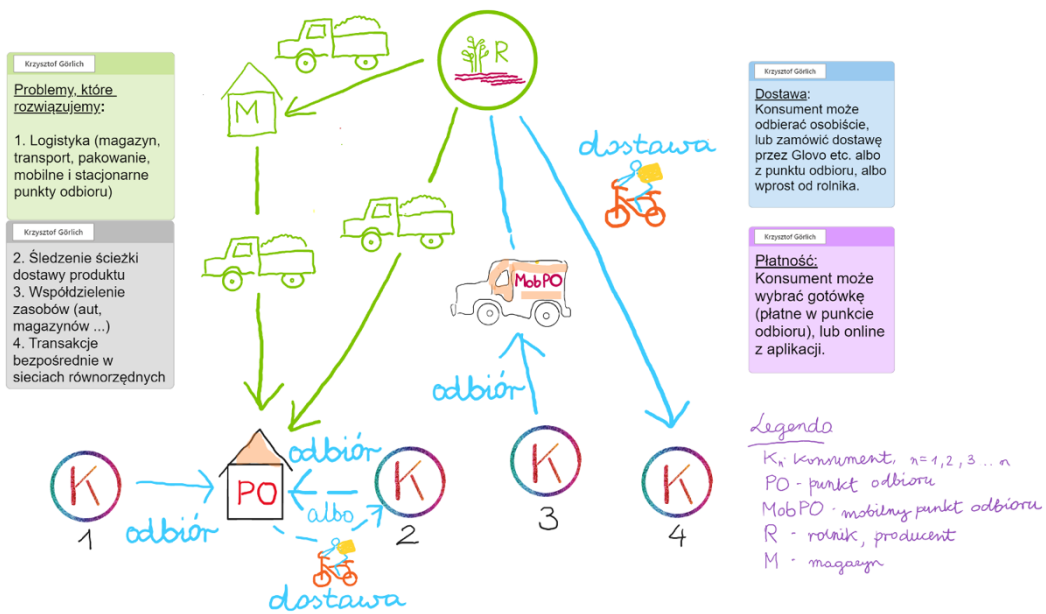


Mapowaniu podane zostały, zidentyfikowane modele organizacyjne (model ZPDS model RSPK) w obszarze logistyki (przepływ towarów), płatności (przepływ pieniędzy) i dokumentacji (przepływ dokumentów).

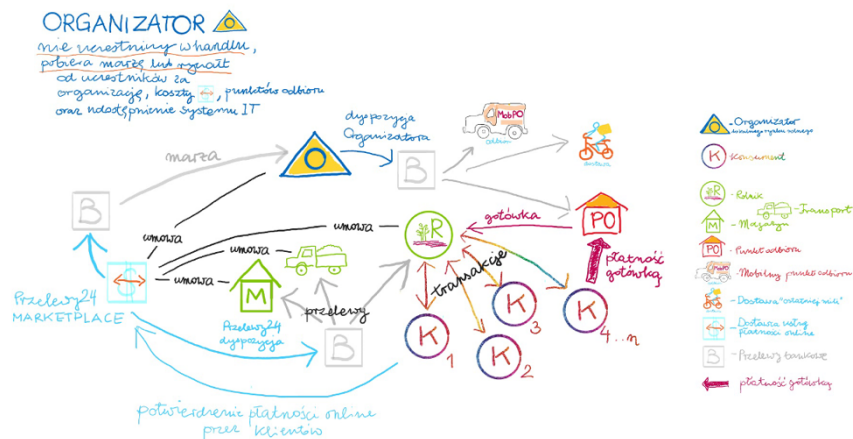
Rysunek 18. Przepływ produktów, pieniędzy



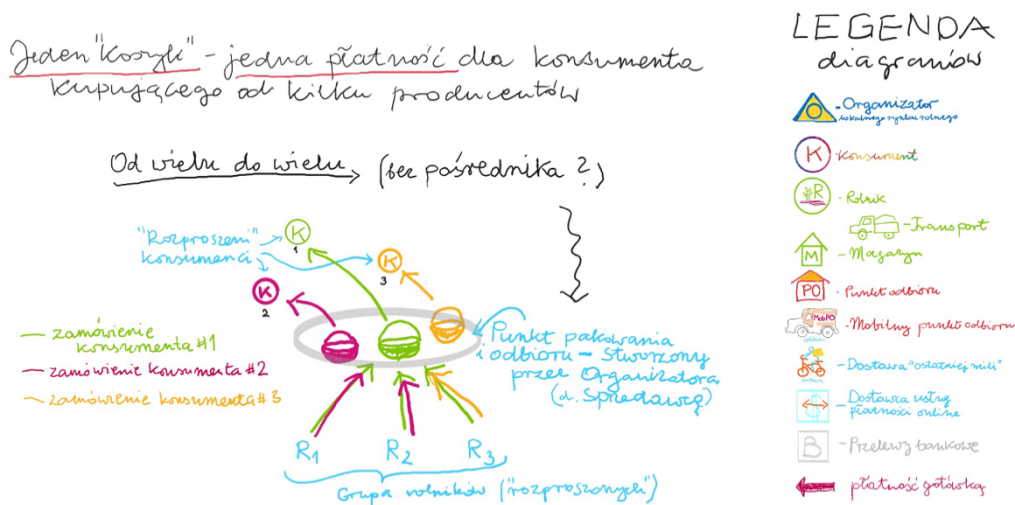
Rysunek 19. Model ZPDS – przepływ produktów



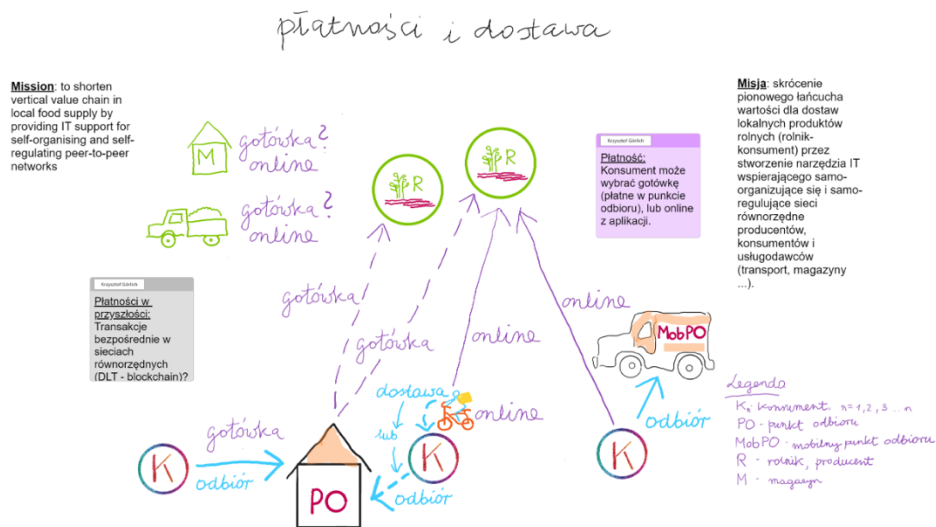
Rysunek 20. Przepływy finansowe KLŻ



Rysunek 21. Przepływy produktów i płatności od modelu ZPDS do RSPK

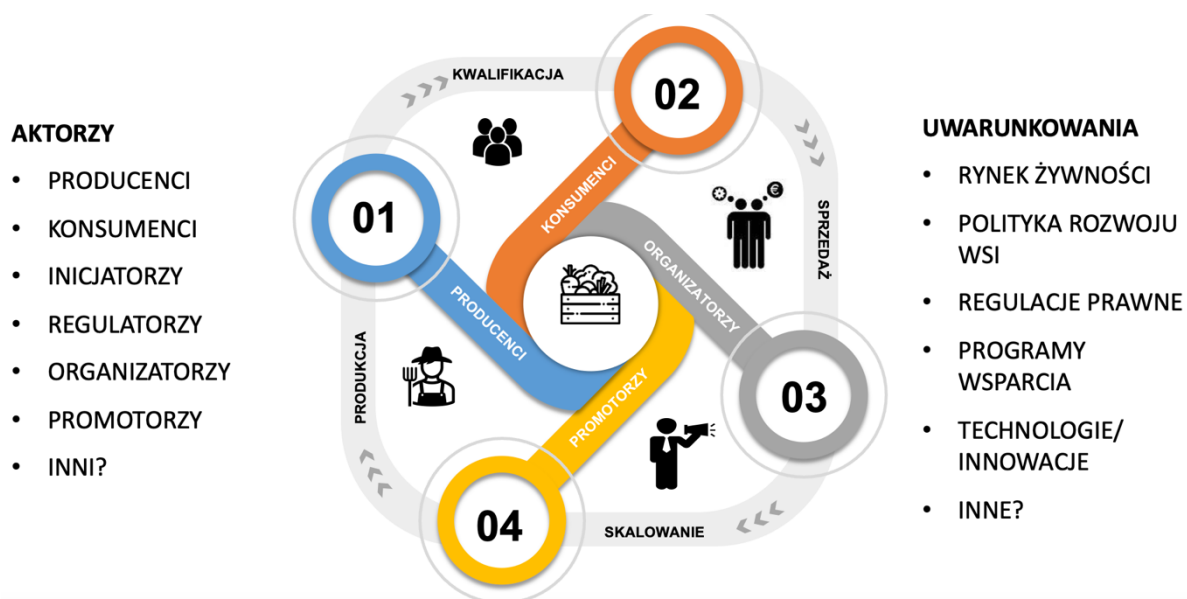


Rysunek 22. Model RSPK – przepływ produktów i płatności



Wypracowany na podstawie prac prowadzonych w Zadaniu A. Innowacyjny model organizacyjny IQSell można traktować jako bazę rozwoju lokalnych rynków rolnych. Poniżej zaprezentowany jest rozwój LRR jako proces przez pryzmat aktorów oraz działań (rysunek 23 i 24).

Rysunek 23. Innowacyjny model organizacyjny IQSell – Rozwój LRR jako proces (aktorzy)



Rysunek 24. Innowacyjny model organizacyjny IQSell – Rozwój LRR jako proces (działania)



Na rysunku 25 wskazano aktorów innowacyjnego modelu organizacyjnego dla rozwoju LRR.
 Rysunek 25. Aktorzy innowacyjnego modelu organizacyjnego dla rozwoju LRR IQSell



Podstawą do testowania omawianego modelu organizacyjnego IQSell była platforma stworzona na bazie prototypowego narzędzia informatycznego, która pozwoliła na realizowanie zdalnych transakcji i dystrybucji produktów z perspektywą zaprojektowania rozwiązania organizacyjnego LRR bez pośrednika, wskazując zasadności i możliwości cyfryzacji z punktu widzenia partycypujących rolników. Tym samym uwzględnia ona główne priorytety rolników w odniesieniu do modelu organizacyjnego dla rozwoju LRR tj.:

- wspólny marketing on-line, indywidualne rozliczanie sprzedaży,
- usługi bankowe – płatności i rozliczanie on line bezpośrednio z klientem,
- dokumentacja finansowa dopasowana do własnych potrzeb,
- możliwość samodzielnego modyfikowania oferty i ustalania cen swoich produktów.

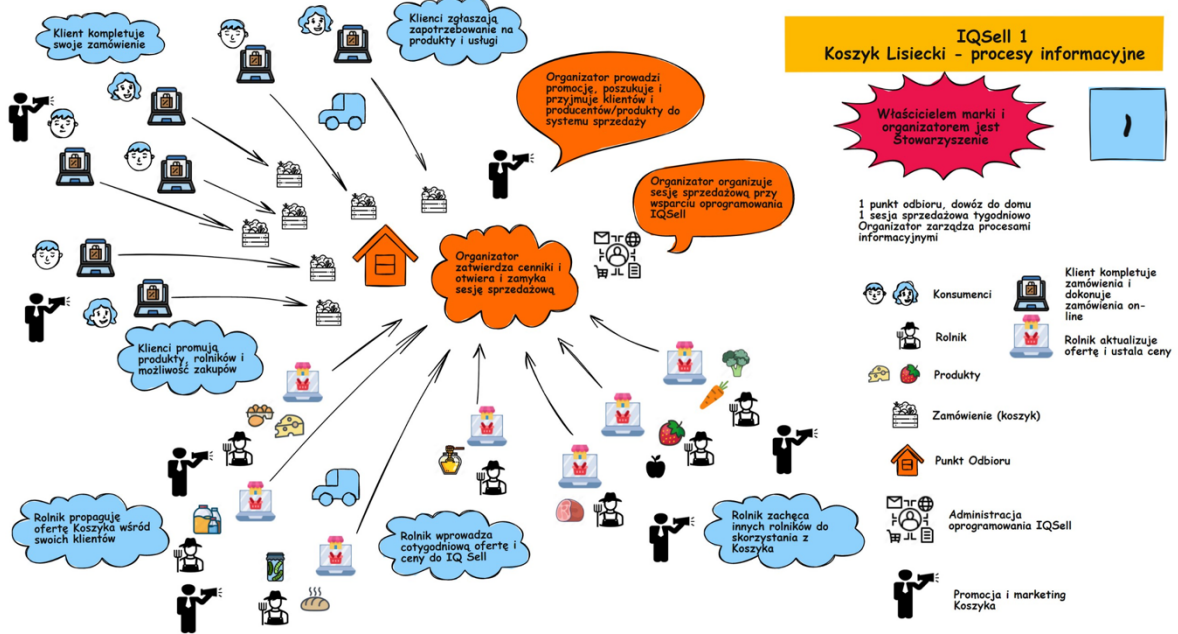
Testowanie przeprowadzono na dwóch wariantach LRR online:

Wariant 1. Koszyk Lisiecki (IQSell 1):

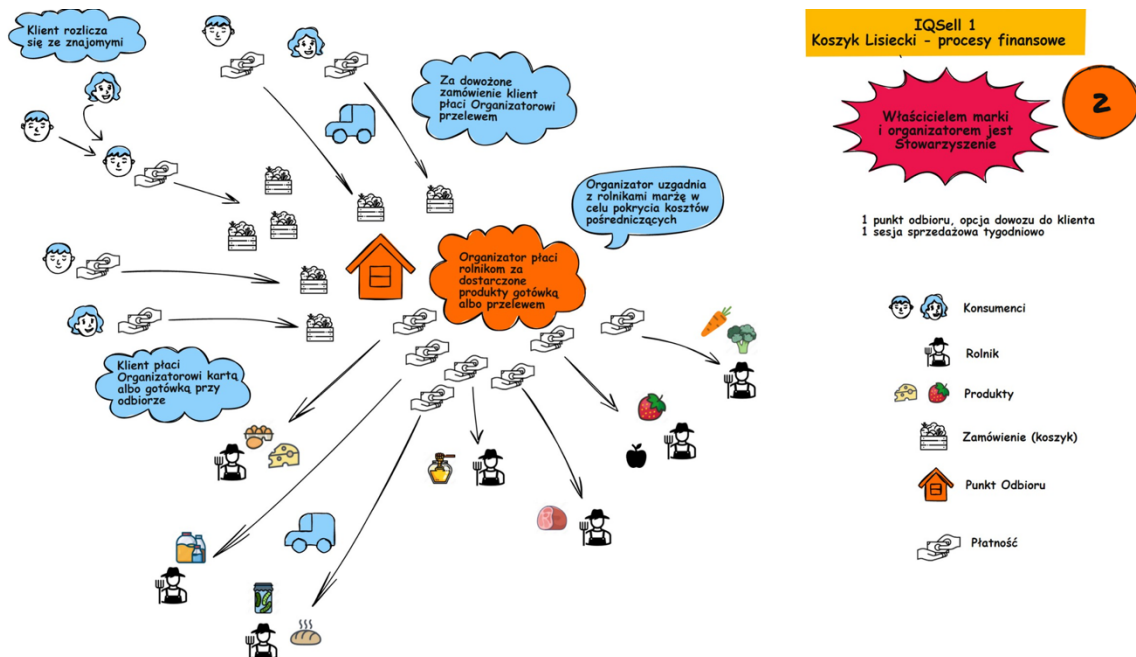
1. Realizacja sprzedaży w oparciu o 1 punkt odbioru. Sesja sprzedażowa raz w tygodniu.
2. Płatności za transakcje wyłącznie przy odbiorze (gotówka/karta kredytowa). Płatności przelewem w przypadku dowozu do domu.
3. Organizatorem jest Stowarzyszenie, które jest właścicielem jednej „Marki” = „Koszyk Lisiecki” i również zarządza logistyką i transakcjami sprzedażowymi.

4. Stowarzyszenie zapewnia wszystkie funkcje pośrednika, działając w imieniu i pod kontrolą producentów-członków stowarzyszenia. Odlicza marże od każdej transakcji na pokrycie kosztów funkcji pośrednika

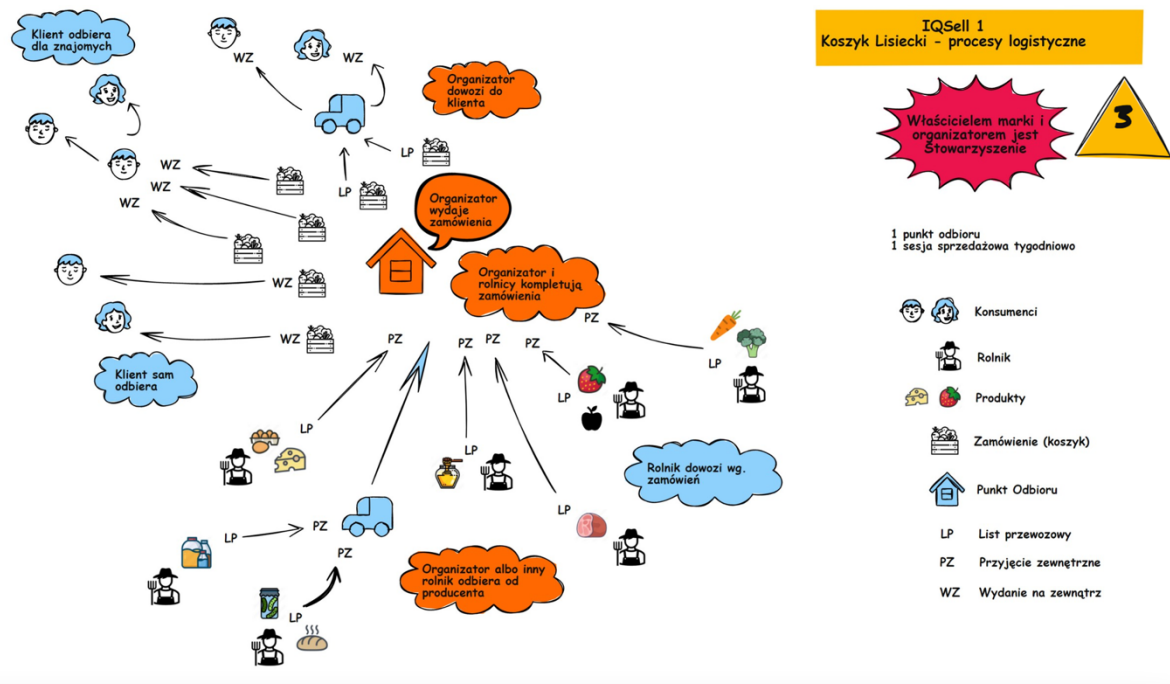
Rysunek 26. Koszyk Lisiecki – procesy informacyjne



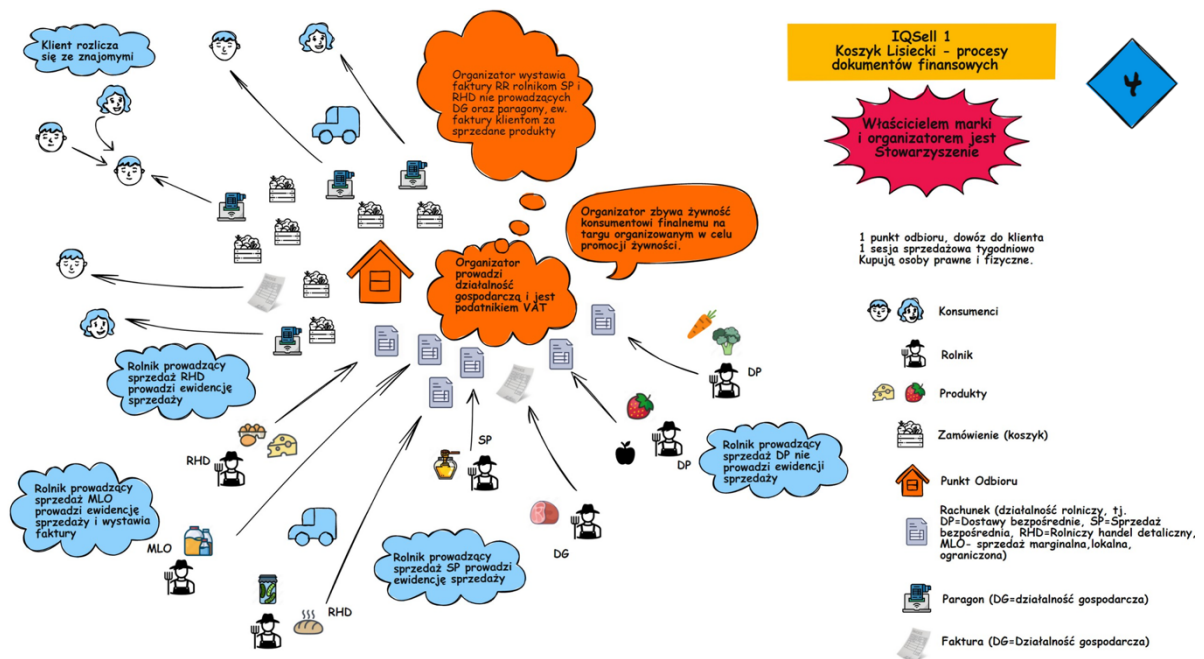
Rysunek 27. Koszyk Lisiecki – procesy finansowe



Rysunek 28. Koszyk Lisecki – procesy logistyczne



Rysunek 29. Koszyk Lisecki – procesy dokumentów finansowych



Wariant 2. Uniwersytet Przyrodniczy we Wrocławiu (IQSELL 2):

1. Realizacja sprzedaży za pośrednictwem instytucji publicznej (Uniwersytet) na potrzeby własne (tj. sprzedaż produktów dla społeczności uniwersyteckiej).

2. Sprzedaż w oparciu o 1 punkt odbioru, możliwe są również dostawy pod adres wskazany przez zamawiającego.
3. Płatności tylko online bez pobierania prowizji.
4. Właścicielem i organizatorem marki jest uniwersytet, który pokrywa koszty pośrednika.

W przypadku tego wariantu procesy informacyjne, logistyczne i finansowe przebiegają w podobny sposób jak ma to miejsce w wariancie 1. Wariant ten, w odróżnieniu od wariantu 1. nie przewiduje płatności dokonywanych gotówką. Są one jedynie bezgotówkowe w oparciu o system przelewów 24. Słabością tego wariantu jest zaangażowanie instytucji publicznej z czym wiążą się określone ograniczenia związane z dalszym rozbudowywaniem modelu o kolejne moduły jak również ograniczenia natury prawnej.

Testowane warianty (1 i 2) wykazują ograniczenia w zakresie modeli i narzędzi w obszarze informacji, logistyki, transakcji, przede wszystkim jednak dokumentacji finansowej. W związku z tym zaprojektowany został trzeci wariant, w którym wskazano nowe możliwości organizacji LRR, które automatyzują wskazane w wariantach 1 i 2 funkcje pośrednika tj.:¹¹

1. Centra Logistyczne (forma szersza niż „Punkt Odbioru” – wirtualny podmiot pozwalający na realizowanie funkcji magazynowych i dokumentujących transakcje).
2. Mobilne punkty odbioru (wymagające najnowszych narzędzi informatycznych dla swojego funkcjonowania).
3. Mobilny dostęp klienta (aplikacja użytkowa na smartfonie).
4. Wystawianie dokumentów magazynowych (LP – list przewozowy. PZ – przyjęcie zewnętrzne, WZ – wydanie na zewnątrz) oraz finansowych (faktury, paragony i inne dowody sprzedaży).
5. Usługi finansowe (mikro-kredyty) dla partycypujących producentów podejmujących wspólnie inwestycje.

Trzeci wariant organizacyjny LRR zakłada zaangażowanie partycypujących rolników i konsumentów w realizację funkcji pośrednika poprzez (częściową) automatyzację procesów informacyjnych, logistycznych, finansowych i dokumentacji finansowej. W ramach realizowanej operacji przyjęto, że administratorem w tym proponowanym wariancie będzie Małopolska Izba Rolnicza (Konsorcjant)

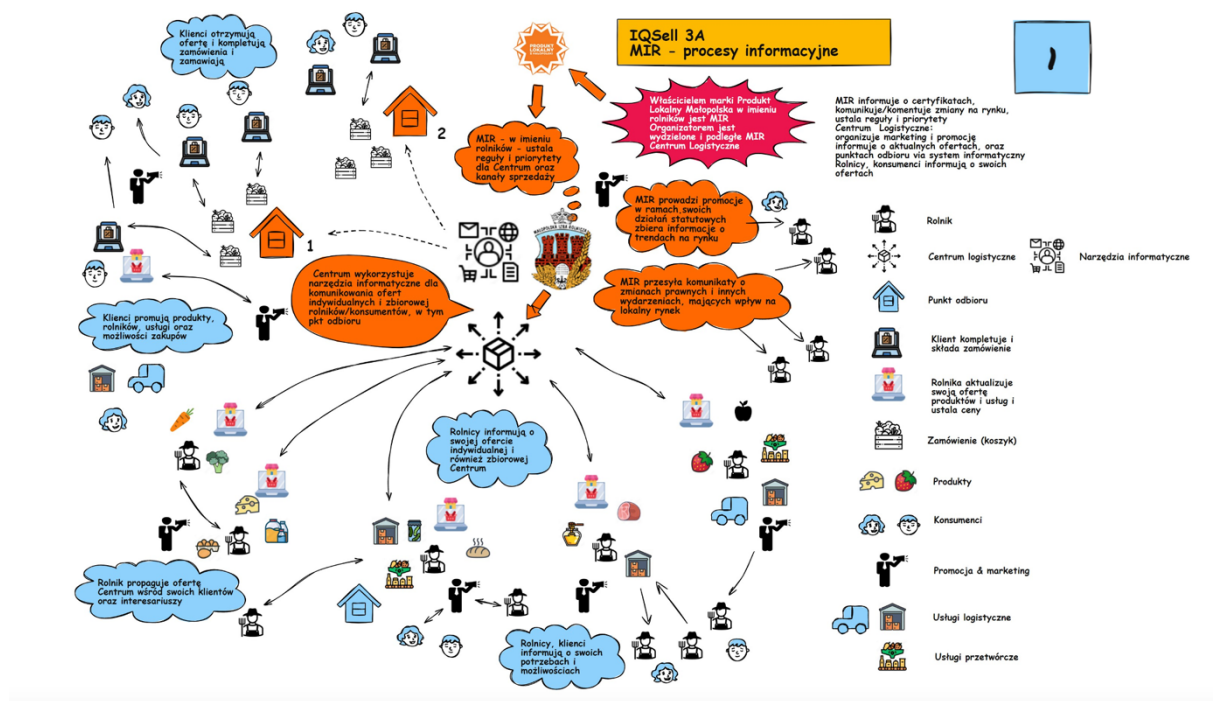
Wariant 3. MiR (IQSell 3):

1. Sprzedaż w oparciu o 2+ punkty odbioru plus mobilny punkt odbioru (do wykorzystania przy imprezach, festynach i innych wydarzeniach tematycznych).

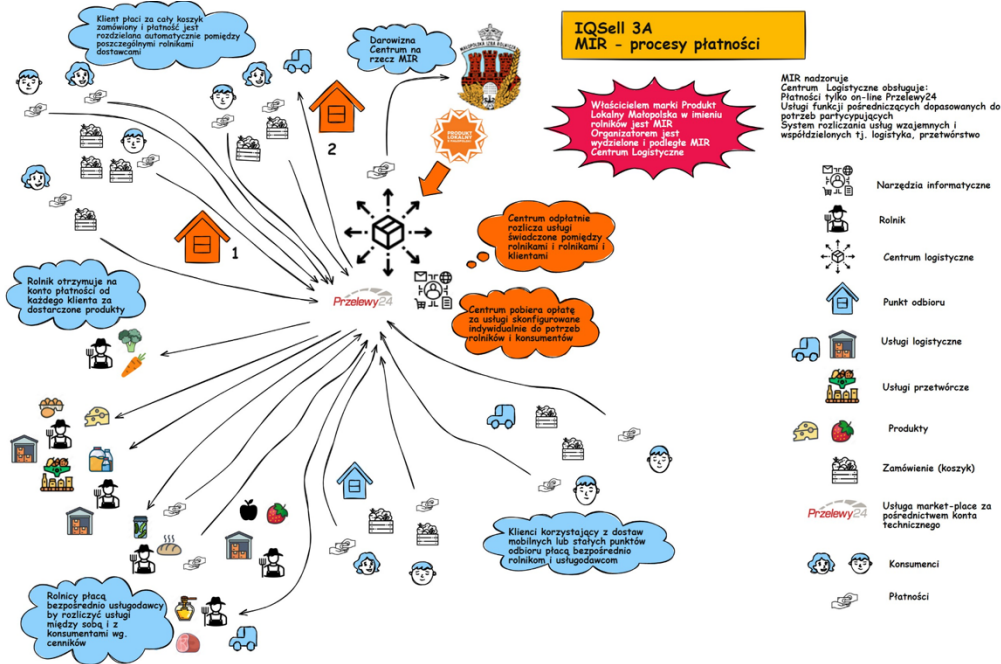
¹¹ Wariant ten nie został poddany testowaniu. Jest on wynikiem analizowania i testowania wariantów 1 i 2.

2. Transakcje sprzedażowe tylko on-line płatne przy zamówieniu.
3. Marka oparta na systemie certyfikacji Produkt Lokalny z Małopolski.
4. Transakcje, logistyka i inne funkcje pośrednika zapewnia wydzielone Centrum Logistyczne, które może obsługiwać (logistycznie, transakcyjnie) inne marki i organizuje funkcjonalności pośredniczące wspólnie z partycypującymi producentami i konsumentami na zasadzie ekonomii współdzielenia.
5. Funkcje pośrednika dopasowane do potrzeb, uwarunkowań i możliwości partycypujących rolników i konsumentów. Marża za usługi Centrum odliczana od każdej transakcji zgodnie z zindywidualizowanymi ustaleniami.

Rysunek 30. MiR – procesy informacyjne

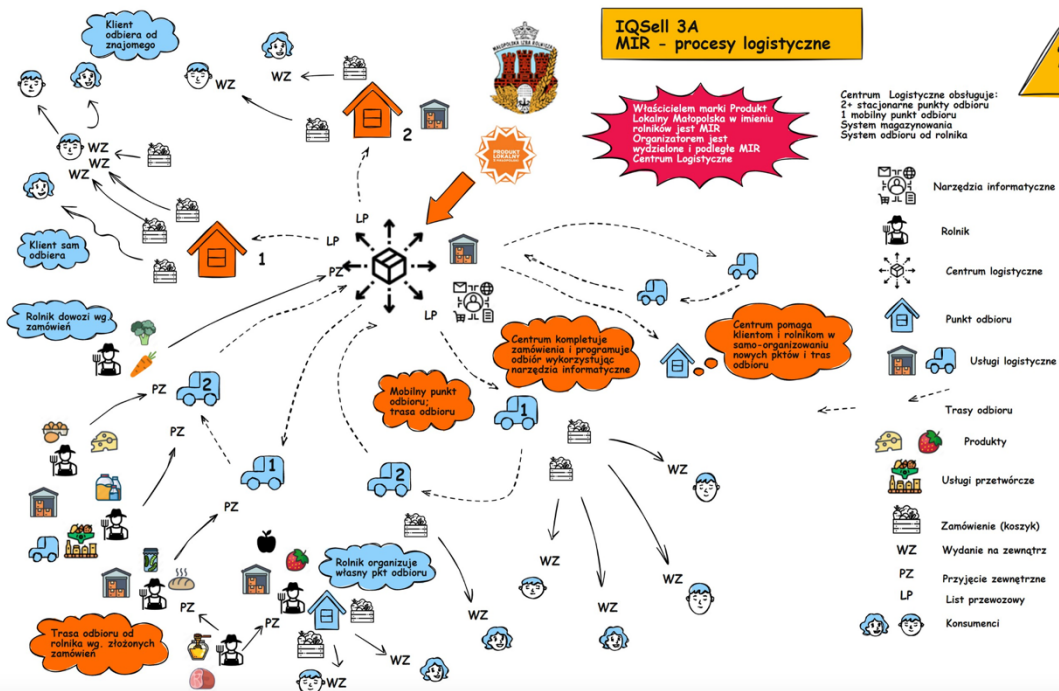


Rysunek 31. MiR – procesy płatności



2

Rysunek 32. MiR – procesy logistyczne



3

Tabela 8. Weryfikacja, testowanie i wdrożenie wariantów modelu organizacyjnego IQSell

		IQSELL 1	IQSELL 2	IQSELL 3
		Stowarzyszenie Producentów Koszyk Lisiecki – jako Organizator i Administrator	UP jako Administrator i Organizator	MIR jako Administrator. Iso-Tech jako inicjator rozwiązania organizacyjnego bez pośredników (wydzielone centrum logistyczne)
Usługi (services) pośrednika	Oczekiwane korzyści			
WSPÓLNA PROMOCJA & MARKETING	Zwiększenie zasięgów rynkowych, percepcji jakości produktów i zwiększenie sprzedaży			
Wspólna identyfikacja graficzna/ wspólnie promowana marka		Wspólna marka, która jest promowana w celu pozyskiwania producentów i konsumentów	Marka dla potrzeb identyfikacji w społeczności uniwersyteckiej. Bez promocji zewnętrznej	Certyfikat Produkt Lokalny z Małopolski (PLM) oparty na wypracowanych i przyjętych standardów de facto stanowi markę. Tylko markowe produkty dopuszczone do sprzedaży
Profesjonalnie zarządzana witryna webowa		Nie ma strony internetowej i nie ma systematycznej promocji w mediach społecznych	Nie ma strony internetowej. Systematyczna promocja w wewnętrznych kanałach komunikacji UP	Promocja za pośrednictwem kanałów komunikacyjnych MIR oraz rolników partycypujących w sprzedaży. Jedynie zbiorowa witryna sprzedażowa.
Standaryzacja i pomoc w przygotowaniu prezentacji oferowanych produktów		Pomoc jest udzielana każdorazowo. Nie ma przyjętych standardów i zautomatyzowanych funkcji.	Pomoc zindywidualizowana.	Standaryzacja ofert rolników w odniesieniu do uwarunkowań/kryteriów certyfikatu PLM
Poszerzona z punktu widzenia konsumenta oferta produktów		Oferta bogata. Możliwość zakupu ponad 100 produktów	Oferta ograniczona do produktów sezonowych od producentów związanych z UP dla konsumentów na UP	Możliwość zakupu najwyższej jakości produktów, które nie są łatwo dostępne gdzie indziej.
CENNIKI PRODUKTÓW	Większa elastyczność i dopasowanie do warunków rynkowych			
Tworzenie i modyfikacje własnego cennika		Funkcjonalność na smartfon umożliwia producentom w łatwy/przyjazny sposób modyfikować własny cennik	Wersja na smartfon przyjazna dla rolnika, która umożliwia własnoręczne modyfikacje	Wersja na smartfon przyjazna dla rolnika, która umożliwia własnoręczne modyfikacje
Analiza cenników innych producentów/rolników		Nie ma możliwości analizy cenników innych czy też odwoływania do cen.	Nie ma możliwości analizy cenników innych czy też odwoływania do cen.	Możliwość analizy innych cenników/cen rynkowych?
Systemy rabatowe ('promocje') i 'lojalnościowe'		Nie ma regularnych systemów rabatowych czy też rozwiązań lojalnościowych	Nie ma regularnych systemów rabatowych czy też rozwiązań lojalnościowych	System lojalnościowy dla stałych klientów
		IQSELL 1	IQSELL 2	IQSELL 3
ZARZĄDZANIE PUNKTAMI ODBIORU	Poprawa oferty i dostępności dla konsumenta; zwiększenie sprzedaży			
Publikowanie lokalizacji i terminów otwarcia punktów odbioru produktów		Prowadzi jeden pkt odbioru w Kryniewie oraz dowóz do klienta	Prowadzenie 2 punkty odbioru w trybie sesyjnym	Odbiór przy imprezach organizowanych przez MIR oraz punkt mobilny na stałych trasach
Prowadzenie ciągłej (nie 'sesyjnej') sprzedaży produktów		Prowadzi sprzedaż sesyjną. Jedna sesja tygodniowa.	Prowadzenie ciągłej sprzedaży.	Sprzedaż ciągła
NOWE KANAŁY DYSTRYBUCJI	Szersze eksponowanie oferty; zwiększenie dostępności dla konsumenta; zwiększenie sprzedaży	Nie ma planów.	Sprzedaż/odbiór w gospodarstwie	Sprzedaż/odbiór w gospodarstwie
OBSŁUGA TRANSAKCYJ FINANSOWYCH ORAZ ICH RAPORTOWANIE	Ułatwienia dla producenta i konsumenta			
Płatności online		Nie ma.	Płatności on-line (przelewy24) za pośrednictwem nieodpłatnym UP	Płatności on-line (przelewy24) za pośrednictwem Iso-Tech odpłatnie
Płatności abonamentowe i 'przedpłacone'		Nie ma.	Przedpłaty/abonamenty	Przedpłaty/abonamenty; płatności zbliżeniowe
Płatności gotówkowe		Tak.	Nie	Nie
Fakturowanie		Fakturowanie automatyczne dla potrzeb pośrednika (stowarzyszenia)		Fakturowanie zautomatyzowane dla producentów i dla organizatora (powiązanie z fakturownia lub nakładka?)
Bezpośrednie rozliczenia między stronami sprzedaży bezpośredniej		Rozliczenia są za pośrednictwem Stowarzyszenia Producentów Koszyka Lisieckiego	Bezpośrednie rozliczenia	Bezpośrednie rozliczenia
USTALANIE I ZARZĄDZANIE REGULAMINAMI	Łatwość korygowania zasad organizacyjnych sprzedaży	Zautomatyzowanie zarządzania regulaminami	Zautomatyzowanie zarządzania regulaminami	Zautomatyzowanie zarządzania regulaminami
ŚWIADCTWO I PEWNOŚĆ POCHODZENIA	Wzrost zaufania konsumenta do producenta i jego produktów	Można przeglądać produkty wg. producenta. Wyświetlanie producenta przy produkcie (nie tylko w opisie)		Wyświetlanie producenta przy produkcie (nie tylko w opisie). Certyfikat PLM
CERTYFIKATY GOSPODARSTWA I PRODUKTÓW	Wzrost zaufania konsumenta do producenta i jego produktów	Producenci mają możliwość przedstawiania swoich certyfikatów.	Producenci mają możliwość przedstawiania swoich certyfikatów.	Certyfikat PLM jest warunkiem wykluczającym, ale producenci mogą pokazać inne certyfikaty
REALIZACJA REKLAMACJI	Wzrost satysfakcji klienta	Reklamacje są realizowane ręcznie.		Automatyczne zarządzanie reklamacjami
'BAZA WIEDZY', INSTRUKCJE, INFORMACJE PRAWNE, WIKI, I MATERIAŁY EDUKACYJNE	Edukacja uczestników lokalnego rynku rolnego; dostęp do wiedzy i dobrych praktyk rolniczych i handlowych	Nie ma dostępu do bazy wiedzy. BAZA WIEDZY O WALORACH/ZASTOSOWANIU OFEROWANYCH PRODUKTÓW.		Baza wiedzy o przepisach prawnych

ZARZĄDZANIE PUNKTAMI ODBIORU	Poprawa oferty i dostępności dla konsumenta; zwiększenie sprzedaży			
Publikowanie lokalizacji i terminów otwarcia punktów odbioru produktów		Prowadzi jeden pkt odbioru w Kryspinowie oraz dowóz do klienta	Prowadzenie 2 punkty odbioru w trybie sesyjnym	Odbiór przy imprezach organizowanych przez MIR oraz punkt mobilny na stałych trasach
Prowadzenie ciągłej (nie 'sesyjnej') sprzedaży produktów		Prowadzi sprzedaż sesyjną. Jedna sesja tygodniowa.	Prowadzenie ciągłej sprzedaży,	Sprzedaż ciągła
NOWE KANAŁY DYSTRYBUCJI	Szersze eksponowanie oferty; zwiększenie dostępności dla konsumenta; zwiększenie sprzedaży	Nie ma planów.	Sprzedaż/odbiór w gospodarstwie	Sprzedaż/odbiór w gospodarstwie
OBSŁUGA TRANSAKЦИИ FINANSOWYCH ORAZ ICH RAPORTOWANIE	Ułatwienia dla producenta i konsumenta			
Płatności online		Nie ma.	Płatności on-line (przelewy24) za pośrednictwem nieodpłatnym UP	Płatności on-line (przelewy24) za pośrednictwem Iso-Tech odpłatnie
Płatności abonamentowe i 'przedpłacone'		Nie ma.	Przedpłaty/abonamenty	Przedpłaty/abonamenty; płatności zbliżeniowe
Płatności gotówkowe		Tak.	Nie	Nie
Fakturowanie		Fakturowanie automatyczne dla potrzeb pośrednika (stowarzyszenia)		Fakturowanie zautomatyzowane dla producentów i dla organizatora (powiązanie z fakturowania lub nakładka?)
Bezpośrednie rozliczenia między stronami sprzedaży bezpośredniej		Rozliczenia są za pośrednictwem Stowarzyszenia Producentów Koszyka Lisieckiego	Bezpośrednie rozliczenia	Bezpośrednie rozliczenia
USTALANIE I ZARZĄDZANIE REGULAMINAMI	Łatwość korygowania zasad organizacyjnych sprzedaży	Zautomatyzowanie zarządzania regulaminami	Zautomatyzowanie zarządzania regulaminami	Zautomatyzowanie zarządzania regulaminami
ŚWIADECTWO I PEWNOŚĆ POCHODZENIA	Wzrost zaufania konsumenta do producenta i jego produktów	Można przeglądać produkty wg. producenta. Wyświetlanie producenta przy produkcie (nie tylko w opisie)		Wyświetlanie producenta przy produkcie (nie tylko w opisie). Certyfikat PLM
CERTYFIKATY GOSPODARSTWA I PRODUKTÓW	Wzrost zaufania konsumenta do producenta i jego produktów	Producenci mają możliwość przedstawianiu swoich certyfikatów.	Producenci mają możliwość przedstawianiu swoich certyfikatów.	Certyfikat PLM jest warunkiem wykluczającym, ale producenci mogą pokazać inne certyfikaty
REALIZACJA REKLAMACJI	Wzrost satysfakcji klienta	Reklamacje są realizowane ręcznie.		Automatyczne zarządzanie reklamacjami
'BAZA WIEDZY', INSTRUKCJE, INFORMACJE PRAWNE, WIKI, I MATERIAŁY EDUKACYJNE	Edukacja uczestników lokalnego rynku rolnego; dostęp do wiedzy i dobrych praktyk rolniczych i handlowych	Nie ma dostępu do bazy wiedzy. BAZA WIEDZY O WALORACH/ZASTOSOWANIU OFEROWANYCH PRODUKTÓW.		Baza wiedzy o przepisach prawnych

W ramach dalszych prac rozwojowych, testów wskazanych wariantów modelu organizacyjnego IQSell jest zaprojektowanie nowych modeli, w których podstawowym narzędziem IT obsługującym lokalny rynek rolny byłby system informatyczny pozwalający na:

- obsługę przez jednego organizatora wielu centrów logistycznych działających pod kilkoma markami,
- obsługę techniczną (logistyka, rozliczenia, administracja systemu) kilku Organizatorów (kilku NIP) i kilku „marek” przez jeden podmiot (Organizatora „technicznego” – który mógłby prowadzić oczywiście własną „markę” na lokalnym rynku.
- możliwość przypisania niektórych współdzielonych funkcjonalności do jednego operatora – „organizatora”).

Na podstawie działań podjętych w niniejszym zadaniu sformułowano podstawowy wniosek odnoszący się do projektowania LRR w wersji online, a mianowicie: organizacja lokalnych rynków rolnych, które funkcjonują w przestrzeni wirtualnej, wiąże się z szeregiem aspektów prawnych, które należy uwzględnić, aby zapewnić poprawne i legalne działanie platformy handlowej. Niektóre z tych aspektów to:

1. Prawa własności intelektualnej – w przypadku korzystania z oprogramowania lub innych technologii na potrzeby funkcjonowania platformy handlowej, należy upewnić się, że nie zostaną naruszone prawa własności intelektualnej.

2. Ochrona danych osobowych – zgodnie z regulacjami Union European General Data Protection Regulation (GDPR), platforma handlowa musi zagwarantować najwyższy poziom ochrony danych osobowych użytkowników, którzy korzystają z usług.
3. Umowa o korzystanie z platformy – wszyscy użytkownicy, którzy korzystają z platformy handlowej, powinni zawrzeć umowę o korzystaniu z tejże platformy, która określa zasady korzystania, prawa i obowiązki stron, jak również reguluje kwestie odpowiedzialności cywilnej.
4. Prawa konsumenta – jakiejkolwiek transakcje handlowe przeprowadzane za pomocą platformy handlowej podlegają ustawie o prawach konsumenta. Kupujący mają prawo do otrzymywania informacji o sprzedawanych produktach, do odstąpienia od umowy, w przypadku niezadowolającej realizacji dostawy oraz do składania reklamacji.
5. Prawa własności i prawa autorskie – ważne jest, aby producenci i informatorzy posiadający dostęp do platformy handlowej nie naruszali praw własności i praw autorskich innych osób, zarówno na poziomie treści, jak również materiałów graficznych, zdjęć i filmów.
6. Odpowiedzialność cywilna – organizatorzy lokalnych rynków rolnych funkcjonujących w internecie także muszą przestrzegać przepisów prawa dotyczącego odpowiedzialności cywilnej, takie jak ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych.

Rozwój lokalnych rynków rolnych wiąże się również z wieloma aspektami prawno-podatkowymi, które należy uwzględnić w procesie tworzenia, organizacji i prowadzenia takich rynków, aby zapewnić ich stabilność i trwałość. Niektóre najważniejsze z nich to:

1. Prawa własności nieruchomości – producenci, którzy chcą zaoferować swoje produkty na lokalnym rynku rolnym, powinni posiadać odpowiednie pozwolenia i prawa do własności gruntów, na których chcą prowadzić działalność.
2. Przepisy zdrowotne i bezpieczeństwa żywności – producenci żywności, którzy chcą oferować swoje produkty na lokalnym rynku rolnym, muszą przestrzegać szeregu przepisów dotyczących jakości i bezpieczeństwa żywności, w tym wykonywać badania mikrobiologiczne i chemiczne swoich produktów oraz posiadać stosowne certyfikaty.
3. Podatki i opłaty – prowadzenie działalności na lokalnym rynku rolnym wiąże się z koniecznością odprowadzania różnego rodzaju podatków i opłat, takich jak podatek VAT, podatek dochodowy, opłaty za korzystanie z terenów publicznych, itp.
4. Umowy o współpracy – producenci, którzy chcą korzystać z lokalnego rynku rolnego, powinni podpisać umowę o współpracy z organizatorami rynku oraz z innymi producentami. Umowa powinna zawierać wszelkie ważne informacje dotyczące działalności na rynku oraz prawa i obowiązki poszczególnych stron.

5. Bezpieczeństwo ubezpieczeniowe – dla zapewnienia bezpieczeństwa użytkowników rynku oraz ochrony majątkowej producentów, zalecana jest polisa ubezpieczeniowa, która obejmuje odpowiedzialność cywilną oraz straty powstałe w wyniku wypadków.
6. Prawa konsumenta – klienci, którzy korzystają z lokalnego rynku rolnego, mają prawo do otrzymywania informacji na temat oferowanych produktów, cen, pochodzenia i sposobu wykonania tych produktów, oraz do złożenia reklamacji w przypadku, gdy produkty są niesatysfakcjonujące lub niespełniają oczekiwań.

Rezultat:

Przetestowano z rolnikami-konsorcjantami w 2 lokalizacjach na Dolnym Śląsku i Małopolsce różne wersje wariantów modelu organizacyjnego dla rozwoju LRR pod kątem funkcjonalności pośrednika przy różnych konfiguracjach kanałów dystrybucji, form sprzedaży oraz ról partycypujących aktorów. W wyniku testów skorygowano wariantowe rozwiązania organizacyjne.

ZADANIE D.

Wypracowanie systemu monitoringu i oceny Krótkich Łańcuchów Dostaw Żywności na rozwój lokalnych rynków rolnych jako podstawy rozwoju zrównoważonego obszarów wiejskich

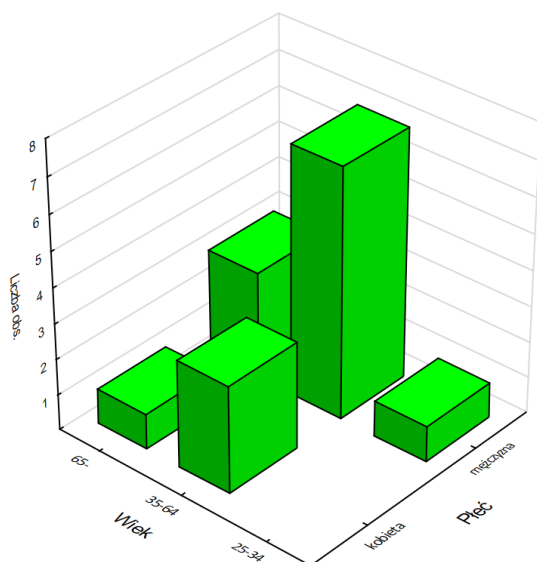
W ramach realizowanej operacji przeprowadzono badania ankietowe mające na celu identyfikację postaw małych producentów rolnych wobec zwiększenia potencjału sprzedaży swoich produktów w ramach KŁŻ. Uzyskane wyniki posłużyły do wypracowania systemu monitoringu i oceny oddziaływania KŁŻ na rozwój lokalnych rynków rolnych jako podstawy rozwoju zrównoważonego obszarów wiejskich oraz do celów naukowych.

Opracowując wyniki posłużono się pakietem programów statystycznych STATISTICA. W przedstawianiu cech jakościowych wykorzystano histogramy 3D i 2D. Dla zmiennych mających charakter porządkowy zastosowano wykresy „mediana - zakres”. W badaniu zależności między cechami jakościowymi użyto testu χ^2 Pearsona, a dla zmiennych porządkowych obliczano współczynnik korelacji R Spearmana.

Identyfikacja postaw małych producentów rolnych wobec zwiększenia potencjału sprzedażowego w KŁŻ – wyniki badania

W ankiecie wzięło udział 15 respondentów będących członkami Konsorcjum Operacji - 13 z województwa małopolskiego oraz 2 z województwa dolnośląskiego.

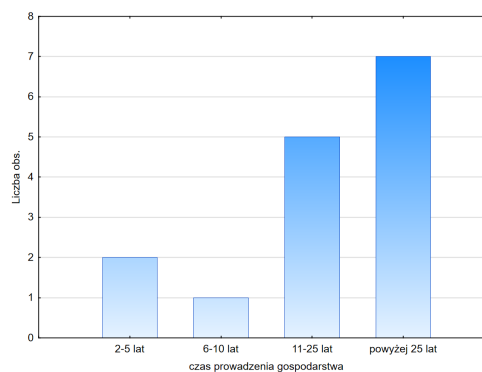
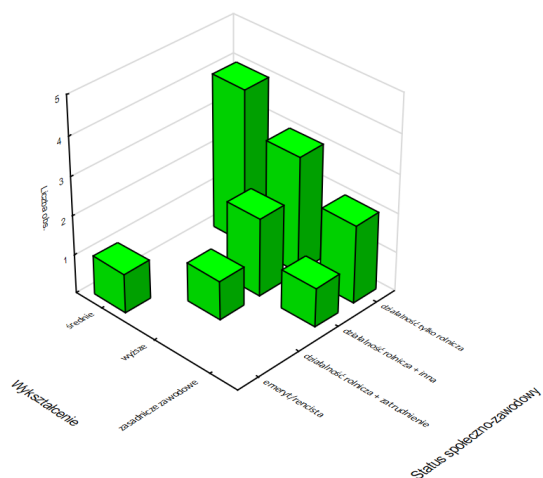
Rysunek 33. Wiek i płeć ankietowanych



Przy wydzielonych kategoriach wiekowych: 18-24, 25-34, 35-64, 65 lat i więcej, większość respondentów reprezentowała grupę 35-64. Mężczyzn było więcej niż kobiet. Około 80%

ankietowanych miało wykształcenie wyższe lub średnie (rysunek 34). Jeśli chodzi o status społeczno-zawodowy to większość deklaruowała wyłącznie działalnością rolniczą.

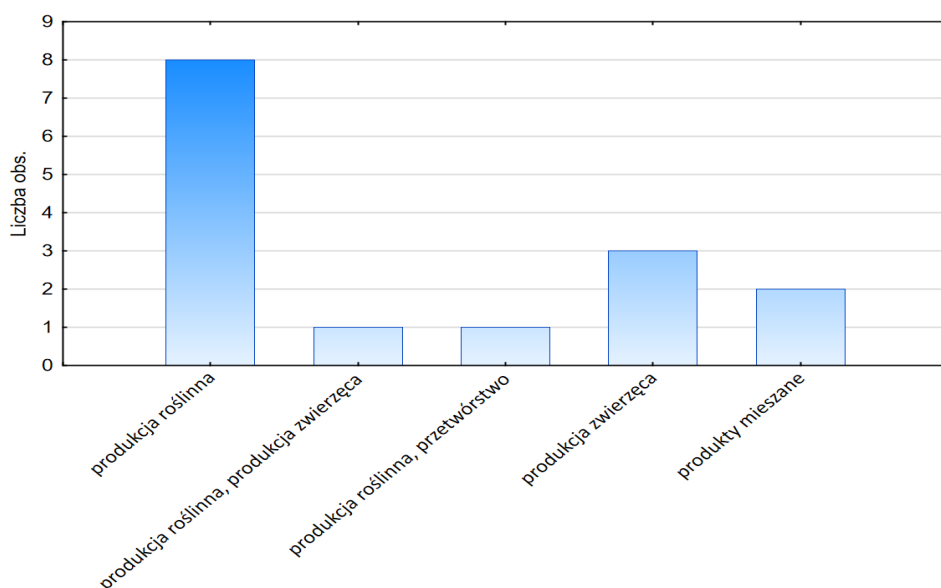
Rysunek 34. Wykształcenie i status zawodowy Rysunek 35. Czas prowadzenia gospodarstwa



Uczestnicy ankiety mieli długi staż prowadzenia gospodarstwa, najwięcej z nich - powyżej 25 lat. Kategorię 2 do 5 lat reprezentowało 2 gospodarzy a 6 do 10 lat – jeden (rysunek 35). Czternaście z piętnastu osób określało swoją sytuację materialną jako raczej dobrą, jedna jako raczej złą.

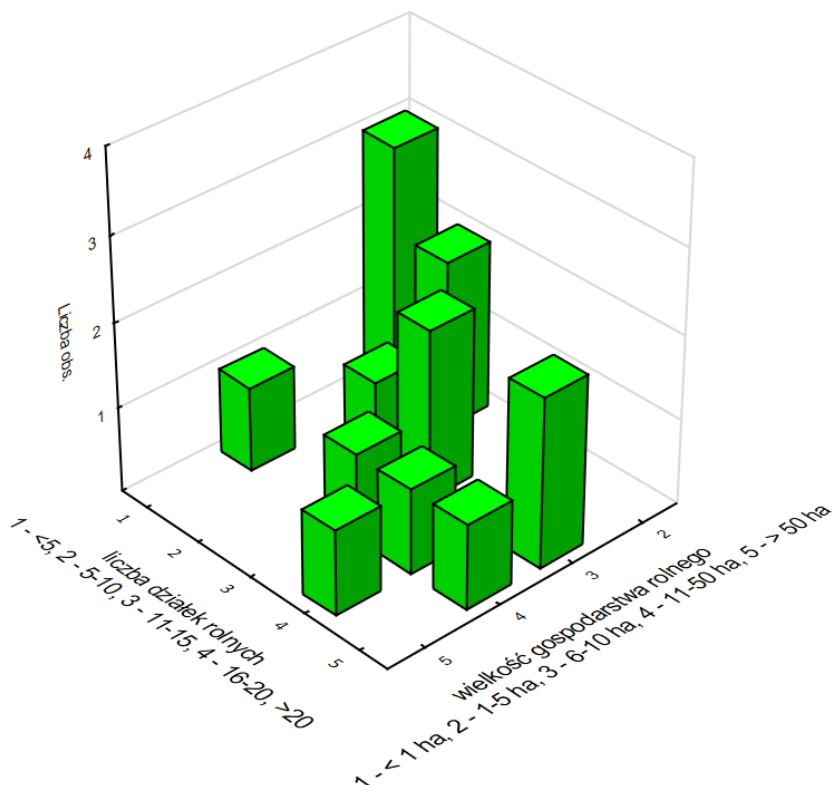
Uczestnicy badania najczęściej określali główny profil działalności rolniczej jako produkcję roślinną (rysunek 35) w szczególności: owoców, warzyw, zbóż. Jeśli chodzi o produkcję zwierzęcą było to bydło, kury, owce, trzoda chlewna, kozy. Dziesięciu respondentów deklarowało dodatkową działalność w kategorii: noclegi/agroturystyka/gastronomia czy też transport i handel artykułami rolniczymi.

Rysunek 35. Główny profil działalności rolniczej



Gospodarstwa miały zróżnicowaną wielkość (rysunek 36). Korelowała ona z liczbą działek rolnych w gospodarstwie (współczynnik korelacji R Spearmana 0,57).

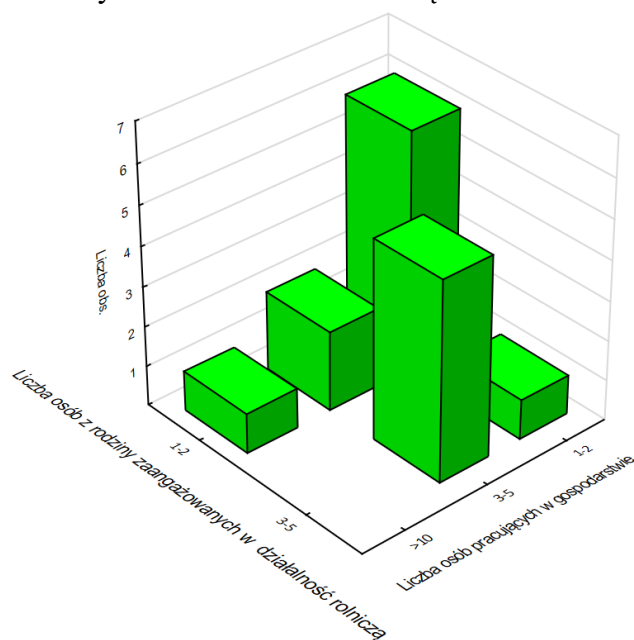
Rysunek 36. Wielkość gospodarstw a liczba działek rolnych je tworzących



W określonych w ankiecie kategoriach liczby osób pracujących średniorocznie w gospodarstwie tj. 1-2, 3-5, 6-10, więcej niż 10, najczęściej odpowiedzi uzyskano w dwu najmniej licznych grupach (rysunek 37). Ponadto większość respondentów deklarowała 1-2 osoby z

rodziny pracujące w gospodarstwie wybierając spośród kategorii: 1-2, 3-5, więcej niż 5 osób z rodziny.

Rysunek 37. Liczba osób pracujących (średniorocznie) w gospodarstwie a liczba osób z rodziny zaangażowanych w działalność rolniczą

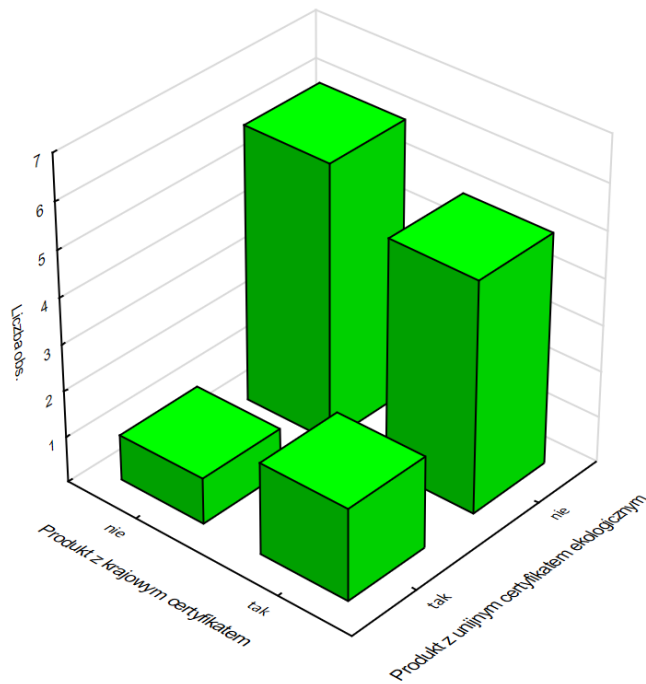


W szczegółowych pytaniach dotyczących uczestnictwa gospodarstwa w lokalnych organizacjach jedno deklarowało zrzeszenie w grupie producenckiej (trzody chlewnej), jedno znajdowało się na szlaku kulinarnym (Śliwkowy szlak), 4 współpracowały blisko z lokalnymi stowarzyszeniami (LGD, Natura, Partnerstwo dla Środowiska, Kooperatywa Podwawelska i in.), dwa wygrały w ostatnich 3 latach w konkursach (m.in.: Małopolskie Dziedzictwo Kulinarne, Gospodarstwo Ekologiczne Małopolski, Europa na widelcu, Wielkie SERwowanie).

Respondenci wymieniali sprzedaż następujących produktów: mięso – wędliny (2 osoby), nabiał (2 osoby), oleje (1 osoba), owoce (6 osób), przetwory (4 osoby), soki napoje (2 osoby), warzywa (6 osób) a także zboża, rozsąd kwiatów, jaj kurzych. Trzech producentów miało produkty z unijnym certyfikatem ekologicznym, 7 z krajowym certyfikatem jakości (rysunek 38). Ponadto dwa gospodarstwa miały produkty z certyfikatem regionalnym a jedno z lokalnym. Żadne nie było w trakcie ubiegania się o certyfikaty.

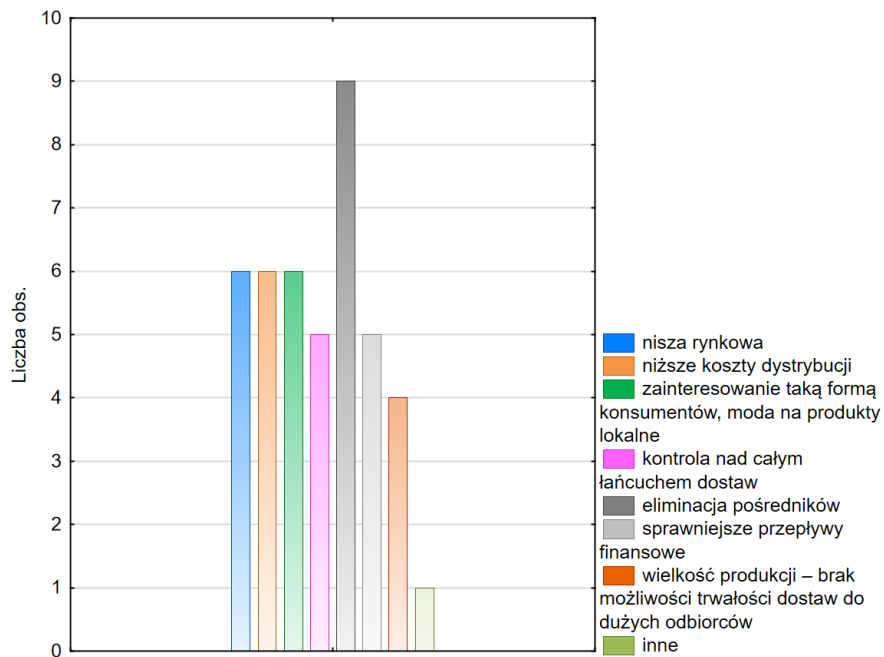
Nie stwierdzono zależności między posiadaniem przez gospodarstwo certyfikatów unijnych a posiadaniem certyfikatów krajowych (χ^2 Pearsona:0,603 $p=0,437$).

Rysunek 38. Posiadanie produktów z unijnym certyfikatem ekologicznym i produktów z krajowymi certyfikatami



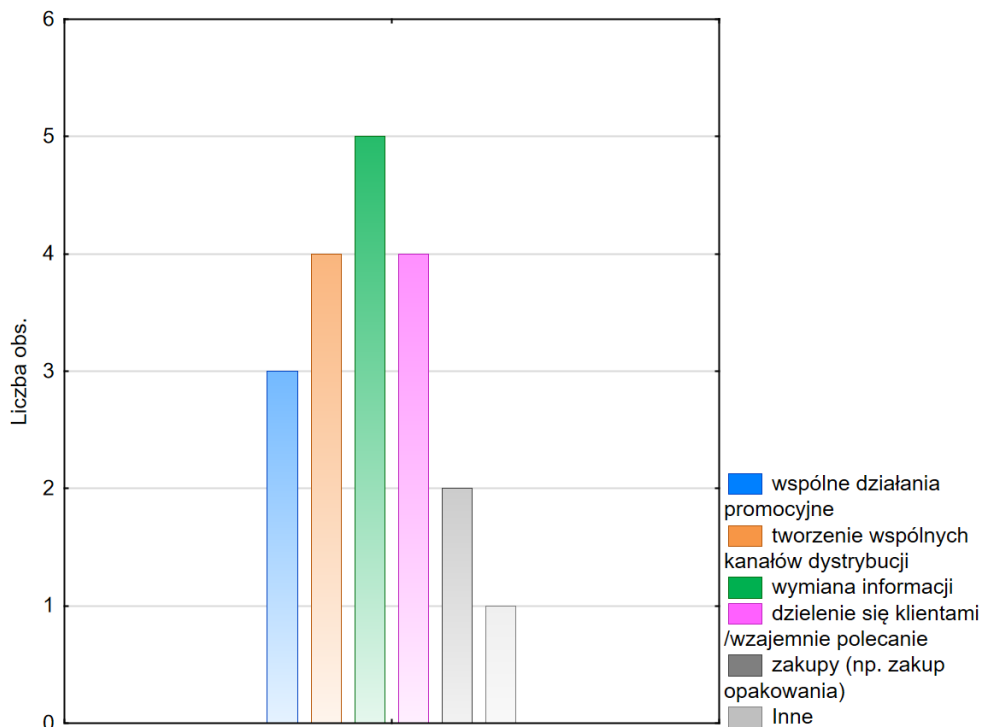
Czternastu uczestników ankiety prowadziło sprzedaż w krótkich łańcuchach dostaw. Formami tej sprzedaży była: sprzedaż bezpośrednia (10 osób), RHD (7 osób), dostawy bezpośrednie (3 osoby), MLO (1 osoba). Powodami zainteresowania się krótkimi łańcuchami dostaw były najczęściej: eliminacja pośredników, w dalszej kolejności: nisza rynkowa, niższe koszty dystrybucji oraz zainteresowanie taką formą konsumentów (moda na produkty lokalne) (rysunek 39).

Rysunek 39. Powody zainteresowania krótkimi łańcuchami dostaw



Współpracę z innymi producentami przy sprzedaży w krótkich łańcuchach dostaw żywności deklarowało 8 osób, najwięcej w zakresie wymiany informacji, tworzenia wspólnych kanałów dystrybucji i dzielenia się klientami (rysunek 40).

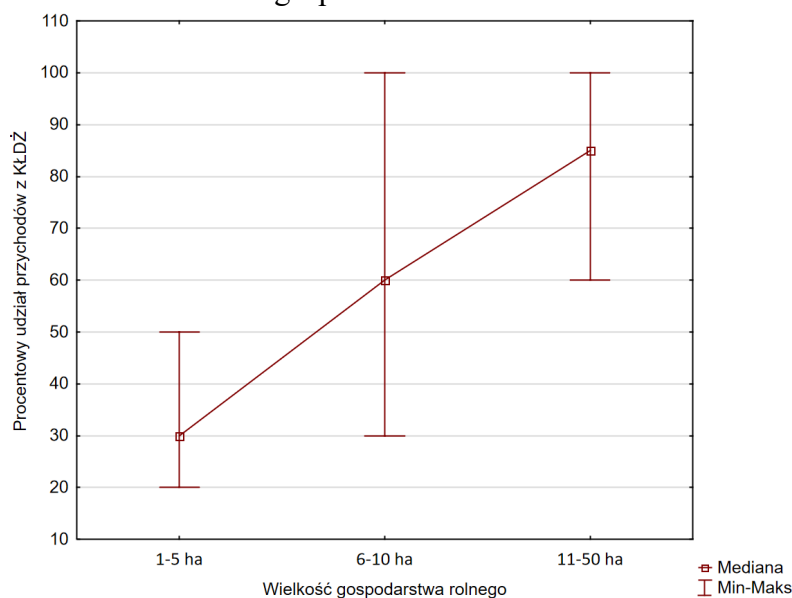
Rysunek 40. Formy współpracy z innymi producentami przy sprzedaży w krótkich łańcuchach dostaw



Osiem gospodarstw miało zarejestrowaną działalność rolniczego handlu detalicznego u powiatowego inspektora sanitarnego, trzy u powiatowego lekarza weterynarii. Pięć miało weterynaryjny numer identyfikacyjny. Dziewięciu gospodarzy prowadziło w ramach RHD sprzedaż przetworzonych produktów, w tym pięciu z surowców roślinnych, czterech ze zwierzęcych.

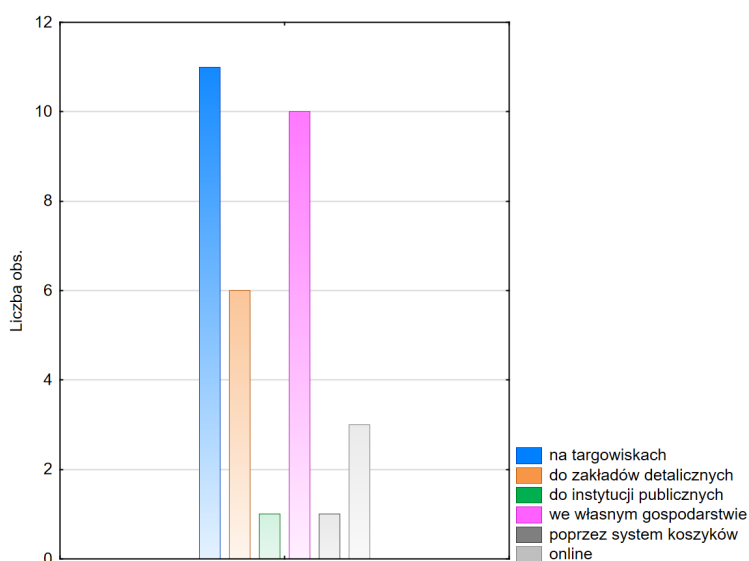
Respondenci określali udział procentowy przychodów ze sprzedaży w KŁDŻ w przychodach gospodarstwa w zakresie od 20 do 100%. W mniejszych gospodarstwach mediana tego parametru była niższa niż w większych gospodarstwach (rysunek 41). Zależność tę potwierdza istotny współczynnik korelacji Spearmana wynoszący 0,63.

Rysunek 41. Udział procentowy przychodów z KŁDŻ w przychodach z gospodarstwa w zależności od wielkości gospodarstwa



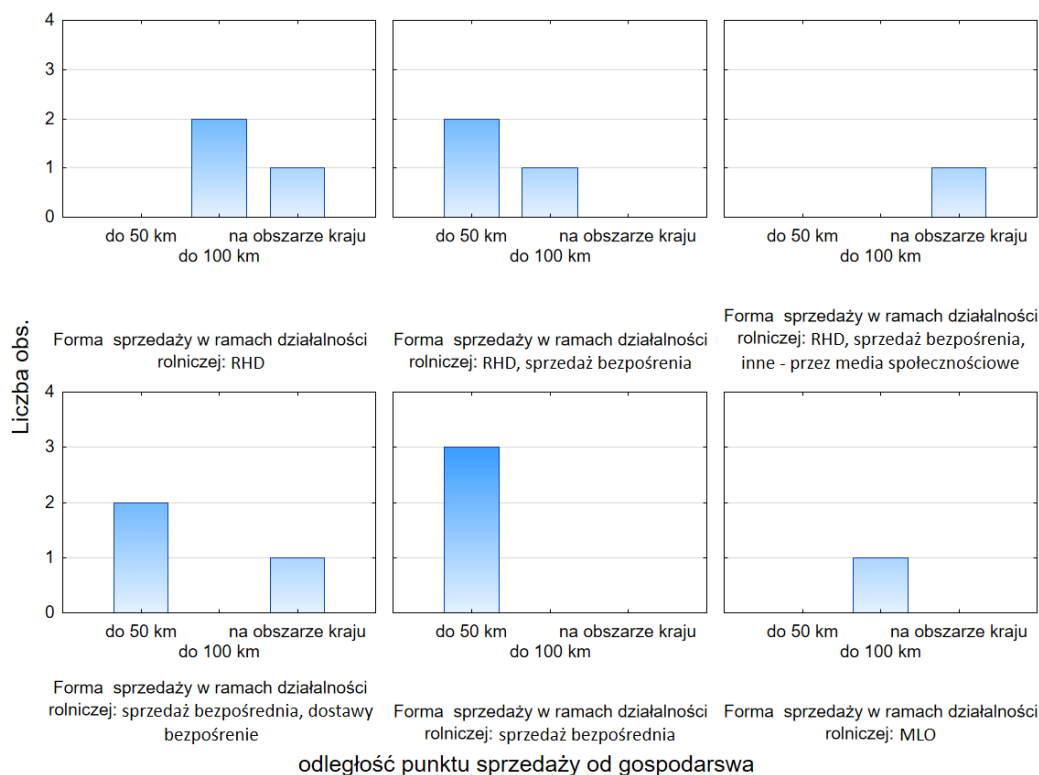
Ankietowani sprzedawali swoje towary najczęściej/najwięcej na targowiskach, także we własnym gospodarstwie i do zakładów detalicznych (rysunek 42).

Rysunek 42. Miejsca sprzedaży produktów



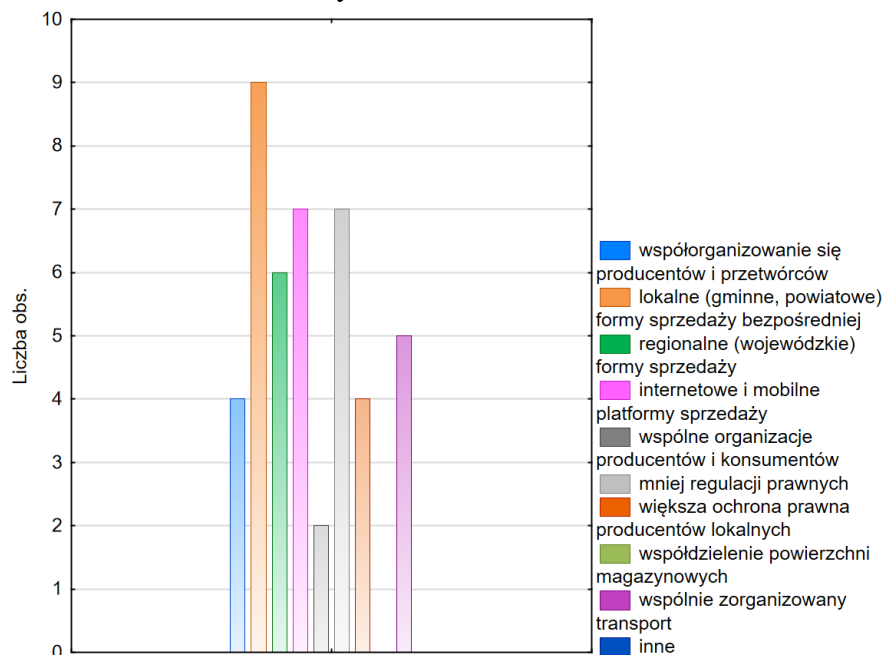
Gospodarze prowadzący wyłącznie sprzedaż bezpośrednią produktów czynili to w odległości do 50 km od gospodarstwa (rysunek 43). Deklarujący inne formy sprzedaży (RHD, MLO, przez media społecznościowe) określali odległość gospodarstwa od miejsca sprzedaży również jako: „do 100 km” oraz „na obszarze całej Polski”.

Rysunek 43. Odległość miejsca sprzedaży produktów od gospodarstwa dla różnych form sprzedaży



Dwunastu gospodarzy prowadziło sprzedaż osobiście, 10 korzystało z pomocy rodziny, 3 sprzedawało z udziałem pośrednika (inny rolnik, handlowiec). W opinii na temat działań, które mogą obniżyć koszty sprzedaży w KŁDŻ, respondenci najczęściej wymieniali lokalne (gminne, powiatowe) formy sprzedaży bezpośredniej, internetowe i mobilne platformy sprzedaży oraz mniej regulacji prawnych (rysunek 44). Nie widzieli możliwości takiej obniżki we współdzieleniu powierzchni magazynowych.

Rysunek 44. Działania, które zdaniem respondentów, mogą obniżyć koszty sprzedaży w krótkich łańcuchach dostaw żywności



Ośmiu gospodarzy sprzedawało żywność paczkowaną wytworzoną z własnych surowców. Umieszczanie na etykiecie wszystkich danych wymaganych prawem dotyczących użytych składników, masy, informacji o alergenach oraz wartości odżywczych, siedmiu ankietowanych uznawało za czynność nie sprawiającą problemu a jedna potrzebowała pomocy fachowca.

Czterech producentów miało produkty oznaczone marką lokalną, jeden – oznaczone „wpisany na listę produktów tradycyjnych”. Przynależność do lokalnej grupy działania deklarowało 4 respondentów. Trzy osoby nie należały do LGD mimo, że w gminie działa taka grupa. Dwie osoby ubiegały się o dofinansowanie na tworzenie krótkich łańcuchów dostaw, a cztery osoby na przetwarzanie produktów rolnych.

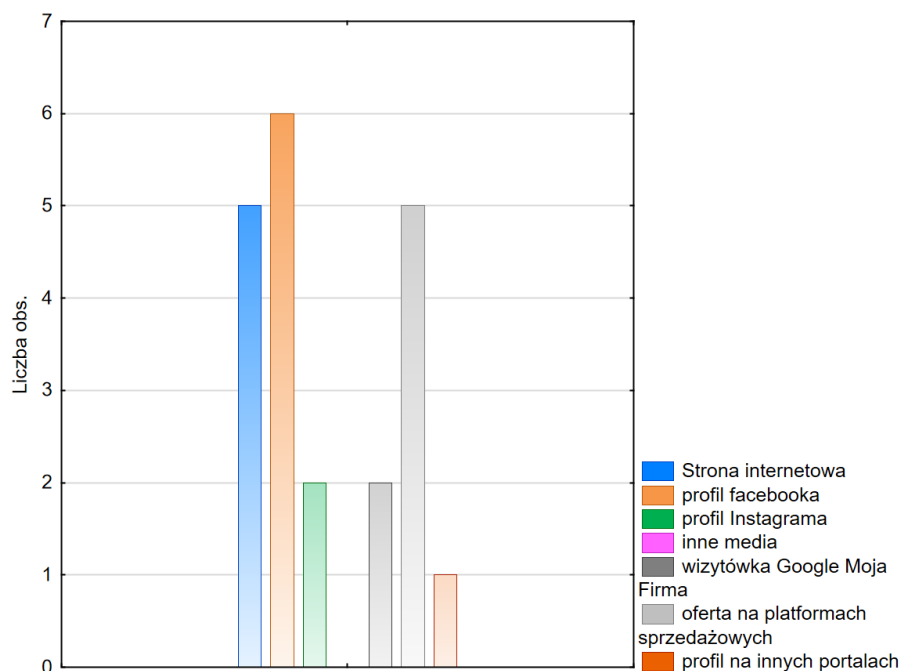
Dokumentowaniem ilości zbywanej żywności zajmowało się 11 respondentów. Jedna z osób wdrożyła procedury HACCP. Dwie osoby spośród ankietowanych uznały wymogi higieniczno-sanitarne jako trudne do realizacji. Posiadanie orzeczenia lekarskiego przez osobę przetwarzającą produkty o braku przeciwwskazań do pracy, przy wykonywaniu której mogą być przenoszone choroby zakaźne, deklarowało 12 ankietowanych. Czternaście ankietowanych

gospodarstw było kontrolowanych przez organy urzędowej kontroli żywności. Były to Sanepid, PIORiN, PIW, WIJHARS, Biuro Certyfikacji COBICO. Trzech respondentów stwierdziło, że ograniczenia ilościowe zbywanej żywności narzucone przez przepisy są zbyt restrykcyjne – „mają większe możliwości produkcyjne i jest większy popyt na ich produkty”.

Dziewięciu respondentów mieściło się w zwolnieniu od podatku od dochodów dla RHD. Dwie osoby płaciły podatek dochodowy od prowadzonej działalności pozarolniczej z tytułu handlu detalicznego w wysokości innej niż 2%. Jedna z tych osób deklarowała, że podatek ten nie przekroczył kwoty granicznej upoważniającej do pozostania w rolniczym ubezpieczeniu społecznym KRUS, a druga była ubezpieczona w ZUS.

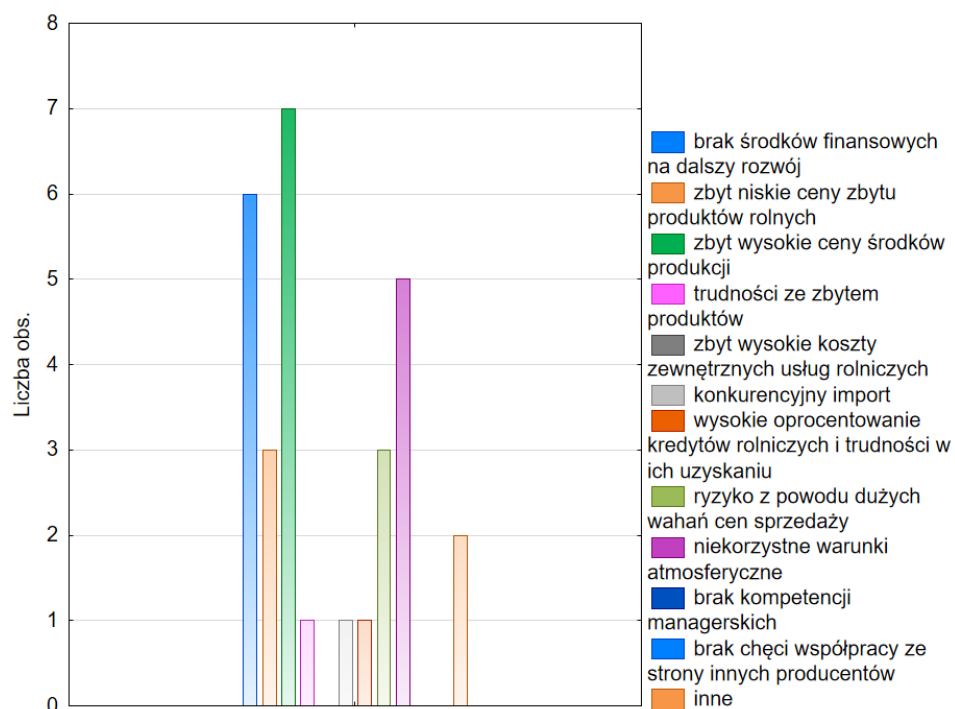
Jedenastu gospodarzy oceniło ułatwienia prawne dla RHD w postaci zwolnienia z podatku, pozostania w rolniczym ubezpieczeniu społecznym, wyłączenia z obowiązku rejestracji działalności jako bardzo potrzebne i zachęcające do podejmowania działalności a dwóch jako zbyt wąsko określone, przez co hamujące możliwości działania.

Rysunek 45. Promocja gospodarstwa ankietowanych w Internecie



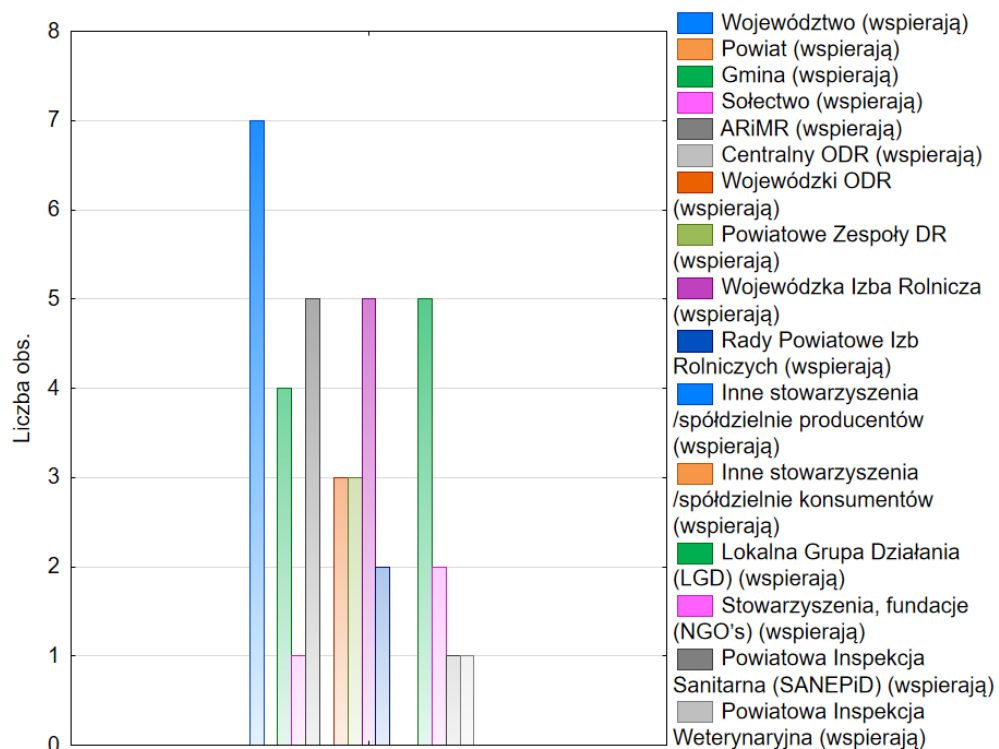
Czternastu ankietowanych zajmowało się promocją gospodarstwa samodzielnie, jeden nie podejmował takich działań. Dwunastu wykorzystywało w prowadzonej działalności Internet: 5 posiadało stronę internetową, 6 profil na facebooku, 2 na Instagramie, wizytówkę w Google miały 2 osoby, ofertę na platformach sprzedażowych - 5 (rysunek 45).

Rysunek 46. Czynniki ograniczające rozwój własnego gospodarstwa rolnego



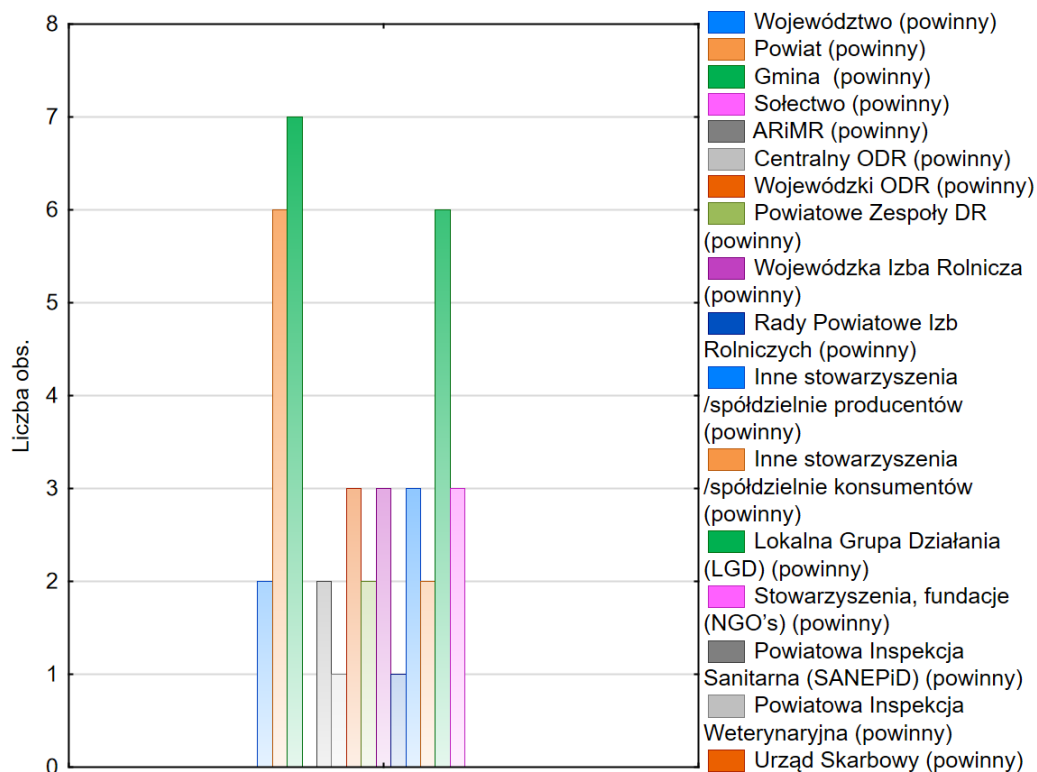
Czynnikami ograniczającymi rozwój własnego gospodarstwa rolnego były według ankietowanych przede wszystkim zbyt wysokie ceny środków produkcji, brak środków finansowych na dalszy rozwój oraz niekorzystne warunki atmosferyczne (rysunek 46).

Rysunek 47. Instytucje wspierające najmocniej rozwój sprzedaży bezpośredniej



Gospodarze proszeni o wskazanie instytucji, które najmocniej wspierają rozwój sprzedaży bezpośredniej najczęściej wybierali województwo (Urząd Marszałkowski), Agencję Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa, Wojewódzką Izbę Rolniczą, Lokalną Grupę Działania (rysunek 47). Zdaniem respondentów instytucjami, które powinny być bardziej w to zaangażowane są przede wszystkim: gmina, powiat (starostwo) i Lokalna Grupa Działania (rysunek 48).

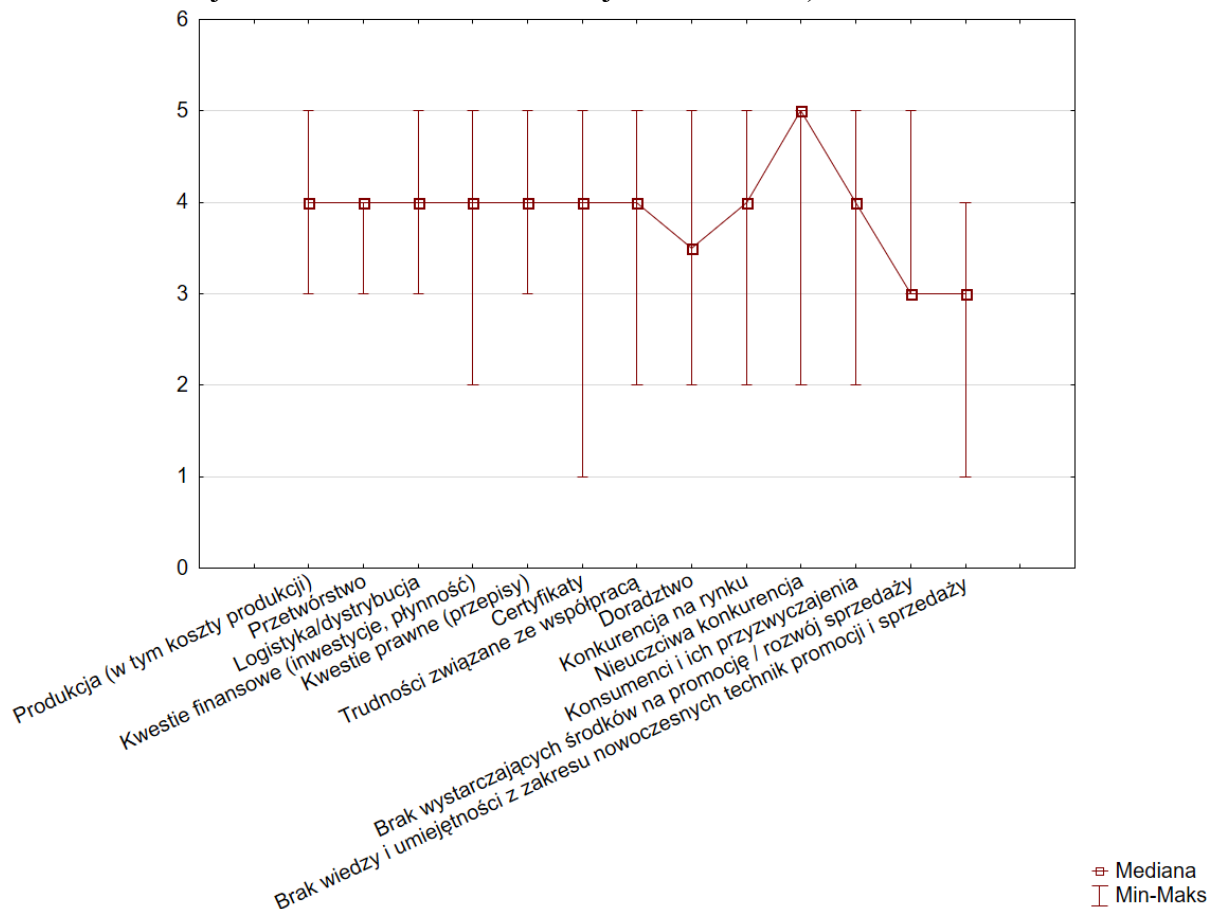
Rysunek 48. Instytucje, które powinny mocniej wspierać rozwój sprzedaży bezpośredniej



W ocenie barier rozwoju KŁDŹ respondenci przypisywali im wartość wyrażoną w skali porządkowej: silna, raczej silna, neutralna, raczej słaba, słaba. Za najsilniejszą uznali „nieuczciwą konkurencję” (mediana 5 – bardzo silna). Najmniej znaczące spośród wymienionych w ankiecie okazały się: „brak wystarczających środków na promocję/rozwój sprzedaży” i „brak wiedzy i umiejętności z zakresu nowoczesnych technik promocji i sprzedaży” (mediana 3 – neutralne). Dla pozostałych barier mediana wynosiła 4 (3,5) - odpowiadająca ocenie raczej silna (rysunek 49).

Rysunek 49. Główne bariery rozwoju krótkich łańcuchów dostaw żywności

(1 – słaba, 2 – raczej słaba, 3 –neutralna, 4, - raczej silna, 5 – silna)



W badaniu korelacji między zmiennymi dotyczącymi barier rozwoju KŁDŻ a zmiennymi opisującymi respondentów i ich gospodarstwa (tab.1) stwierdzono związek między wiekiem respondenta a postrzeganiem „braku wiedzy i umiejętności z zakresu nowoczesnych technik promocji i sprzedaży” jako bariery ($R=0,65$). Była ona dla starszych gospodarzy silniejsza. Poziom wykształcenia korelował z oceną logistyki/dystrybucji ($R=0,69$). Wyżej wykształceni widzieli w niej silniejsze ograniczenie. Czas prowadzenia gospodarstwa korelował natomiast z postrzeganiem jako barier: produkcji, nieuczciwej konkurencji i braku wystarczających środków na promocję/rozwój sprzedaży (odpowiednio $R=0,76$, $R=0,68$, $R=0,74$). Dla gospodarzy, których procentowy udział przychodów z KŁDŻ był wyższy, konkurencja na rynku była ograniczeniem silniejszym ($R = 0,67$).

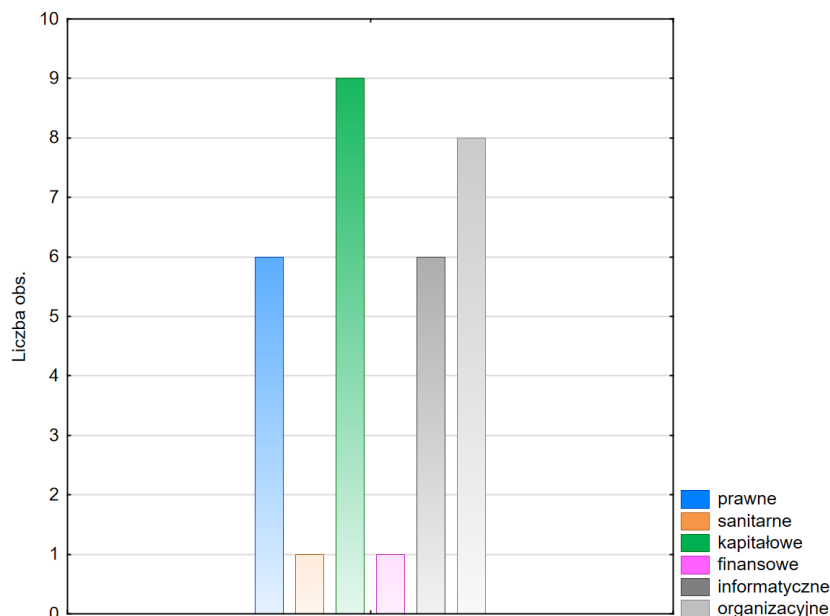
Tabela 9. Współczynniki korelacji R Spearmana między zmiennymi dotyczącymi postrzegania barier rozwoju KŁDŻ a zmiennymi opisującymi respondentów i ich gospodarstwa

(czerwoną czcionką oznaczone istotne z $p < 0,05$)

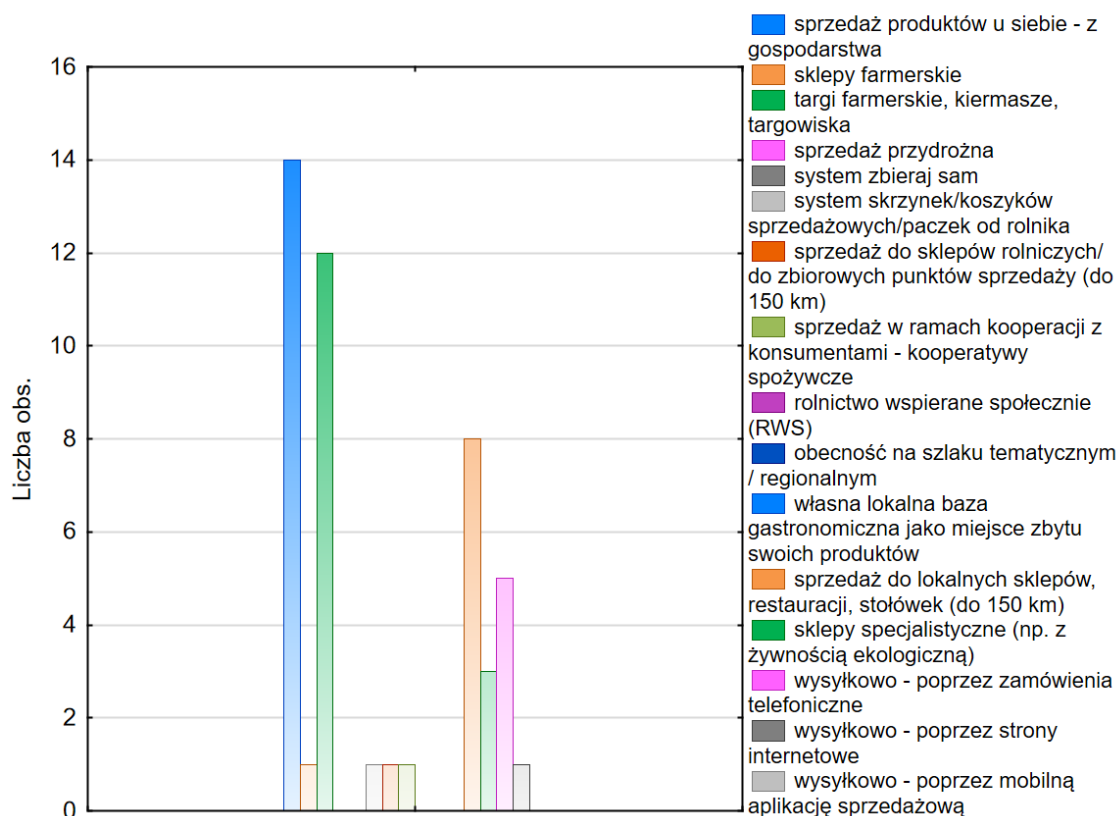
Bariera	Wiek	Wykształcenie	Czas prowadzenia gospodarstwa	Wielkość gospodarstwa	Procentowy udział przychodów z KŁDŻ	Liczba osób pracujących w gospodarstwie
Produkcja (w tym koszty produkcji)	0,57	-0,06	0,76	-0,00	0,47	-0,03
Przetwórstwo	0,15	0,27	0,28	-0,07	0,64	0,15
Logistyka/dystrybucja	0,51	0,69	0,10	-0,03	0,09	0,12
Kwestie finansowe (inwestycje, płynność)	-0,16	-0,21	0,05	-0,14	-0,18	0,07
Kwestie prawne (przepisy)	-0,47	0,15	-0,44	0,42	0,45	0,13
Certyfikaty	0,06	0,25	-0,22	-0,03	-0,38	0,19
Trudności związane ze współpracą	-0,05	0,47	-0,33	0,15	-0,40	0,29
Doradztwo	0,13	0,47	-0,19	-0,28	-0,64	0,09
Konkurencja na rynku	0,06	-0,05	0,23	0,46	0,67	0,19
Nieuczciwa konkurencja	0,60	0,33	0,68	0,10	0,63	-0,13
Konsumenci i ich przyzwyczajenia	0,02	-0,11	0,05	0,38	0,60	0,03
Brak wystarczających środków na promocję / rozwój sprzedaży	0,41	-0,60	0,74	-0,25	0,06	0,05
Brak wiedzy i umiejętności z zakresu nowoczesnych technik promocji i sprzedaży	0,65	-0,31	0,55	0,25	0,13	0,24

Ankietowani proszeni o odpowiedź jaki rodzaj wsparcia jest najbardziej potrzebny spośród: prawnego (w zakresie zgodności z przepisami), sanitarnego (w zakresie zgodności z normami sanitarnymi i weterynaryjnymi), kapitałowego (dotacje na rozwój), finansowego (w zakresie stosowania rozliczeń), informatycznego (w zakresie cyfrowych platform sprzedaży) i organizacyjnego (w zakresie organizacji wspólnych form sprzedaży) wskazywali najczęściej wsparcie kapitałowe, organizacyjne, także informatyczne i prawne (rysunek 50). Testy Chi² Pearsona nie wykazały wpływu wieku i wykształcenia na powyższe odpowiedzi.

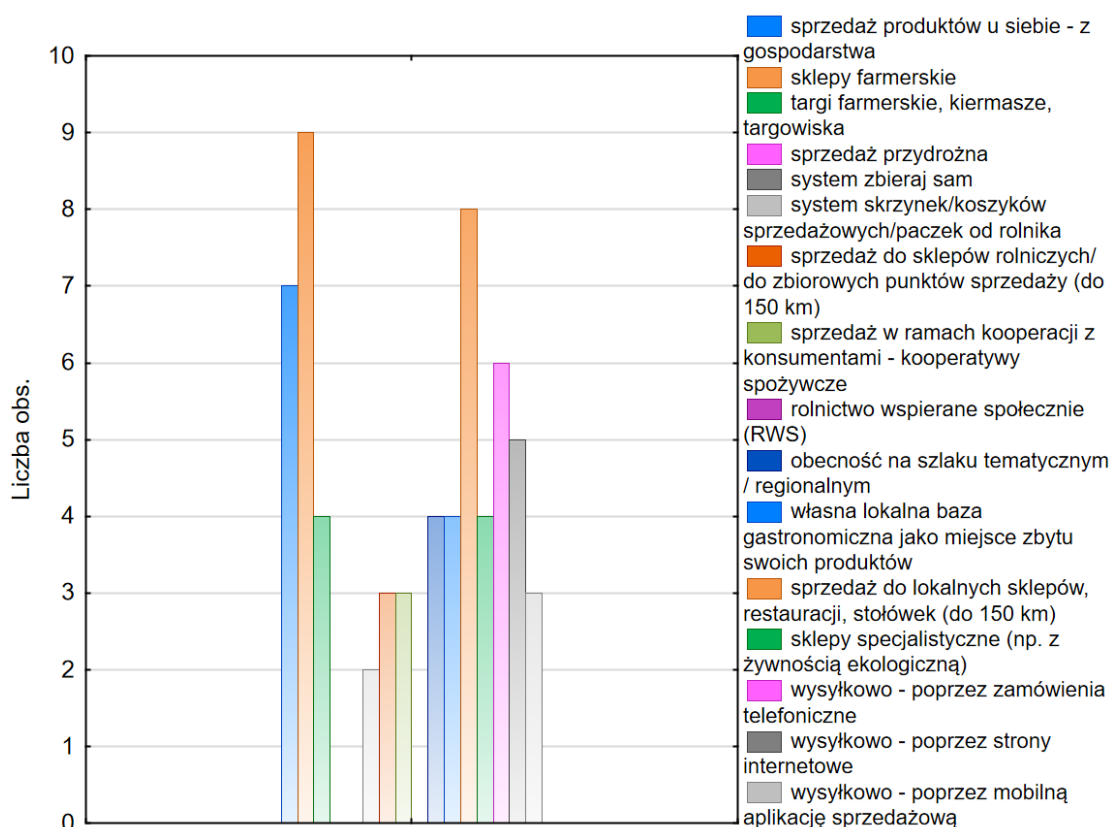
Rysunek 50. Rodzaj wsparcia jakie jest najbardziej potrzebne wg ankietowanych



Rysunek 51. Formy sprzedaży realizowane w gospodarstwach obecnie

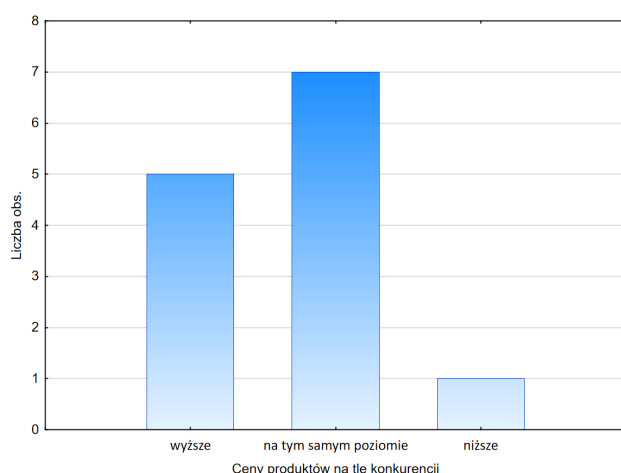


Rysunek 52. Formy sprzedaży jakie respondenci chcieliby realizować w przyszłości



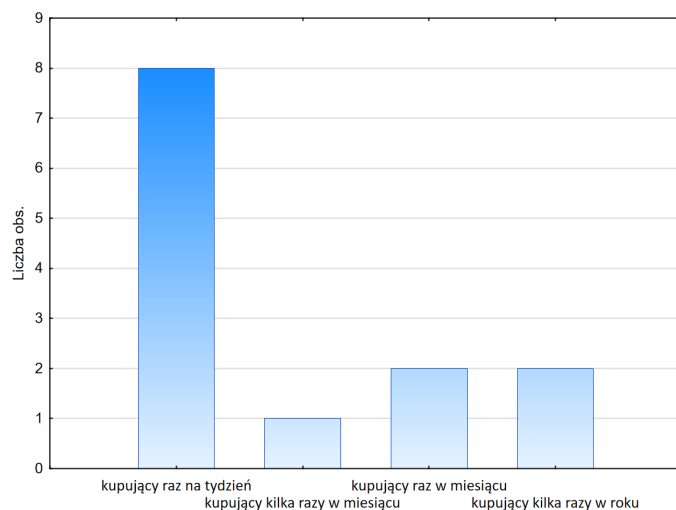
Respondenci pytani o formy sprzedaży jakie są realizowane w gospodarstwie najczęściej wymieniali sprzedaż produktów u siebie z gospodarstwa, na targach farmerskich, kiermaszach, targowiskach i do lokalnych sklepów, restauracji, stołówek (do 150 km) (rysunek 51). Formami sprzedaży jakie chcieliby realizować w przyszłości były najczęściej: sklepy farmerskie rozumiane jako małe punkty sprzedaży na terenie gospodarstwa, sprzedaż u siebie z gospodarstwa, sprzedaż do lokalnych sklepów, restauracji, stołówek (do 150 km). Nie byli zainteresowani: sprzedażą przydrożną, systemem „zbieraj sam” (klienci płacą za możliwość samodzielnego zebrania plonów) i rolnictwem wspieranym społecznie (RSW) polegającym na zapłacie z góry za przyszłe produkty, jeszcze na początku sezonu rolniczego i regularnym odbiorze paczek w trakcie sezonu (rysunek 52).

Rysunek 53. Ceny własnych produktów na tle konkurencji



Ponad połowa gospodarzy określała ceny sprzedawanych produktów jako „na tym poziomie co konkurencji”, ale również część (5 osób) jako wyższe niż ceny konkurencji (rysunek 53). Pięciu ankietowanych dołączało do produktu informację marketingową, trzech planowało to uczynić. Pytani o częstotliwość zakupów robionych przez stałych klientów ankietowani najczęściej odpowiadali „kupują raz na tydzień” (rysunek 54).

Rysunek 54. Częstotliwość robienia zakupów przez stałych klientów

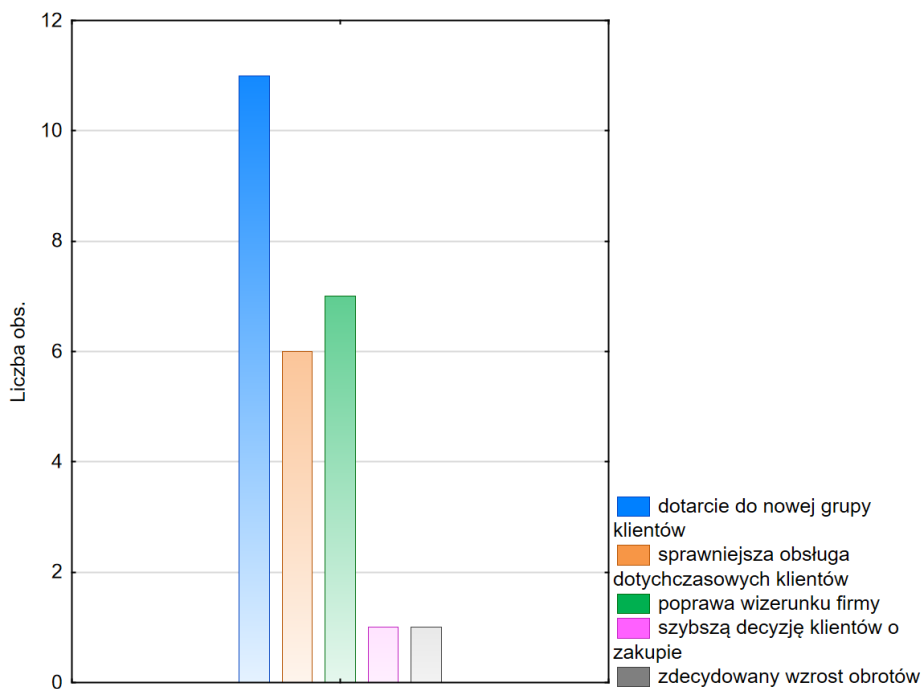


Typowym klientem wg respondentów była kobieta w wieku 36-59, w związku bez dzieci lub z dziećmi, średniozamożna, reprezentująca ludność lokalną, zainteresowana lokalnością produktów i zdrową żywnością/ekologią/byciem „fit” bardziej niż poziomem cen produktów, chcąc kupować towary od rolnika w dogodnym punkcie (np. sklep stacjonarny) w alternatywie do dostawy do domu i osobistego odbioru u rolnika.

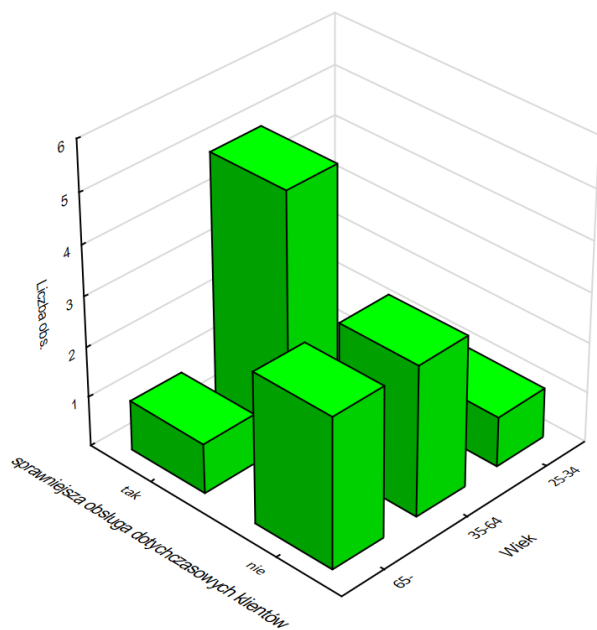
Gospodarze pytani o hipotetyczną sytuację, w której sprzedawaliby swoje produkty za pomocą innowacyjnej aplikacji mobilnej odpowiadali, że zyskaliby przede wszystkim dotarcie

do nowej grupy klientów, w dalszej kolejności: poprawę wizerunku firmy a także sprawniejszą obsługę dotychczasowych klientów (rysunek 55).

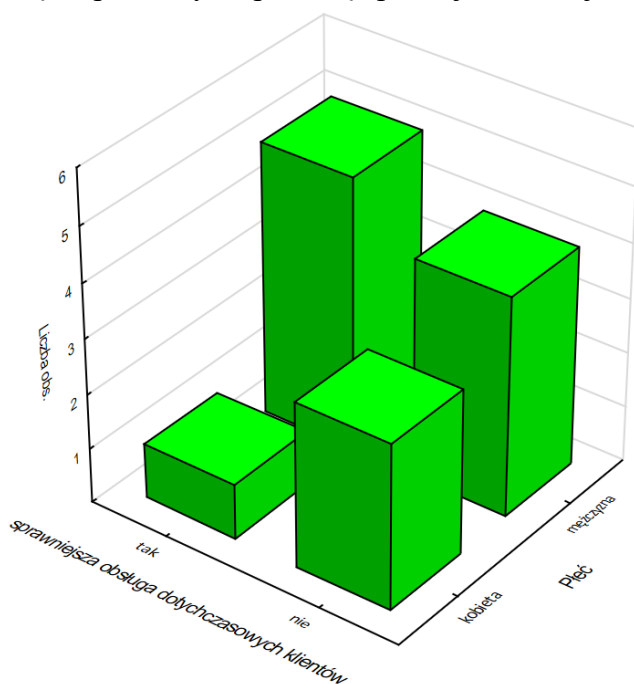
Rysunek 55. Korzyści ze sprzedaży za pomocą aplikacji mobilnej



Rysunek 56. Postrzeganie korzyści w postaci sprawniejszej obsługi dotychczasowych klientów dzięki sprzedaży za pomocą aplikacji mobilnej w zależności od wieku respondenta

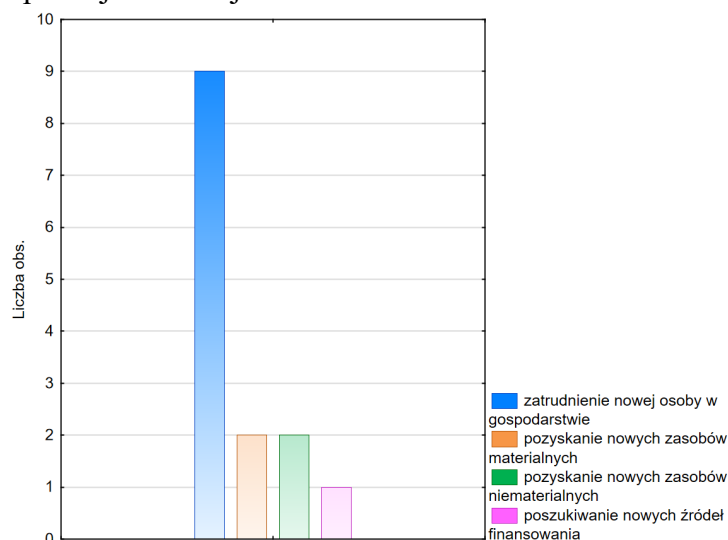


Rysunek 57. Postrzeganie korzyści w postaci sprawniejszej obsługi dotychczasowych klientów dzięki sprzedaży za pomocą aplikacji mobilnej w zależności od płci respondenta



Sprawniejszą obsługę dotychczasowych klientów dzięki sprzedaży za pomocą aplikacji mobilnej dostrzegała większość ankietowanych z przedziału wiekowego 35-64 lata (rysunek 56) oraz większość mężczyzn (rysunek 57), choć różnice między kategoriami wiekowymi i płciami nie okazały się statystycznie istotne (odpowiednio χ^2 Pearsona: 2,44 $p=0,30$ i χ^2 Pearsona: 1,04 $p=0,31$).

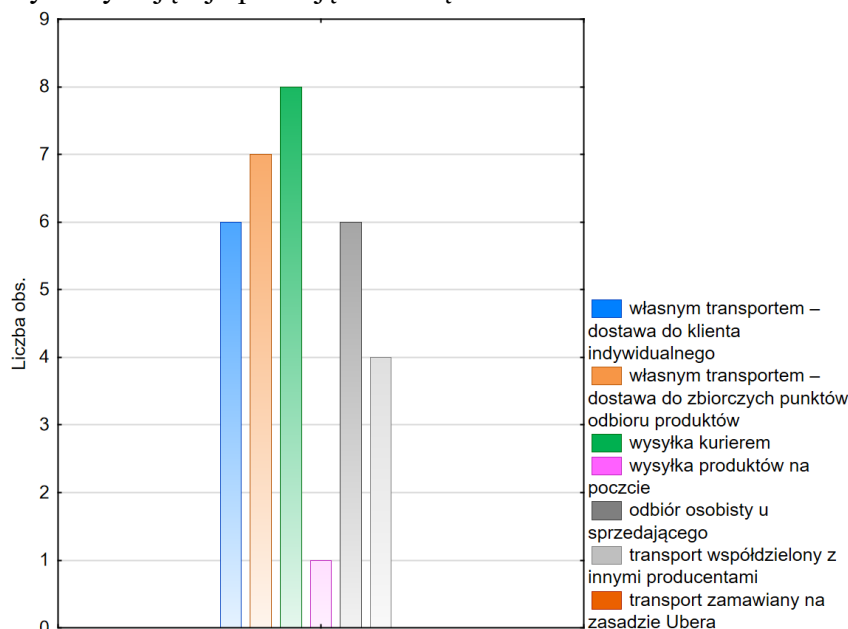
Rysunek 58. Przewidywane następstwa poszerzenia kanałów dystrybucji o sprzedaż za pomocą aplikacji mobilnej



Na pytanie, co wiązałoby się z poszerzeniem kanałów dystrybucji o sprzedaż za pomocą aplikacji mobilnej, ankietowani wskazywali na zatrudnienie nowej osoby w gospodarstwie lub skorzystanie z pomocy dodatkowego członka rodziny (9 osób) (rysunek 58). Dwóch

respondentów odpowiedziało, że taka sprzedaż łączyłaby się z pozyskaniem nowych zasobów materialnych rozumianym na przykład jako stworzenie nowych form produktów, użyciem nowych form opakowania, zakupem dodatkowego areálu ziemi lub środka transportu i dwóch, że pozyskałoby nowe zasoby niematerialne (wiedza).

Rysunek 59. Deklarowane formy dostarczania zamówionych produktów przy sprzedaży wykorzystującej aplikację mobilną



Respondenci deklarowali, że w systemie sprzedaży za pomocą aplikacji mobilnej skłonni byłiby: dostarczać zamawiane produkty własnym transportem do klienta indywidualnego (6 osób) i jako dostawę do zbiorczych punktów odbioru (7 osób), jako wysyłkę kurierem (8 osób), pocztą (1 osoba), wydawać produkty u siebie w gospodarstwie (6 osób), współdzielić transport z innymi producentami (4 osoby) (rysunek 59). Zamówienia w formie paczek większość producentów byłaby w stanie realizować raz na tydzień.

Sześciu respondentów zainteresowanych byłoby profesjonalną sesją zdjęciową własnych produktów wydając na to do 1000 PLN (1 osoba), do 500 PLN (2 osoby) i do 150 PLN (3 osoby). Jedna osoba nie widziała potrzeby posługiwania się zdjęciami, pozostałe informowały, że mają zdjęcia własne.

System monitoringu i oceny rozwoju LRR w wymiarze społecznym, gospodarczym, środowiskowym i przestrzennym

Monitoring to śledzenie przebiegu procesu tworzenia i rozwijania LRR pod kątem działań oraz efektów tych działań w odniesieniu do celów. Taki monitoring polega na systematycznym i celowym gromadzeniu informacji na temat wpływu takiego rynku na jego otoczenie. W ramach takiego monitorowania zbierane są dane dotyczące społecznych, ekonomicznych, a

także środowiskowych aspektów lokalnego rynku rolnego w celu zrozumienia wpływu na otoczenie i podjęcia odpowiednich działań w celu poprawienia jego funkcjonowania. Celem monitorowania jest zazwyczaj poprawa jakości produktów, jakie są oferowane, a także wsparcie dla lokalnych rolników oraz producentów. Przykłady informacji, które można zbierać podczas monitorowania oddziaływań na środowisko, społeczeństwo i gospodarkę lokalnych rynków rolnych obejmują:

- ilość produkowanych i sprzedawanych dóbr i usług,
- wpływ na pogodę, klimat i zasoby wody,
- poziom obsługi i dostępności dla różnych społeczności,
- ilość pracy w sektorze rolnictwa i odpowiednie standardy etyczne,
- koszty i zyski dla lokalnych i globalnych branż i gospodarki.

Ewaluacja to identyfikacja problemów, które ograniczyły bądź ograniczają działania oraz efekty tych działań w odniesieniu do celów. Ewaluacja oddziaływania to proces wartościowania i oceny efektywności, skuteczności i pozytywności lub negatywności wpływu na środowisko, społeczeństwo i gospodarkę lokalnego rynku. Ewaluacja dotyczy zazwyczaj działań, które zostały już wprowadzone do realizacji, a celem jest wyciągnięcie wniosków dotyczących ich skuteczności, a także identyfikacja obszarów, które wymagają poprawy w przyszłości.

W przeciwieństwie do monitoringu, który skupia się na zbieraniu danych na bieżąco, ewaluacja to ocena efektów już zrealizowanych działań. Podczas ewaluacji dokonuje się również analizy dotychczasowych danych, aby ocenić wpływ różnych czynników na lokalny rynek. Ewaluacja jest szczególnie przydatna, aby ocenić w jaki sposób lokalny rynek przyczynił się do zrównoważonego rozwoju, a także by zweryfikować, w jakim stopniu cele zostały osiągnięte. W rezultacie, ewaluacja i monitoring oddziaływania na środowisko, społeczeństwo i gospodarkę lokalnych rynków rolnych są uzupełniającymi procesami oceny, które pomagają lepiej zrozumieć wpływy lokalnych rynków rolnych na otaczające środowisko, społeczność i gospodarkę.

Aktualizacja działań to korekty i zmiany, które mają na celu zwiększenie ich skuteczności w osiągnięciu oczekiwanych efektów. Aktualizacja działań w odniesieniu do monitoringu i oceny oddziaływania na środowisko, społeczeństwo i gospodarkę lokalnych rynków rolnych to proces wprowadzania zmian w już realizowanych projektach lub działań na podstawie wyników monitorowania i oceny. Jest to uzupełnienie procesu monitorowania i oceny, ponieważ pozwala na ciągłe doskonalenie procesu działania.

Próba utworzenia systemu monitorowania, oceny i aktualizacji procesów tworzenia i rozwijania lokalnych rynków rolnych pod kątem korzyści społecznych, gospodarczych i

środowiskowych jest program "Farm to Fork" (z polskiego "Z pola na talerz"), który jest częścią Europejskiego Zielonego Ładu. Celem programu jest zwiększenie zrównoważenia produkcji żywności w Unii Europejskiej, zarówno w odniesieniu do wpływu na środowisko, jak i zdrowia ludzi (Komisja Europejska, 2020).

Program "Farm to Fork" przewiduje szereg działań, które mają zapewnić bardziej zrównoważony model produkcji i dystrybucji żywności. W ramach programu przewidziane są m.in. inwestycje w badania nad zrównoważonym rolnictwem i produkcją żywności, promowanie ekologicznych i lokalnych systemów rolnictwa oraz zwiększenie dostępności do zdrowej, zrównoważonej i bezpiecznej żywności.

Korzyści wynikające z programu "Farm to Fork" są związane z korzyściami dla środowiska naturalnego, społeczeństwa oraz gospodarki. Program przyczynia się do ograniczenia emisji gazów cieplarnianych i ochrony bioróżnorodności, a także do produkcji zdrowszych i bardziej zrównoważonych produktów spożywczych. Ponadto program przyczynia się do wzrostu lokalnych gospodarek rolnych i zwiększenia konkurencyjności na rynku produktów rolnych.

W wyniku monitorowania lub ewaluacji oddziaływania na lokalne rynki rolnicze mogą być zidentyfikowane problemy lub obszary, które wymagają dalszych działań. Aktualizacja działań polega na wprowadzeniu konkretnych zmian lub ulepszeń w celu rozwiązania tych problemów lub obszarów wymagających zmian. Aktualizacja działań przynosi korzyści dla dalszego rozwoju lokalnego rynku rolnego i/lub społeczności, które z niego korzystają, poprawiając efektywność i wpływ na środowisko.

Inicjatywy tworzenia i rozwijania LRR często wiążą się z różnymi (i czasem nierealnymi) oczekiwaniami zaangażowanych partnerów i interesariuszy. Dlatego też warto od samego początku monitorować i oceniać efektywność procesu budowania lokalnego rynku w odniesieniu do przyjętych celów. System ciągłego monitoringu, ewaluacji i aktualizacji prowadzonych działań:

- zwiększa przejrzystość przedsięwzięcia i w ten sposób stwarza pole do większego zaangażowania się partnerów,
- identyfikuje problemy na wczesnym etapie, umożliwiając korekty,
- wskazuje priorytetowe działania, które wymagają inwestycji czasu i pieniędzy,
- umożliwia uczenie się na błędach i dokonywanie modyfikacji oraz zmian w działaniach,
- prowadzi do lepszych i trafniejszych decyzji i skuteczniejszych sposobów ich podejmowania,
- wymusza określenie celów, działań, wskaźników i kryteriów oceny, co przekłada się na skuteczniejszą organizację działań,

- zwraca uwagę na dobre praktyki i skuteczne rozwiązania, które mogą być powielane,
- generuje pomysły i propozycje dla innowacyjnych korekt i zupełnie nowych rozwiązań,
- zachęca do wyrażania różnych opinii i punktów widzenia, co przekłada się na większe zaangażowanie partnerów, nowe pomysły i skuteczniejsze korekty,
- wszyscy zaangażowani mogą uczyć się z doświadczeń indywidualnych i wspólnych.

Punkt wyjścia dla utworzenia systemu monitoringu i oceny każdego przedsięwzięcia tworzenia czy rozwijania LRR to cele i motywacje określone na etapie projektowania i uruchamiania. Z założenia, każde przedsięwzięcie rozwijania LRR w oparciu o rozwiązania krótkiego łańcucha dostaw będzie się charakteryzowało w jakiejś mierze następującymi celami:

1. Skracanie odległości fizycznej pomiędzy producentem a konsumentem, aby zwiększyć dostęp kupujących do produktów lokalnych (na jakim obszarze i w jakim przedziale czasowym?).
2. Skracanie odległości społecznej pomiędzy producentem a konsumentem, aby zapewnić autentyczność sprzedawanych produktów lokalnych (jak rozumiemy kontakt bezpośredni?).
3. Redukowanie liczby pośredników (nie więcej niż 1) poprzez rozwiązania logistyczne i rozliczania transakcji, które zwiększają korzyści dla partycypujących producentów i konsumentów (jak organizujemy funkcje pośredników?).
4. Zwiększanie korzyści dla producentów i konsumentów, przyczyniając się do rozwoju obszarów wiejskich (których producentów i konsumentów? Na jakim obszarze?).
5. Przyczynianie się do zmian w systemie żywnościowym, czyniąc go bardziej przyjaznym środowisku naturalnemu, sprawiedliwym ekonomicznie i społecznie oraz odpowiadającym na potrzeby, uwarunkowania i możliwości społeczności lokalnych (kultura zdrowszego żywienia, bezpieczeństwo dostaw żywności oparte na rynkach lokalnych, rozwój przedsiębiorczości na wsi itp.).

Elementy systemu monitoringu i oceny wpływu LRR

Kluczowe elementy systemu monitoringu i oceny rozwoju zrównoważonego przedsięwzięcia tworzenia lub rozwijania lokalnego rynku rolnego to:

- Śledzenie zmian: monitorowanie zmian w lokalnym rynku rolnym, takich jak wzrost liczby rolników lub zwiększenie ilości sprzedawanych produktów lokalnych, umożliwia śledzenie postępu i śledzenie celów.
- Ocena wpływu: ocena wpływu działań na rozwój zrównoważonego rynku rolnego jest kluczowa w celu zrozumienia, czy strategia lub projekt przynosi oczekiwane efekty. W

kontekście lokalnego rynku rolnego może to oznaczać ocenę, czy wspomaganie lokalnych producentów lub wprowadzenie zasad produkcji ekologicznej przynosi korzyści dla środowiska, gospodarki i społeczeństwa.

- Wyszukiwanie błędów: system monitoringu i oceny powinien umożliwiać wykrycie błędów w systemie i umożliwiać ich szybką naprawę. W przypadku lokalnych rynków rolnych przykładem takiego błędu może być brak wystarczającej infrastruktury, takiej jak miejsca sprzedaży, systemy dystrybucji lub logistyki.
- Zbieranie danych: identyfikacja kluczowych wskaźników jest ważna w celu ułatwienia zbierania danych i weryfikacji, czy osiągnięto postępy. W przypadku lokalnych rynków rolnych przykładowymi wskaźnikami mogą być ilość sprzedanych produktów lokalnych lub ilość konsumentów korzystających z produktów lokalnych.
- Wiele perspektyw: system monitoringu i oceny powinien uwzględniać wiele perspektyw, takich jak aspekty ekonomiczne, środowiskowe i społeczne. Perspektywa ekonomiczna obejmuje analizę opłacalności przedsięwzięcia, a społeczna efekt włączenia, tj. korzyści dla ludności lokalnej. Perspektywa ekologiczna z kolei obejmuje ocenę wpływu produkcji na środowisko, takie jak wpływ na emisję gazów cieplarnianych, wykorzystanie wody i różnorodność biologiczną.
- Ścisła współpraca: ważne jest, aby różne instytucje i interesariusze pracowały ze sobą w ramach systemu monitoringu i oceny rozwoju zrównoważonego przedsięwzięcia tworzenia lub rozwijania lokalnego rynku rolnego. Na przykład rolnicy, administratorzy, lokalni liderzy oraz instytucje rządowe powinny działać razem, aby osiągnąć cele i stworzyć system, który działa w praktyce.

Przykładem systemu monitoringu i oceny rozwoju zrównoważonego przedsięwzięcia tworzenia lokalnego rynku rolnego może być system IP-Suisse wypracowany w Szwajcarii (Graeff et al., 2019); Greet et al., 2020); IP-Suisse (2021a; 2012b); Sanders et al., 2014)). W ramach tego systemu oceniane są różne kategorie, takie jak aspekty ekologiczne, polityka produktowa, wzrost rynku, opinia konsumentów oraz sieć sprzedaży i dystrybucji. Najważniejsze wskaźniki w każdej z tych kategorii określają się na początku, a następnie po określonym czasie odzwierciedla się postęp w realizacji celów.

System monitoringu i oceny lokalnego rynku rolnego w Szwajcarii zwany jest "IP-Suisse", a został wypracowany przez organizację o tej samej nazwie. System ten obejmuje następujące kategorie, które stanowią przedmiot monitoringu i oceny:

- Współpraca z rolnikami: ocena relacji pomiędzy IP-Suisse a rolnikami, w tym jakość usług, komunikacja i zadowolenie klientów. Wskaźniki: liczba rolników, którzy stosują standardy IP- Suisse, obroty rolników i poziom ich zadowolenia.
- Aspekty ekologiczne: składa się na nią analiza wpływu produkcji na środowisko, takie jak emisja gazów cieplarnianych, zużycie energii, wykorzystanie wody, stosowane środki ochrony roślin i zagęszczenie upraw. Wskaźniki: emisja gazów cieplarnianych na hektar, stosowanie tradycyjnych lub biologicznych metod produkcyjnych oraz zużycie energii na jednostkę powierzchni uprawy.
- Polityka produktowa: sekcja ta monitoruje strategie IP-Suisse dotyczące określania standardów dotyczących jakości żywności, wykorzystanie bezpiecznych i zdrowych metod produkcji, a także zwierzętami, które przyczyniają się do produkcji żywności wysokiej jakości. Wskaźniki: liczba produktów wprowadzonych na rynek, zgodność ze standardami jakościowymi IP-Suisse, poziom zadowolenia klientów z jakości produktów oraz wymagane certyfikaty produktów.
- Wzrost rynku: obejmuje ona analizę tempa wzrostu na rynku, a także złożone elementy rynku, takie jak sieć dystrybucji, konkurencja i zmiany w środowisku regulacyjnym. Wskaźniki: zmiana ilości deklarowanych upraw i liczby klientów, poziom sprzedaży produktów IP-Suisse, wynik finansowy organizacji.
- Opinia konsumentów: analiza postrzegania marek przez konsumentów, a także wymagania dotyczące produktów. Wskaźniki: poziom świadomości konsumentów o produktach IP-Suisse, satysfakcja konsumentów z produktów IP-Suisse.
- Sieć sprzedaży i dystrybucja: obejmuje ona analizę relacji IP-Suisse ze swoimi partnerami handlowymi, strategię sprzedaży i dystrybucji, a także efektywności ich działań. Wskaźniki: liczba punktów sprzedaży produktów IP-Suisse, zgodność partnerów handlowych ze standardami IP-Suisse, efektywność sprzedaży produktów oraz zadowolenie partnerów handlowych.

W każdej z tych kategorii kluczowe wskaźniki porównuje się z wynikami w okresach regularnych odstępach czasu dla monitoringu postępów. Oprócz tego, organizacja IP-Suisse prowadzi badania, aby zrozumieć wpływ tych działań na rozwój zrównoważonej produkcji rolnej w całej Szwajcarii.

Aby monitorować i oceniać wpływ lokalnych rynków rolnych na rozwój zrównoważony wsi, można skorzystać z następujących metod:

1. Analiza danych statystycznych: zbieranie i analiza danych na temat liczby rolników, sprzedaży produktów lokalnych, dynamiczności rynku, różnorodności biologicznej, emisji

gazów cieplarnianych itp. może pomóc w zrozumieniu wpływu lokalnych rynków rolnych na rozwój zrównoważony wsi.

2. Ankiety i opinie mieszkańców: badanie opinii i potrzeb mieszkających na terenach wiejskich dostarcza informacji na temat korzyści i ograniczeń związanych z lokalnymi rynkami rolnymi. Ankiety te mogą zawierać pytania dotyczące jakości, ceny i dostępności produktów, a także wpływu lokalnego rynku rolnego na miejscowe środowisko naturalne.
3. Śledzenie zmian: systematyczne monitorowanie zmian na lokalnym rynku rolnym oraz w strukturze agrarnej pozwala określić, czy producenci rolni odnoszą korzyści ze swojego udziału w lokalnym rynku rolnym.
4. Ocena opłacalności: porównanie kosztów i korzyści dla rolników związanych z produkcją i sprzedażą produktów lokalnych może pomóc w określeniu stopnia ekonomicznego zrównoważenia.
5. Analiza oddziaływania: analiza wpływu lokalnych rynków rolnych na różne dziedziny, takie jak społeczeństwo, gospodarka, środowisko naturalne itp. pozwala określić, czy działania te przyczyniają się do rozwoju zrównoważonej wsi.
6. Współpraca i koordynacja działań: kluczowe jest, aby różne interesy i cele związane z lokalnymi rynkami rolnymi zostały zintegrowane i uwzględnione we wspólnym planowaniu, monitoringu i ocenie wpływu.

Przykładem praktycznego wykorzystania wyżej wymienionych metod jest system monitoringu i oceny wpływu lokalnych rynków rolnych w Danii, zwany "midtvejs-evaluering" (Nordic Council of Ministers, 2014; Jensen et al., 2018; 2021): System ten zawiera analizę opłacalności, przeprowadzenie ankiet oraz analizę oddziaływania. System ten umożliwia ocenę wpływu lokalnych rynków rolnych na przedsiębiorczość, środowisko, jakość żywności i dziedzictwo kulturowe. Oprócz oceny wpływu, w ramach systemu analizuje się również ten, co działa dobrze i co jest potrzebne do dalszego rozwoju.

Przykłady wcześniej wymienionych systemów monitoringu i oceny oddziaływania LRR funkcjonujących w Szwajcarii i Danii wymagają zaangażowania Państwa i mają wymiar ogólnokrajowy. W Polsce nie ma takiego systemu. Dlatego dla potrzeb wypracowania modelu organizacyjnego IQSell należy pójść w kierunku wypracowania systemu monitoringu i oceny, który może być dostosowany do uwarunkowań, możliwości i zasobów indywidualnego LRR.

Przedsięwzięcia budowania LRR w formule krótkiego łańcucha dostaw żywności są bardzo złożone z uwagi na to, że są nastawione na zmiany społeczne, które są związane z rozwojem wsi i zmianami zachodzącymi na rynku żywności. Występują różne wątki z uwagi na liczne i różnorodne oczekiwania inicjatorów, partnerów i interesariuszy. Od momentu przystąpienia do

realizacji i angażowania się partnerów, pojawiają się kolejne wątki. Wszystko wydaje się dynamiczne i powiązane ze sobą. Jak z tym można sobie poradzić? I jak skonstruować system monitoringu i oceny, który będzie przydatny zarówno dla inwestorów, jak i tych, którzy partycypują w przedsięwzięciu?

Doskonały sposób, który nie wymaga specjalistów i sporządzania obszernych raportów, to metoda oparta na *Business Model Canvas*, którą opracował Alexander Osterwalder, współautor książki „*Business Model Generation*” („Tworzenie modeli biznesowych. Podręcznik wizjonera”) (Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010).) Metoda polega na przedstawieniu przez inicjatora czy organizatora w prosty i przejrzysty sposób istoty przedsięwzięcia LRR na jednej kartce. Osterwalder zajmował się przedsięwzięciami biznesowymi, aby zwiększyć skuteczność start-upów, ale jego arkusz (*canvas*) można dostosować do potrzeb przedstawiania przedsięwzięć ekonomii społecznej, nastawionych na zmiany społeczne jakimi są przedsięwzięcia kreowania LRR.

Sporządzenie opisu modelu organizacyjnego LRR w postaci business canvas wymaga przedyskutowanie w grupie inicjatywnej i gronie partnerów oraz interesariuszy następujących kwestii:

- Problemu do rozwiązania w odniesieniu do istniejących (nieadekwatnych) rozwiązań.
- Proponowanego rozwiązania i wskaźników, które wykażą jego skuteczność.
- Propozycji wartości przedsięwzięcia (dlaczego jest unikalna?) w odniesieniu do misji czy celu strategicznego.
- Przewagi konkurencyjnej, czyli dlaczego proponowane przedsięwzięcie ma szansę sukcesu.
- Działań oraz do kogo te działania są skierowane (segmenty klientów).
- Kosztów i przychodów związanych z realizacją przedsięwzięcia.

Opisując i oceniając model biznesowy należy zwracać uwagę cały czas na ile przedsięwzięcie:

- spełnia oczekiwane korzyści dla partycypujących producentów i konsumentów
- kreuje nowe problemy, z którymi producenci i konsumenci muszą się zmierzyć
- przynosi oczekiwane korzyści dla społeczeństwa, w szczególności w zakresie rozwoju wsi.

Rysunek 60. Opis przedsięwzięcia KŁŻ w oparciu o metodę Business Model Canvas



Na każdym etapie realizacji przedsięwzięcia warto odnotowywać listę oczekiwań i pojawiających się problemów dla **KONSUMENTÓW**:

KONSUMENTY	
Oczekiwane korzyści (wybrane)	Pojawiające się problemy (wybrane)
<ul style="list-style-type: none"> Bardziej konkurencyjne ceny żywności wysokiej jakości 	<ul style="list-style-type: none"> Więcej czasu potrzeba by dokonać zakupu w związku z dopasowaniem się do nowej formuły kupowania żywności
<ul style="list-style-type: none"> Łatwiejszy dostęp do produktów wysokiej jakości: świeżych, lokalnych, „autentycznych”, wiadomego pochodzenia (od określonych rolników) 	<ul style="list-style-type: none"> Nowe funkcje do wykonania przy zakupie (np. funkcje pośrednika) oraz w przygotowywaniu żywności do spożycia
<ul style="list-style-type: none"> Powrót do wytwarzania żywności przez rolnika w przeciwieństwie do przemysłowych procesów 	<ul style="list-style-type: none"> Wzrost „całkowitego kosztu” żywności (który obejmuje koszty związane z całym procesem dokonywania zakupu i konsumpcji).
<ul style="list-style-type: none"> Łatwiejszy dostęp do zdrowszej żywności i zdrowszego stylu życia 	<ul style="list-style-type: none"> Przyzwyczajenie się na nowo do sezonowości produktów
<ul style="list-style-type: none"> Realizacja celów społecznych i etycznych (wsparcie dla rolnictwa ekologicznego, dla rolników z małych gospodarstw rodzinnych) 	<ul style="list-style-type: none"> Inne
<ul style="list-style-type: none"> Wsparcie dla lokalnej gospodarki oraz poszanowanie tradycji i różnorodności biologicznej 	
<ul style="list-style-type: none"> Inne 	

Na każdym etapie realizacji przedsięwzięcia warto odnotowywać listę oczekiwań i pojawiających się problemów dla **PRODUCENTÓW**:

PRODUCENTY	
Oczekiwane korzyści (wybrane)	Pojawiające się problemy (wybrane)
<ul style="list-style-type: none"> Lepsze ceny dla oferowanych produktów 	<ul style="list-style-type: none"> Nowe funkcje pośrednika do wykonania i związany z tym wzrost kosztów
<ul style="list-style-type: none"> Wzrost wartości dodanej produktów 	<ul style="list-style-type: none"> Wzrost nakładu pracy i lepszej koordynacji z innymi rolnikami i aktorami systemu żywnościowego.
<ul style="list-style-type: none"> Łatwiejszy dostęp do klienta 	<ul style="list-style-type: none"> Potrzeba inwestycji w sprzęt do przetwarzania, transportu i sprzedaży
<ul style="list-style-type: none"> Lepsza komunikacja z konsumentami i informacja zwrotna o potrzebach 	<ul style="list-style-type: none"> Potrzeba nowych kompetencji i umiejętności, w tym cyfrowych
<ul style="list-style-type: none"> Większa odporność na zmiany dzięki zróżnicowanym kanałom dystrybucji i sprzedaży 	<ul style="list-style-type: none"> Potrzeba dywersyfikacji produkcji
<ul style="list-style-type: none"> Bardziej przewidywalna i stabilna sprzedaż 	<ul style="list-style-type: none"> Rosnąca konkurencja dla produktów lokalnych sprzedawanych bezpośrednio
<ul style="list-style-type: none"> Możliwość rozwoju współpracy z innymi rolnikami i interesariuszami 	<ul style="list-style-type: none"> Inne
<ul style="list-style-type: none"> Możliwość współpracy z konsumentami 	
<ul style="list-style-type: none"> Lepszy dostęp do środków, wiedzy i innego wsparcia dla rozwoju i reorientacji gospodarstwa 	
<ul style="list-style-type: none"> Większe możliwości wypracowania dochodu dla całej rodziny 	
<ul style="list-style-type: none"> Oszczędności czasowe 	
<ul style="list-style-type: none"> Inne 	

Model Canvas pozwala uczestnikom, partnerom oraz interesariuszom określonego LRR wyznaczyć wskaźniki, które będą śledzić i według których będą dokonywać okresowe oceny i

aktualizacje. Na podstawie opisanego modelu inicjatorzy przedsięwzięcia rozwoju LRR mogą zastosować również inne metody, takie jak Metoda Teorii Zmiany.

Metoda Teoria Zmian (ang. Theory of Change) to proces planowania i ewaluacji działań, w którym tworzona jest logiczna mapa zakładanych przyczyn i efektów zmian, które mają zostać osiągnięte w wyniku realizacji projektu, programu lub inicjatywy społecznej (Anderson i McKnight, 2015; Connell et al., 1995). Metoda ta zakłada, że w celu osiągnięcia zamierzonych rezultatów niezbędne jest zidentyfikowanie z góry celów, tj. zmian, które chcemy osiągnąć, a następnie określenie tzw. hipotez zmian, czyli założeń dotyczących tego, jakie konkretne działania i działania powinny być podjęte, aby osiągnąć zadane cele. Teoria Zmian ma na celu pomóc projektantom w zrozumieniu, jakie konkretne działania należy podjąć, aby pośrednio lub bezpośrednio wpłynęły one na osiągnięcie zamierzonych celów i zmian (Kellogg Foundation, 2004; Preskill i Torres, 1999). Metoda ta jest szeroko stosowana w ocenie i monitorowaniu programów społecznych, a także w projektowaniu inicjatyw zmierzających do zmiany złożonych problemów społecznych, takich jak ubóstwo, wykluczenie społeczne czy zmiany klimatyczne (Hargreaves, 2012).

Przygotowanie Teorii Zmiany dla przedsięwzięcia budowania LRR wymaga przedyskutowania w gronie partnerów oraz interesariuszy założeń – przykładowo na określonym obszarze oddziaływania

Rysunek 61. Teoria zmiany dla przedsięwzięcia budowania LRR

Na każdym etapie realizacji przedsięwzięcia warto odnotowywać listę oczekiwań i pojawiających się problemów dla SPOŁECZEŃSTWA:

SPOŁECZEŃSTWA	
Oczekiwane korzyści (wybrane)	Pojawiające się problemy (wybrane)
<ul style="list-style-type: none"> Ograniczenie transportu i magazynowania żywności (poprawiając jej jakość w ten sposób) 	<ul style="list-style-type: none"> Wyższe ceny żywności jak będą uwzględniać realny koszt produkcji i dystrybucji
<ul style="list-style-type: none"> Ograniczenie zanieczyszczenia (emisji, opakowań itp.) 	<ul style="list-style-type: none"> Decentralizowane rozwiązania produkcji i dystrybucji mogą okazać się bardziej uciążliwe dla środowiska naturalnego niż systemy przemysłowe (np. wzrost przyjazdów na zakupy do gospodarstw rolnych z miasta)
<ul style="list-style-type: none"> Ograniczenia odpadów i strat (mniejsze straty żywności w łańcuchu wartości) 	<ul style="list-style-type: none"> Problemy z zapewnieniem bezpieczeństwa żywności dla służb sanitarnych przy rozproszonej geograficznie produkcji
<ul style="list-style-type: none"> Większa dostępność żywności „bez chemii” (konserwantów itp.), stwarzając większe możliwości dla zdrowszego żywienia i zdrowszego stylu życia 	<ul style="list-style-type: none"> Oczekiwanie ze strony rolników by Państwo dofinansowywało nierentowne przedsięwzięcia sprzedażowe
<ul style="list-style-type: none"> Zachowanie i rozwój rolnictwa i przetwórstwa w skali nieprzemysłowej 	<ul style="list-style-type: none"> Inne
<ul style="list-style-type: none"> Ochrona tradycji, krajobrazów kulturowych oraz różnorodności biologicznej 	
<ul style="list-style-type: none"> Ożywienie gospodarki obszarów wiejskich poprzez nowe działalności gospodarcze i nowe możliwości generowania dochodów 	
<ul style="list-style-type: none"> Większa rola kobiet na wsi 	
<ul style="list-style-type: none"> Uczynienie życia na wsi bardziej atrakcyjnym dla ludzi młodych 	

Teoria Zmiany Społecznej to metoda dla monitoringu i oceny oddziaływania na zmiany społeczne, którą można zastosować do przedsięwzięć krótkiego łańcucha dostaw żywności. Polega ona na udokumentowaniu w systematyczny sposób założeń i logicznych argumentów, które definiują określone przedsięwzięcie, aby na tej podstawie można było ułożyć możliwe scenariusze realizacji działań oraz prognozować, jak przełożą się one na produkty, rezultaty i oddziaływanie (zmiany społeczne).

Na etapie formułowania teorii zmiany można ustanowić „grupę kontrolną”, która nie będzie uczestniczyć w przedsięwzięciu, ale będzie służyć jako punkt odniesienia (np. producenci i konsumenci, którzy nie korzystają z przedsięwzięcia krótkiego łańcucha dostaw żywności, albo systematyczna obserwacja zachowań rolników i konsumentów należących do grupy docelowej przedsięwzięcia, ale którzy w niej nie uczestniczą). Sformułowanie wymaga zapisanie w logiczny sposób kroków czy etapów przedsięwzięcia, które będą w trakcie i w wyniki realizacji weryfikowane.

Rysunek 62. Etapy w ramach Teorii Zmiany



Dokonano wstępnego opracowania Teorii Zmiany dla modelu organizacyjnego IQSell. Wyniki zaprezentowano poniżej.

Rysunek 63. Teoria zmiany dla modelu organizacyjnego IQSell

Przygotowanie Teorii Zmiany dla przedsięwzięcia LRR wymaga przedyskutowania w gronie partnerów/interesariuszy, które wskaźniki wykażą, na ile oczekiwany wynik jest realizowany – przykładowo na określonym obszarze oddziaływania:

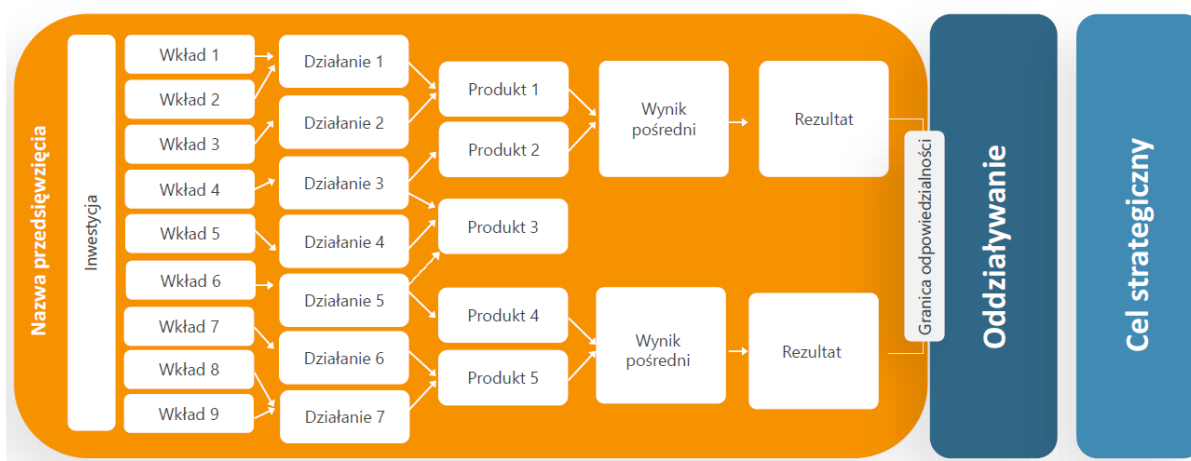
REZULTAT	WSKAŹNIK [Jaki dowód wykaże, że osiągnęliśmy oczekiwany wynik]	PRZYGOTOWANIE WSKAŹNIKA [Co możemy zrobić na starcie, aby ułatwić sobie zbieranie danych i dowodów, które będziemy mogli wykorzystać na późniejszym etapie ?]
Zmiana pozycji rolnika w łańcuchu wartości.	Zwiększona wartość sprzedaży partycypujących rolników.	Opisanie statusu rolników przystępujących do przedsięwzięcia odnośnie ich działalności rolniczej.
Większe przychody rolników ze sprzedaży bezpośredniej	Zmiana proporcji sprzedaży bezpośredniej w całości sprzedaży partycypujących rolników.	Uwzględnienie wskaźnika w rozwiązaniach informatycznych, które mają usprawnić indywidualnym rolnikom sprzedaż w ramach wybranej formie sprzedaży.
Większe zaangażowanie młodych i przedsiębiorczych.	Liczba młodych rolników angażujących się w rozwój wybranych form sprzedaży.	Odnotowanie parametrów wiekowych rolników przystępujących do współpracy.
Większe inwestycje w rozwój małego przetwórstwa.	Liczba rolników przetwarzających i sprzedających swoje produkty	Opisanie zdolności przetwórczych rolników przystępujących do współpracy.
Konsumenci kupują więcej produktów lokalnych.	Proporcja kupowanych produktów od rolnika w koszyku zakupów spożywczych.	Ankietowanie konsumentów przystępujących do współpracy.
Inne?		

Przygotowanie Teorii Zmiany dla przedsięwzięcia LRR wymaga przedyskutowania w gronie partnerów/interesariuszy założeń – przykładowo na określonym obszarze oddziaływania:

ZAŁOŻENIE [Zakładamy, że jest, albo że będzie]	% pewności, że nasze założenie jest słuszne	JAKIE INTERWENCJE SĄ POTRZEBNE ? [Co możemy zrobić by zredukować ryzyko niepowodzenia, jeśli nasze założenie okaże się niesłuszne ?]
Konsumenci chcą kupować produkty żywnościowe wprost od rolników.	90%	Edukacja konsumentów odnośnie walorów i korzyści kupowania produktów lokalnych.
Rolnicy chcą przetwarzać i sprzedawać produkty żywnościowe ze swoich gospodarstw.	70%	Wsparcie finansowe i inne zachęty dla rozwoju przetwórstwa w skali nieprzemysłowej.
Informatyczne rozwiązania będzie można dostosować do wybranych form sprzedaży, aby zwiększyć wolumen sprzedaży i ograniczyć koszty.	70%	Zainteresowanie informatyków problematyką krótkich łańcuchów dostaw żywności i przedsięwzięć badawczo -rozwojowych w tym zakresie.
Samorządy i inne instytucje publiczne będą preferować produkty lokalne w zamówieniach publicznych.	60%	Przygotowanie wzorców dla procedur zamówień publicznych, które mogą być wykorzystane przez samorządy, jako zgodne z obowiązującymi przepisami.
Rolnicy są gotowi i zainteresowani działaniem wspólnym na rzecz wykreowania rozwiązań sprzedaży bezpośredniej.	80%	Szkolenia i wsparcie w zakresie metod współpracy partnerskiej skierowane do rolników i organizacji wiejskich.
Inne.		

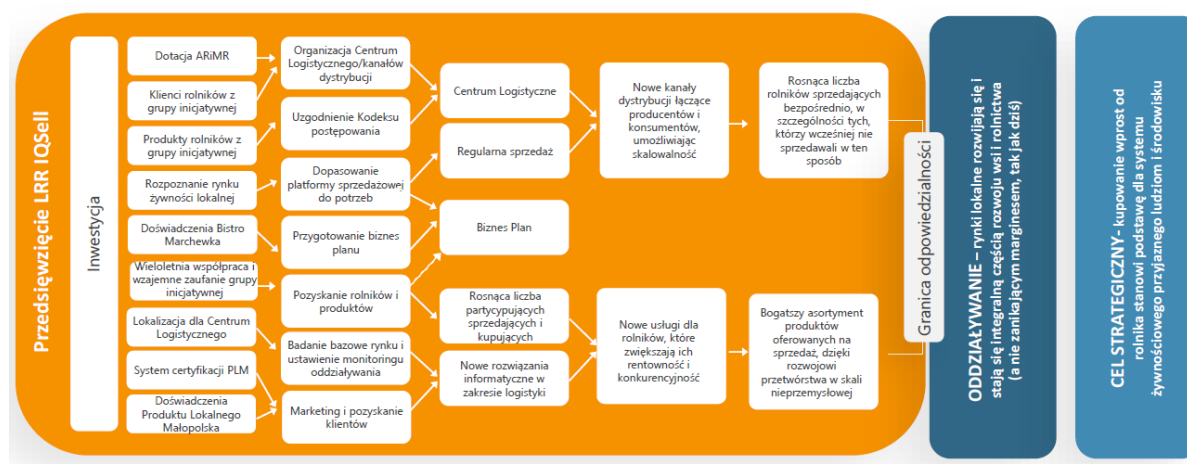
Schemat do wykorzystania w formułowaniu Teorii Zmiany dla potrzeb testowania modelu organizacyjnego dla rozwoju LRR przedstawiono poniżej.

Rysunek 64. Schemat formułowania Teorii Zmiany



Wykorzystano powyższy schemat do przygotowania opisu Teorii Zmiany z rolnikami-konsorcjantami oraz z interesariuszami LRR, z którymi rolnicy współpracują (rysunek 65).

Rysunek 65. Opis Teorii Zmiany z rolnikami-konsorcjantami



W każdym systemie monitoringu, ewaluacji i aktualizacji przedsięwzięcia krótkiego łańcucha dostaw żywności występuje tendencyjność, czyli stronniczość w gromadzeniu i analizowaniu informacji i danych. Nieuwzględnienie tendencyjności może skutkować tym, że aktualizacja działań okaże się nieskuteczna i przedsięwzięcie może spotkać się z porażką. W związku z tym, warto zwracać uwagę na 4 podstawowe rodzaje tendencyjności, które prowadzą do błędnych wniosków i nieskutecznego działania:

- Błąd przeżywalności (ang. Survivor bias).
- Błąd potwierdzenia w poszukiwaniu informacji (ang. Confirmation bias).
- Błąd sformułowania problemu (ang. Framing bias).
- Błąd grupowego myślenia (ang. Groupthink).

Tendencyjność będzie pojawiała się w każdej próbie sformułowania i interpretowania Teorii Zmian Społecznych dla przedsięwzięcia. Nie chodzi o wyeliminowanie tendencyjności, ale zrozumienie w jaki sposób tendencyjność może zniekształcać czy wpływać na wyniki monitoringu, ewaluacji i aktualizacji.

Błąd przeżywalności (ang. Survivor bias). to skupianie się na pozytywach, ponieważ dysponujemy informacją o sukcesach (ignorując porażki czy niepowodzenia, o których nie mamy rzetelnej informacji) – np. skupiamy uwagę tylko na tych, którzy kupują i sprzedają w wybranej przez nas formie sprzedaży, nie próbując analizować i zrozumieć, dlaczego niektórzy producenci i konsumenci nie zdecydowali się na współpracę. Jest to błąd logiczny. Przeciwdziałamy błędom przeżywalności analizując, jakich informacji i danych nie posiadamy. Skupiamy uwagę na pozyskaniu informacji, danych i wiedzy o niepowodzeniach. Próbujemy zrozumieć, dlaczego osoby kupujące czy sprzedające żywność lokalną nie zdecydowała się na współpracę z nami – dlaczego nie odpowiadały im nasze warunki.

Błąd potwierdzenia w poszukiwaniu informacji (ang. Confirmation bias). Skupiamy się na informacji i danych, które potwierdzają nasze założenia i przekonania – np. skupiamy uwagę na przykładach współpracy rolników i na powielaniu tych przykładów, zamiast przeanalizowania i zrozumienia skąd się bierze niechęć do współpracy rolników ze sobą i z innymi „aktorami” systemu żywnościowego. Przeciwdziałamy błędowi potwierdzenia poprzez poznanie innych, odmiennych do naszych przekonań i poglądów, aby popatrzeć inaczej na to co sami przyjmujemy jako oczywiste i prawdziwe.

Błąd sformułowania problemu. (ang. Framing bias). Niewielka różnica w sformułowaniu komunikatu może prowadzić do odmiennego zachowania u jego odbiorcy. Kontekst czy sposób prezentacji (pozytywny czy negatywny) ogranicza możliwe rozwiązania lub prowadzi do błędnych wniosków i pochopnych decyzji – np. niska liczba transakcji sprzedażowych może być zinterpretowana jako potrzeba usprawnienia wybranej formy sprzedażowej, albo alternatywnie jako potrzeba totalnej zmiany formy sprzedażowej. Przeciwdziałamy tendencji w sformułowaniu problemu poprzez odwoływanie się do celów, które próbujemy osiągnąć. Szukamy rozwiązań poprzez odmienne i szersze sformułowanie problemu w odniesieniu do kontekstu.

Błąd grupowego myślenia (ang. group think) Ludzie mają tendencję do unikania konfliktów, szczególnie w sytuacji, w której większość przedstawia swoje racje w sposób zdecydowany, albo odwołuje się do autorytetu. Ludzie zakładają, że inni podjęli świadome decyzje i obawiają się ryzyka, że jeśli wyrażą odmienne zdanie będą postrzegani jako niepoważni. W konsekwencji występuje tendencyjność, ponieważ członkowie grupy ulegają dominującym sugestiom i naciskom. Myślenie grupowe prowadzi w skrajnym stadium do zupełnej utraty przez grupę poczucia rzeczywistości, przeceniania własnych sił i możliwości działania. Przeciwdziałamy tendencyjności wynikającej z syndromu grupowego myślenia poprzez odróżnianie wartości od celów. Osiągnięcie celu wymaga rozpatrzenia różnych poglądów, opinii i informacji, a więc prowadzimy dyskusję i wymianę poglądów o walorach różnych rozwiązań, w odniesieniu do celu.

Tendencyjność czy stronniczość jest wszędzie tam, gdzie są ludzie i relacje międzyludzkie. W dużej mierze są to procesy podświadome, które można uczynić bardziej świadomymi. Tą samą zasadę warto zastosować w prowadzeniu skutecznego systemu monitoringu i ewaluacji w odniesieniu do korekt i aktualizacji. W ten sposób możemy zwiększyć szansę sukcesu i trwałości naszego przedsięwzięcia krótkiego łańcucha dostaw żywności.

Celem monitoringu i ewaluacji jest nie tylko gromadzenie informacji i danych o wskaźnikach, ale również analiza, co wynika z zebranych informacji, aby na tej podstawie

dokonywać korekt i aktualizacji przedsięwzięcia. Pomocne w zbieraniu informacji, a następnie interpretacji i weryfikacji wyników, są informacje zwrotne ze strony partnerów i interesariuszy. Proces analizy i interpretacji danych ilościowych i jakościowych jest zatem procesem ciągłym – czymś w rodzaju konwersacji, która nigdy nie jest skończona. Można zastosować jako punkt odniesienia wnioski i związki przyczynowo skutkowe ustalone na etapie projektowania przedsięwzięcia (badania bazowe), albo grupę kontrolną, jeśli taką ustanowiono.

Podstawą dla łączenia analizy jakościowej i ilościowej jest metoda triangulacji. Jest to metoda stosowana w badaniu zmian społecznych, która ogranicza błędy w interpretacji informacji i zwiększa wiarygodność wyników. Metoda ta polega na wykorzystaniu różnych rodzajów metod zbierania danych, aby zapewnić ważność wyników poprzez ich porównanie. Mogą to być dane z obserwacji, analizy treści dokumentów, pogłębione wywiady, czy też analizy ilościowe. Ten krok weryfikuje i aktualizuje prace realizowane na wcześniejszych etapach poprzez porównanie i łączenie wyników z różnych źródeł. Różne metody umożliwiają testowanie tej samej hipotezy czy tego samego założenia i zmniejszenie obciążenia błędem wynikającym z ograniczeń i wad poszczególnych metod. Jeśli osiągnięte wyniki są podobne, są one traktowane jako bardziej godne zaufania i obarczone mniejszym błędem. Metoda triangulacji daje możliwość łączenia metod jakościowych i ilościowych (Creswell, 2014; Fielding, 2016).

Zaprojektowanie systemu monitoringu i oceny dla przedsięwzięć budowania LRR pod kątem wpływu na rozwój zrównoważony nie jest łatwe ponieważ nie ma jednej ogólnie przyjętej metody czy podejścia (Doernberg et al. 2013). Doernberg et al. (2021) przeprowadzili obszerny przegląd literatury akademickiej, aby zbadać różne interpretacje i podejścia do pojęcia LRR w ujęciu krótkiego łańcucha dostaw żywności. Według autorów, LRR należy postrzegać jako koncepcję, a nie jako jednoznaczne i ustalone pojęcie, co skłania do różnorodnych interpretacji i wzbudza kontrowersje wśród badaczy. W pracy zwracają uwagę na szerokie spektrum różnic np. w długości łańcucha, sposobach dystrybucji i łączeniu kryteriów społecznych, ekonomicznych czy ekologicznych, jakie występują w poszczególnych definicjach i interpretacjach pojęcia LRR jako przedsięwzięcie skracania łańcuch dostaw żywności. Mimo tych różnic, wyniki przeglądu wskazują, że krótkie łańcuchy dostaw żywności mają potencjał do zwiększenia zrównoważonej produkcji i dystrybucji żywności, poprawy jakości żywności i promowania zrównoważonego rozwoju lokalnych społeczności.

Wnioski z pracy wskazują także na potrzebę dalszych badań i zdefiniowania jednoznacznych kryteriów i definicji pojęcia SFSC, aby umożliwić bardziej skuteczną implementację polityki i działań związanych z krótkimi łańcuchami dostaw żywności. W tej

sytuacji Doenberg i jej współpracownicy proponują metodę „szybkiej oceny” oddziaływania w wymiarze społecznym, środowiskowym i gospodarczym opartej na warsztatowych spotkaniach ekspertów oraz uczestników LRR (ang. Short Food Supply Chain Assessment Tool - SFSC-AT).

Metodę SFSC-AT można z łatwością dopasować do potrzeb i uwarunkowań przedsięwzięć budowanie w Polsce. Jest ona potencjalnie przydatna przy projektowaniu i ocenianiu skuteczności form sprzedaży pod kątem rozwoju zrównoważonego. Wskaźniki należy traktować jako punkt wyjścia i odniesienia dla sformułowania własnych wskaźników, odpowiadających konkretnej sytuacji, wspólnie z partnerami i interesariuszami.

SFSC-AT to metoda oceny krótkich łańcuchów dostaw żywności, która składa się z dwóch etapów. Pierwszy z nich polega na ocenie ekonomicznej, środowiskowej i społecznej efektywności danego łańcucha dostaw. Drugi etap skupia się na ocenie oddziaływania łańcucha dostaw na lokalne gospodarki i społeczności z uwzględnieniem ich możliwości rozwoju.

W ramach pierwszego etapu SFSC-AT, Doenberg i jej zespół analizowali dane dotyczące kosztów produkcji, dystrybucji oraz zużycia energii i wody w transporcie, a także wpływu na emisję gazów cieplarnianych i rozprzestrzenianie się odpadów. Zastosowali również kryteria społeczne, takie jak narzędzia i praktyki zapewniające dobre warunki pracy i bezpieczeństwo pracowników.

W drugim etapie SFSC-AT, badacze skupili się na badaniu oddziaływania łańcuchów dostaw na lokalne społeczności. Analizując potencjał dla tworzenia miejsc pracy i przewidywanych wpływów finansowych, badano, jakie korzyści mogą wynikać dla lokalnych gospodarek i jakie wyzwania muszą zostać rozwiązane. Skupili się na aspektach, takich jak dostępność wyżywienia i jakość wrażeń, innowacyjność i rozwój społeczności, a także etyczne normy i wartości.

W rezultacie, metoda SFSC-AT pomogła Doenberg i jej zespołowi na wykazanie, że krótkie łańcuchy dostaw mogą mieć pozytywny wpływ na zrównoważony rozwój i prowadzić do powstania zrównoważonych systemów żywnościowych. Metoda ta stała się ważnym narzędziem dla oceny i doskonalenia łańcuchów dostaw żywności, zgodnie z celami zrównoważonego rozwoju. Wskaźniki wybrane i wykorzystane w metodzie SFSC-AT stanowią przydatnym punktem wyjścia dla wyboru wskaźników dla określonego przedsięwzięcia LRR.

Tabela 10. Wskaźniki SFSC-AT: środowisko naturalne, gospodarka, społeczeństwo

ŚRODOWISKO NATURALNE – WSKAŹNIKI SFSC-AT

1.1	Ekofektywność w wykorzystaniu zasobów abiotycznych (ziemia/gleba, woda, składniki odżywcze)
	Każda forma sprzedaży jest powiązana z określonym systemem produkcji i przetwórstwa żywności, który może bardziej lub mniej efektywnie wykorzystywać zasoby abiotyczne regionu pochodzenia produktów, które wprowadza na rynek.
1.2	Ochrona siedlisk oraz (agro-)różnorodności biologicznej
	Każdy forma sprzedaży jest powiązana z praktykami rolniczymi, które mogą bardziej lub mniej zapewnić trwałość siedlisk oraz ochrony (agro) różnorodności biologicznej (np. żywopłoty, drzewa, uprawa szerszej gamy roślin i zwierząt żywych, w tym hodowla gatunków tradycyjnych lub rzadkich).
1.3	Ochrona i dobrostan zwierząt
	Każdy forma sprzedaży jest związana z systemem bardziej lub mniej przemysłowej hodowli zwierząt, co może skutkować różnymi warunkami dla bytowania zwierząt, chorobami na które są narażone oraz powiązanymi kwestiami etycznymi.
1.4	Zmniejszenie odległości transportu
	Każdy forma sprzedażowa jest powiązana z systemem transportu i dystrybucji produktu od miejsca produkcji do miejsca konsumpcji (tzw. „mile żywnościowe”).
1.5	Zmniejszenie ilości opakowań
	Każda forma sprzedaży jest powiązany z rodzajami i ilością opakowań występujących w całym łańcuchu od miejsca produkcji do miejsca konsumpcji

GOSPODARKA – WSKAŹNIKI SFSC-AT

2.1	Zatrudnienie w całym łańcuchu żywnościowym
	Każda forma sprzedaży tworzy nowe miejsca pracy pośrednio i bezpośrednio w regionie, w którym funkcjonuje.
2.2	Dochód i rentowność
	Każda forma sprzedaży generuje dodatkowy dochód dla uczestników łańcucha wartości, który przekłada się na podniesienie rentowności ekonomicznej partycypujących producentów i przetwórców.
2.3	Konkurencyjność gospodarcza obszarów wiejskich
	Każda forma sprzedażowa generuje gospodarcze efekty mnożnikowe takie jak przedsiębiorczość, innowacyjność, dodatkowe dochody i zatrudnienie, wpływy z podatków itp.
2.4	Wydajność transportu
	Każda forma sprzedaży jest powiązana z określonym systemem transportu, magazynowania i dystrybucji, który przekłada się na określone konfiguracje pojazdów, tras, przejazdów i rozładunków.
2.5	Ograniczenie strat i odpadów żywnościowych
	Każda forma sprzedaży jest powiązana z różnymi możliwościami ograniczania strat i odpadów energii, materiałów i żywności na każdym etapie od produkcji żywności do jej konsumpcji w domu lub poza domem (np. restauracjach i żywieniu zbiorowym).

SPOŁECZEŃSTWO/ KULTURA – WSKAŹNIKI SFSC-AT

3.1	Bezpieczeństwo żywności i zdrowie
	Każda forma sprzedaży ma różne możliwości eliminowania patogenów i zanieczyszczeń w żywności oraz wytwarzania walorów odżywczych. Żywność wprowadzana do sprzedaży niezależnie musi spełnić wymogi prawne dotyczące zagrożeń dla zdrowia.
3.2	Jakość żywności (świeżość, smak i wartość odżywcza)
	Każda forma sprzedaży żywności ma różne możliwości dostarczania żywności, która jest świeża, smaczna i posiada wysoką wartość odżywczą.
3.3	Trwałość tradycji i kultura żywności
	Każda forma sprzedaży sprzyja w różnym stopniu zachowaniu lokalnej kultury żywnościowej, w tym tradycyjnych metod produkcji i przetwórstwa związanych z lokalnymi zwyczajami, świętami oraz innymi obrzędami.
3.4	Przejrzystość i identyfikowalność
	Każda forma sprzedaży wiąże się z różnymi możliwościami zapewnienia przejrzystości w zakresie pochodzenia wytwarzanych i sprzedawanych produktów – sposobu upraw, hodowli czy też przetwórstwa. Identyfikowalność odnosi się do dostępności informacji na każdym etapie łańcucha dostaw.
3.5	Bezpieczeństwo dostaw żywności
	Każda forma sprzedaży przyczynia się w różny sposób do zapewnienia bezpieczeństwa dostaw żywności na określonym terenie, które zapewniają wystarczającą ilość żywności spełniającej potrzeby mieszkańców regionu.

Monitoring to śledzenie przebiegu realizacji przedsięwzięcia LRR pod kątem działań oraz efektów tych działań w odniesieniu do celów. Ewaluacja to identyfikacja problemów, które ograniczyły bądź ograniczają działania oraz efekty tych działań na rzecz rozwoju LRR w odniesieniu do przyjętych celów. Aktualizacja działań to korekty i zmiany, które mają na celu zwiększenie ich skuteczności w osiągnięciu oczekiwanych efektów.

Inicjatywy skalowania LRR są w dużej mierze przedsięwzięciami, które wiążą się z różnymi (czasem nierealnymi) oczekiwaniami zaangażowanych partnerów i interesariuszy. Dlatego warto od samego początku monitorować i oceniać efektywność procesu tworzenia i rozwijania LRR w odniesieniu do przyjętych własnych celów oraz do celów wyznaczonych w programach rozwoju wsi i rolnictwa. Z założenia, celem przedsięwzięć LRR jest przyczynienie się do rozwoju obszarów wiejskich, poprzez wzmocnienie pozycji rolnika w łańcuchu wartości oraz przyczynienie się do zmian w systemie żywnościowym, czyniąc go bardziej przyjaznym środowisku naturalnemu, sprawiedliwym ekonomicznie i społecznie. W związku z tym należy monitorować i oceniać przedsięwzięcia krótkich łańcuchów dostaw żywności jako przedsięwzięcia mające na celu realizację zmian społecznych. Metody Biznes Canvas i Teorii Zmiany można wykorzystać jako podstawę dla systemu monitoringu, ewaluacji i aktualizacji przedsięwzięcia.

Badania przedsięwzięć krótkich łańcuchów dostaw żywności wykazują, że nie zawsze są one korzystniejsze dla środowiska naturalnego i gospodarki w porównaniu z długimi łańcuchami dostaw żywności, które dzisiaj dominują na rynku. Oznacza to, że organizatorzy

przedsięwzięć krótkich łańcuchów dostaw żywności powinni zadbać o weryfikowalne i wiarygodne dane i informacje świadczące o pozytywnym oddziaływaniu na środowisko naturalne, gospodarkę i społeczności lokalne.

Najskuteczniejsza forma monitoringu i ewaluacji polega na budowaniu kultury uczenia się z doświadczeń na wszystkich etapach budowania rynku lokalnego w oparciu o przedsięwzięcie krótkiego łańcucha dostaw żywności, która angażuje wszystkich partnerów oraz interesariuszy.

System monitoringu i oceny oddziaływania KŁŻ na rozwój lokalnych rynków rolnych jako podstawy rozwoju zrównoważonych obszarów w wymiarze środowiskowym i przestrzennym

Wymiar środowiskowy

W ramach realizacji zadania:

1. Dokonano oceny wpływu terytorialnego systemu rolnictwa opartego na KŁŻ na środowisko.
2. Opracowano model oceny możliwy do zastosowania w różnych skalach terytorialnych – od lokalnej, przez regionalną po krajową, pozwalającego na porównanie oddziaływań różnych systemów rolno – spożywczych w wybranych skalach przestrzennych oraz pozwalających porównać dwa różne systemy rolno-spożywcze, tj.: rolnictwo konwencjonalne, wielkotowarowe oparte na długich łańcuchach dostaw i dystrybucji poprzez scentralizowane sieci oraz rolnictwo lokalne, tradycyjne w metodach produkcji, oparte na krótkich łańcuchach żywności, pozwalający na ocenę wpływu tych systemów rolno-spożywczych na środowisko.

Wypracowanie systemu oddziaływania KŁŻ na lokalne rynki rolne oparto na 3 hipotezach:

H1. Lokalne systemy żywności, ograniczają oddziaływanie na środowisko poprzez znaczne skrócenie odległości, na które żywność jest transportowana (tzw. „food miles”). Dystans, jaki dzieli producenta żywności od jej ostatecznego konsumenta przekłada się na adekwatny poziom zanieczyszczenia środowiska naturalnego.

H2. Mniejsza intensyfikacja i bardziej tradycyjne sposoby produkcji w gospodarstwach zorientowanych na rynek lokalny, przyczyniają się do zmniejszenia tzw. śladu ekologicznego (carbon footprint) w postaci ograniczenia emisji gazów cieplarnianych.

H3. Określony sposób prowadzenia gospodarstw zorientowanych na lokalne systemy żywnościowe, sprzyja zachowaniu jakości środowiska naturalnego, krajobrazów oraz utrzymania różnorodności biologicznej.

Opracowanie algorytmu oceny wpływu KŁŻ na środowisko zostało przeprowadzone w trzech krokach:

1. Przeprowadzenie analizy dotychczasowych badań oraz selekcja stosowanych metod badawczych;
2. Wybór optymalnych metod badań oraz sprawdzenie dostępności danych (baz danych)
3. Zaproponowanie sposobu przeprowadzenia zasadniczego etapu prac badawczych
4. Przeprowadzenie badań
5. Sformułowanie wniosków oraz zaleceń i wniosków do polityk publicznych

Krytyczna analiza literatury przedmiotu z zakresu KŁŻ na środowisko została wykonana w oparciu o przegląd literatury, zgodnie z założeniem, że powinien on opierać się na klarownej metodologii, która dotyczy każdego etapu przeprowadzania badania (Orłowska, Mazur, Łaguna, 2027). Wymogi te spełnia podejście stosowane w tzw. przeglądzie systematycznym, definiowanym jako przegląd literatury naukowej z zastosowaniem jawnych, szczegółowo udokumentowanych i powtarzalnych metod (Matera, Czapska, 2014).

Systematyczny przegląd literatury powinien zawierać jawne kryteria włączenia i wyłączenia badań, jawne strategie wyszukiwania doniesień badawczych, systematyczne kodowanie i analizę jakości włączonych badań oraz powinien dostarczyć syntezy badań jakościowych. Należy dołożyć starań, aby wykonany przegląd brał pod uwagę wszystkie adekwatne dowody naukowe (Finfgeld-Connett i Johnson 2013, Mazur i Orłowska 2018, Orłowska i in. 2017, Xiao i Watson 2019).

Z uwagi na tematykę przeglądu wybrano podejście ROSES. RepOrting standards for Systematic Evidence Syntheses, które dedykowane jest do badań m.in. z zakresu zarządzania środowiskiem (Haddaway et al., 2018). Podejście ROSES stanowi optymalne, kilkuetapowe podejście do selekcji wyników dotychczasowych badań oraz stosowanych metod badawczych. Podejście to zakłada trzy główne etapy:

- wyszukiwanie (ang. searching) – identyfikacja rekordów poprzez przeszukiwanie baz publikacji;
- przesiewanie (ang. screening) – wyselekcjonowanie adekwatnych artykułów na podstawie ich tytułów i/lub streszczeń, a także dostępności pełnych wersji tekstów oraz ich treści;
- syntezywanie (ang. synthesis) – podsumowanie dotychczasowych wyników badań, stosowanych metod badawczych, konkluzji, zaleceń i wniosków.

Pierwszym krokiem przy sporządzaniu przeglądów systematycznych jest opracowanie listy słów kluczowych, kolejno można uszczegóławiać tematycznie przeszukiwania (poprzez

doprecyzowywanie/dodawanie kolejnych słów kluczowych). Wyszukiwanie literatury przeprowadzono na 3 poziomach, z zastosowaniem następujących słów kluczowych (tabela 11).

Tabela 11. Poziomy wyszukiwania literatury

Nr / poziom	Keyword related to:	Keywords used	Results
#1	Krótkie łańcuchy dostaw żywności (oraz skrót KŁD)	„ <i>short food supply chains</i> ” (<i>and abbr. SFSC</i>)	318
#2	Środowisko	<i>environm*</i>	99
#3	Wpływ	<i>impact</i> ”	36

W przeprowadzonym przeglądzie wykorzystano bazę Scopus. Baza bibliograficzna była analizowana w dwóch krokach: 1) tytuły i abstrakty i 2) pełne teksty artykułów. Wykorzystano jedynie artykuły dostępne w open access oraz dostępne z poziomu baz Biblioteki Uniwersytetu Przyrodniczego we Wrocławiu.

W literaturze pojawiają się różne definicje krótkich łańcuchów dostaw żywności (KŁŻ) (*ang. short food supply chains – SFSC*), a nazwa jest często wykorzystywana jako koncepcja „parasolowa” (Marsden, Banks, Bristow, 2000). Jedną z definicji odnoszących się do określenia żywności lokalnej podaje, że lokalny system żywnościowy obejmuje produkcję, przetwarzanie i sprzedaż produktów maksymalnie 100 km od miejsca jego konsumpcji (Kneafsey, Venn, Schmutz, Balazs, Trenchard, Eyden-Wood, Bos, Sutton, Blackett, 2013).

W Europie istnieje wiele różnych form SFSC, jednak ich wspólną cechą jest ograniczona liczba pośredników między rolnikiem lub producentem żywności a konsumentem. Liczba pośredników jest często wskazywana jako czynnik dyskryminujący przy definiowaniu SFCS. W definicji zaproponowanej w europejskim rozporządzeniu w sprawie rozwoju obszarów wiejskich (1305/2013) zauważa się również odniesienie do ograniczonej liczby podmiotów gospodarczych. Odniesienie to jest również widoczne w definicji zaproponowanej przez Parkera (2005), w której wskazano także na możliwość braku pośredników w łańcuchu dostaw.

Zgodnie z rozporządzeniem krótki łańcuch dostaw oznacza łańcuch dostaw zaangażowany we współpracę, poprawiający lokalny rozwój gospodarczy, a także charakteryzujący się niewielką odległością geograficzną między producentem a konsumentem oraz bliskimi relacjami społecznymi między producentami, przetwórcami i konsumentami (Ilbery, Maye, 2005). Stale zwiększa się zapotrzebowanie konsumentów na żywność o wysokiej jakości zarówno pod względem jej bezpieczeństwa, jak i jej różnorodności (Van der Vorst, 2000). Konsumenty coraz częściej chcą znać miejsce pochodzenia żywności (Nie, Zepeda, 2011) Ważny jest dla nich także sposób wytwarzania żywności, w szczególności w aspekcie ochrony

środowiska i zrównoważonego rozwoju. SFSC są powszechnie uważane za bardziej zrównoważone niż globalne łańcuchy żywnościowe, a zrównoważony rozwój jest nawet częścią ich definicji (Jarzębowski, Bourlakis, Bezat-Jarzębowska, 2020). Zrównoważony rozwój oraz narzędzia i wskaźniki służące do oceny obecnego stanu i postępów w kierunku zrównoważonego rozwoju w sektorze rolno-spożywczym od wielu lat mają duże znaczenie dla programów badawczych i politycznych (van Cauwenbergh i in. 2007; FAO – Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2013; Eakin in., 2017; EEA – European Environmental Agency. 2019b).

Najnowsze badania wykazują wkład SFSC w rozwój gospodarczy a także budowanie zrównoważonych systemów żywnościowych. Należy jednak zauważyć, że w obszarze oceny wpływu na środowisko większość badań koncentruje się na ocenie emisji gazów cieplarnianych (GHG), natomiast wciąż istnieją luki badawcze w zakresie wpływu na środowisko jako całość.

Twierdzenia dotyczące wpływu SFSC na środowisko, gospodarkę i społeczeństwo są liczne w literaturze, ale rzadko udowodniane przez badania empiryczne. Wskazuje się na brak systematycznych przeglądów i porównawczych badań przypadków w różnych krajach, które badałyby zrównoważony rozwój wielowymiarowo.

Większość badań to pojedyncze studia przypadków z różnych regionów i krajów. Dodatkową trudnością jest ograniczony dostęp do jakościowych i ilościowych danych na temat korzyści wynikających z SFSC, część badań opiera się na ocenie jednego lub kilku przypadków, co niekoniecznie pozwala na kompletną ocenę. Wpływ sektora rolno-spożywczego, a zwłaszcza lokalnych systemów spożywczych (w tym SFSC) bywa przeszacowywany, zauważalne jest także omijanie niektórych istotnych oddziaływań, także o charakterze negatywnym (Doernberg, Piorr, Zasada, et al. 2022). Aktualnie bazą do prowadzenia badań nad oceną wpływu SFSC mogą być efekty projektu Short Supply Chain Knowledge and Innovation Network (SKIN)¹², który na stronie internetowej prezentuje repozytorium dobrych praktyk (Jarzębowski, Bourlakis, Bezat-Jarzębowska, 2020).

W raporcie na temat zmian klimatu, przygotowanym przez Międzyrządowy Zespół ds. Zmian Klimatu podkreślono jednoznacznie, że konsumpcja żywności produkowanej lokalnie i zwiększanie efektywności jej przetwarzania oraz transportu żywności skutkuje minimalizacją strat żywności, zwiększonym bezpieczeństwem żywnościowym i zmniejszoną emisją gazów cieplarnianych (IPCC Special Report on Climate Change and Land).

¹² [Short supply chain Knowledge and Innovation Network | SKIN Project | Fact Sheet | H2020 | CORDIS | European Commission \(europa.eu\)](#)

Na istotność oddziaływań na środowisko związanych z systemem żywnościowym ma wpływ m.in. sposób uprawy żywności w gospodarstwach rolnych. To sposób uprawy odpowiada za ponad 60% emisji GHG w systemach żywnościowych, co związane jest m.in. z intensyfikacją rolnictwa. Z mniejszym negatywnym wpływem a często też z szeregiem pozytywnych oddziaływań wiąże się prowadzenie upraw zgodnie z zasadami rolnictwa ekologicznego, ekstensywnego, opartego o tradycyjne gatunki, z mniejszymi, precyzyjnie dobranymi dawkami nawożenia (głównie naturalnego). Dotyczy to zarówno uprawy zbóż, warzyw i owoców, jak i pochodzenia paszy wykorzystywanej w chowie zwierząt (Forssell & Lankoski, 2015); Enthoven & Van den Broeck (2021).

Badania naukowe wykazują, że produkcja żywności lokalnie minimalizuje emisję gazów cieplarnianych, a dążenie do samowystarczalności żywnościowej ma pozytywny wpływ na łagodzenie zmian klimatu. Istotnym aspektem wzmacniającym pozytywny wpływ jest coraz większe zrozumienie znaczenia sezonowości produktów żywnościowych. Zagadnienia związane z oceną wpływu SFSC na ślad węglowy (w tym wpływ na emisję gazów cieplarnianych) jak również użytkowanie terenu i struktury przestrzenne zostały omówione szerzej.

Ramy oceny wpływu na środowisko SFSC można oprzeć o założenia dyrektywy OOS (Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/92/UE z dnia 13 grudnia 2011 r. ...) oraz Ustawy OOS (Ustawa z dnia 3 października 2008 r. o udostępnianiu informacji o środowisku i jego ochronie ...), które definiują zakres oceny oddziaływania na środowisko dla przedsięwzięć publicznych i prywatnych mogących mieć wpływ na środowisko. W ramach OOS analizuje się i ocenia bezpośredni i pośredni wpływ na środowisko (w tym rośliny, zwierzęta, grzyby, siedliska przyrodnicze, wodę i powietrze, powierzchnię ziemi, glebę, formy ochrony przyrody) oraz ludność (w tym zdrowie i warunki życia ludzi), dobra materialne, zabytki, krajobraz oraz klimat. Analizuje się także powiązania pomiędzy poszczególnymi oddziaływaniami oraz komponentami.

W praktyce stosowane są różne podejścia, metody oraz wskaźniki wykorzystywane do oceny wpływu na środowisko (stosowane także w odniesieniu do systemów żywnościowych). Przykładowo stosuje się obliczanie emisji CO₂, analizę śladu węglowego czy oceny cyklu życia produktów (LCA). W badaniach nad SFSC bazuje się najczęściej na skomplikowanej wiedzy eksperckiej, ale pomijane są oceny wpływu na gleby, różnorodność ekologiczną czy usługi ekosystemowe (MacPherson, Paul, Helming. 2020).

Przegląd literatury wykonany przez Doernberg i in. (2022) wykazał, że podejścia badawcze muszą być dostosowane do konkretnego celu, biorąc pod uwagę konkretne pytanie/ cel

badawczy. W doborze stosowanego narzędzia badawczego znaczenie ma możliwość jego zastosowania definiowana przez parametry takie jak czas i budżet przeznaczony na badania czy sposób i metody gromadzenia danych (Doernberg, Piorr, Zasada, et al., 2022).

W ramach projektu FOODMETRES opracowano narzędzie SIA-SFSC do szybkiej oceny krótkich łańcuchów dostaw żywności uwzględniające poziom gospodarstwa (produkcja żywności), poziom gospodarstwa domowego (konsument) oraz pakowanie i transport. Narzędzie to pozwala porównać ze sobą różne koncepcje łańcuchów żywnościowych w regionach metropolitalnych i uwzględnić fakt, że tego typu SFSC obejmują mniejsze gospodarstwa i mniejsze przedsiębiorstwa a także konsumentów działających w różnych stowarzyszeniach czy nieformalnych grupach współpracy (Doernberg, Piorr, Zasada, et al., 2022).

W badaniu zdefiniowano osiem typów krótkich łańcuchów dostaw (ogrodnictwo miejskie na własny użytek, ogrodnictwo miejskie do celów komercyjnych, partnerstwa konsumentów i producentów, marketing bezpośredni od gospodarstwa do klientów indywidualnych – sprzedaż w gospodarstwie, marketing bezpośredni poza gospodarstwem do klientów – sprzedaż np. na targach, online, sprzedaż detaliczna, sprzedaż dla instytucji publicznych, agroparki i klastry żywnościowe).

Wykorzystuje ono zestaw piętnastu wskaźników zrównoważonego rozwoju, w tym 5 wskaźników środowiskowych (tabela 12). To podejście pozwala na szybką ocenę SFSC w 3 wymiarach zrównoważonego rozwoju.

Tabela 12. Lista wskaźników środowiskowych (Doernberg, A. i in. 2022)

<p>1. Środowisko</p> <p>Efektywność ekologiczna w wykorzystaniu zasobów abiotycznych (powierzchnia ziemi, gleba, woda, składniki pokarmowe) Każdy typ łańcucha żywnościowego jest powiązany z określonym systemem rolnictwa lub ogrodnictwa, który może efektywniej wykorzystywać zasoby abiotyczne i zapewniać dobrą relację nakładów i wyników w danych warunkach regionalnych.</p> <p>Tworzenie siedlisk ekologicznej i (rolniczej) różnorodności Każdy typ łańcucha żywnościowego może uwzględniać dobre praktyki rolnicze, które mogą mieć pozytywny wpływ na różnorodność biologiczną (np. zadrzewienia śródpolne, miedze, drzewa, uprawa wielogatunkowa, w tym tradycyjnych lub rzadkich gatunków oraz zwiększenie (agro-różnorodności biologicznej).</p> <p>Ochrona dobrostanu zwierząt Poszczególne typy łańcuchów żywnościowych mogą skutkować różnymi warunkami bytowymi dla zwierząt gospodarskich, różnymi chorobami zwierząt oraz względami etycznymi</p> <p>Zmniejszenie potrzeb (odległości) transportowych Możliwość redukcji „food miles”</p> <p>Redukcja opakowań W każdym łańcuchu żywnościowym istnieje możliwość zmniejszania ilości opakowań w całym cyklu (od miejsca produkcji do miejsca konsumpcji)</p>

Jarzębowski, Bourlakis oraz Bezat-Jarzębowska (2020) przeanalizowali opisane w projekcie SKIN – Short Supply Chain Knowledge and Innovation Network dobre praktyki między innymi pod kątem wskazania pozytywnego wpływu SFSC w trzech wymiarach zrównoważonego rozwoju. Jednym z celów badania były aspekty środowiskowe, wśród których wyodrębniono:

- emisje gazów cieplarnianych (*ang. GHG emissions*),
- zużycie energii i ślad węglowy (*ang. Energy use and carbon footprint*),
- ocena metod produkcji pod kątem aspektów środowiskowych (*ang. Ecological soundness of production methods*),
- odległość, na którą żywność jest transportowana (*ang. Food miles*),
- odpady żywnościowe (*ang. Food waste*).

Potencjalny pozytywny wpływ SFSC na środowisko rozwoju wiąże się z redukcją wykorzystywanych zasobów (paliwa kopalne, opakowania), oszczędzaniem żywności oraz zmniejszeniem jej marnowania, promocją bardziej ekologicznych i mniej zanieczyszczających środowisko metod produkcji (np. rolnictwo ekologiczne), redukcją emisji gazów cieplarnianych oraz śladu węglowego a także zmniejszenie potrzeb transportowych (*food miles*) (Jarzębowski, Bourlakis, Bezat-Jarzębowska, 2020).

W systemie żywnościowym opartym o SFSC można zauważyć korzystne skutki dla środowiska, jednak nie wszystkie krótkie łańcuchy żywności mają oczekiwany pozytywny wpływ na środowisko. Bardzo ważne jest to w jaki sposób łańcuchy są skracane, jak organizowana jest logistyka, ale (przed wszystkim) w jaki sposób prowadzona jest produkcja, przetwarzanie i przygotowanie do dostarczenia produktów żywnościowych.

Analiza dobrych praktyk zebranych w ramach projektu SKIN Horyzont wykazała, że pozytywny wpływ dotyczył ekologicznych metod produkcji (57 studiów przypadku) oraz zmniejszenie liczby kilometrów pokonywanych przez żywność (31 studiów przypadku), mniejsze zużycie energii i ślad węglowy (27 studiów przypadku), mniejszą emisję gazów cieplarnianych (25 studiów przypadku) i mniejsze marnotrawstwo żywności (24 studia przypadku) (Jarzębowski, Bourlakis, Bezat-Jarzębowska, 2020).

Zakładając, że SFSC będą promowały żywność sezonową, lokalnie wytwarzaną w gospodarstwach ekologicznych, a także głównie pochodzenia roślinnego można stwierdzić, że będą one pomagały w minimalizowaniu zmiany klimatu oraz pozwalały na zmniejszenie negatywnego wpływu na środowisko związanego z systemami żywnościowymi (Enthoven & Van den Broeck (2021). Rozwój SFSC może przyczynić się do realizacji wielu celów Agendy ONZ na

rzecz zrównoważonego rozwoju (Ilieva, 2017; UNIDO – United Nations Industrial Development Organization 2020).

Na podstawie przeglądu literatury oraz aktów prawnych stwierdzono, że ocenę wpływu na środowisko SFSC należy prowadzić wielowymiarowo, biorąc pod uwagę zarówno zmianę postaw konsumenckich (bardziej świadome wybory produktów o mniejszym wpływie na środowisko), sposób wytwarzania produktów pochodzenia roślinnego i zwierzęcego, miejsce wytwarzania, sposób przetwarzania oraz stosowane rozwiązania logistyczne.

Wypracowanie algorytmu oceny wpływu LRR na ślad węglowy oparto na weryfikacji poniższych hipotez:

HS1: Lokalne systemy żywności, ograniczają oddziaływanie na środowisko poprzez znaczne skrócenie odległości, na które żywność jest transportowana (tzw. „food miles”). Dystans, jaki dzieli producenta żywności od jej ostatecznego konsumenta przekłada się na adekwatny poziom zanieczyszczenia środowiska naturalnego.

HS2: Mniejsza intensyfikacja i bardziej tradycyjne sposoby produkcji w gospodarstwach zorientowanych na rynek lokalny, przyczyniają się do zmniejszenia tzw. śladu ekologicznego (carbon footprint) w postaci ograniczenia emisji gazów cieplarnianych.

Proces globalizacji wyeliminował granice stref żywicielskich (ang. *foodshed*) wyznaczanych wcześniej poprzez naturalne możliwości uprawy żywności oraz ograniczone możliwości transportowe. Jako strefę żywicielską należy rozumieć obszar dostarczania żywności o najmniejszym oddziaływaniu na środowisko – najmniejszym śladzie węglowym (Loeffler, 2012).

Bazę do delimitacji strefy żywicielskiej stanowią informacje o przepływach żywności (ang. *food flows*) – reprezentujące relacje pomiędzy miejscem produkcji (ang. *food origin*) oraz konsumpcji żywności, np. miastem. Analiza przepływów pozwala ocenić aktualny stan systemu żywnościowego reprezentowanego przez liczbę, rodzaje oraz grupy dostępnych produktów w zasięgu np. miasta. Strefa żywicielska jest podstawą do wyznaczania potencjalnych obszarów pod produkcję rolną w mieście (tzw. urban farming) oraz w strefie podmiejskiej w celu minimalizowania śladu węglowego oraz negatywnego oddziaływania na środowisko (Świąder, Szewrański, Kazak, 2018).

Przepływy żywności wiążą się z żywnościokilometrami (ang. *food miles*), które dany produkt musi pokonać, aby dotarł do konsumenta. ‘Food-miles’ mierzone są zazwyczaj jako odległość pokonana w kilometrach pomnożona przez masę w tonach dla każdego transportowanego artykułu żywnościowego (Li et al., 2002). W związku z tym, bardzo

ważnym aspektem jest połączenie podejścia food-miles z oceną emisyjności systemu żywnościowego, tj. oceną śladu węglowego produktu (Li et al., 2022).

Ślad węglowy, stanowi jedną ze składowych śladu ekologicznego (ang. *Ecological Footprint* - EF), który reprezentuje obszar biologicznie produktywny niezbędny do zaspokojenia wszystkich konkurujących ze sobą potrzeb człowieka, począwszy od produkcji żywności, powierzchnię ziemi niezbędną do zajęcia pod zabudowę i infrastrukturę, na sekwestracji zanieczyszczeń kończąc (Baabou et al., 2017). Ślad węglowy reprezentuje ekwiwalent dwutlenku węgla związany z konsumpcją zasobów oraz zanieczyszczeń generowanych przez człowieka, w tym związanych z produkcją i konsumpcją żywności (Świąder, Szewrański, Kazak, 2018). Tym samym, mając na uwadze ocenę wpływu na środowisko lokalnych systemów żywnościowych, krótkich łańcuchów dostaw żywności, do analizy oceny oddziaływania KŁŻ na środowisko należy uwzględnić aspekty dotyczące śladu węglowego oraz „food-miles”. Realizację zamierzenia oparto na metodzie systematycznego przeglądu literatury na podstawie podejścia ROSES - *RepOrting standards for Systematic Evidence Syntheses*.

Chcąc zachować spójność w obrębie podzadań badawczych dla aspektu środowiskowo-przestrzennych, wyszukiwanie (ang. *searching*) rozpoczęto od stworzenia wstępnej bazy publikacji na podstawie zidentyfikowanych rekordów (ang. *identified records*) dla słowa kluczowego *short food supply chains* (pol. krótkie łańcuchy dostaw żywności).

W kolejnych krokach zawężono bazę poprzez zastosowanie filtra w postaci słowa kluczowego *carbon footprint* (pol. ślad węglowy), a następnie *food miles* (pol. żywnościomile, żywnościokilometry), co pozwoliło na utworzenie usystematyzowanej bazy danych (ang. *systematic map database*).

Podczas pierwszego etapu tworzenia usystematyzowanej bazy danych, tzw. *searching*'u, w bazie publikacji Scopus zastosowano słowo kluczowe *short food supply chains*, dzięki czemu zidentyfikowano 1299 rekordów. Na uzyskaną bazę zastosowano filtr w postaci słowa kluczowego *carbon footprint*, co ograniczyło liczbę rekordów do 80. Ostatecznie, zawężono bazę rekordów poprzez zastosowanie słowa kluczowego *food miles*, uzyskując 33 dokumenty.

Po przeprowadzeniu kolejnego kroku, tzw. *abstract screening*, wykluczono dokumenty dotyczące: świadczenia usług przez firmy cateringowe (ang. *catering service*), polityki żywnościowej (ang. *food governance*), aspektów prawnych krótkich łańcuchów dostaw żywności (ang. *legal aspects of short food supply*), logistyki KŁŻ (ang. *logistic of SFSC*), odpadów żywnościowych i tworzyw sztucznych w sektorze gastronomicznym (ang. *hospitality*

sector's food and plastic waste) czy dobrobytu (ang. *wealth*). Etap ten poskutkował wykluczeniem 12 prac, pozostawiając do weryfikacji 21 rekordów.

Następnie poddano weryfikacji dostępność tekstów (ang. *articles retrieved at full text*), co pozwoliło zweryfikować, że jedynie 14 tekstów jest w pełni dostępnych. Analiza pełnych tekstów (ang. *full text screening*) pozwoliła na wyeliminowanie 2 tekstów skupiających się głównie na eko-etykietach (ang. *eco-labels, carbon labels*). Artykuły te nie odnosiły się stricte do wpływu KŁŻ na ślad węglowy, jednak pojawiły się w nich definicje śladu węglowego czy żywnościo-mili. Tym samym, podstawę do syntezy dotychczasowych wyników badań stanowiło 12 prac naukowych - 6 artykułów przeglądowych oraz 6 artykułów naukowych (z czego dwa artykuły w sposób ilościowy wyliczały ślad węglowy dla żywnościo-kilometrów).

Ocena wpływu lokalnych systemów żywności oraz KŁŻ na środowisko jest zagadnieniem dość skomplikowanym, co można wiązać już z samym brakiem jasnej definicji „lokalnej żywności” oraz brakiem porównywalnych danych w tym zakresie z różnych krajów (Enthoven & Van den Broeck, 2021). Definiowanie „lokalności” żywności jest różne w poszczególnych krajach UE. Pomimo tego, EU Joint Research Centre definiuje lokalny system żywnościowy jako taki, w którym żywność jest produkowana, przetwarzana i sprzedawana detalicznie w promieniu od 20 do 100 km (Enthoven & Van den Broeck, 2021).

Produkty pochodzące z lokalnych systemów żywnościowych, w szczególności takie jak owoce, warzywa, mięso i nabiał, głównie są postrzegane jako zdrowa alternatywa - świeże, nisko przetworzone. Jednak, nie można stwierdzić, że żywność produkowana lokalnie posiada wyższą jakość odżywczą niż żywność nielokalna. Cechy łańcucha dostaw (jak czas od zbiorów, rodzaj przetwarzania) są ważniejsze w określaniu jakości żywności niż odległość między producentem a konsumentem. Większość badań wykazała pozytywny wpływ na zachowania żywieniowe i zdrowie członków lokalnych systemów żywnościowych (jak członków grupy RWS – Rolnictwa Wspieranego Społecznie). Wskazano, że bliskość do lokalnych systemów żywnościowych ma pozytywny wpływ na zacieśnianie więzi społecznych wśród społeczności lokalnej (Enthoven & Van den Broeck, 2021).

Badania społeczne wskazują, że w ostatnich dekadach wzrosła świadomość konsumentów na temat niekorzystnych skutków płynących z konsumpcji globalnych produktów żywnościowych. Tym samym wzrosło zainteresowanie łańcuchami żywności cechującymi się niższym wpływem na środowisko, a także wzrost konsumpcji zdrowej żywności oraz wzrost bezpośredniego kontaktu z lokalnymi producentami (Enthoven & Van den Broeck, 2021).

W przeciwieństwie do badań społecznych, wciąż brakuje badań środowiskowych dotyczących KŁŻ, których dotąd prowadzono niewiele (Loiseau et al., 2020). Podejścia do

oceny zrównoważonego rozwoju systemów żywnościowych są często oparte na wiedzy eksperckiej oraz złożonych metodach, jak ocena emisji dwutlenku węgla i analiza śladów (ang. *footprints*). W ocenie łańcuchów dostaw żywności często stosuje się analizę cyklu życia (ang. *Life Cycle Assessments - LCA*), w tym do oceny KŁŻ (Doernberg et al., 2022).

Systemy żywnościowe przyczyniają się do około 26% globalnych emisji GHG w ramach, których emisje GHG związane z transportem stanowią 6% (Enthoven & Van den Broeck, 2021). Pomimo tego, że lotniczy transport towarowy ma znacznie większy wpływ na środowisko niż transportu kolejowy, morski czy drogowy, stanowi jedynie 0,16% światowych food-miles (Enthoven & Van den Broeck, 2021).

Badacze wskazują, że niewłaściwym jest stwierdzenie, że KŁŻ generują mniej GHG niż globalne systemy żywnościowe (Loiseau et al., 2020). Produkty z KŁŻ mogą pokonywać mniejszą liczbę kilometrów od producenta do konsumenta, jednak efektywność paliwowa na jednostkę produktu jest zwykle niższa w przypadku globalnych systemów żywnościowych, co jest możliwe do osiągnięcia dzięki większym ładunkom i efektywności logistycznej (Enthoven & Van den Broeck, 2021, Galli et al., 2015). Zwiększona efektywność globalnych łańcuchów żywnościowych sprawia, że średnia emisyjność KŁŻ (1,25 km/kg produktu) jest ponad dwa razy większa niż globalnych (0,53 km/kg produktu) (Majewski et al., 2020). Transport stanowi więc znikomy procent całkowitego wpływu związanego z całym systemem żywnościowym, a zatem jest niewystarczający do zagwarantowania stabilności środowiska (Soria-Lopez et al., 2022).

Nie wykazano dotąd, że lokalny system żywnościowy ma znaczący wpływ na obniżenie negatywnego oddziaływania na środowisko – obniżenie śladu węglowego. Co więcej, wskazuje się, że koncept „food-miles” nie jest wystarczający do oceny wpływu łańcuchów żywnościowych na środowisko (Kiss et al., 2019) i powinien brać pod uwagę także inne czynniki związane z procesem logistycznym jak czas transportu, emisje zanieczyszczeń, chłodnictwo żywności (Aliotte & de Oliveira, 2022).

Badacze wskazują, że raczej należałoby ustanowić zasięg oraz warunki, które pozwoliłyby stwierdzić, które z łańcuchów dostaw są bardziej efektywne środowiskowo niż drugie. Ponadto, KŁŻ powinny zaimplantować strategię optymalizacji logistyki, a konsumenci optymalizować transport związany z zakupem żywności od producenta (Loiseau et al., 2020). Szczególnie ważnym wydaje się aspekt optymalizacji odbioru produktów przez konsumentów, ponieważ najwyższym poziomem emisyjności charakteryzują się rozwiązania logistyczne typu indywidualny odbiór (ang. *pick-your-own*) lub sprzedaż na terenie gospodarstwa rolnego konsumentom (ang. *on-farm sales to consumer*) (Majewski et al., 2020). Wskazuje się, że w

przypadku zamówień indywidualnych, najmniej emisyjnym rozwiązaniem transportowym jest dostawa kurierska sprzedaży internetowej (ang. *internet sales—courier deliveries*) (Majewski et al., 2020). Zmiany te mogłyby znacząco wpłynąć na poprawę znaczenia oraz oddziaływania środowiskowego KŁŻ w porównywaniu z globalnymi łańcuchami dostaw (Loiseau et al., 2020).

Aktualnie, średni dystans związany z dostarczeniem świeżych produktów od producenta do konsumenta wynosi 1 500 – 2 500 mil w Stanach Zjednoczonych Ameryki, a 865,5 mil w Unii Europejskiej (Aliotte & de Oliveira, 2022). W Słowenii wykazano, że pomidory pochodzące z regionu z zasięgu 250 km mogą obniżyć ślad ekologiczny transportu żywności do 83,33% w porównaniu do pomidorów dostarczanych z zasięgu 1 500 km (Aliotte & de Oliveira, 2022). Z kolei w Kandzie zweryfikowano, że 30% żywności konsumowanej w kraju było importowanych, a ich transport był odpowiedzialny za 3,3 milionów ton emisji CO₂ (Aliotte & de Oliveira, 2022).

Ocena śladu węglowego produktu lokalnego (ang. *CF of local product*) powinna stanowić połączenie koncepcji ‘food-miles’ wraz z oceną emisyjności CO₂ związaną z transportem – uwzględniając pokonaną odległość w kilometrach, współczynniki emisyjności (ang. *emission factor*) dla danego typu pojazdu, rodzaju paliwa oraz uwzględnieniem trzech głównych gazów cieplarnianych: CO₂, CH₄ oraz N₂O. Należy przy tym pamiętać o konwersji GHG do postaci ekwiwalentu dwutlenku węgla - CO_{2eq}, poprzez zastosowanie współczynników potencjału tworzenia efektu cieplarnianego (ang. *Global Warming Potential – GWP*) (Mancini et al., 2019; Malak-Rawlikowska et al., (2019).

BOX.1.: Ślad węglowy produktu lokalnego - *The case of Parmigiano Reggiano PDO.*

Do oceny śladu węglowego produktu lokalnego (ang. *carbon footprint of local product - CF_{LP}*) uwzględniono:

- średni koszyk zakupowy dla lokalnego produktu zakupionego przez klienta [kg],
- średnią liczbę przejechanych kilometrów, aby pozyskać produkt [km],
- emisję CO_{2eq} na kilometr (w zależności od rodzaju paliwa) [CO_{2eq}/km].

Tym samym, w przypadku średniego koszyka zakupowego, zawierającego 3 kg lokalnego produktu oraz przypadającą na niego średnią liczbę przebytych kilometrów - 6 km, możliwe jest skwantyfikowanie żywnościo-kilometrów (food-miles), tj. 2 km na 1 kg produktu.

Następnie, chcąc połączyć koncept food-miles z podejściem oceny śladu węglowego, konieczne jest wyliczenie iloczynu żywnościo-kilometrów (km/kg) oraz współczynników emisyjności (CO_{2eq}/km), uzyskując CF_{LP} wyrażonego w CO_{2eq} na kilogram produktu (CO_{2eq}/kg).

Uzyskany wynik dla CF_{LP} można porównać ze średnim (globalnym, europejskim) CF transportu produktu (Poore & Nemecek, 2018).

Największej emisji GHG w systemach żywnościowych upatruje się na etapie uprawy żywności w gospodarstwie rolnym, który odpowiada za 61% emisji w systemach żywnościowych (Loiseau et al., 2020, *French apple distribution using Life Cycle Assessment*). Przyjazne dla środowiska wybory produkcyjne (zazwyczaj produkcja ekologiczna) mogą mieć pozytywny wpływ na wszystkie aspekty zachowania trwałości środowiska naturalnego (Forssell & Lankoski, 2015). Rolnictwo ekologiczne wiąże się z większą różnorodnością biologiczną oraz różnorodnością genetyczną uprawianych roślin, które z kolei uważane są za kluczowe dla bezpieczeństwa żywnościowego oraz dostępu do żywności (Forssell & Lankoski, 2015). Kluczowym czynnikiem dla zmniejszenia oddziaływania łańcuchów żywnościowych na środowisko i zmiany klimatu są metody produkcji, a także pochodzenie paszy (nie tylko w gospodarstwach zorientowanych na rynek lokalny) (Forssell & Lankoski, 2015; Enthoven & Van den Broeck, 2021).

Największą rolę w ograniczeniu śladu węglowego w systemie żywnościowym należy upatrywać w zmianie diety na opartą w większej mierze na roślinach. Produkty zwierzęce oraz pochodzenia zwierzęcego mają największe oddziaływanie na środowisko, co wiąże się z wysokimi wartościami (ekwiwalentu) dwutlenku węgla generowanego na kilogram produktu. Tym samym, zachęcanie konsumentów do uczestnictwa lub zakupu produktów pochodzących z lokalnych systemów żywnościowych o niskim wpływie na środowisko (sezonowych, dostosowanych do warunków lokalnych, produktów roślinnych) może pomóc w łagodzeniu zmian klimatu (Enthoven & Van den Broeck, 2021). Co więcej, znaczenie KŁŻ wzrosło w dobie Covid-19. Pomimo tego, że globalne łańcuchy dostarczania żywności okazały się odporne na nieprzewidziany kryzys, pandemia uwypukliła wrażliwość zglobalizowanego systemu żywnościowego i jego cech jak duża zależność od logistyki czy najmniej siły roboczej. Dzięki delokalizacji żywności i KŁŻ możliwy jest rozwój samozaopatrzenia w żywność, wzmocnienia odporności systemów żywnościowych, a także oceny podatności i ryzyka związanego z przepływami żywności w sytuacji różnych kryzysów – zachwiania globalnych rynków żywnościowych w obliczu kryzysów pandemicznych oraz klimatycznych (Chi Ffoleau & Dourian, 2020).

W toku przeprowadzonych badań odpowiedziano na sformułowane hipotezy:

HS1. Lokalne systemy żywności, ograniczają oddziaływanie na środowisko poprzez znaczne skrócenie odległości, na które żywność jest transportowana (tzw. „food miles”). Dystans, jaki dzieli producenta żywności od jej ostatecznego konsumenta przekłada się na adekwatny poziom zanieczyszczenia środowiska naturalnego:

Lokalne systemy żywnościowe oraz KŁŻ ograniczają oddziaływanie na środowisko poprzez skrócenie odległości związanej z transportem żywności (food-miles), jednak efektywność paliwowa na jednostkę produktu jest zwykle niższa w przypadku globalnych systemów żywnościowych, co jest możliwe do osiągnięcia dzięki większym ładunkom i efektywności logistycznej. Krótszy dystans nie jest więc równoznaczny z niższym oddziaływaniem produktu na środowisko.

HS2. Mniejsza intensyfikacja i bardziej tradycyjne sposoby produkcji w gospodarstwach zorientowanych na rynek lokalny, przyczyniają się do zmniejszenia tzw. śladu ekologicznego (carbon footprint) w postaci ograniczenia emisji gazów cieplarnianych:

Mniejsza intensyfikacja oraz bardziej przyjazne dla środowiska wybory produkcyjne (zazwyczaj produkcja ekologiczna) mogą mieć pozytywny wpływ na wszystkie aspekty zachowania trwałości środowiska naturalnego, jednak nie tylko w gospodarstwach zorientowanych na rynek lokalny.

Wymiar przestrzenny

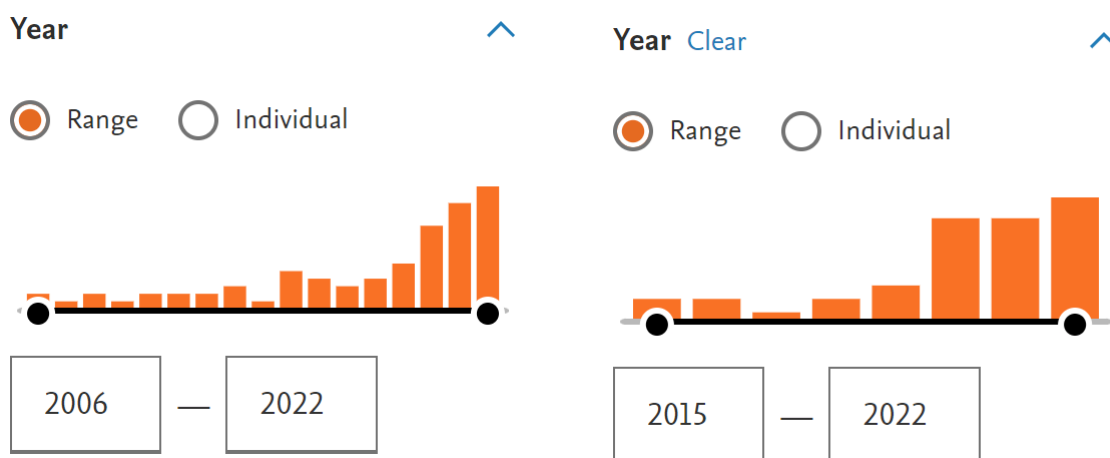
Wypracowanie oceny wpływu LRR na dynamikę zmian przestrzennych oparto na metodzie metodzie systematycznego przeglądu literatury na podstawie podejścia ROSES - *RepOrting standards for Systematic Evidence Syntheses*, które dedykowane jest do badań m.in. z zakresu zarządzania środowiskiem (Haddaway, Macura, Whaley, P. et al., 2018). Chcąc zachować spójność w obrębie podzadań badawczych dla aspektu środowiskowo-przestrzennych, wyszukiwanie (ang. *searching*) rozpoczęto od stworzenia wstępnej bazy publikacji na podstawie zidentyfikowanych rekordów (ang. *identified records*) dla słowa kluczowego *short food supply chains* (pol. krótkie łańcuchy dostaw żywności).

W kolejnych krokach zawężono bazę poprzez zastosowanie filtra w postaci słowa kluczowego *land use change* (pol. zmiany użytkowania terenu), a następnie *dynamics* (pol. dynamika), co pozwoliło na utworzenie usystematyzowanej bazy danych (ang. *systematic map database*).

Podczas pierwszego etapu tworzenia usystematyzowanej bazy danych, tzw. *searching*'u, w bazie publikacji Scopus zastosowano słowo kluczowe *short food supply chains*, dzięki czemu zidentyfikowano 279 rekordów. Na uzyskaną bazę zastosowano filtr w postaci słowa kluczowego *land use change*, co ograniczyło liczbę rekordów do 63 (rysunek 66a). Ostatecznie, zawężono bazę rekordów poprzez zastosowanie słowa kluczowego *dynamics*, uzyskując 28 dokumenty (rysunek 66b). Rozkład liczebności prac w latach potwierdza, że zagadnienie to jest

nowe i pojawia się w literaturze ostatnich lat, a zainteresowanie badaczy w tym obszarze cały czas rośnie.

Rysunek 66. Rozkład liczebności publikacji w latach



a) dla pojęć *short food supply chains* oraz *land use change*

b) dla pojęć *short food supply chains* oraz *land use change* oraz *dynamics*

Po przeprowadzeniu kolejnego kroku, tzw. *abstract screening*, wykluczono 20 dokumentów, które w treści swoich abstraktów nie odnosiły się bezpośrednio lub pośrednio do kwestii użytkowania terenu. W wyniku tej selekcji pozostało 8 prac do dalszej analizy. Wszystkie 8 artykułów było dostępne w pełnej wersji (ang. *articles retrieved at full text*), co umożliwiło dalszą weryfikację treści pełnych tekstów publikacji (ang. *full text screening*).

Spośród 8 artykułów, które poddane zostały szczegółowej analizie, 3 publikacje odnosiły się do użytkowania terenu na etapie przeglądu literatury, natomiast 5 z nich odnosiło się do tego elementu na etapie badań własnych.

W zakresie przeglądu literatury Escobar-López i in. odnieśli się do obserwacji, iż krótkie łańcuchy dostaw żywności mogą potencjalnie poprawić i wspierać produkcję rolną, rozwój obszarów wiejskich, użytkowanie gruntów oraz lokalny rozwój gospodarczy i konsumpcję (Escobar-López, Amaya-Corchuelo, Espinoza-Ortega, 2021). Mechanizmy te mogą przy tym być stymulowane zewnętrznie. Jak zauważa Borsellino i in., interwencje publiczne w rolnictwie wpływają na wzorce produkcji i konsumpcji, a także na przepływy handlowe, co może mieć znaczący wpływ na wahania cen, ubóstwo, bezpieczeństwo żywnościowe, odżywianie i inne kwestie związane ze zrównoważonym rozwojem, takie jak zmiana klimatu, zmiany w decyzjach dotyczących użytkowania gruntów i różnorodność biologiczna (Borsellino,

Schimmenti, El Bilali, 2020). Zmiany zagospodarowania przestrzennego nie są zatem głównym czynnikiem wynikającym z rozwoju krótkich łańcuchów dostaw żywności, ale poprzez powiązania systemowe, zmiany w użytkowaniu terenu mogą pojawić się jako jeden z wielu skutków zmian w lokalnych systemach żywnościowych. W zakresie pomiarów, pojęcie użytkowania terenu przywołuje zespół pod kierunkiem Muñoz Torres. Zauważają oni, że użytkowanie terenu wymienione jest jako jedna ze zmiennych śladu środowiskowego wykorzystywanego do pomiaru efektywności środowiskowej produktów (Muñoz Torres, Fernández-Izquierdo, Ferrero-Ferrero, Escrig-Olmedo, Rivera-Lirio, 2022). Nie jest natomiast przytoczone żadne inne podejście, które mówiłoby o jak powiązać można krótkie łańcuchy dostaw żywności ze zmianami zagospodarowania terenu.

W obszarze badań własnych, opracowanie przygotowane dla Kaliforni (USA) wskazuje na przyrost gruntów użytkowanych rolniczo przy jednoczesnym spadku liczby producentów (Fuchs-Chesney, Raj, Daruwalla, Brinkley, 2022). Zauważalny jest zatem kierunek rozwoju produkcji rolniczej przez dużych producentów. System taki cechować się może nie zrównoważonym modelem rozwoju, bazującym raczej na pojęciu wzrostu niż rozwoju. Jak zauważa Rivera-Ferre i in. systemy produkcji żywności oparte na produkcji wielkoskalowej wykazują związek z rozprzestrzenianiem się chorób zakaźnych. Rolnictwo wielkoobszarowe, szczególnie takie, które znacząco wpływa na zmianę warunków mikroklimatycznych, może zatem cechować się niekorzystnym wpływem na bezpieczeństwo zdrowia publicznego (Rivera-Ferre, López-i-Gelats, Ravera, Oteros-Rozas, di Masso, Binimelis, El Bilali, 2021).

Odpowiedzią na redukcję wspomnianego ryzyka może być właśnie rozwój krótkich łańcuchów dostaw żywności. W badaniu przeprowadzonym na Ibizie (Hiszpania), producenci z jednej z firm (Ecofeixes) wskazywali w wywiadach, że ich działania mają na celu budowę nowego modelu terytorialnego, z bardziej zróżnicowaną gospodarką, który przywraca użytkowanie gruntów rolnych, nadaje nową wartość wiejskiemu krajobrazowi wyspy i promuje zrównoważony rozwój środowiskowy (Vercher, 2022). Jak zauważa Dubois, niektóre systemy certyfikacji żywności mogą nakładać wymagania dotyczące warunków produkcji, które mogą wymuszać zmiany w użytkowaniu terenu. Takim przykładem może być produkcja zwierzęca, gdzie zapewnić należy odpowiednią ilość przestrzeni zwierzętom w celu zapewnienia im dobrostanu lub konieczność posiadania większych użytków terenu służących produkcji ekologicznej paszy (Dubois, 2022). Bertram i in. zauważają w swoich badaniach, że użytkowanie gruntów jest zauważalnie związane z lokalną produkcją żywności. Badania przeprowadzone w Bawarii (Niemcy) na podstawie trzech rodzajów produktów (piwa, szparagów oraz czereśni) wskazują, że sytuacja na rynku i poziom popytu na dane produkty

przekłada się na decyzje o użytkowaniu terenu w dany sposób (Bertram, Chilla, Wilhelm, 2021).

Przeprowadzona synteza dotychczasowych badań potwierdza konieczność wdrażania krótkich łańcuchów dostaw żywności oraz ich ścisłego powiązania z dynamiką użytkowania terenu. Zauważyć przy tym należy, że badania w tym obszarze nie są szczególnie liczne, co potwierdza, że jest to zagadnienie, które wymaga pogłębionych analiz przeprowadzonych na różnorodnych rynkach produkcji żywności.

Odnosząc się bezpośrednio do algorytmów oceny wpływu lokalnych rynków rolnych na dynamikę zmian przestrzennych bazować można na badaniach przeprowadzonych w Bawarii. To właśnie te badania sugerują pośrednio jedno z podejść jakie może być zastosowane w pomiarze relacji pomiędzy krótkimi łańcuchami dostaw żywności, a dynamiką zmian użytkowania terenu. Na podstawie publikacji zespołu Bertram, zaproponować można analizę korelacji pomiędzy popytem na dany produkt, a powierzchnią terenu przeznaczoną na jego produkcję (Bertram, Chilla, Wilhelm, 2021).

Definiując poszczególne grupy produktów, które podlegać mogą zaproponowanej ocenie wskaźnikowej zauważyć przy tym należy, że niektóre z baz danych (a co za tym możliwych podejść analitycznych) skupiają się tylko na produktach nieprzetworzonych, podczas gdy inne zbierać mogą dane dotyczące produktów przetworzonych (Fuchs-Chesney, Raj, Daruwalla, Brinkley, 2022). Zasadnym zatem wydaje się w pierwszej kolejności zidentyfikowanie, które z produktów występują na lokalnym rynku i jakie źródła danych powinny w związku z tym zostać zastosowane do pomiaru popytu na dany produkt. Dane te należałoby skonfrontować w danymi o szacunkowych plonach i zasiewach, które są w dyspozycji ośrodków doradztwa rolniczego. Dane te dostępne są w podziale na gminy, co umożliwi analizę lokalnych rynków rolnych.

W toku badań dokonano analizy krótkich łańcuchów dostaw żywności (w tym także przedstawionego modelu sieci równorzędnej) z punktu widzenia wpływu na struktury przestrzenne gospodarstw rolnych (struktury upraw, rozdrobnienia działek itp.). Sformułowano następująca hipotezę:

HP1. Określony sposób prowadzenia gospodarstw zorientowanych na lokalne systemy żywnościowe, powstrzymuje konsolidację gruntów i gospodarstw, zachowując dotychczasowe struktury przestrzenne, sprzyjające bioróżnorodności.

Według neoliberalnego paradygmatu rozwoju rolnictwa, należy kontynuować kierunek przeobrażeń tego sektora, zmierzający do zwiększenia jego produktywności i poprawy konkurencyjności w ujęciu globalnym. Osiągnięcie powyższego celu wymaga rozwoju rolnictwa industrialnego bazującego na dużych i średnich gospodarstwach rolnych zdolnych do

korzystania z korzyści skali i obniżania kosztów jednostkowych produkcji. Abstrahuje się przy tym od wpływu niniejszych działań na sferę społeczną i środowiskową. Z drugiej strony głoszone są poglądy, według których rozwój rolnictwa powinien odbywać się zgodnie z paradygmatem rozwoju zrównoważonego i uwzględniać nie tylko czynniki ekonomiczne, ale również potrzeby środowiskowe i społeczne.

Równolegle do dyskursu akademickiego i debat politycznych w polskim rolnictwie zachodzą procesy, które w sposób trwały zmieniają kształt i sposób funkcjonowania rolnictwa. Szczególną rolę należy przypisać widocznym procesom koncentracji własności ziemi. Koncentracja ta sprzyja rozwojowi rolnictwa industrialnego, jednak jest sprzeczna z założeniami rozwoju zrównoważonego. Zmiana uwarunkowań gospodarowania, spowodowana procesami koncentracji ziemi z jednej strony wymusza modernizację obszarów wiejskich, z drugiej jednak strony, w znacznym stopniu pozbawia je właściwej im tradycji i lokalnego charakteru. Prowadzi to do radykalnej zmiany rolnictwa od „modelu chłopskiego” do gospodarstwa "mega-przedsiębiorstwa", co pociąga za sobą także zmianę struktury tego rynku, od konkurencji doskonałej do oligopolu, gdzie dominuje optyka wielkich korporacji przy jednoczesnej osłabianej roli czynnika instytucjonalnego (politycznego). Warto przy tym podkreślić, że dynamika badanego zjawiska jest różna w poszczególnych województwach. Proces ten zachodzi szybciej w północnej i zachodniej Polsce, natomiast wolniej w Polsce południowo-wschodniej i centralnej (Struś M & Raftowicz, 2023).

Aktualnie obserwowanym w Polsce zjawiskiem jest zmniejszanie się liczby gospodarstw rolnych, zwłaszcza małych do 10 ha, przy jednoczesnej koncentracji gruntów rolnych w gospodarstwach o powierzchni 50-100 ha i powyżej 100 ha. Chociaż proces ten przebiega relatywnie wolno to jednak jest on coraz bardziej widoczny.

Z danych Powszechnych Spisów Rolnych wynika, że w latach 2010-2020 liczba gospodarstw rolnych w Polsce zmniejszyła się o ok. 12,7% z 1509 tys. do 1317 tys. Szczególnie widocznym zjawiskiem było zmniejszenie się liczby gospodarstw rolnych o powierzchni do 10 ha (o ok. 15,9% z 1160 tys. do 976 tys.). Jednocześnie w badanym okresie nastąpiła stabilizacja liczby gospodarstw rolnych o powierzchni 10-30 ha, oraz wzrost liczby gospodarstw o powierzchni powyżej 30 ha. Szczególnie widoczny był wzrost liczby gospodarstw rolnych uznawanych za duże (50-100 ha) i bardzo duże (powyżej 100 ha). Odpowiednio o 52,9% i 30%. Dynamiczny wzrost liczby dużych i bardzo dużych gospodarstw, w połączeniu z likwidacją gospodarstw małych sprawił, że w 2020 r. udział gospodarstw o powyżej 50-100 ha i powyżej 100 ha w ogólnej strukturze gospodarstw rolnych wyniósł odpowiednio ok. 2%, i 1%. W 2010 r. udziały te kształtowały się odpowiednio na poziomie 1,1% i 0,7%.

W skali regionalnej przedstawione powyżej procesy koncentracji ziemi zachodzą nierównomiernie, wykazując różną dynamikę przestrzenną. Mimo tego, co warto w tym miejscu podkreślić, w dotychczasowych opracowaniach rzadko na to zwracano uwagę.

W 2010 r. udział gospodarstw o powierzchni powyżej 100 ha największy był na ziemiach zachodnich i północnych tj. w województwach: zachodniopomorskim (4,7% ogółu gospodarstw), lubuskim (2,9%), warmińsko-mazurskim (2,4%) i dolnośląskim (2,0%), co ilustruje rysunek 1. Gospodarstwa te posiadały również przynajmniej 1% udział w ogólnej strukturze gospodarstw w województwach opolskim, pomorskim, kujawsko-pomorskim i wielkopolskim. Najniższym odsetkiem gospodarstw pow. 100 ha. charakteryzowały się województwa: małopolskie (0,1%) i świętokrzyskie (0,1%)

W 2020 r. procesy koncentracji gruntów, mierzone liczbą gospodarstw rolnych o pow. powyżej 100 ha w największym stopniu nadal widoczne były na ziemiach zachodnich i północnych, a zwłaszcza w województwach: zachodniopomorskim (6,6%), lubuskim (4,3%) i warmińsko-mazurskim (3,1%). Relatywnie duży udział największych obszarowo gospodarstw odnotowano także w województwach: dolnośląskim (2,8%), pomorskim (2,7%) i opolskim (2,7%).

Najmniejszy udział powyższych gospodarstw odnotowano na ziemiach zaboru austriackiego tj. w województwach: małopolskim (0,1%), świętokrzyskim (0,2%), i podkarpackim (0,3%). Niskim udziałem przedmiotowych gospodarstw charakteryzowało się także województwo łódzkie (0,3%).

Z zestawienia danych za 2010 r. i 2020 r. wynika, że istnieje trwały podział na regiony, w których procesy koncentracji są w większym stopniu zaawansowane i na regiony, gdzie ich oddziaływanie jest mniejsze. Można wręcz pokusić się o stwierdzenie, że neoliberalny paradygmat rozwoju przyczynił się do pogłębienia dywergencji poziomu rozwoju rolnictwa pomiędzy poszczególnymi regionami. Świadczy o tym fakt, że na przestrzeni analizowanych lat, udział gospodarstw rolnych o powierzchni powyżej 100 ha. wzrósł najszybciej w województwach zachodniej i północnej Polski (zachodniopomorskim o 1,9 punktu procentowego, lubuskim o 1,4 punktu procentowego, warmińsko-mazurskim o 0,7 punktu procentowego, dolnośląskim o 0,8 punktu procentowego, pomorskim o 0,8 punktu procentowego i opolskim o 0,8 punktu procentowego). W analogicznym okresie w przypadku województwa małopolskiego udział ten pozostał na niezmiennym poziomie, a w województwie świętokrzyskim wzrósł o 0,1 punktu procentowego.

Widać więc, że w przypadku województw, w których początkowy udział gospodarstw o powierzchni powyżej 100 ha był największy zachodzi najdynamiczniej proces koncentracji

własności ziemi. W województwach w których na początku lat 90. XX w. istniały lub/i powstały duże gospodarstwa rolne nastąpiła największa akumulacja kapitału, która z kolei umożliwiła dalszy zakup ziemi i powiększanie areału gruntów. Tam, gdzie rolnictwo początkowo było rozdrobnione proces koncentracji przebiega zdecydowanie wolniej (Struś M & Raftowicz, 2023).

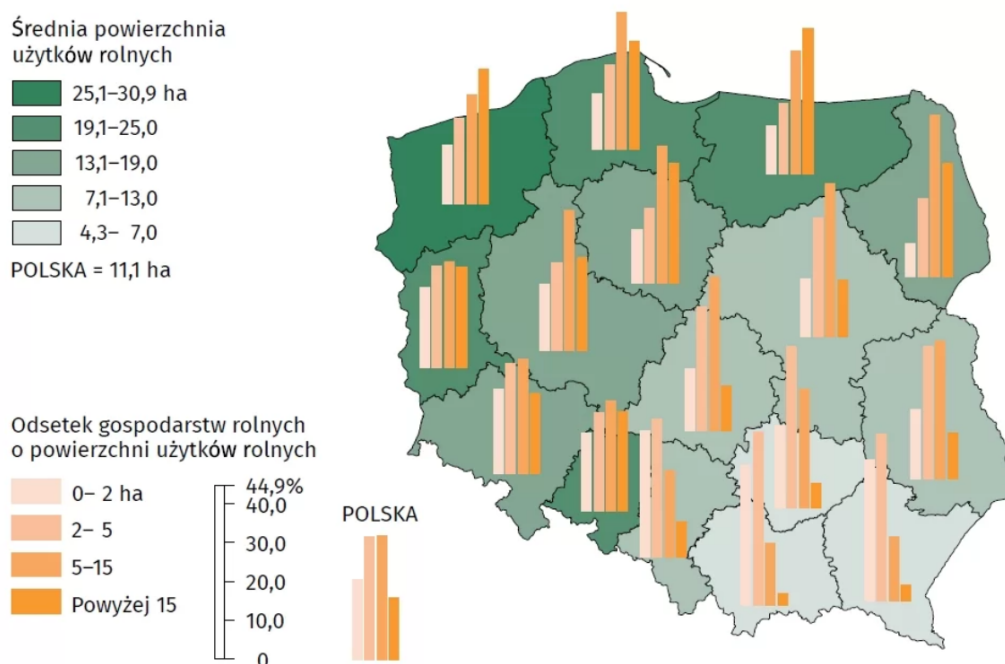
Procesy koncentracji doprowadziły do wzrostu w Polsce o 13,3% średniej powierzchni gospodarstwa rolnego. W 2020 r. wynosiła on 11,1 ha, podczas gdy w 2010 r. 9,8 ha. Warto przy tym podkreślić, że pod względem przeciętnej powierzchni gospodarstw rolnych Polska jest silnie zróżnicowana wewnątrz. Również w tym przypadku różnice wynikają z odmiennych doświadczeń historycznych. Największą przeciętną powierzchnie posiadają gospodarstwa rolne zlokalizowane w zachodniej i północnej Polsce. Liderami pod tym względem są województwa: zachodniopomorskie (30,9 ha), warmińsko-mazurskie (23,9 ha) i lubuskie (21,0 ha). Najmniejszą przeciętną powierzchnią charakteryzowały się gospodarstwa położone w województwach małopolskim (4,3 ha) i podkarpackim (4,9 ha).

W tym miejscu pojawiają się dwa pytania dotyczące polityki rozwoju rolnictwa w Polsce. Pierwsze dotyczy uwzględnienia scharakteryzowanych powyżej różnic regionalnych. Drugie zaś, czy polityka zorientowana jedynie na neoliberalny kierunek rozwoju rolnictwa nie powinna być przeorientowana na wspieranie rolnictwa zrównoważonego?

Pierwsze z tych pytań, wydaje się zasadne, gdy uświadomimy sobie, że Polska wzorując się na Wspólnej Polityce Rolnej Unii Europejskiej prowadzi jednolitą politykę rolną i nie różnicuje co do zasady, przestrzennie instrumentów wsparcia. Kraj traktowany jest jako jednolity wewnątrz podmiot, na terenie którego zachodzą identyczne procesy gospodarcze. W obliczu przedstawionych powyżej dowodów, wydaje się, że ten unitarny styl powinien być zweryfikowany na politykę zorientowaną przestrzennie.

W sukurs temu pierwszemu wnioskowi przychodzi także odpowiedź na drugie pytanie. Wspieranie rolnictwa zrównoważonego powinno mieć również terytorialny wymiar, koncentrując się przede wszystkim na obszarach, w których istnieje szansa zachowania rozdrobnionej struktury gospodarstw, z systemem zadrzewień śródpolnych oraz zróżnicowaną strukturą upraw. Zgodnie bowiem z postawioną na początku tej części hipotezą, sposób prowadzenia gospodarstw zorientowanych na lokalne systemy żywnościowe, powstrzymuje konsolidację gruntów i gospodarstw, zachowując dotychczasowe struktury przestrzenne.

Rysunek 67. Średnia powierzchnia użytków rolnych w gospodarstwie i odsetek liczby gospodarstw w grupach obszarowych użytków rolnych w 2020 r. (Powszechny Spis Rolny)



Według przeprowadzonych badań wśród rolników biorących udział w projekcie IQSell, zdecydowanie należą one do tej właśnie kategorii gospodarstw. Tylko jedno gospodarstwo miało ponad 50 ha areалу, a aż 67% z nich nie przekraczało 10 ha. Większość z nich miała także rozdrobnioną strukturę działek i upraw rolnych.

Tym samym można założyć dalej idący wniosek, że wdrożenie modelu sieci równorzędnej w rozwój lokalnych rynków rolnych (LRR) może sprzyjać zachowaniu pożądanej z punktu widzenia zrównoważonego rozwoju, struktury przestrzennej działek rolnych i zróżnicowanych upraw.

By znaleźć potwierdzenie postawionej hipotezy dokonano analizy tego zagadnienia w literaturze przedmiotu. Pierwszą konstatacją jest stosunkowo niewielka liczba publikacji, poświęconych głównie zagadnieniu wpływu LRR na zmiany krajobrazowe i dynamikę struktury użytkowania gruntów. Występuje on częściej jako element szerszych analiz związanych ze zrównoważonym rozwojem. W zdecydowanej większości prac dominuje negatywna ocena procesu scalania gruntów, który doprowadza do trwałej utraty różnorodności krajobrazowej (Markuszczyńska, 2012; Firbank i in. 2008; Zegar & Wrzaszcz, 2017; Pajewski, 2017; Wilkin, 2010; Tschardtke i in. 2012; UNCTD 2013). Podkreśla się, że szczególne znaczenie w relacji człowiek (rolnik) – środowisko (bioróżnorodność) odgrywa sposób wykorzystania gruntów. Według Gołębiowskiej jednym z ważniejszych czynników wpływających na bioróżnorodność agroekosystemów jest sposób rolniczego gospodarowania i

wykorzystywania gruntów (Gołębiowska i in. 2016). Szczególnie struktura użytków rolnych i sposób wykorzystania gruntów ornych odgrywają tu ważną rolę. Ocenia się, że paradoksalnie ekosystemy rolnicze są jednymi z najbardziej zagrożonych utratą różnorodności biologicznej. Rozwój intensywnego wielkoobszarowego rolnictwa, co wiąże się z intensyfikacją użytkowania gruntów oraz eliminacją ostoi bioróżnorodności, takich jak zadrzewienia, oczka wodne itp. Towarzyszy temu zanik niektórych cennych przyrodniczo ekosystemów krajobrazu rolniczego, zwłaszcza związanych z bardzo ekstensywnymi lub historycznymi sposobami użytkowania (MRiRW, 2006).

O ile w przypadku badań nad bioróżnorodnością mamy do czynienia z wieloma konkretnymi wynikami, o tyle w przypadku badań nad strukturą przestrzenną gospodarstw są to głównie opinie oparte na głęboko ugruntowanej intuicji, a nie na wynikach badań empirycznych. Zakłada się w nich po prostu, że większe zróżnicowanie działek gruntów jest zachowaniem krajobrazu kulturowego, co korzystnie wpływa także na środowisko. W takim samym paradygmacie sformułowane są dokumenty Unii Europejskiej, programujące politykę rozwoju obszarów wiejskich (Plan strategiczny...2023; European... 2023; Wspólna... 2023). Przeważa w nich opinia, że o walorach przyrodniczych krajobrazu wiejskiego w Polsce decyduje zróżnicowanie siedlisk oraz ich użytkowania, a także cechy gospodarstw rolnych, związane ze strukturą działek rolnych, rozdrobnieniem gospodarstw, rodzajem produkcji rolniczej, intensywnością gospodarowania, występowaniem lub nagromadzeniem obiektów pełniących funkcje ekologiczne.

Dlatego wyróżnia się niewielka grupa badań, w których podejmuje się próby empirycznego zweryfikowania takiej hipotezy. Według badań Siedleckiej, kierujący gospodarstwami mniejszymi, bardziej rozdrobnionymi i agroturystycznymi, zdecydowanie wyżej oceniają walory zróżnicowania krajobrazowego i cenność środowiska naturalnego. Istotnie statystycznie różnice występują w ocenie pomiędzy tą grupą producentów a rolnikami z gospodarstw dużych ($p=0,017$) i konwencjonalnych ($p=0,016$). Wydaje się więc, że ten typ gospodarowania wiąże się z większą wrażliwością wykorzystywania zasobów środowiskowych (Siedlecka, 2015).

Wartość przyrody i zachowanie lokalnych obszarów naturalnych (takich jak tradycyjny krajobraz rolniczy), świadomość specyficznych podziałów gruntów, oraz chęć wspierania produkcji przyjaznej dla środowiska na lokalnym obszarze, były wysoko notowanymi motywacjami w badaniach konsumentów w wielu krajach europejskich (Vittersø i in. 2019).

Próba zidentyfikowania kluczowych wskaźników oceniających wpływ KŁDŻ na cechy środowiskowe, społeczne i ekonomiczne, choć zawierały listę aż 63 wskaźników (23 ekonomicznych, 15 środowiskowych i 25 społecznych), to jednak żaden z nich nie odnosił się

do struktury przestrzennej upraw i podziałów gruntów. Świadczy to o marginalnym nieraz traktowaniu tych zagadnień w niektórych badaniach naukowych (Borsotto, 2023).

Jednym z nielicznych opracowań, które określały wpływ KŁŻ na kształtowanie się struktury przestrzennej gospodarstw, była praca Bertrama i in. Empirycznie zespół ten wykazał na przykładzie trzech produktów w Bawarii (piwo, czereśnia, szparagi), że krótkie odległości w łańcuchach wartości żywności sprzyjają zachowaniu struktury użytkowania gruntów (Bertram i in. 2021). Warta uwagi jest także praca zespołu Moretti, dla którego poligonem doświadczalnym były europejskie obszary górskie. Badania dowiodły, że są one szczególnym przypadkiem równoważenia wartości ich zasobów naturalnych, kulturowych i społecznych. Na tych obszarach ciągłe interakcje adaptacyjne między procesami środowiskowymi i społeczno-kulturowymi tworzą systemy społeczno-ekologiczne charakteryzujące się dużą różnorodnością ekosystemów i zachowaniem sposobów użytkowania gruntów (Moretti i in. 2023). Można uznać, że obie prace potwierdzają pozytywny wpływ LRR, na zahamowanie procesów konsolidacji struktury użytkowania gruntów, które zachodzą w wyniku rozwoju rolnictwa w neoliberalnego.

Odmiernym nurtem badań, które w ostatnich latach znacząco zyskało na wartości, były prace związane z usługami ekosystemowymi. Rosnąca świadomość korzyści, jakie ekosystemy przynoszą społeczeństwu, doprowadziła badaczy do sformułowania koncepcji tzw. usług ekosystemowych (ecosystem services). Szereg prac udawało pozytywny wpływ KŁDŻ na zrównoważony rozwój i aspekty środowiskowe (Feledyn-Szewczyk, 2016; Matson i in. 1997; Wezel i in. 2014; Wieliczko, 2016). Jednak podobnie jak we wcześniejszej analizie, trudno znaleźć opracowania, które koncentrują się na aspekcie zachowania kulturowej struktury użytkowania gruntów. Zważywszy jednak tego rozwój tego kierunku badań należy się spodziewać, że ta luka zostanie szybko wypełniona.

Pomimo zatem małej liczby bezpośrednich dowodów ilościowych, potwierdzających tezę, że krótkie łańcuchy umożliwiają utrzymanie rozdrobnionej struktury upraw, funkcjonuje głęboko zakorzenione przekonanie o takiej właśnie zależności. Wynika to z dowodów pośrednich, powszechnie w badaniach wskazywanych, w których to podnosi się specjalizację takich gospodarstw, oraz osiaganie korzyści z tytułu kooperacji. Równoważy to efekty skali w tradycyjnym rolnictwie i daje szansę mniejszym producentom na konkurowanie na lokalnym rynku. Krótkie łańcuchy dostaw żywności sprzyjają większej różnorodności produkcji żywności. Producentom jest łatwiej wprowadzać na rynek unikalne i niekonwencjonalne produkty, które mogą być niedostępne w masowym handlu detalicznym. To stwarza większą różnorodność wyboru dla konsumentów i zachęca do utrzymania różnorodności upraw na

małych gospodarstwach. Krótkie łańcuchy dostaw żywności często promują bezpośrednią komunikację między producentami a konsumentami. To tworzy możliwość edukacji konsumentów na temat lokalnej produkcji żywności, zrównoważonych praktyk rolniczych i korzyści wynikających z wsparcia lokalnej gospodarki. W rezultacie konsumentom może zależeć na utrzymaniu rozdrobnionej struktury upraw, aby wspierać lokalnych producentów i zachować różnorodność żywnościową.

Panuje powszechna zgodność, że typ działalności rolniczej wpływa na aspekty ekosystemowo-krajobrazowe. Na podstawie wyglądu krajobrazu możemy określić stan jego bioróżnorodności i typ działalności rolniczej. Działalność rolnicza dzieli się w zależności od sposobu zagospodarowania przestrzeni rolniczej w zakresie produkcji roślinnej i zwierzęcej. Wyróżniamy rolnictwo konwencjonalne – intensywne oraz rolnictwo zrównoważone – ekologiczne – zintegrowane. Bioróżnorodność w rolnictwie jest postrzegana w wielu płaszczyznach, jednak w tej części opracowania skupiono się na różnorodność funkcjonalnej i strukturalnej, decydującej o kształcie systemów ekologiczno-krajobrazowych (FDPA, 2023).

Zwolennicy zwiększania skali gospodarstw, kierują się zasadą, że wielkość ekonomiczna gospodarstwa warunkuje jego żywotność, czyli możliwość wygenerowania dochodu na poziomie porównywalnym do tego z działalności pozarolniczej (tzw. dochodu parytetowego). Jak szacuje Zegar areał niezbędny do spełnienia tego kryterium wynosił 30 ha, zaś wielkość produkcji standardowej 50 tys. euro (Zegar, Wrzaszcz, 2017).

Jednak obok kierunku zwiększenia wielkości, opartego na efekcie skali, zaczyna się zauważać drugi kierunek polegający na specjalizacji gospodarstw rolnych. Wynika on ze świadomości, że priorytety ekonomiczne nie powinny abstrahować od społecznych i środowiskowych priorytetów rozwoju rolnictwa. Dominacja wielkoobszarowych, silnie wyspecjalizowanych gospodarstw może prowadzić do negatywnych konsekwencji środowiskowych związanych z produkcją metodami przemysłowymi. Wśród nich najczęściej podejmuje się kwestie zaniku bioróżnorodności i zubożenie krajobrazów, pogarszającego się dobrostanu zwierząt hodowlanych i nadmiernego oparcia produkcji o energię pozyskiwaną z paliw kopalnych. W kontekście społecznym negatywnie postrzegany jest zanik rodzinnych gospodarstw rolnych, które pielęgnują wiejskie tradycje i kulturę. Wskazać trzeba również zasadniczą wadę wielkoobszarowych, wyspecjalizowanych gospodarstw, jaką jest niska elastyczność i brak odporności na kryzysy związane np. z występowaniem chorób lub szokami cenowymi na rynkach rolnych. (Staniszewski, 2023).

Dlatego polityka rolna państwa powinna być zdywersyfikowana horyzontalnie i terytorialnie. W tym pierwszym przypadku, obok postulatów zwiększenia skali gospodarstw,

wzmocnieniu powinien ulec kierunek wzmocnienia działań pro jakościowych wśród małych gospodarstw, Związane jest to zarówno z orientacją na specjalizacje jak i na stosowanie odpowiednich modeli organizacyjnych i technologicznych. Pożądaną ścieżką rozwoju drobnych gospodarstw jest wytwarzanie żywności wysokiej jakości, tradycyjnej i wstępnie przetworzonej oraz jej sprzedaż bezpośrednią, co pozwoliłoby na generowanie większej wartości dodanej z gospodarstwa. Produkcja mogłaby odbywać się równolegle ze świadczeniem usług pozarolniczych, związanych jednak z lokalną kulturą, historią i przyrodą, co wspierałoby zachowanie tych wartości.

Ważnym obszarem wsparcia drobnych gospodarstw powinna być promocja polskich produktów rolnych. Wraz ze wzrostem zamożności społeczeństwa popyt na tradycyjną, ekologiczną żywność wysokiej jakości, a także usługi pozarolnicze związane z lokalną kulturą, historią i przyrodą będzie rosł. Realnie oceniając sytuację, trzeba jednak jasno stwierdzić, że taki scenariusz rozwoju (bazujący na powyższych) będzie dotyczyć tylko wybranych, drobnych gospodarstw rolnych (Staniszewski, 2023).

Jak postuluje Zegar, rolnictwo polskie stoi wobec wielkiego wyzwania jednoczesnego sprostania wymogom bezpieczeństwa żywnościowego, ekologicznego i ekonomicznego. Problem bezpieczeństwa żywnościowego i ekonomicznego występował w okresie industrializacji rolnictwa jako kwestia agrarna, natomiast obecnie jego nowość polega na wymogu jednoczesności z bezpieczeństwem ekologicznym. W bezpieczeństwie żywnościowym pojawiły się nowe aspekty jak jakość żywności (bezpieczeństwo żywności), natomiast w bezpieczeństwie ekologicznym chodzi nie tylko o pojemność środowiska, ale przede wszystkim o klimat oraz zaspokojenie rosnącego popytu na dobra i usługi ekosystemowe, a w bezpieczeństwie ekonomicznym chodzi o godziwe (parytetowe) dochody pracujących w rolnictwie oraz dochód sektora rolnego umożliwiający jego pożądaną rozwój. Współcześnie, biorąc pod uwagę zaostrzenie ograniczeń środowiskowych, konieczne jest przedstawianie rozwoju cywilizacyjnego na tory zrównoważenia, aby sprostać ujawniającej się barierze środowiskowej (Zegar, 2021).

Warto zauważyć, że odmienność struktury przestrzennej polskiego rolnictwa, powinna być uwzględniona w unijnych politykach rolnych i ochrony środowiska. Stosowanie sztywnych i zunifikowanych reguł, wypracowanych dla silnie uproszczonych terenów rolniczych większości krajów Europy Zachodniej, mogą nie przystawać do zróżnicowanych pod względem struktury środowiska (np. dzięki obecności rozproszonych krzewów, małych kęp drzew, niewielkich nieużytków, terenów podmokłych itp.) gospodarstw w naszym kraju. Dostępne dane sugerują, że rozwiązania opracowane głównie na terenach z bardzo intensywną

gospodarką rolną nie powinny być traktowane jako gotowa recepta dla całej Europy, zaś koncepcje ochrony przyrody w krajobrazie rolniczym powinny być lepiej dostosowane do regionalnej specyfiki. Jak wskazywano wcześniej, specyfiką Polski jest relatywnie wysoki poziom różnorodności biologicznej, powszechne występowanie wielu gatunków, obecność „miękkiego” matriksu, czyli heterogenicznego, ekstensywnie wykorzystywanego krajobrazu rolniczego oraz znaczny udział „tradycyjnych”, rolniczych społeczności (Tryjanowski i in. 2011).

Biorąc powyższe pod uwagę można podsumować, że KŁDŹ sprzyjają utrzymaniu rozdrobnionej struktury upraw, co może mieć pozytywny wpływ na większą różnorodność biologiczną. W przeciwieństwie do dużych jednolitych upraw, które często koncentrują się na kilku głównych roślinach, rozdrobnione gospodarstwa mają większą szansę na zachowanie różnorodności genetycznej. W rozdrobnionym rolnictwie często zachowuje się lokalne odmiany roślin, które są dostosowane do specyficznych warunków glebowych i klimatycznych danego regionu. Zachowanie tych odmian pomaga w ochronie dziedzictwa genetycznego i kulturowego, a także przeciwdziała utracie różnorodności biologicznej. Rozdrobnione gospodarstwa rolnicze mogą stosować bardziej zrównoważone praktyki uprawy, takie jak agroekologia, ekologiczne rolnictwo lub permakultura. Te metody minimalizują stosowanie chemikaliów, promują kompostowanie, zwiększają zatrzymywanie wody w glebie i tworzą siedliska dla różnych organizmów. To sprzyja ochronie bioróżnorodności, w tym owadów zapylających, ptaków, owadów drapieżnych i korzystnych mikroorganizmów. Rozdrobnione gospodarstwa rolne tworzą zróżnicowany krajobraz wiejski, który stanowi siedlisko dla wielu gatunków roślin i zwierząt. Działa to jako korytarz ekologiczny, który umożliwia przemieszczanie się i zachowanie różnorodności biologicznej w krajobrazie rolniczym.

Wszystko zatem wskazuje, że realizacja projektu IQSell, wpisze się w kompleks aktywności wzmacniającej określony sposób prowadzenia gospodarstw zorientowanych na lokalne systemy żywnościowe, sprzyjającej zachowaniu jakości środowiska naturalnego, oraz zachowania krajobrazów kulturowych. Monitorowanie zmian powinno się odbywać na bazie ogólnodostępnych danych statystycznych (corocznych GUS-u oraz okresowych pochodzących z Powszechnych Spisów Rolnych). Badania te mogą być pogłębione cyklicznymi wywiadami pogłębionymi z rolnikami, które pozwolą określić jednostkową dynamikę zmian upraw, podziałów i struktury gruntów. Na tym etapie wydaje się, że nie istnieje potrzeba wdrażania zmian w narzędziu informatycznym, wspierającym funkcjonowanie modelu sieci równorzędnej.

W toku przeprowadzonych badań odpowiedziano na sformułowaną hipotezę:

HP1. Określony sposób prowadzenia gospodarstw zorientowanych na lokalne systemy żywnościowe, powstrzymuje konsolidację gruntów i gospodarstw, zachowując dotychczasowe struktury przestrzenne, sprzyjające bioróżnorodności:

KŁŻ sprzyjają utrzymaniu rozdrobnionej struktury upraw, co może mieć pozytywny wpływ na większą różnorodność biologiczną. W rozdrobnionym rolnictwie często zachowuje się lokalne odmiany roślin, które są dostosowane do specyficznych warunków glebowych i klimatycznych danego regionu. Zachowanie tych odmian pomaga w ochronie dziedzictwa genetycznego i kulturowego, a także przeciwdziała utracie różnorodności biologicznej. KŁŻ wpływają na zróżnicowanie krajobrazu wiejskiego, który stanowi siedlisko dla wielu gatunków roślin i zwierząt.

Konkludując,

1. Krótkie łańcuchy dostaw żywności (KŁDŻ), czyli systemy, które dostarczają żywność prosto od producenta do konsumenta, mają istotny wpływ na nasze środowisko i przestrzeń. Poprzez promowanie sezonowych, lokalnych i ekologicznych produktów, głównie roślinnych, mogą one pomóc w ograniczeniu negatywnego wpływu produkcji żywności na zmiany klimatu.
2. Biorąc pod uwagę różne aspekty, takie jak zmiana postaw konsumentów, sposób produkcji, miejsce produkcji, przetwarzanie i logistyka, okazuje się, że ocena wpływu KŁDŻ na środowisko musi być wielowymiarowa.
3. Badania pokazały, że KŁDŻ mogą pomóc zmniejszyć tzw. "food miles" - dystans między producentem a konsumentem, co zmniejsza zanieczyszczenie. Należy jednak pamiętać, że to nie jest jedyny czynnik wpływający na oddziaływanie produktu na środowisko.
4. Mniejsza intensywność produkcji i tradycyjne metody, które często stosuje się w gospodarstwach zorientowanych na rynek lokalny, mogą pomóc w redukcji tzw. "carbon footprint" - ilości emitowanych gazów cieplarnianych.
5. Istnieje potrzeba dalszych badań nad krótkimi łańcuchami dostaw żywności i ich wpływem na przestrzeń. Sugerujemy, iż analizując popyt na konkretny produkt i powierzchnię ziemi przeznaczoną na jego produkcję, możemy lepiej zrozumieć i ocenić wpływ lokalnych rynków rolnych na zmiany przestrzenne.
6. KŁDŻ sprzyjają utrzymaniu różnorodności biologicznej poprzez zachowanie rozdrobnionej struktury upraw i promowanie bardziej zrównoważonych praktyk uprawy.

Rezultat:

Wypracowano model oceny oddziaływania KŁŻ na rozwój zrównoważony obszarów wiejskich w wymiarze w dwóch lokalizacjach (Dolny Śląsk, Małopolska) poprzez monitoring obszaru ekonomicznego, środowiskowego, społecznego, środowiskowego i przestrzennego.

ZADANIE E.

Pilotażowe wdrożenie prototypu innowacyjnego modelu organizacyjnego dla rozwoju lokalnych rynków rolnych

W ramach zadania wdrożono wypracowany, w toku badań i testów, prototyp innowacyjnego modelu organizacyjnego dla rozwoju LRR. Model został wdrożony z udziałem producentów (rolników) wchodzących w skład Grupy Operacyjnej Operacji z dwóch lokalizacji – Małopolski i Dolnego Śląska.


Organizację zbiorowych form sprzedaży w formule krótkiego łańcucha dostaw żywności oparto o prototyp platformy internetowej IQSell:

1. IQSell 1 (wariant 1): <https://dev7.a-co.pl/>
2. IQSELL 2 (wariant 2): <https://dev5.a-co.pl/>


The screenshot displays the homepage of the IQSELL platform. At the top, the logo for 'KOSZYK LISIECKI TRADYCYJNE' is visible on the left, and navigation links for 'SKLEP', 'PRODUCENCI', and 'O PROJEKCIE' are in the center. On the right, there is a shopping cart icon and the text 'Pozycje: 0 | 0 PLN'. The main banner features a large image of various cheeses with the text 'Prosto od producenta' overlaid. Below the banner is a search bar with the text 'Wyszukiwanie' and a green 'SZUKAJ' button. To the right of the search bar are dropdown menus for 'NA STRONIE: 6' and 'SORT BY: Default'. A left-hand navigation menu lists categories: 'Wszystko', 'Słodycze, Ciasta', 'Napoje', 'Owoce i Warzywa', 'Inne', 'Pieczywo', and 'Kawa'. Below the search bar, three small images represent different products: a person in a field, two people with pumpkins, and a bottle of coffee. The bottom section is titled 'PRODUCENCI' and features five producer profiles: Adam Bałuszek (a man in a suit), Anna Kopeć-Kąkol (a green graphic with a carrot), Anna Sitek - Lavendziarnia Stoki 6 (a woman in a headscarf), Bolesław Bobak (two people with baskets), and COLLEGE COFFEE (a coffee logo).

Wyszukiwanie **SZUKAJ** NA STRONIE: 6 SORTUJ PO: DOMYŚLNE


- > Wszystko
- > Słodycze, Ciasta
- > Napoje
- > Owoce i Warzywa
- > Inne
- > Pieczywo
- > Kawa
- > Miody, Produkty Pszczelarskie
- > Mięso, Ryby
- > Dania Gotowe
- > **Nabiał**
 - > Sery i Twarogi
 - > Jajka



Bryndza 0,25 Kg (B. Bobak) / Op.
10.00 PLN
1.0 OP.
dostępne: 50




Bundz Biały 0,25 Kg (B. Bobak) / Szt.
7.50 PLN
1.0 SZT.
dostępne: 50




Bundz Biały 0,5 Kg (B. Bobak) / Szt.
15.00 PLN
1.0 SZT.
dostępne: 50

Wszystko Słodycze, Ciasta Napoje Owoce i Warzywa Inne Pieczywo Kawa Miody, Produkty Pszczelarskie Mięso, Ryby Dania Gotowe Nabiał Oleje Wege/Wega Kosmetyki Organiczne Herbata


NAJCZĘŚCIEJ KUPOWANE PRODUKTY



Jaja 10 Szt. (R. Lach) / Op.
10.50 PLN




Kukielka Liseicka Mała / Szt.
2.50 PLN




Serek Góralski, Ok. 35 G (B. Bobak) / Szt.
2.00 PLN


NOWOŚCI



Pasztet Wiejski Słoik / Szt.
15.50 PLN



Kielbasa Wiejska (M. Kotowicz) / Kg
50.00 PLN



PRZYJDŹ DO NAS NA WARSZTĄTY



PRODUCENCI



GOSPODARSTWO ROLNIE
SZCZEPAN KRAWCZYŹYNY

> Wszystkie

> Owoce i Warzywa

> Nabiał

FILTR

Regiony ▾

Marki ▾

Wyszukiwanie

SZUKAJ

NA STRONIE: 6 ▾

SORTUJ PO: DOMYŚLNE ▾



Marchew Ekologiczna / Kg

5.00 PLN

1.0 ▾ KG

DODAJ

dostępne: 100



Ser Gouda / Op.

120.00 PLN

1.0 ▾ OP.

DODAJ

dostępne: 5

JAK KUPOWAĆ

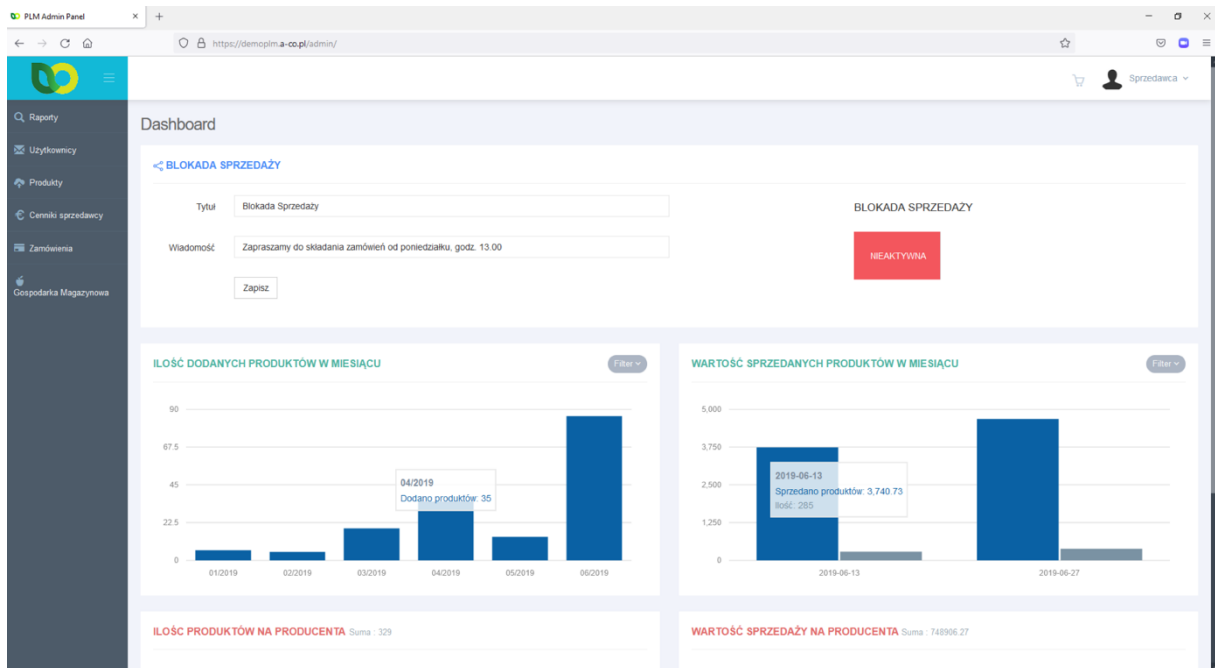
Wystarczy kilka prostych kroków aby móc dokonać zakupów na naszej platformie:

1. Zarejestruj swoje konto podając wymagane dane.
2. Na wskazany przez Ciebie adres e-mail przyjdzie wiadomość z linkiem. Po kliknięciu w link i zaznaczeniu opcji potwierdzam Twoje konto jest już aktywne i możesz dokonywać zakupów.
3. Zamówienia możesz składać za pośrednictwem platformy do wyczerpania określonych ilości sprzedawczych. Płatność za zakupy możliwa jest wyłącznie przelewem.
4. Dokonując zakupów wskazujesz sposób odbioru towaru:
 - Odbiór osobisty w punkcie odbioru – adres i czas odbioru widoczne będą w Twoim zamówieniu.
 - Dostawa na adres – w przypadku wysyłki (tylko wybrane produkty), do zamówienia zostanie doliczona dodatkowa opłata. Czas dostawy będzie widoczny w Twoim zamówieniu.

Szczegóły znajdziesz w [Regulaminie](#).

Panel administratora:

Nazwa	Ścieżka	Kategoria	Uprawnienia	Strona	Iszuka	Opiekalski	lp	Router id	Iszuka
Login	blog_login	Klient	FRONT	gryphon	gryphon-user	0	4	Login	gryphon
My profile	user_accountSettings	Klient	FRONT	gryphon	gryphon-user	0	7	My profile	gryphon
Add item	admin_orderPageForm	Fundacja	ADMIN	gryphon	gryphon-plus	1	12, 13	Add item	gryphon
Order	admin_orderList	Fundacja	ADMIN	gryphon	gryphon-panel	0	12	Order	gryphon
Cenniki	producent_liczownikow	Producent	ADMIN	gryphon	gryphon-avr	0	17	Cenniki	gryphon
Produkty	produkty	Sprowadza	ADMIN	gryphon	gryphon-cloudupload	0	10	Produkty	gryphon
Cenniki sprzedawcy	cennik_liczownikow	Sprowadza	ADMIN	gryphon	gryphon-eur	0	10	Cenniki sprzedawcy	gryphon
Zamówienia	order-list	Sprowadza	ADMIN	gryphon	gryphon-credit-card	0	19	Zamówienia	gryphon
Zamówione pozycje - zbiorczo	report	Producent	ADMIN	gryphon	gryphon-search	1	3, 22	Zamówione pozycje - zbiorczo	gryphon
Zamówione pozycje zbiorczo	report	Sprowadza	ADMIN	gryphon	gryphon-search	1	3, 23	Zamówione pozycje zbiorczo	gryphon
Zamówione pozycje szczegoly	report	Sprowadza	ADMIN	gryphon	gryphon-search	1	3, 24	Zamówione pozycje szczegoly	gryphon
Zamówione pozycje szczegoly	report	Producent	ADMIN	gryphon	gryphon-search	1	3, 25	Zamówione pozycje szczegoly	gryphon
Menu	menu_adminMenuList	ADMIN	ADMIN	gryphon	gryphon-th	0	1	Menu	gryphon
Add item menu	menu_AdminItem	ADMIN	ADMIN	gryphon	gryphon-plus	1	1, 2	Add item menu	gryphon
Identyfikacja WYPRODUKOWANA	order_liczownikow	ADMIN	ADMIN	gryphon	gryphon-search	1	3, 26	Identyfikacja WYPRODUKOWANA	gryphon
Zamówione pozycje	report	Sprowadza	ADMIN	gryphon	gryphon-search	1	3, 27	Zamówione pozycje	gryphon
Rozliczenie producenta	report	Sprowadza	ADMIN	gryphon	gryphon-search	1	3, 28	Rozliczenie producenta	gryphon
Raport test	report	ADMIN	ADMIN	gryphon	gryphon-search	1	3, 29	Raport test	gryphon
Vat	vat	Fundacja	ADMIN	gryphon	gryphon-th-large	1	8, 14	Vat	gryphon
Certyfikaty	certyfikaty	Fundacja	ADMIN	gryphon	gryphon-th-large	1	8, 15	Certyfikaty	gryphon
Rozliczenie Producenta	rozliczenieproducentow	Fundacja	ADMIN	gryphon	gryphon-th	1	8, 10	Rozliczenie Producenta	gryphon
Opisy produktów	opisyproduktow	Fundacja	ADMIN	gryphon	gryphon-th-large	1	8, 9	Opisy produktów	gryphon
Regiony	regiona	Fundacja	ADMIN	gryphon	gryphon-read	1	8, 21	Regiony	gryphon
Stawki	stawki	Fundacja	ADMIN	gryphon	gryphon-th-large	0	8	Stawki	gryphon
Raporty	admin-panel	Fundacja	ADMIN	gryphon	gryphon-search	0	3	Raporty	gryphon



Rezultat:

Wdrożono wypracowany model organizacyjny IQSell z udziałem producentów wchodzących w skład Grupy Operacyjnej, w dwóch lokalizacjach – Dolny Śląsk, Małopolska. Wdrożono 2 różne wersje modelu organizacyjnego na podstawie wypracowanego instrumentarium do mapowania/projektowania organizacji LRR w oparciu o dopasowanie konfiguracji procesów informacyjnych, logistycznych, finansowych oraz dokumentacji.

Literatura

- Agencja Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa (2020) Ochrona nazw produktów regionalnych i tradycyjnych, Warszawa 2020. Dostępny pod adresem: https://www.arimr.gov.pl/fileadmin/user_upload/srodki_unijne/2_1_Agencja_Restrukturyzacji_i_Modernizacji_Rolnictwa/dzialania/2.2_Produkty_regionalne_i_tradycyjne/RAPORT%20OCHRONA%20NAZW%20PRODUKTOW%20REGIONALNYCH%20I%20TRADYCYJNYCH%20Final.pdf
- Aliotte, J. T. B., & de Oliveira, A. L. R. (2022). Multicriteria decision analysis for fruits and vegetables routes based on the food miles concept. *Revista de La Facultad de Ciencias Agrarias*, 54(1), 97–108. <https://doi.org/10.48162/rev.39.069>
- Anderson, A. A., & McKnight, J. (2015). *Theory of change basics: A primer on theory of change*. ActKnowledge, p. 1-34.
- Aouinait, C., Christen, D., Carlen, C., Massri, C., Reipurth, M., Hieke, S., Hegyi, A., Kujáni, K., Major, Á., Fricz, Á. S., Hüttl-Maack, V., Gawlik, D., Petropoulou, E., Alfaro, B., Santa Cruz, E., Lameris, M., Kuitems, J., Janssen, F., Braun, S., & Chang, B. (2022). Barriers and facilitators of purchasing from short food supply chains in europe: insights from a stakeholder perspective. *International Journal of Food Studies*, 11(2), SI196–SI207. <https://doi.org/10.7455/ijfs/11.si.2022.a6>
- Augère-Granie, M-L., (2016). Short food supply chains and local food systems in the EU. Briefing for the European Parliament. EPRS | European Parliamentary Research Service, Members' Research Service PE 586.650
- Augère-Graniér M-L., 2016, *Short food supply chains and local food systems in the EU*, [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2016/586650/EPRS_BRI\(2016\)586650_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2016/586650/EPRS_BRI(2016)586650_EN.pdf)
- Baabou, W., Grunewald, N., Ouellet-Plamondon, C., Gressot, M., & Galli, A. (2017). The Ecological Footprint of Mediterranean cities: Awareness creation and policy implications. *Environmental Science and Policy*, 69(January), 94–104. <https://doi.org/10.1016/j.envsci.2016.12.013>
- Barzun, J. and H. F. Graff, 1985. *The modern researcher*, New York, NY: Harcourt Brace Jovanovich, 4th ed.
- Belletti G. Maressotti A., (2020). Short food supply chain for promoting local food on local markets, UNIDO, <https://suster.org/wp-content/uploads/2020/06/SHORT-FOOD-SUPPLY-CHAINS.pdf>
- Bertram, D., Chilla, T., Wilhelm, C. (2021). Short Value Chains in Food Production: The Role of Spatial Proximity for Economic and Land Use Dynamics. *Land*, t. 10, 979. <https://doi.org/10.3390/land10090979>.
- Bertsch O., Groh A., Lehmann L.: „Corporate finance“, Verlag Vahlen, Monachium 1998.
- Bloom, J. D. & Hinrichs, C. C. (2011). Moving local food through conventional food system infrastructure: Value chain framework comparisons and insights. *Renewable Agriculture and Food Systems*, 26, 13-23.
- Borsotto, P.; Cagliero, R.; Giarè, F.; Giordani, G.; Iacono, R.; Manetti, I.; Sardone, R. Measuring (2023). Short Food Supply Chain Sustainability: A Selection of Attributes and Indicators through a Qualitative Approach. *Agriculture*, vol. 13, t. 646. <https://doi.org/10.3390/agriculture13030646>
- Brown, L. D., (1986). “Participatory research and community planning” In B. Checkoway (ed.) *Strategic perspectives on planning practice*, Toronto, ON: Lexington Books, pp. 123-137.
- Budzinowski, R. (2002.) *Status prawny rolnika jako przedsiębiorcy (zagadnienia wybrane)*. RuchPrawniczy, Ekonomiczny, Socjologiczny. Rok LXIV, zeszyt 3
- Burgess, R. G. (ed), 1(982). *Field research: a sourcebook and field manual*, London, UK: George Allen Unwin.
- Chiffolleau Y, Dourian T., 2020. Sustainable Food Supply Chains: Is Shortening the Answer? A Literature Review for a Research and Innovation Agenda. *Sustainability*,12(23):9831
- Byszewska, I. Jasiński, J., Klepacz, J., Lipiński, K., Trudnowska, K. i J Zwoliński (2020). *Lokalne, regionalne i tradycyjne szansą dla Kół Gospodyń Wiejskich*. Poradnik dla Kół Gospodyń Wiejskich Wydanie drugie uaktualnione. Warszawa: Europejski Fundusz Rozwoju Wsi Polskiej. http://ksow.pl/fileadmin/user_upload/ksow.pl/PROJEKTY_2020/10/poradnik-min.pdf
- Accenture (2019). *Zrównoważona żywność w Polsce. Nowe możliwości rozwoju dla krajowych firm w sektorze rolno-spożywczym*. https://www.accenture.com/_acnmedia/pdf-96/accenture-sustainable-food-in-poland.pdf
- Centers for Disease Control and Prevention. (2018). *Improving Access to Healthy Food: A Community Planning Guide*. Atlanta, GA: U.S. Department of Health and Human Services. Dostępne: https://www.cdc.gov/healthyplaces/toolkit/pdf/community_planning_guide_508.pdf

- Chi Ffoleau, Y., & Dourian, T. (2020). Sustainable food supply chains: Is shortening the answer? a literature review for a research and innovation agenda. *Sustainability* (Switzerland), 12(23), 1–21. <https://doi.org/10.3390/su12239831>
- Chibawe, C. i R. Serafin (2016). Brokering food security: Connecting smallholder farmers to markets in Poland and Zambia. *Journal of Partnership Brokering*, Issue #6, 17th June 2016. Download: <http://partnershipbrokers.org/w/journal/brokering-food-security-connecting-smallholder-farmers-to-markets-in-poland-and-zambia/>
- Chiffolleau Y., Akermann G., Canard, A. (2017). Les circuits courts alimentaires, un levier pour une consommation plus durable: Le cas d'un marché de plein vent. *Terrains & travaux*, 31, 157- 177. <https://doi.org/10.3917/tt.031.0157>
- Chiffolleau Y., Millet-Amrani S., Rossi A., Rivera-Ferre M. G., Lopez Merino P., (2019). The participatory construction of new economic models in short food supply chains. *Journal of Rural Studies*, 68, 182- 190, <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2019.01.019>.
- Chiffolleau, Y. i T. Dourian (2020). Sustainable Food Supply Chains: Is Shortening the Answer? A Literature Review for a Research and Innovation Agenda. *Sustainability* 12, 9831. Available online <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/23/9831>)
- Chiffolleau, Y.; Millet-Amrani, S.; Canard, A., (2016). From Short Food Supply Chains to Sustainable Agriculture in Urban Food Systems: Food Democracy as a Vector of Transition. *Agriculture*, 6, 57. <https://doi.org/10.3390/agriculture6040057>
- Connell, J. P., Kubisch, A. C., Schorr, L. B., & Weiss, C. H. (1995). *New approaches to evaluating community initiatives: Concepts, methods, and contexts*. The Aspen Institute.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage Publications.
- DeWeerd, S. (2009). *Is local food better?* Worldwatch Institute.
- Dobernik, K., & Schanes, K. (2013). Assessing short food supply chains - A methodological framework for assessing sustainability potentials. *Journal of cleaner production*, 52, 238-249. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.03.043>
- Doernberg, A., Piorr, A., Zasada, I., Wascher, D., & Schmutz, U. (2022). Sustainability assessment of short food supply chains (SFSC): developing and testing a rapid assessment tool in one African and three European city regions. *Agriculture and Human Values*, 39(3), 885–904. <https://doi.org/10.1007/s10460-021-10288-w>
- Dr P. Widawski, Dr. M. Brakoniecki: „Fintech w Polsce. Bariery i szanse rozwoju” FinTech Poland
- Dunne, J.B., Chambers, K.J., Giombolini, K.J., Schlegel, S.A., (2011). What does 'Local' mean in the Grocery Store? Multiplicity in food retailers' perspectives on sourcing and marketing local foods. *Renewable Agriculture and Food Systems* 26, 46–59.
- Dutko, P. (2019). *Local Food Systems: Selected Definitions and Explanations*. CRS Report R42783. Washington, DC: Congressional Research Service. Dostępne: <https://crsreports.congress.gov/product/pdf/R/R42783>
- Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/92/UE z dnia 13 grudnia 2011 r. w sprawie oceny skutków wywieranych przez niektóre przedsięwzięcia publiczne i prywatne na środowisko. *OJL* 26, 28.1.2012, p. 1–21
- Eakin, H., J.P. Connors, C. Wharton, F. Bertmann, A. Xiong, and J. Stoltzfus (2017). Identifying attributes of food system sustainability: Emerging themes and consensus. *Agriculture and Human Values* 34 (3): 757–773. <https://doi.org/10.1007/s10460-016-9754-8>
- Economic Research Service, USDA. (2016). *The Economic Impacts of Local Food Systems: A Toolkit for Practitioners*. Washington, DC: U.S. Department of Agriculture, Economic Research Service. Dostępne: https://www.ers.usda.gov/webdocs/publications/80876/eib-162_summary_1.pdf?v=42608
- EEA – European Environmental Agency (2019b). *The European environment – state and outlook 2020: Knowledge for transition to a sustainable Europe*. Copenhagen. <https://www.eea.europa.eu/publications/soer-2020>.
- EIP-AGRI (2015). *Innowacyjne Zarządzanie Krótkim Łańcuchem Dostaw Żywności*. Grupa fokusowa EIP-AGRI. <http://produktlokalny.pl/publikacje/>

- EIP-AGRI (2022). Agricultural Knowledge and Innovation Systems (AKIS) Boosting innovation and knowledge flows across Europe. Brochure. <https://ec.europa.eu/eip/agriculture/en/publications/eipagri-brochure-agricultural-knowledge-and-0>
- Enthoven & Van den Broeck (2021). Local food systems: Reviewing two decades of research. *Agricultural Systems*, 193. <https://doi.org/10.1016/j.agsy.2021.103226>.
- Ericksen, P. (2008). "Conceptualizing food systems for global environmental change research" . *Global Environmental Change*. 18 (1): 234-245. doi:10.1016/j.gloenvcha.2007.09.002
- European Commission, Joint Research Centre, Winkler, B., Maquet, A., Reeves-Way, E. et al. (2023) Fighting fraudulent and deceptive practices in the agri-food chain – Technical report implementation of Article 9(2) of Regulation (EU) 2017/625. Publications Office of the European Union. <https://data.europa.eu/doi/10.2760/31366>
- European Green Deal (2023). https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en
- Evola R., Peira G., Varese E., Bonadonna A., and E. Vesce (2022). "Short Food Supply Chains in Europe: Scientific Research Directions" *Sustainability* 14, no. 6: 3602. <https://doi.org/10.3390/su14063602>
- FAAN (Facilitating Alternative Agro-Food Networks) 2010. Local Food Systems in Europe – Case studies from five countries and what they imply for policy and practice FAO (2021). *The State of Food and Agriculture 2021. Making agrifood systems more resilient to shocks and stresses*, In brief. Rome: FAO.2021. doi:10.4060/cb7351en. ISBN 978-92-5-135208-3. S2CID 244536830.
- FAO – Food and Agriculture Organization of the United Nations (2013). Sustainability assessment of food and agriculture systems. SAFA indicators. Rome. http://www.fao.org/fleadmin/templates/nr/sustainability_pathways/docs/SAFA_Indicators_fnal_19122013.pdf. (dostęp: 02.02.2023)
- FAO (2022). Emissions Share. Rome: FAO. <https://www.fao.org/faostat/en/#data/EM/visualize>
- FDPA (2023). Sposoby rolniczego użytkowania a stan bioróżnorodności <https://www.fdpa.org.pl/sposoby-rolniczego-uzytowania-a-stan-bioroznorodnosc>
- Feenstra, G. W. (1997). Local food systems and sustainable communities. *American Journal of Alternative Agriculture*, 12, 28-36.
- Feledyn-Szewczyk B., Stalenga J., (2016). Biodiversity as an ecosystem service and methods of its evaluation, *Intercathedra* t. 32/1:14-24.
- Fielding, N. G. (2016). Triangulation and mixed methods designs: Data integration with new research technologies. *Journal of mixed methods research*, 10(3), 228-242.
- Finfgeld-Connett, D., Johnson, E.D., (2013). Literature search strategies for conducting knowledge-building and theory-generating qualitative systematic reviews. *J. Adv. Nurs.* 69, 194–204. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2648.2012.06037.x>
- Firbank L.G., Petit S., Smart S., i in. (2008). Assessing the impacts of agricultural intensification on biodiversity: a British perspective. *Philosophical Transaction Royal Society B*, 363, s. 777-787.
- Fondse, M., (2012). *Grown Close to Home: A Typology of Short Food Supply Chain Business Models in The Netherlands*. Master's Thesis, Wageningen University, Wageningen, The Netherlands, 2012. Accessed: <https://edepot.wur.nl/243077>
- Forsell, S., & Lankoski, L. (2015). The sustainability promises of alternative food networks: an examination through “alternative” characteristics. *Agriculture and Human Values*, 32(1), 63–75. <https://doi.org/10.1007/s10460-014-9516-4>
- Forum Obywatelskiego Rozwoju (2021). "Sprzedaż bezpośrednia produktów rolnych w Polsce – aspekty prawne", Warszawa. Opracowanie można pobrać ze strony: <https://forumobywatelskie.org.pl/wp-content/uploads/2021/01/raport-sprzedaz-bezposrednia.pdf>
- Galli, F., Bartolini, F., Brunori, G., Colombo, L., Gava, O., Grando, S., & Marescotti, A. (2015). Sustainability assessment of food supply chains: an application to local and global bread in Italy. *Agricultural and Food Economics*, 3(1). <https://doi.org/10.1186/s40100-015-0039-0>
- Giampietri, E., Del Giudice, T. and A. Finco (2016). Exploring consumers' behaviour towards short food supply chains. *British Food Journal* 118(3):618 – 631 DOI:10.1108/BFJ-04-2015-0168
- Glaser, B. C. and A. L. Strauss (1967). *The discovery of grounded theory*. New York, NY: Aldine de Gruyter.

- Gleisberg R. (1997). „Börsengang und Beschäftigungsentwicklung. Analyse deutscher Börsengaenge der Jahre 1987 bis 1997“, Studien des Deutschen Aktieninstituts.
- Gołębiewska, B., Chlebicka, A., Maciejczak, M. (2016). Rolnictwo a środowisko. Bioróżnorodność i innowacje środowiskowe w rozwoju rolnictwa. Warszawa: Wydział Nauk Ekonomicznych SGGW.
- Goodman, D. (2004). Rural Europe Redux? Reflections on Alternative Agro-Food Networks and Paradigm Change. *Sociologia Ruralis*, 44, 3-16.
- Gorlich, K. (2019). *Innowacje informatyczne dla systemów Krótkich Łańcuchów dostaw Żywności (KŁŻ) dla potrzeb kampanii „Wiedz i Mądrze Jedz”* Kraków: Polska Fundacja Innowacji. Download: <https://prostoodrolnika.pl/wp-content/uploads/2018/11/Innowacje-informatyczne-dla-systemów-Krótkich-Łańcuchów-dostaw-Żywności-KŁŻ-dla-potrzeb-kampanii-„Wiedz-i-Mądrze-Jedz”.pdf>
- Gorzowska-Mbeda, M. (2020). *Kompendium dobrych praktyk w organizowaniu systemów Krótkich Łańcuchów dostaw Żywności (KŁŻ)* <https://prostoodrolnika.pl/wp-content/uploads/2019/08/Kompendium-dobrych-praktyk-w-organizowaniu-systemów-KŁŻ.pdf>
- Graeff, J., Schader, C., Müller, A. i Sanders, J. (2019). “IP-Suisse: Monitoring Sustainable Crop Production in Switzerland”, *Sustainability*, 11(20), s. 1-21. doi: 10.3390/su11205632.
- Greet, M., Schader, C., Stolze, M., Clément, C. i Sanders, J. (2020). “Monitoring the Environmental Performance of Agriculture: A Comparison of IP-Suisse, RISE and Terranet Scores in Switzerland”, *Sustainability*, 12(7), s. 1-20. doi: 10.3390/su12073040.
- Gromadzka-Ostrowska, J. (red.) (2020). *Lokalne systemy żywnościowe w Polsce i na świecie*. Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Grupa fokusowa EIPAGRI (2015). *Innowacyjne Zarządzanie Krótkim Łańcuchem Dostaw Żywności*. Bruksela: Program EIP-Agri (Wersja Polska – tłumaczenie Fundacja Partnerstwo dla Środowiska). http://produktlokalny.pl/wp-content/uploads/2015/02/30_PL-EIP-AGRI-SFC-REPORT.pdf
- Haddaway, N. R., Macura, B., Whaley, P., & Pullin, A. S. (2018). ROSES Reporting standards for Systematic Evidence Syntheses: Pro forma, flow-diagram and descriptive summary of the plan and conduct of environmental systematic reviews and systematic maps. *Environmental Evidence*, 7(1), 4–11. <https://doi.org/10.1186/s13750-018-0121-7>
- Hamm, M.W. and D'Abreau, A. (2018). Farm-to-School Programs and Healthy Food Access: A Systematic Review. *Journal of School Health*, 88(11), pp. 834-842. Dostępne: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/josh.12692>
- Hargreaves, M. B. (2012). Community-driven development: Myths and realities. *Journal of the American Planning Association*, 78(3), 302-318.
- Hinrichs, C. C. (2000). Embeddedness and local food systems: notes on two types of direct agricultural market. *Journal of Rural Studies*, 16, 295-303.
- Ho B., Taher M., Lee R., Fargher N., (2010). “Market Sentiment, Media Hype and the Underpricing of Initial Public Offerings: the Case of Australian Technology IPOs”, The University of New South Wales Paper 2010. <http://edufin.pl/index.php/component/k2/item/25-finance-w-gospodarstwie-wiejskim-cz-i>
- http://siteresources.worldbank.org/INFORMATIONANDCOMMUNICATIONANDTECHNOLOGIES/Resources/MobileApplications_for_ARD.pdf
- <http://wspierajrolnictwo.pl/rwsy-w-polsce/>
- <http://www.shortfoodchain.eu/good-practices/>
- <http://www.worldbank.org/en/results/2013/04/16/india-mobile-phone-app-helps-farmers-get-timely-crop-insurance-claims>
- <https://agfundernews.com/10-agrtech-startups-for-smallholder-farmers-in-sub-saharan-africa.html/>
- https://medium.com/@The_LHoFT/fintech-for-all-access-to-finance-for-kenyas-agriculture-industry-f723ca420787
- <https://medium.com/accion/7-fintech-trends-to-watch-in-2018-3fa96310732f>
- <https://mstarproject.wordpress.com/2017/02/28/mobile-money-solves-risky-cash/>

<https://polskiebazarek.pl/>

<https://prostoodrolnika.pl/portfolio>

<https://sustyvibes.com/using-fintech-feed-world-four-innovative-approaches-smallholder-finance/>

<https://thefintechtimes.com/uganda-blockchain-project/>

<https://www.connectedafrica.com/2018/06/07/10-agtech-startups-for-smallholder-farmers-in-sub-saharan-africa/>

<https://www.norden.org/en/publication/agriculture-and-food-key-figures-2014>

<https://www.polska.travel/pl/poznaj-atrakcje-i-zabytki/kulinaria/szlaki-kulinarne>

<https://www.routledge.com/Local-Food-Systems-Concepts-Impacts-and-Issues/Stevenson-Gatrell/p/book/9780415872047>

<https://www.worldwatch.org/node/6289>

Ilbery, B. & Maye, D. (2005). Food supply chains and sustainability: evidence from specialist food producers in the Scottish/English borders. *Land Use Policy*, 22, 331-344.

Ilbery, B.; Maye, D. Alternative (shorter) food supply chains and specialist livestock products in the Scottish—English borders. *Environ. Plan.* 2005, 37, 823–844.

Ilieva, R.T. (2017). Urban food systems strategies: A promising tool for implementing the SDGs in practice. *Sustainability* 9 (10): 1707. <https://doi.org/10.3390/su9101707>.

IP-Suisse (2021a). “IP-Suisse: Ecological Services and Socio-Economic Support for Sustainable Agriculture in Switzerland”, [online] dostępne na: <https://www.ipsuisse.ch/media/IP-Suisse-Jahresbericht-2020.pdf> [dostęp: 30 listopada 2021].

IP-Suisse (2021b). “IP-Suisse Factsheet”, [online] dostępne na: https://www.ipsuisse.ch/media/Factsheet_IP-SUISSE_EN_210701.pdf [dostęp: 30 listopada 2021].

IPCC Special Report on Climate Change and Land, Chapter 5 Food Security. dostęp: <https://www.ipcc.ch/srccl/chapter/chapter-5/> (accessed on 02.02.2023).

Jack, L., (2022). Unpicking food prices: Where does your food pound go, and why do farmers get so little? Report for Sustain. Access: <https://www.sustainweb.org/publications/dec22-unpicking-foodprices/>

Jarzębowski, S, M. Bourlakis, A. Bezat-Jarzębowska (2020). Short Food Supply Chains (SFSC) as Local and Sustainable Systems, *Sustainability*, 12, 4715 (<https://www.mdpi.com/2071-1050/12/11/4715>)

Jensen, L. S., Hansen, B. K., Jacobsen, B. H. i Vesterager, J. P. (2018) 'The Danish Monitoring and Evaluation Programme for Agricultural Environmental Policy: Concept and Design', *Environmental and Resource Economics Review*, 27, s. 195-217. doi: 10.1007/s10640-017-0193-6.

Jensen, L. S., Schjøll, A. J., Boesen, M. V. i Bruun, H. G. (2021). “Evaluating the impacts of agri- environmental measures on a Danish farmland bird community”, *Agriculture, Ecosystems and Environment*, 316, s. 1-12. doi: 10.1016/j.agee.2021.107456.

Kachniarz, M., & Raftowicz, M. (2020). The institutional model of local food market organization with the participation of local government. W: P. Slavičková J. Stoklasa (Red.), *KNOWCON 2020. Knowledge on Economics and Management. Conference Proceedings* (ss. 59–65). Palacký University Olomouc.

Kawecka A., Gębarowski M., (2015). Krótkie łańcuchy dostaw żywności – korzyści dla konsumentów i producentów żywności, *Journal of Agribusiness and Rural Development*, 3(37).

Kellogg Foundation. (2004). Using logic models to bring together planning, evaluation, and action: Logic model development guide. Kellogg Foundation, p. 1-44.

Kiereś, A. (2019). Prawo a lokalny rynek rolny. *Prace Naukowe Uniwersytetu Warszawskiego*, Ekonomiczne, 370, 47-59. Artykuł jest dostępny w formie elektronicznej pod adresem: <https://www.wne.uw.edu.pl/prace/naukowe/wpne370/05.pdf>

King, R. P., Hand, M. S., Digiacomio, G., Clancy, K., Gomez, M. I., Hardesty, S. D., Lev, L. & McLaughlin, E. W. (2010). Comparing the structure, size, and performance of local and mainstream food supply chains. *Economic Research Report No. ERR-99*.

Kiss, K., Ruzskai, C., & Takács-György, K. (2019). Examination of short supply chains based on circular economy and sustainability aspects. *Resources*, 4. <https://doi.org/10.3390/resources8040161>

Kneafsey, M., Venn, L., Schmutz, U., Balázs, B., Trenchard, L., Eyden-Wood, T., Bos, E., Sutton, G., & Blackett, M. (2013). Short food supply chains and local food systems in the EU. A state of play of their socio-economic characteristics. JRC Scientific and Policy Reports. Joint Research Centre Institute for Prospective Technological Studies, European Commission. DOI:10.2791/88784.

Komisja Europejska (2019). *Europejski Zielony Ład*. Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady Europejskiej, Rady Komitetu Ekonomiczno-społecznego i Komitetu Regionów. Komisja Europejska, Bruksela, dnia 11.12.2019 r.COM(2019) 640 final <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1576150542719&uri=COM%3A2019%3A640%3AFIN>

Komisja Europejska (2020). *Strategia „od pola do stołu” na rzecz sprawiedliwego, zdrowego i przyjaznego dla środowiska systemu żywnościowego*. Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady Europejskiej, Rady Komitetu Ekonomiczno-społecznego i Komitetu Regionów. Komisja Europejska, Bruksela, dnia 20.5.2020 r. COM(2020) 381 final. <https://www.gov.pl/web/rolnictwo/strategia-od-pola-do-stolu>

Komisja Europejska (2020). *Od pola do stołu — Strategia na rzecz zrównoważonego systemu żywnościowego* (ang. "Farm to Fork Strategy"). https://ec.europa.eu/food/system/files/2020-05/f2f_action_plan_2020_strategy_info_en.pdf

Kremer, P. & Deliberty, T. L. (2011). Local food practices and growing potential: Mapping the case of Philadelphia. *Applied Geography*, 31, 1252-126.

Kuboń A., Szczepański M. (2010). Lokalne rynki rolnicze jako nowoczesna forma dystrybucji żywności- analiza uwarunkowań prawnych i organizacyjno-ekonomicznych. *Prawo Agra* nr 20/2021. Strona internetowa: https://www.prawoagra.pl/archive/docs/2021/4/28/16/pa_20_04_2021_12.pdf

Li, M., Jia, N., Lenzen, M., Malik, A., Wei, L., Jin, Y., & Raubenheimer, D. (2022). Global food-miles account for nearly 20% of total food-systems emissions. *Nature Food*, 3(6), 445–453. <https://doi.org/10.1038/s43016-022-00531-w>

Lincoln, Y. S. and E. F. Guba, (1985). *Naturalistic inquiry*, Beverly Hills, CA: Sage.

Loeffler, C. (2012). Roots of hunger. The Quest for a Sustainable Food Culture. In J. Loeffler & C. Loeffler (Eds.), *Thinking Like a Watershed: Voices from the West* (pp. 215–233). University of New Mexico Press. https://books.google.pl/books?id=vtysOXAYcLkC&pg=PA217&lpg=PA217&dq=foodshed+carrying+capacity&source=bl&ots=vsRg3R1O19&sig=ACfU3U1_dXt3UiI4bm2gyJoKRj1eL_qzUQ&hl=pl&sa=X&ved=2ahUK EwiXqMfv7cboAhWw1aYKHVkfDowQ6AEwEXoECAsQMw#v=onepage&q=foodshed carrying cap

Loisel, J. P., François, M., Chiffolleau, Y., Hérault-Fournier, C., Sirieix, L. and S. Costa (2014). *La consommation alimentaire en circuit court: enquête nationale (premier résultats)*. Gret. <https://gret.org/publication/la-consommation-alimentaire-en-circuits-courts/>

Łuczka, T. (2021). "Zrównoważona żywność w polskich lokalnych systemach żywnościowych". W Raczyk, P., Kowalski, A., Owsiak, Z. (red.), *Zrównoważona żywność, żywność zrównoważona* (s. 113- 130). Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu.

MacPherson, J., C. Paul, and K. Helming. (2020). Linking ecosystem services and the SDGs to farm-level assessment tools and models. *Sustainability* 12 (16): 6617. <https://doi.org/10.3390/su12166617>.

Majewski, E., Komerska, A., Kwiatkowski, J., Malak-Rawlikowska, A., Was, A., Sulewski, P., Goła, M., Pogodzinska, K., Lecoeur, J.-L., Tocco, B., Török, Á., Donati, M., & Vittersø, G. (2020). Are short food supply chains more environmentally sustainable than long chains? a life cycle assessment (LCA) of the eco-efficiency of food chains in selected EU countries. *Energies*, 13(18). <https://doi.org/10.3390/en13184853>

Majewski, F., Slacik, K., Zemanek, A. (red.) (2018). *Społeczne, środowiskowe i ekonomiczne aspekty lokalnych systemów żywnościowych*. Akademia Morska w Gdyni.

Malak-Rawlikowska, A., Majewski, E., Was, A., Borgen, S. O., Csillag, P., Donati, M., Freeman, R., Hoàng, V., Lecoeur, J.-L., Mancini, M. C., Nguyen, A., Saïdi, M., Tocco, B., Török, Á., Veneziani, M., Vittersø, G., & Wavresky, P. (2019). Measuring the economic, environmental, and social sustainability of short food supply chains. *Sustainability (Switzerland)*, 11(15). <https://doi.org/10.3390/su11154004>

Malak-Rawlikowska, A., Śpiewak, R., & Harasim, A. (2019). Sustainability in Short Food Supply Chains: A Bibliometric Review. *Sustainability*, 11(15), 4004. <https://doi.org/10.3390/su11154004>

Małopolska Izba Rolnicza (2022). *Moje Gospodarstwo, Moją Twierdzą*. Kraków: Małopolska Izba Rolnicza. https://mir.krakow.pl/resources/articles/14517/Moje_gospodarstwo_moja_twierdza6.pdf

- Mancini, M. C., Menozzi, D., Donati, M., Biasini, B., Veneziani, M., & Arfini, F. (2019). Producers' and consumers' perception of the sustainability of short food supply chains: The case of Parmigiano Reggiano PDO. *Sustainability (Switzerland)*, 11(3). <https://doi.org/10.3390/su11030721>
- Markuszevska, I. (2012). Wpływ czynników pozaprzyrodniczych na zmiany struktury krajobrazu rolniczego regionu północno-zachodniego w ostatnim dwudziestoleciu. *Badania Fizjograficzne nad Polską Zachodnią. Seria A: Geografia Fizyczna*, t. 63, s. 121–137.
- Marsden, T., Banks, J. & Bristow, G. (2000). Food Supply Chain Approaches: Exploring their Role in Rural Development. *Sociologia Ruralis*, 40, 424-438.
- Marsden, T.K.; Banks, J.; Bristow, G. (2000). Food supply chain approaches: Exploring their role in rural development. *Sociol. Rural.* 40, 424–438.
- Martin, P. Y. and B. A. Turner, (1986). "Grounded theory and organizational research" *Journal of Applied Behavioural Science* 22(2): 141-157.
- Masar, B., (2019). Sustainable Food Transition through collaborative short food supply chains. Amped, Taskforce Korte Ketten, Utrecht University. <https://talents.local2local.nl/wpcontent/uploads/2020/01/Research-report-sustainable-food-transition-through-collaborative-shortfood-supply-chains-2.pdf>
- Matera, J., Czapska, J., (2014). Zarys metody przeglądu systematycznego w naukach społecznych
- Matson P.A., Parton W.J., Power A.G., Swift M.J. (1997). Agricultural intensification and ecosystem properties. *Science*, 277(5325): 504–509.
- Maxwell, S. and R. Slater (2003). Food policy old and new. *Development Policy Review*, 2003, 21 (5-6): 531-553.
- Maye, D., Kirwan, J., (2010). Alternative food networks. *Sociology of Agriculture and Food* 20 (3), 383– 389.
- Mazur, Z., Orłowska, A., (2018). Jak zaplanować i przeprowadzić systematyczny przegląd literatury 235–251. <https://doi.org/10.14656/PFP20180202>
- Mazurek-Łopacińska U., Brodzińska-Kozłowska J., Szeląg-Sikora A., Koziół-Kaczorek D.: (2021). Funkcjonowanie lokalnych rynków rolnych w kontekście rozwoju obszarów wiejskich w Polsce, *Współczesne Problemy Rolnictwa* nr 2/2021. Strona internetowa: https://www.wpr.czasopisma.pan.pl/images/numery/r2021/t2/WPR_2021_t2_063-078.pdf
- McGill, I., Brockbank, A., & Beech, N. (2012). *Action learning: A practitioner's guide*. Routledge. Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi (2021). Program "Zrównoważony rozwój obszarów wiejskich
- Michel-Villarreal, R., Vilalta-Perdomo, E.L., Canavari, M. i M. Hingley, (2021). Resilience and Digitalization in Short Food Supply Chains: A Case Study Approach. *Sustainability* 13, 5913. <https://doi.org/10.3390/su13115913>
- Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi (2020). *Strategia zrównoważonego rozwoju wsi, rolnictwa i rybactwa 2030*. www.gov.pl/web/rolnictwo
- Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi (2020) *Żywność prosto z gospodarstwa – źródłem dochodu rolników. Jak rozpocząć produkcję i sprzedaż żywności z własnego gospodarstwa?, Żywność prosto z gospodarstwa – co trzeba wiedzieć* - Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi - Portal Gov.pl (www.gov.pl)
- Moretti, M., Belliggiano, A., Grando, S., Felici, F., Scotti, I., Ievoli, C., Blackstock, K., Delgado-Serrano, M., Brunori, G. (2023). Characterizing value chains' contribution to resilient and sustainable development in european mountain areas. *Journal of Rural Studies*, 100 doi:10.1016/j.jrurstud.2023.103022
- MRiRW. (2006). *Prognoza oddziaływania na środowisko projektu PROW na lata 2007-2013*. Warszawa: Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi na lata 2021-2027". <https://www.gov.pl/attachment/3e222c71-30a1-4f61-8f26-8898bff035ca>
- Nordic Council of Ministers (2014). "Agriculture and food – key figures 2014", [online] dostępne na:
- Najwyższa Izba Kontroli (2021). System kontroli bezpieczeństwa żywności w Polsce - stan obecny i pożądane kierunki zmian. LLO.034.001.2020 Nr ewid. 198/2020/megainfo/LLO Warszawa.id,25232,vp,27982.pdf (nik.gov.pl)
- Negri, M., Cagno, E., Colicchia, C. i J. Sarkis (2021). Integrating sustainability and resilience in the supply chain: A systematic literature review and a research agenda. *Bus. Strategy Environ.* 1–29, doi:10.1002/bse.2776.

- Nelson, J. G., (1991). "Research in human ecology and planning: an interactive, adaptive approach" *Canadian Geographer*, 35 (2): 114-127, <https://doi.org/10.1111/j.1541-0064.1991.tb01280.x>
- Nie, C.; Zepeda, L. (2011). Lifestyle segmentation of US food shoppers to examine organic and local food consumption. *Appetite*, 57, 28–37.
- Olszewska, J. i P. Trzaskowski (2014). *Rolnictwo Wspierane przez Społeczność partnerstwo między rolnikami a konsumentami – praktyczny przewodnik* <http://rws.agrinatura.pl/wp-content/uploads/2015/10/PrzewodnikRWS-NET.pdf>
- Orłowska, A., Mazur, Z., Łaguna, M., (2017). Systematyczny przegląd literatury - na czym polega i czym różni się od innych przeglądów. *Ogrody Nauk i Szt.* 7, 350–363. <https://doi.org/10.15503/onis2017.350.363>
- Osterwalder, A.; Pigneur, Y.; Clark, T., 2010. *Business Model Generation: A Handbook For Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Strategyzer series. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons. ISBN 9780470876411. OCLC 648031756.
- Ostrom M., Master K.D., Noe E., Schermer, M. (2018). Values-based Food Chains from a Transatlantic Perspective: Exploring a Middle Tier of Agri-food System Development. *The International Journal of Sociology of Agriculture and Food*. 24, 1
- Owsiak, Z., Krysiak, D. i Dybka, P. (2019). Local food systems in Poland: Challenges and opportunities. *Studies in Agricultural Economics*, 121(2), 62-70. <https://doi.org/10.7896/j.2004>
- Pajewski T. (2017). Struktura użytków rolnych jako rolniczy element bioróżnorodności, *Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu*, t XIX, z. 2, s. 182-187.
- Parker, G. (2005). Sustainable Food? Teikei, Co-Operatives and Food Citizenship in Japan and in the UK. Working Paper in Real Estate and Planning: Reading, UK, 5 November 2005. Available online: <http://centaur.reading.ac.uk/21289/> (accessed on 20 March 2020).
- Parlasca, M. i M. Qaim (2022). "Meat Consumption and Sustainability". *Annual Review of Resource Economics*. 14: 17–41. doi:10.1146/annurev-resource-111820-032340. ISSN 1941-1340.
- Pascucci, S., Cicatiello, C., Franco, S., Pancino, B., & Marino, D. (2011). Back to the future? Understanding change in food habits of farmers' market customers. *Food Quality and Preference*, 22(8), 772-782. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2011.07.010>
- Pedler, M., Burgoyne, J., & Brookbank, F. (2013). *Action learning in practice*. 4th ed. Gower Publishing, Ltd.
- Plan Strategiczny dla Wspólnej Polityki Rolnej na lata 2023-2027. <https://www.gov.pl/web/rolnictwo/dokumenty-ps-wpr>
- Po vs ico. Czy technologia blockchain zrewolucjonizuje rynek ofert publicznych? (s. 12-32) Konrad Kosierkiewicz, *Zeszyt Naukowy WSZiB nr 47/2018*
- Podsiadło, K. (2018). Nazwy geograficzne - aspekty prawne. *Rocznik Ochrony Środowiska*, 20, 2849-2863. Dostępny pod adresem: <https://ros.edu.pl/resources/html/article/details?id=163143>
- Poore, J., & Nemecek, T. (2018). Reducing food's environmental impacts through producers and consumers. *Science*, 360(6392), 987–992. <https://doi.org/10.1126/science.aag0216>
- Preskill, H., & Torres, R. T. (1999). *Evaluative inquiry for learning in organizations*. Sage Publications.
- Reason, Peter; Bradbury, Hilary, eds., (2001). *Handbook of action research: participative inquiry and practice*. London: Sage. ISBN 978-0761966456. OCLC 50303325.
- Regiec-Kornatowska, J. (2021). Aspekty prawne ochrony znaków towarowych w przypadku lokalnych rynków rolnych. *Prawo Prywatne*, 5, 68-78.
- Renting, H., Marsden, T., & Banks, J. (2003). Local food systems and their sustainability: A critical assessment from an international perspective. *Local Environment*, 8(3), 293-311. <https://doi.org/10.1080/1354983032000052651>
- Renting, H., Marsden, T., Banks, J., (2003). Understanding alternative food networks: exploring the role of short food supply chains in rural development. *Environment and Planning A* 35, 393–411
- Revans, R. W. (2011). *ABC of action learning*. Gower Publishing, Ltd.
- Ritter J.R. (1998). "Initial public offerings" s. 1 w Logue, D.E.: "Handbook of modern finance", Warren Gorham & Lamont, 1998.

- Rozporządzenie (WE) nr 852/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady z 29 kwietnia 2004 r. w sprawie higieny środków spożywczych (Dz. Urz. UE L 139 z 30 kwietnia 2004 r., str. 1).
- Rozporządzenie (WE) nr 853/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 29 kwietnia 2004 r. ustanawiające szczególne przepisy dotyczące higieny w odniesieniu do żywności pochodzenia zwierzęcego.
- Rozporządzenie (WE) nr 854/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 29 kwietnia 2004 r. ustanawiające szczególne przepisy dotyczące organizacji urzędowych kontroli w odniesieniu do produktów pochodzenia zwierzęcego przeznaczonych do spożycia przez ludzi.
- Rozporządzenie (WE) nr 882/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 29 kwietnia 2004 r. w sprawie kontroli urzędowych przeprowadzanych w celu sprawdzenia zgodności z prawem paszowym i żywnościowym oraz regułami dotyczącymi zdrowia zwierząt i dobrostanu zwierząt.
- Rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 12 września 2022 r. w sprawie maksymalnej ilości żywności zbywanej w ramach rolniczego handlu detalicznego do zakładów prowadzących handel detaliczny z przeznaczeniem dla konsumenta finalnego oraz zakresu i sposobu jej dokumentowania
- Rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 13 kwietnia 2004 r. w sprawie szczegółowego zakresu i sposobu znakowania niektórych grup i rodzajów artykułów rolno-spożywczych kodem identyfikacyjnym partii produkcyjnej.
- Rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 20 grudnia 2019 r. w sprawie niektórych wymagań weterynaryjnych, jakie powinny być spełnione przy produkcji produktów pochodzenia zwierzęcego w rzeźniach o małej zdolności produkcyjnej, położonych na terenie gospodarstw
- Rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 21 marca 2016 r. w sprawie szczegółowych warunków uznania działalności marginalnej, lokalnej i ograniczonej.
- Rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 23 grudnia 2014 r. w sprawie znakowania poszczególnych rodzajów środków spożywczych
- Rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 30 września 2015 r. w sprawie wymagań weterynaryjnych przy produkcji produktów pochodzenia zwierzęcego przeznaczonych do sprzedaży bezpośredniej (Dz. U. poz. 1703).
- Rozporządzenie Ministra ZDROWIA z dnia 6 czerwca 2007 r. w sprawie dostaw bezpośrednich
- Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1169/2011 z dnia 25 października 2011 r. w sprawie przekazywania konsumentom informacji na temat żywności
- Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 178/2002 z dnia 28 stycznia 2002 r. ustanawiające ogólne zasady i wymagania prawa żywnościowego, powołujące Europejski Urząd ds. Bezpieczeństwa Żywności oraz ustanawiające procedury w zakresie bezpieczeństwa żywności.
- Sadowski, A. (red.) (2019). Lokalne systemy żywnościowe w Polsce w kontekście zrównoważonego rozwoju. Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Sanders, J., Clément, C., Stolze, M. i Schader, C. (2014). "Sustainability Monitoring for the Swiss Agri- Food System: Approaches, Indicators and Case Studies", *Journal of Environmental Management*, 146, s. 420-431. doi: 10.1016/j.jenvman.2014.07.037.
- SAPEA (2020). A sustainable food system for the European Union (PDF). Berlin: SAPEA, Science Advice for Policy by European Academies. doi:10.26356/sustainablefood. ISBN 978-3-9820301-7-3.
- Schön, D. A. (1983). *The reflective practitioner: How professionals think in action*. Basic Books.
- Schön, D. A. (1991). The crisis of professional knowledge and the pursuit of an epistemology of practice. *Journal of Interprofessional Care*, 5(1), 49-63.
- Serafin, R I D. Pilis (2020). Przykłady organizacji krótkich łańcuchów dostaw żywności. Kraków: Centrum Doradztwa Rolniczego. Download: <https://www.cdr.gov.pl/aktualnosci-instytucje/3650-przyklady-organizacji-krotkich-lancuchow-dostaw-zywnosci>
- Serafin, R. (2015). Brokering shorter food supply chains. *Betwixt & Between: the Journal of Partnership Brokering* – Issue #5, 18th May 2015. Download: <http://partnershipbrokers.org/w/journal/brokering-shorter-food-supply-chains-2/>

Serafin, R. (2019). Partnership brokering for local food systems in Poland. W: L. Stott (ed). 2019. *Shaping Sustainable Change: the role of partnership brokering in optimising collaborative action*. A Greenleaf Publishing Book. Routledge Taylor & Francis Group

Serafin, R. (2019). *Przegląd inspirujących przykładów systemów Krótkich Łańcuchów dostaw Żywności (KLŻ) z innych krajów UE dla potrzeb kampanii Wiedź i Mądrze Jedz* <https://prostoodrolnika.pl/wp-content/uploads/2018/11/PRZEGLAD-INSPIRUJACYCH-PRZYKLADOW-SYSTEMOW-KROTKICH-LANCUCHOW-DOSTAW-ZYWNOSCI-KLZ-Z-INNYCH-KRAJOW-UNII-EUROPEJSKIEJ-DLA-POTRZEB-KAMPANII.pdf>

Serafin, R. (2020). *KLUB ZAKUPOWY jako dobra praktyka kreowania systemu Krótkiego Łańcucha dostaw Żywności na przykładzie Koszyka Lisieckiego*. Ekspertyza dla potrzeb Kampanii Wiedź i Mądrze Jedz. <https://prostoodrolnika.pl/wp-content/uploads/2019/08/Klub-Zakupy-FINALNY-na-strone.pdf>

Serafin, R. i B. Pietras-Goc (2015). Produkt lokalny jako czynnik rozwoju lokalnego. W. Wilk, T. (red). *Wizja ekorozwoju gmin karpackich – dobre praktyki*, OTOP, str. 31-35

Serafin, R., (2015). Brokering shorter food chains. *Betwixt & Between: Journal of Partnership Brokering*. Issue #5, <http://partnershipbrokers.org/w/journal/brokering-shorter-food-supply-chains-2/>

Serafin, R., (2019). “Partnership brokering for local food systems in Poland.” In: L. Stott (ed)2019. *Shaping Sustainable Change: the role of partnership brokering in optimising collaborative action*. A Greenleaf Publishing Book. Routledge Taylor Francis Group.

Serafin, R., (2022). *Przykłady organizacji krótkich łańcuchów dostaw żywności*. Wydanie II. Kraków: Centrum Doradztwa Rolniczego w Brwinowie Oddział w Krakowie.

Short Food Supply Chains and Local Food Systems in the EU: A State of Play of their Socio-Economic Characteristics., JCR Scientific and Policy Reports, European Commission (2013)

[Short supply chain Knowledge and Innovation Network | SKIN Project | Fact Sheet | H2020 | CORDIS | European Commission \(europa.eu\)](#)

Shveda, K (2020). Use of digital technologies - How Coronavirus is Changing Grocery Shopping. Follow the Food, BBC 2020. Available online <https://www.bbc.com/future/bespoke/follow-the-food/how-covid-19-is-changing-food-shopping.html>

Siedlecka, A. (2015). Środowiskowe aspekty funkcjonowania wiejskich gospodarstw domowych na obszarach przyrodniczo cennych województwa lubelskiego. Biała Podlaska: PSW.

Siejek P. (2021). Kontrole na lokalnych rynkach rolnych. *Rolnictwo Ekologiczne* nr 1/2021. Strona internetowa: https://www.efarmers.pl/rolnictwo_ekologiczne/numer_1_2021/arttykul_04.htm

Soria-Lopez, A., Garcia-Perez, P., Carpena, M., Garcia-Oliveira, P., Otero, P., Fraga-Corral, M., Cao, H., Prieto, M. A., & Simal-Gandara, J. (2022). Challenges for future food systems: From the Green Revolution to food supply chains with a special focus on sustainability. *Food Frontiers*. <https://doi.org/10.1002/fft2.173>

Staniszewski. J. (2023). Rolnictwo w Polsce potrzebuje zmian w samej swojej strukturze, Instytut Jagielloński. <https://klubjagiellonski.pl/2023/04/21/rolnictwo-w-polsce-potrzebuje-zmian-w-samej-swojej-strukturze/>

Stevenson, G. W., & Gatrell, J. D. (2011). *Local food systems: concepts, impacts, and issues*. Routledge.

Stevenson, S. (2016). Local Food Systems: Concepts, Impacts, and Issues. *Advances in Food and Nutrition Research*, 77, pp. 79-95. Dostępne <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1043452615000575>

Struś M., Raftowicz M. (2023). Sustainable development paradigm vs. land concentration process, *Poznań Journal of Law, Economics and Sociology*, (przyjęty do publikacji).

Struś, M., Kalisiak-Mędelska, M., Nadolny, M., Kachniarz, M., & Raftowicz, M. (2020). Community-Supported Agriculture as a Perspective Model for the Development of Small Agricultural Holding in the Region. *Sustainability*, 12(7), 1–13. <http://doi.org/10.3390/su12072656>

Świąder, M., Szewrański, S., & Kazak, J. K. (2018). Foodshed as an example of preliminary research for conducting environmental carrying capacity analysis. *Sustainability* (Switzerland), 10(3). <https://doi.org/10.3390/su10030882>

Świąder, M., Szewrański, S., Kazak, J., van Hoof, J., Lin, D., Wackernagel, M., & Alves, A. (2018). Application of Ecological Footprint Accounting as a Part of an Integrated Assessment of Environmental Carrying Capacity: A

Case Study of the Footprint of Food of a Large City. *Resources*, 7(3), 52. <https://doi.org/10.3390/resources7030052>

Szczepaniak K. (2021). Zasady funkcjonowania lokalnych rynków rolnych w świetle polskiego prawa, *Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu*, tom XXIII. Strona internetowa: <https://wnus.edu.pl/r/gazeta.php?symbol=wnupl&id=3686>

Tiganis A., Grigoroudis E., and P. Chrysochou. (2023). Customer satisfaction in short food supply chains: A multiple criteria decision analysis approach, *Food Quality and Preference*, 104: 104750, <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2022.104750>

Todorovic V., Maslaric M., Bojic S., Jokic M., Mircetic D., i S. Nikolicic (2018). Solutions for More Sustainable Distribution in the Short Food Supply Chains, *Sustainability*, 10, 3481.

Tonin, D. (2013). *Guide pratique du point de vente collectif: Création, gestion, fonctionnement, financement, structure sociale, organisation de la vente, fiscalité...* Editions du Puits Fleur. Collection : [Le conseiller juridique pour tous](#).

Tryjanowski, P., Dajdok, Z., Kujawa K., Kałuski, T., Mrówczyński M. (2011). Zagrożenia różnorodności biologicznej w krajobrazie rolniczym: czy badania wykonywane w Europie Zachodniej pozwalają na poprawną diagnozę w Polsce? *Polish Journal of Agronomy*, t. 7, s. 113–119.

Tscharntke T., Clough Y., Wanger T.C., Jackson L., i in. (2012). Global food security, biodiversity conservation and the future of agricultural intensification. *Biological Conservation*, t. 151, s. 53-59.

UNCTD (2013). United Nations Conference on Trade and Development: Wake Up before It Is Too Late: Make Agriculture Truly Sustainable Now for Food Security and Changing Climate. United Nations Conference on Trade and Development, Geneva, Switzerland, 341-365.

UNIDO – United Nations Industrial Development Organization 2020. Short food supply chains for promoting local food on local markets. Vienna. <https://ti.unido.org/sites/default/files/publications/SHORT%20FOOD%20SUPPLY%20CHAINS.pdf>. (dostęp: 21.05.2023)

Ustawa z dnia 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług.

Ustawa z dnia 15 grudnia 2021 r. o zmianie niektórych ustaw w celu ułatwienia prowadzenia przez rolników rolniczego handlu detalicznego.

Ustawa z dnia 16 grudnia 2005 r. o produktach pochodzenia zwierzęcego.

Ustawa z dnia 16 listopada 2016 r. o zmianie niektórych ustaw w celu ułatwienia sprzedaży żywności przez rolników.

Ustawa z dnia 20 listopada 1998 r. o zryczałtowanym podatku dochodowym od niektórych przychodów osiąganych przez osoby fizyczne.

Ustawa z dnia 25 sierpnia 2006 r. o bezpieczeństwie żywności i żywienia

Ustawa z dnia 26 lipca 1991 r. o podatku dochodowym od osób fizycznych.

Ustawa z dnia 3 października 2008 r. o udostępnianiu informacji o środowisku i jego ochronie, udziale społeczeństwa w ochronie środowiska oraz o ocenach oddziaływania na środowisko

Ustawa z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców

Ustawa z dnia 9 listopada 2018 r. o zmianie niektórych ustaw w celu ułatwienia sprzedaży żywności przez rolników do sklepów i restauracji.

van Cauwenbergh, N., K. Biala, C. Biielders, V. Brouckaert, L. Franchois, V. Garcia Ciudad, M. Hermy, E. Mathijs, B. Muys, J. Reijnders, X. Sauvenier, J. Valecx, M. Vanclooster, B. van der Veken, E. Wauters, and A. Peeters. (2007). SAFE—A hierarchical framework for assessing the sustainability of agricultural systems. *Agriculture, Ecosystems & Environment* 120 (2–4): 229–242. <https://doi.org/10.1016/j.agee.2006.09.006>

Van der Vorst, J. (2000). *Effective Food Supply Chains; Generating, Modelling and Evaluating Supply Chain Scenarios*; Wageningen University: Wageningen, The Netherlands.

Van Veldhuizen, L., Njunge, R., Romnie, D., Seelman, L., Smits, E. and Watiti, J., (2020). Towards a typology for agri-business-based advisory services: model description and analysis. CABI Working Paper 15., KIT Royal Tropical Institute. DOI: <http://dx.doi.org/10.1079/CABICOMM-62-8139>.

- Vandecastelaere, E., Arfini, F., Belletti, B. i A. Marescotti (2014). *Człowiek, miejsce, produkt – tworzenie szczególnej więzi*. Poradnik FAO promowania jakości szczególnego pochodzenia i zrównoważonych oznaczeń geograficznych. Wersja Polska. Kraków. http://produktlokalny.pl/wp-content/uploads/2015/02/34_PL_FAOGuide-1.pdf
- Vittersø, G. (2019). Short Food Supply Chains and Their Contributions to Sustainability: Participants' Views and Perceptions from 12 European Cases. *Sustainability*, t. 11, 4800. <https://doi.org/10.3390/su11174800>
- Wasil-Rusecka, W. i D. Stankiewicz (2021). Zasady sprzedaży produktów wytworzonych w gospodarstwach rolnych. *Zeszyty Prawnicze* 1(69): 216-244 <https://doi.org/10.31268/ZPBAS.2021.17>
- Werner, O. and G. M. Schoepfle, (1987). *Systematic fieldwork: ethnographic analysis and data management*, 2 volumes, Beverly Hills, CA: Sage.
- Wezel, A., Casagrande, M., Celette, F., Vian, J-F., Ferrer, A., Peigné, J. (2014). Agroecological practices for sustainable agriculture. A review. *Agronomy for Sustainable Development*, 34,1–20.
- Whatmore, S., Stassart, P. & Renting, H. (2003). What's alternative about alternative food networks? *Environment and Planning A*, 35, 389-391.
- Wieliczko, B. (2016). Wykorzystanie usług ekosystemów w zarządzaniu zasobami naturalnymi w rolnictwie. *Studia i Prace Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania*, t. 46/2, s. 135-144.
- Wilkin, J. (red.). (2010). *Wielofunkcyjność rolnictwa. Kierunki badań, podstawy metodologiczne i implikacje praktyczne*. Warszawa: IRWiR PAN.
- Winawer, Z., H. Wujec (2013). *Produkty regionalne i tradycyjne we Wspólnej Polityce Rolnej*. Warszawa: Europejski Fundusz Rozwoju Wsi Polskiej.
- Winiarski, B. (red.) (2002) *Polityka gospodarcza*, PWN, 2002 s. 258–269.
- Woodward, J. and Hird, V., (2021). *Beyond the farmgate: unlocking the path to farmer-focused supply chains and climate friendly agroecological systems*. A Sustain publication.
- Wspólna polityka rolna: 2023–2027. (2023). https://agriculture.ec.europa.eu/common-agricultural-policy/cap-overview/cap-2023-27_pl
- Xiao, Y., Watson, M., (2019). Guidance on Conducting a Systematic Literature Review. *J. Plan. Educ. Res.* 39, 93–112. <https://doi.org/10.1177/0739456X17723971>
- Xu, Xiaoming; Sharma, Prateek; Shu, Shijie; Lin, Tzu-Shun; Ciais, Philippe; Tubiello, Francesco N.; Smith, Pete; Campbell, Nelson; Jain, Atul K. (2021). "Global greenhouse gas emissions from animalbased foods are twice those of plant-based foods". *Nature Food*. 2(9): 724–732. doi:10.1038/s43016-021-00358-x. hdl:2164/18207. ISSN 2662-1355. S2CID 240562878.
- Zegar, J.S. (2021). Kwestia długookresowej strategii zrównoważonego rozwoju rolnictwa w Polsce. *Zagadnienia Ekonomiki Rolnej*, t. 2 (367) 2021, s. 16-30.
- Zegar, J.S., Wrzaszcz, W. (2017). The Holism Principle in Agriculture Sustainable Development. *Economic and Envir*

Spis rysunków i tabel

Rysunek 1. Najczęściej zgłaszane bariery dla rozwoju LRR	21
Rysunek 2. Granica opłacalności dla LRR	22
Rysunek 3. Rejestracja działalności sprzedaży – podsumowanie 35	35
Rysunek 4. Modele infrastruktury finansowej	56
Rysunek 5. Płatności elektroniczne	60
Rysunek 6. Platformy finansowe	61
Rysunek 7. Finansowanie społecznościowe	62
Rysunek 8. Rozproszone rejestry i kryptowaluty	63
Rysunek 9. Zarządzanie finansami osobistymi i biznesowymi oraz ubezpieczenia	63
Rysunek 10. Aktorzy Lokalnych Rynków Rolnych	70
Rysunek 11. Model Lokalnego Rynku Rolnego	73
Rysunek 12. Funkcje pośrednika dla LRR	76
Rysunek 13. Funkcje pośrednika do zagospodarowania	77
Rysunek 14. Luki organizacyjne i informacyjne w dotychczasowych rozwiązaniach lokalnych rynków rolnych	86
Rysunek 15. Architektura systemu modelu organizacyjnego IQSell	102
Rysunek 16. Moduły prototypowego narzędzia informatycznego dla skalowania systemów KŁŻ w ramach innowacyjnego modelu organizacyjnego IQSell	105
Rysunek 17. Kroki etapu testowania i wdrażania innowacyjnego modelu organizacyjnego IQSell	108
Rysunek 18. Przepływ produktów, pieniędzy	108
Rysunek 19. Model ZPDS – przepływ produktów	109
Rysunek 20. Przepływy finansowe KŁŻ	109
Rysunek 21. Przepływy produktów i płatności od modelu ZPDS do RSPK	110
Rysunek 22. Model RSPK – przepływ produktów i płatności	110
Rysunek 23. Innowacyjny model organizacyjny IQSell – Rozwój LRR jako proces (aktorzy)	111
Rysunek 24. Innowacyjny model organizacyjny IQSell – Rozwój LRR jako proces (działania)	111
Rysunek 25. Aktorzy innowacyjnego modelu organizacyjnego dla rozwoju LRR IQSell	112
Rysunek 26. Koszyk Lisiecki – procesy informacyjne	113
Rysunek 27. Koszyk Lisiecki – procesy finansowe	113
Rysunek 28. Koszyk Lisiecki – procesy logistyczne	114
Rysunek 29. Koszyk Lisiecki – procesy dokumentów finansowych	114
Rysunek 30. MiR – procesy informacyjne	116
Rysunek 31. MiR – procesy płatności	117
Rysunek 32. MiR – procesy logistyczne	117
Rysunek 33. Wiek i płeć ankietowanych	122
Rysunek 34. Wykształcenie i status zawodowy	123
Rysunek 35. Czas prowadzenia gospodarstwa	123
Rysunek 35. Główny profil działalności rolniczej	124
Rysunek 36. Wielkość gospodarstw a liczba działek rolnych je tworzących	124
Rysunek 37. Liczba osób pracujących (średniorocznie) w gospodarstwie a liczba osób z rodziny zaangażowanych w działalność rolniczą	125
Rysunek 38. Posiadanie produktów z unijnym certyfikatem ekologicznym i produktów z krajowymi certyfikatami	126
Rysunek 39. Powody zainteresowania krótkimi łańcuchami dostaw	127
Rysunek 40. Formy współpracy z innymi producentami przy sprzedaży w krótkich łańcuchach dostaw	127
Rysunek 41. Udział procentowy przychodów z KŁDŻ w przychodach z gospodarstwa w zależności od wielkości gospodarstwa	128
Rysunek 42. Miejsca sprzedaży produktów	129
Rysunek 43. Odległość miejsca sprzedaży produktów od gospodarstwa dla różnych form sprzedaży	129
Rysunek 44. Działania, które zdaniem respondentów, mogą obniżyć koszty sprzedaży w krótkich łańcuchach dostaw żywności	130
Rysunek 45. Promocja gospodarstwa ankietowanych w Internecie	131
Rysunek 46. Czynniki ograniczające rozwój własnego gospodarstwa rolnego	132
Rysunek 47. Instytucje wspierające najmocniej rozwój sprzedaży bezpośredniej	132
Rysunek 48. Instytucje, które powinny mocniej wspierać rozwój sprzedaży bezpośredniej	133
Rysunek 49. Główne bariery rozwoju krótkich łańcuchów dostaw żywności	134
Rysunek 50. Rodzaj wsparcia jakie jest najbardziej potrzebne wg ankietowanych	136

Rysunek 51. Formy sprzedaży realizowane w gospodarstwach obecnie	136
Rysunek 52. Formy sprzedaży jakie respondenci chcieliby realizować w przyszłości	137
Rysunek 53. Ceny własnych produktów na tle konkurencji	138
Rysunek 54. Częstotliwość robienia zakupów przez stałych klientów	138
Rysunek 55. Korzyści ze sprzedaży za pomocą aplikacji mobilnej	139
Rysunek 56. Postrzeganie korzyści w postaci sprawniejszej obsługi dotychczasowych klientów dzięki sprzedaży za pomocą aplikacji mobilnej w zależności od wieku respondenta	139
Rysunek 57. Postrzeganie korzyści w postaci sprawniejszej obsługi dotychczasowych klientów dzięki sprzedaży za pomocą aplikacji mobilnej w zależności od płci respondenta	140
Rysunek 58. Przewidywane następstwa poszerzenia kanałów dystrybucji o sprzedaż za pomocą aplikacji mobilnej	140
Rysunek 59. Deklarowane formy dostarczania zamówionych produktów przy sprzedaży wykorzystującej aplikację mobilną	141
Rysunek 60. Opis przedsięwzięcia KŁŻ w oparciu o metodę Business Model Canvas	149
Rysunek 61. Teoria zmiany dla przedsięwzięcia budowania LRR	150
Rysunek 62. Etapy w ramach Teorii Zmiany	151
Rysunek 63. Teoria zmiany dla modelu organizacyjnego IQSell	151
Rysunek 64. Schemat formułowania Teorii Zmiany	152
Rysunek 65. Opis Teorii Zmiany z rolnikami-konsorcjantami	153
Rysunek 66. Rozkład liczebności publikacji w latach	173
Rysunek 67. Średnia powierzchnia użytków rolnych w gospodarstwie i odsetek liczby gospodarstw w grupach obszarowych użytków rolnych w 2020 r.	179
Tabela 1. Podstawowe pojęcia w zakresie bezpieczeństwa żywności	26
Tabela 2. Zestawienie dokumentów finansowych w poszczególnych formach działalności	47
Tabela 3. Ryzyka i wyzwania związane z budowaniem LRR	54
Tabela 4. Ambicja i potencjał rozwojowy LRR	55
Tabela 5. Potrzeby finansowe przedsięwzięć lokalnych rynków rolnych	55
Tabela 6. Aktorzy lokalnego rynku i ich możliwe role w wypełnianiu funkcji pośredniczących w procesie sprzedaży	72
Tabela 7. Podstawowe modele organizacyjne LRR	75
Tabela 8. Weryfikacja, testowanie i wdrożenie wariantów modelu organizacyjnego IQSell	118
Tabela 9. Współczynniki korelacji R Spearmana między zmiennymi dotyczącymi postrzegania barier rozwoju KŁDŻ a zmiennymi opisującymi respondentów i ich gospodarstwa	135
Tabela 10. Wskaźniki SFSC-AT: środowisko naturalne, gospodarka, społeczeństwo	157
Tabela 11. Poziomy wyszukiwania literatury	161
Tabela 12. Lista wskaźników środowiskowych	164

Załączniki

Załącznik 1. Podstawowe akty prawne w zakresie funkcjonowania LRR

Przepisy sanitarne regulujące bezpieczeństwo żywności:

1. Rozporządzenie (WE) nr 852/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady z 29 kwietnia 2004 r. w sprawie higieny środków spożywczych (Dz. Urz. UE L 139 z 30 kwietnia 2004 r., str. 1).
2. Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 178/2002 z dnia 28 stycznia 2002 r. ustanawiające ogólne zasady i wymagania prawa żywnościowego, powołujące Europejski Urząd ds. Bezpieczeństwa Żywności oraz ustanawiające procedury w zakresie bezpieczeństwa żywności.
3. Ustawa z dnia 25 sierpnia 2006 r. o bezpieczeństwie żywności i żywienia (j. t. Dz. U. z 2015 r. poz. 954).
4. Rozporządzenie (WE) nr 853/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 29 kwietnia 2004 r. ustanawiające szczególne przepisy dotyczące higieny w odniesieniu do żywności pochodzenia zwierzęcego.
5. Rozporządzenie (WE) nr 854/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 29 kwietnia 2004 r. ustanawiające szczególne przepisy dotyczące organizacji urzędowych kontroli w odniesieniu do produktów pochodzenia zwierzęcego przeznaczonych do spożycia przez ludzi.
6. Rozporządzenie (WE) nr 882/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 29 kwietnia 2004 r. w sprawie kontroli urzędowych przeprowadzanych w celu sprawdzenia zgodności z prawem paszowym i żywnościowym oraz regułami dotyczącymi zdrowia zwierząt i dobrostanu zwierząt.
7. Ustawa z dnia 16 grudnia 2005 r. o produktach pochodzenia zwierzęcego.

Przepisy regulujące bezpieczeństwo żywności na terenie Unii Europejskiej i w Polsce

1. Rozporządzenie (WE) Nr 178/2002 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 28 stycznia 2002 r. ustanawiające ogólne zasady i wymagania prawa żywnościowego, powołujące Europejski Urząd ds. Bezpieczeństwa Żywności oraz ustanawiające procedury w zakresie bezpieczeństwa żywności.
2. Rozporządzenie (WE) nr 882/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 29 kwietnia 2004 r. w sprawie kontroli urzędowych przeprowadzanych w celu sprawdzenia zgodności z prawem paszowym i żywnościowym oraz regułami dotyczącymi zdrowia zwierząt i dobrostanu zwierząt.
3. Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2017/625 z dnia 15 marca 2017 r. w sprawie kontroli urzędowych i innych czynności urzędowych przeprowadzanych w celu zapewnienia stosowania prawa żywnościowego i paszowego oraz zasad dotyczących zdrowia i dobrostanu zwierząt, zdrowia roślin i środków ochrony roślin, zmieniające rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 999/2001, (WE) nr 396/2005, (WE) nr 1069/2009, (WE) nr 1107/2009, (UE) nr 1151/2012, (UE) nr 652/2014, (UE) 2016/429 i (UE) 2016/2031, rozporządzenia Rady (WE) nr 1/2005 i (WE) nr 1099/2009 oraz dyrektywy Rady 98/58/WE, 1999/74/WE, 2007/43/WE, 2008/119/WE i 2008/120/WE, oraz uchylające rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 854/2004 i (WE) nr 882/2004, dyrektywy Rady 89/608/EWG, 89/662/EWG, 90/425/EWG, 91/496/EWG, 96/23/WE, 96/93/WE i 97/78/WE.

Przepisy regulujące znakowanie żywności

Środki spożywcze wprowadzane do obrotu muszą być oznakowane zgodnie ze wspólnotowymi i krajowymi przepisami prawa. Kluczowe przepisy to:

1. Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1169/2011 z dnia 25 października 2011 r. w sprawie przekazywania konsumentom informacji na temat żywności.
2. Rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 23 grudnia 2014 r. w sprawie znakowania poszczególnych rodzajów środków spożywczych.
3. Rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 13 kwietnia 2004 r. w sprawie szczegółowego zakresu i sposobu znakowania niektórych grup i rodzajów artykułów rolno-spożywczych kodem identyfikacyjnym partii produkcyjnej.

Przepisy regulujące aspekty prawa podatkowego i przedsiębiorczego

W każdym przypadku prowadzenia działalności sprzedaży, w tym też w ramach działalności rolniczej, należy uwzględnić obowiązki wynikające z przepisów prawa podatkowego i przedsiębiorczego.

1. Ustawa z dnia 26 lipca 1991 r. o podatku dochodowym od osób fizycznych.
2. Ustawa z dnia 20 listopada 1998 r. o zryczałtowanym podatku dochodowym od niektórych przychodów osiąganych przez osoby fizyczne.
3. Ustawa z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców
4. Ustawa z dnia 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług.

Krajowe przepisy regulujące RHD

1. Ustawa z dnia 15 grudnia 2021 r. o zmianie niektórych ustaw w celu ułatwienia prowadzenia przez rolników rolniczego handlu detalicznego.
2. Ustawa z dnia 9 listopada 2018 r. o zmianie niektórych ustaw w celu ułatwienia sprzedaży żywności przez rolników do sklepów i restauracji.
3. Ustawa z dnia 16 listopada 2016 r. o zmianie niektórych ustaw w celu ułatwienia sprzedaży żywności przez rolników.
4. Rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 12 września 2022 r. w sprawie maksymalnej ilości żywności zbywanej w ramach rolniczego handlu detalicznego do zakładów prowadzących handel detaliczny z przeznaczeniem dla konsumenta finalnego oraz zakresu i sposobu jej dokumentowania

Krajowe przepisy w zakresie MLO

1. Rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 21 marca 2016 r. w sprawie szczegółowych warunków uznania działalności marginalnej, lokalnej i ograniczonej.

Rzeźnie rolnicze

1. Rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 20 grudnia 2019 r. w sprawie niektórych wymagań weterynaryjnych, jakie powinny być spełnione przy produkcji produktów pochodzenia zwierzęcego w rzeźniach o małej zdolności produkcyjnej, położonych na terenie gospodarstw.

Załącznik 2.

Forma prawna	Rejestr	Ograniczenie geograficzne	Punkty sprzedaży (ewidencja)	Urząd skarbowy	Limity sprzedaży (ewidencja)	Ograniczenia produktowe
Dostawy bezpośrednie	Inspekcja Sanitarna	Na terenie województwa i sąsiadujących województw	W gospodarstwie; Na targowisku, kiermaszu; Przy drodze; Do podmiotu sprzedające-go konsumentowi końcowemu; Z obiektów lub urządzeń ruchomych lub tymczasowych; Wysyłkowo, w tym przez Internet.	Nie	Tak	Tylko nieprzetworzone pochodzenia roślinnego, wyłącznie z własnych upraw (w tym w postaci kiszonej i suszonej)
Sprzedaż bezpośrednia	Inspekcja Weterynaryjna	Na terenie województwa i sąsiadujących województw	W gospodarstwie; Na targowisku, kiermaszu; Przy drodze; Do podmiotu sprzedające-go konsumentowi końcowemu; Z obiektów lub urządzeń ruchomych lub tymczasowych; Wysyłkowo, w tym przez Internet.	Nie	Tak	Tylko nieprzetworzone pochodzenia zwierzęcego, wyłącznie z własnego chowu
Rollitczy Handel Detaliczny	Inspekcja Weterynaryjna oraz Inspekcja Sanitarna	Na terenie całego kraju do konsumenta końcowego, ale do zakładów sprzedających konsumentowi finalnemu - w przypadku żywności pochodzenia zwierzęcego oraz żywności mieszanej - wyłącznie na terenie woj., w którym jest produkcja lub na obszarach powiatów lub miast stanowiących siedzibę wojewody lub sejmiku woj., sąsiadujących z tym województwem.	W gospodarstwie; W miejscach przeznaczonych dla handlu (np. na targowisku); Do podmiotu sprzedające-go konsumentowi końcowemu; Produkty mogą być sprzedawane przez inny podmiot prowadzący RHD w przypadku akcji promocyjnych na targach, festynach i kiermaszach; Wysyłkowo, w tym przez Internet.	Nieprzetworzone: NIE Przetworzone: Zgłoszenie w przypadku korzystania z preferencji podatkowych (PDOF 0% do 100.000 zł, następnie 2%)	Tak, w przypadku zbywania żywności do zakładów prowadzących handel detaliczny z przeznaczeniem dla konsumenta finalnego. Bez limitu dla sprzedaży konsumentom końcowym.	Nieprzetworzone oraz przetworzone w przypadku żywności jednostukowej powinna ona w całości pochodzić z własnej uprawy, hodowli lub chowu, a w przypadku żywności zawierającej więcej niż jeden składnik powinna zawierać co najmniej jeden z nich pochodzący w całości z własnej uprawy, hodowli lub chowu.
Działalność marginalna, lokalna i ograniczona (MLO)	Inspekcja Weterynaryjna	Na terenie województwa i powiatów oraz miast stanowiących siedzibę wojewody lub sejmiku województwa położonych na obszarach województw sąsiadujących z województwem.	Sprzedaż konsumentowi końcowemu oraz dostawy do innych zakładów prowadzących handel detaliczny z przeznaczeniem dla konsumenta końcowego.		Tak, ale w miejscu produkcji bez limitu.	Przetworzone pochodzenia zwierzęcego (w odróżnieniu od „sprzedaży bezpośredniej” nie ma tu obowiązku ograniczania działalności do produktów pozyskanych z własnego gospodarstwa).
Działalność gospodarcza	CEIDG	Bez ograniczeń	Bez ograniczeń	Zgłoszenie VA	Nie	Bez ograniczeń

Załącznik 3. Przykładowe formy organizacji rynków rolnych

Przykłady różnych form rozwijania organizacyjne lokalnych rynków rolnych polegających na współpracy rolników, przetwórców, konsumentów oraz innych aktorów LRR. Przykłady rozwiązań, które odpowiadają na potrzebę osiągnięcia i utrzymania skali sprzedaży, która zapewni konkurencyjność na rynku żywności, jednocześnie przynosząc oczekiwane przychody dla producentów, a konsumentom jakościową żywność wiadomego pochodzenia.

Forma sprzedaży określa rodzaj organizacji sprzedaży bezpośredniej konsumentom produktów żywnościowych wyprodukowanych lokalnie. Dopasowanie odpowiedniej formy sprzedaży, mieszczącej się w definicji tzw. krótkiego łańcucha dostaw żywności, do potrzeb, uwarunkowań i możliwości producenta żywności ma kluczowe znaczenie dla zapewnienia konkurencyjności na rynku i wygenerowania przychodów na oczekiwanym poziomie.

Producent-Przetwórca-Sprzedawca (PPS)

Sprzedaż z gospodarstwa/sklepy farmerskie

Przykład z Polski

Joanna Rosiak (Krzeszów, dolnośląskie)

Joanna Rosiak zarejestrowała działalność w rolniczym handlu detalicznym i prowadzi niewielki sklepik na terenie swojego gospodarstwa, sprzedając głównie owoce i warzywa oraz przetwory ze swojego niewielkiego gospodarstwa. Klienci przyjeżdżają o omówionych godzinach by odebrać zamówienia. Wszystko się zaczęło od telefonicznych i mailowych kontaktów bez większych inwestycji jako działalność uboczna gospodarstwa. Grono kupujących się rozszerza poprzez marketing szeptany, wskazując spore możliwości zwiększenia zarówno produkcji jak i sprzedaży. W 2020 roku, Joanna Rosiak przystąpiła do inicjatywy kilkunastu rolników z gminy Kamienna Góra wykreowania Klubu Zakupowego, który umożliwi dotarcia do większego grona klientów.

Przykład z Europy

La FATTORIA DI CORAZZANO (Włochy)

<http://www.fattoriadicorazzano.it>

Przykład La FATTORIA DI CORAZZANO pokazuje jak sprzedaż w gospodarstwie może zrzeszać kilka gospodarstw. La Fattoria 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 poprzez dzielenie się kosztami produkcji, przetwórstwa oraz logistyki dostaw. Wcześniej, każde z gospodarstw produkowało ponad 60 rodzajów warzyw i miało problemy z ich sprzedażą. Gospodarstwa ustaliły, że ograniczą liczbę rodzajów 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, zamawiając świeżo zebrane warzywa, przetwory i wina, lub kupując bezpośrednio w jednym z partycypujących gospodarstw.

Sposób organizacji i funkcjonowania

Jest to najprostsza i najbardziej powszechna forma sprzedaży z punktu widzenia rolnika, polegająca na tym, że kupujący przyjeżdża na zakupy do gospodarstwa rolnego albo do sklepu prowadzonego na terenie gospodarstwa. Rolnik może sprzedawać bezpośrednio kupującemu w dowolnym terminie i o dowolnej porze. Sklep w gospodarstwie może być prosty w formie skrzynki, półki czy też straganu. Może też być w formie specjalnie dostosowanego pomieszczenia lub w pełni wyposażonego sklepu. Może być bezobsługowy albo prowadzone z pełną obsługą. Wszystko zależy od skali i częstotliwości sprzedaży oraz znaczenia sprzedaży bezpośredniej dla gospodarstwa. Sklep może być otwarty jedynie sezonowo albo tylko w niektóre dni. Może też być całoroczny jeśli są produkty do sprzedania. Nie ma reguły, poza tym że klienci przyjeżdżają do gospodarstwa w celu dokonania zakupów. Liczy się to, że sklep jest prowadzony przez rolnika i jego rodzinę i sprzedaje produkty pochodzące z gospodarstwa na terenie gospodarstwa. W przypadku znaczącej sprzedaży, zazwyczaj prowadzona jest wyodrębniona księgowość. W niektórych wariantach, sklep sprzedaje również produkty okolicznych rolników i producentów.

Informacja o
możliwościach
zastosowania w Polsce

Każdy rolnik może sprzedawać bezpośrednio konsumentowi produkty pochodzenia roślinnego i zwierzęcego w stanie nieprzetworzonym, które pochodzą wyłącznie z własnych upraw lub hodowli. Aby sprzedawać legalnie, w przypadku produktów pochodzenia roślinnego, rolnik musi spełnić warunki określone w rozporządzeniu o *dostawach bezpośrednich* (Rozporządzenie Ministra Zdrowia z dnia 6 czerwca 2007r. w sprawie dostaw bezpośrednich środków spożywczych - Dz. U. z dnia 27 czerwca 2007 r.), a w przypadku sprzedaży produktów pochodzenia zwierzęcego, rozporządzenie o *sprzedaży bezpośredniej* (Rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 30 września 2015 r. w sprawie wymagań weterynaryjnych przy produkcji produktów pochodzenia zwierzęcego przeznaczonych do sprzedaży bezpośredniej. Dz.U. 2015 poz. 1703). W przypadku produktów roślinnych, sprzedaż powinna być zgłoszona w Powiatowej Inspekcji Sanitarnej, a w przypadku produktów pochodzenia zwierzęcego u Powiatowego Inspektora Weterynarii.

Dopuszczana jest bez wymogów zgłaszania również sprzedaż sąsiedzka („od rolnika do rolnika”), która może dotyczyć produktów, których rolnik sam nie produkuje tylko nabywa u sąsiada. Natomiast sprzedaż produktów przetworzonych wymaga zarejestrowania się do *rolniczego handlu detalicznego* (RHD) lub sprzedaży w ramach sprzedaży *marginalnej, lokalnej, ograniczonej* (MLO).

Wytwarzanie i sprzedaż bezpośrednia produktów roślinnych lub zwierzęcych w stanie nieprzetworzonym (naturalnym) pochodzących z własnego gospodarstwa nie podlega opodatkowaniu podatkiem dochodowym (Ustawa z dn.26 lipca 1991r.o podatku dochodowym od osób fizycznych), natomiast wyrób i sprzedaż produktów roślinnych lub zwierzęcych przetworzonych jest możliwy w ramach RHD, MLO lub działalności gospodarczej, które wiążą się z korzystnymi rozwiązaniami podatkowymi.

Podsumowując, w Polsce każdy rolnik ma możliwość prowadzenia sprzedaży bezpośrednio w swoim gospodarstwie. Proces „legalizacji” sprzedaży w tej formie jest w miarę prosty i przyjazny dla rolnika.

Mocne strony w świetle
możliwości rozwoju i
upowszechnienia w Polsce

- Prosta formuła dla sprzedającego i kupującego
- Gwarantuje konsumentowi autentyczność pochodzenia
- Wynagrodzenie natychmiastowe
- Niewielkie koszty uruchomienia i prowadzenia
- Ta forma sprzedaży może być powiązana z marketingiem innych usług (agroturystyka itp.)
- Zmiany w prawie w zakresie Rolniczego Handlu Detalicznego umożliwiają sprzedaż produktów przetworzonych z własnego gospodarstwa każdemu rolnikowi.
- Rolnik prowadzi sprzedaż indywidualnie, ale może zrzeszać się formalnie lub nieformalnie z innymi rolnikami w celach marketingowych i w celu wzbogacenia oferty.
- Większość konsumentów ceni wygodę w dokonywaniu zakupów, a więc nie pojedzie do gospodarstwa, w szczególności jeśli oferta jest ograniczona albo sezonowa.
- Dla indywidualnego sprzedającego, koszty promocji i marketingu by przyciągnąć kupujących mogą być znaczne.
- Sprzedaż jest raczej nieprzewidywalna, a wypracowanie stałej grupy kupujących wymaga sporego wysiłku.
- Może powodować zaburzenia w pracy produkcyjnej gospodarstwa, ponieważ klienci mogą pojawić się o każdej porze.

Słabe strony w świetle
możliwości rozwoju i
upowszechnienia w Polsce

Targi farmerskie
Przykłady z Polski

Targ Pietruszkowy (Kraków)

<https://targpietruskowy.pl/>

Targ Pietruszkowy powstał w 2013 roku jako przedsięwzięcie Stowarzyszenia Miłośników Podgórze z potrzeby chwili przy wsparciu Fundacji Partnerstwo dla Środowiska oraz Małopolskiego Stowarzyszenia Rolników Ekologicznych Natura. Chodziło o ożywienie Krakowa po prawej stronie Wisły. Był to pierwszy targ farmerski w Krakowie. Nie dopuszczał i do dziś nie dopuszcza pośredników. Targ Pietruszkowy zmienił oblicze dzielnicy, która z zakupowej pustyni stała się ekologiczną oazą Krakowa. Na Targu można kupić najlepsze produkty żywnościowe wprost od rolników i producentów. Producenci muszą spełnić 3 wymogi: (1) odległość gospodarstwa powinna wynieść nie więcej niż ok. 150 km od Krakowa; (2) posiadać certyfikat ekologiczny lub wyrazić zgodę na poddanie się niezapowiedzianym badaniom laboratoryjnym; (3) rolnik lub przetwórcza sprzedaje swoje produkty sam lub sprzedaż prowadzona jest przez kogoś z jego rodziny. Targiem zarządza dziś Fundacja Targ Pietruszkowy. Targ zainspirował szereg innych analogicznych inicjatyw w Krakowie.

Wielkowiejski Targ [Wielka Wieś, Małopolskie]
<https://www.facebook.com/watch/?v=293234635048009>

Cykliczny targ powstał z inicjatywy podkrakowskiej gminy Wielka Wieś przy współpracy Lokalnej Grupy Działania „Korona Północnego Krakowa” na placu parkingowym przy Urzędzie Gminy w maju 2020. Na pierwszym targu pojawiło się blisko 20 wystawców z szerokim asortymentem warzyw, owoców, przetworów owocowo-warzywnych; wędlin, kwiatów i kompozycji roślinnych oraz drzew owocowych i krzewów. W okresie trwania targu do października 2020, gmina zapewniła stronę organizacyjną i zajęła się marketingiem w mediach społecznych i poprzez swoje kanały informowania mieszkańców gminy. Dodatkowe wsparcie finansowe, merytoryczne i marketingowe pozyskano w ramach projektu własnego LGD pt. „Lokalności – targi produktów lokalnych” współfinansowanego ze środków PROW.

Przedsięwzięcie pokazało miejscowym rolnikom, mieszkańcom gminy samorządowi, że współpraca się opłaca. Inicjatywa rozbudziła zainteresowanie i zachęciła sprzedających do podjęcia inicjatywy powtórzenia targu w kolejnym sezonie przy współpracy z urzędem gminy. Przykład ten pokazuje jaką rolę może odegrać samorząd jako „organizator rynku lokalnego” w aktywizowaniu do współpracy rolników i producentów działających na danym terenie.

Sposób organizacji i funkcjonowania

Obok sprzedaży w gospodarstwie, targi farmerskie stanowią najstarszą i najbardziej powszechną formę sprzedaży bezpośredniej. Forma sprzedaży polega na tym, że w określonych dniach i godzinach w określonym miejscu rolnicy wystawiają na sprzedaż swoje produkty, a konsumenci je kupują. Ceny są negocjowane bezpośrednio, a oferta opiera się na tym, co jest w sezonie lub dostępne w danym dniu. Targi są często organizowane przez gminy, które udostępniają stosowną przestrzeń wraz z zapleczem lub przez osoby prywatne, firmy czy też stowarzyszenia. Nie ma tu reguły i nie ma przeciwwskazań by grupa rolników zorganizowała własny targ. Targi farmerskie wyróżniają się od innych targowisk tym, że nie uczestniczą w nich pośrednicy handlowi.

Informacja o możliwościach zastosowania w Polsce

Targi farmerskie rozwijają się dynamicznie w Polsce. Poza tymi, które funkcjonują od lat, powstają nowe, które budują swoją konkurencyjność w oparciu o możliwość zakupów wprost od rolnika. Jest coraz więcej przykładów samorządów lokalnych, które podejmują się roli „organizatora rynku lokalnego”, aby w ten sposób dostarczyć korzyści zarówno miejscowym producentom, jak i mieszkańcom.

Mocne strony w świetle możliwości rozwoju i upowszechnienia w Polsce

- Prosta i zrozumiała formuła zarówno dla sprzedających, jak i kupujących. Formuła polega na bezpośrednich transakcjach na linii kupujący-sprzedający.
- Natychmiastowe wynagrodzenie za sprzedane produkty dla sprzedających.
- Rolnicy otrzymują bezpośrednią informację zwrotną odnośnie oferowanych produktów, potrzeb i preferencji konsumentów.
- Marketing innych prowadzonych form sprzedażowych. Poprzez obecność na targu, rolnicy budują zaufanie i przekonanie do swojej oferty, co zwiększa szansę, że klient będzie stale u nich robił zakupy.
- Regularne i w miarę pewne przychody dla rolnika w momencie wypracowania lojalnej grupy powracających klientów.

Słabe strony w świetle możliwości rozwoju i upowszechnienia w Polsce

- Wsparcie Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi, lokalnych grup działania, ośrodków doradztwa rolniczego oraz wielu samorządów zachęca rolników do współorganizowania targów wyłącznie dla lokalnych rolników
- Problemy logistyczne (dowóz produktów, instalacja na targu, magazynowanie) mogą być kosztowne dla sprzedającego
- Ograniczony czas sprzedaży oznacza, że może się nie uda sprzedać wszystkiego.

- Warunki pogodowe mają duży wpływ na sprzedaż.
- Koszty organizatorów targu mogą być wysokie. Jeśli organizator działa komercyjnie i próbuje wypracować zysk, to koszty udziału w targu mogą być wysokie.
- Trudno wyróżnić i wyeksponować targi farmerskie na bardzo konkurencyjnym rynku bez znaczącej promocji. Supermarkety organizują własne „ryneczki”, posługując się często sloganami KŁŻ.

Sprzedaż przydrożna i obwoźna

Przykład z Polski

Gospodarstwo rolne „Pod Polaną” [Rymanów, Podkarpackie]

<https://podpolana.pl/mlekomaty/>

Mlekomaty są najczęściej spotykaną formą sprzedaży vendingowej w Polsce. Poza agroturystyką, 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. W Krośnie litr 4 procentowego mleka kosztuje w mlekomacie 2,5 zł, tak więc gospodarstwo konkuruje z mlekiem sprzedawanym w sklepach zarówno jakością jak i ceną. Automat dozuje jego ilość w zależności od kwoty: od 20 groszy wzwyż. Można przyjść z własnym pojemnikiem lub kupić jednorazową butelkę na miejscu – również w automacie. Świeże mleko jest dowożone codziennie, a nadwyżka, która nie trafia do mlekomatu jest sprzedawana Okręgowej Spółdzielni Mleczarskiej w Sanoku. Ogólna powierzchnia gospodarstwa to 75 ha zlokalizowanych na terenach górskich na obszarze prawnie chronionym Natura 2000. Gospodarstwo to 50 sztuk bydła, w tym 35 sztuk krów rasy simentaler, które produkują rocznie ponad 200 tysięcy litrów mleka. Przykład ten pokazuje jak gospodarstwo rolne oddalone od miasta może sprzedawać swoje mleko bezpośrednio konsumentom.

Przykład z Europy

BIOobst Weichhart (Austria)

<https://www.bio-weichhart.at/hofladen>

Ekologiczne gospodarstwo rodziny Weichhartów jest zlokalizowane niedaleko St. Polten w Austrii. Zajmuje się uprawą owoców – gruszek, jabłek. Prowadzi również przetwórstwo, produkując z własnych owoców cydrylicy, soki, owoce suszone, octy i brandy. Od kilku lat, gospodarstwo inwestuje w automatyczne sklepy wendingowe, które są otwarte 24 godziny, 7 dni w tygodniu. Są to kioski, zlokalizowane przy głównych arteriach nie daleko od gospodarstwa, wyposażone w automaty wendingowe ze schowkami, w których są umieszczone produkty żywnościowe. Klient wybiera interesujące go produkty, płaci kartą, paypalem czy też gotówką, drzwiczki się otwierają i klient odbiera zakupiony towar. Gospodarstwo Weichhartów prowadzi i obsługuje 3 zautomatyzowane sklepy. Udostępnia skrytki innym okolicznym producentów by wzbogacić ofertę. Nie było dotychczas problemów z wandalizmem, a kamerki umieszczone w sklepach sygnalizują, kiedy należy uzupełnić towar.

Sposób organizacji i funkcjonowania

Sprzedaż przydrożna produktów rolnych jest powszechnie stosowaną formą sprzedaży bezpośredniej, w szczególności w sezonie, gdy rolnicy zbierają świeże warzywa i owoce. Podstawowa formuła jest prosta. Rolnik wystawia swój towar na straganie przy drodze, a przejeżdżający kierowcy zatrzymują się i dokonują zakupu. Tak jak w przypadku sprzedaży w gospodarstwie, rolnik lub członek jego rodziny powinien prowadzić sprzedaż produktów z własnego gospodarstwa lub runa leśnego zebranego osobiście. Klucz to znalezienie dobrego punktu sprzedaży, który umożliwi kierowcom zatrzymanie się w sposób wygodny i bezpieczny. Punkt sprzedaży może być stały, ale najczęściej jest tymczasowy.

Czasem, sprzedaż przydrożna może odbywać się na terenie stacji benzynowych, parkingów czy też innych miejsc uczęszczanych przez kierowców. Najbardziej nowoczesna forma sprzedaży przydrożnej, która stwarza spore możliwości dla zbiorowych działań, to sprzedaż za pośrednictwem samoobsługowych automatów. Forma ta polega na tym, że rolnik lub grupa rolników zaopatruje automat zlokalizowany w ruchliwym miejscu w swoje produkty, a kupujący dokonuje zakupu samodzielnie, płacąc gotówką lub kartą kredytową. Kamery i inne rozwiązania techniczne informują o wyczerpaniu towaru lub innych problemach.

We wszystkich przypadkach sprzedaży przydrożnej, sprzedający powinien uzyskać pozwolenie na sprzedaż od właściciela lokalizacji punktu sprzedaży, co może wiązać się z kosztami.

Informacja o
możliwościach
zastosowania w Polsce

Przepisy regulujące dozwolone formy sprzedaży na małą skalę dopuszczają możliwość sprzedaży przydrożnej. Powszechne są stragany, budki i innego rodzaju punkty sprzedaży, a punkty tymczasowe sprzedające warzywa, owoce i runo leśne można spotkać w sezonie niemal przy każdej bardziej ruchliwej drodze. Coraz częściej pojawiają się próby wyróżnienia i uwiarygodnienia punktu sprzedaży przydrożnej poprzez oznakowanie, które nawiązuje do marki gospodarstwa czy regionu. Sprzedaż za pośrednictwem automatów jest aktualnie śladowa w Polsce w porównaniu z innymi krajami, ograniczając się głównie do mlekomatów i jajomatów prowadzonych przez indywidualnych rolników. Zbiorowe działania w tym zakresie należą do rzadkości, ale mają spory potencjał z uwagi na zmieniające się preferencje konsumentów.

Mocne strony w świetle
możliwości rozwoju i
upowszechnienia w Polsce

- W podstawowej formie, jest to opcja atrakcyjna i nie wymaga wysokich kosztów. Stacje benzynowe oraz inne przydrożne punkty usługowe są coraz częściej zainteresowane współpracą z uwagi na rosnące zainteresowanie żywnością wprost od rolnika ze strony konsumentów.
- Kierowcy są przyzwyczajeni do tej formy kupowania warzyw, owoców i runa leśnego.
- Wersje bardziej ambitne wykorzystujące automaty samoobsługowe oferują spore oszczędności czasowe, umożliwiając rolnikowi poświęcenie swojego czasu produkcji. Automaty oferują możliwość sprzedaży szerszego asortymentu produktów, w tym produktów przetworzonych lub wymagających określonych warunków przechowywania, jak np. mleko czy jaja.
- Okres pandemii sprzyja tej formie dokonywania zakupów.
- Z punktu widzenia rolnika, podstawowa forma takiej sprzedaży jest czasochłonna i nie gwarantuje zbytu.
- Dla wielu kupujących sprzedaż przydrożna w wersji podstawowej budzi wątpliwości związane z bezpieczeństwem i higieną, i cenowo niekorzystna w porównaniu ze sklepem. Część konsumentów jest zdania, że sprzedawana w ten sposób żywność nie koniecznie pochodzi z gospodarstwa sprzedającego, a raczej ze sklepu lub hurtowni.
- Bardziej ambitna forma takiej sprzedaży, wykorzystująca automaty, łączy się z wysokimi kosztami uruchomienia i sporymi wyzwaniem logistycznymi. Wymaga też założenia przez grupę rolników spółdzielni albo innego podmiotu do prowadzenia rozliczeń.
- Automaty są wciąż nowością i rzadkością w Polsce i nie jest jeszcze przesądzone, że taka forma sprzedaży się przyjmie. Dotychczasowe doświadczenia z mlekomatami i jajomatami nie zawsze są pozytywne.
- Zbiorowe działania rolników w zakresie sprzedaży za pośrednictwem automatów nie są na razie podejmowane w Polsce.

Słabe strony w świetle
możliwości rozwoju i
upowszechnienia w Polsce

Samozbiory

Przykład Europy

Grove Farm (Anglia)

<https://www.facebook.com/Grove-Farm-Pick-Your-Own-214938175214567>

<http://www.grovetfarmpyo.co.uk/homepage>

Gospodarstwo rolne zlokalizowane w Ivanhoe Leighton, ok. 150 km od Londynu, prowadzi działalność w konwencji „zbieraj sam” od roku 1981. Wszystko się zaczęło od tego, że prowadzący gospodarstwa nie byli w stanie zebrać i sprzedać do skupu wyhodowanej brukselki. Ogłosili udaną akcję “zbieraj sam” i od tego czasu ta forma sprzedaży stała się ważnym elementem funkcjonowania gospodarstwa. Co roku dodawano kolejne warzywa i owoce do oferty w odpowiedzi na potrzeby konsumentów, którzy przywykli do przyjeżdżania do gospodarstwa

w sezonie rolniczym. Dzisiaj ponad 30 hektarów jest uprawianych pod tą formę sprzedaży. Asortyment to ponad 30 rodzajów warzyw i owoców.

Sprzedaż odbywa się sezonowo od czerwca do października. Można zapisać się na listę mailingową. Przyjeżdżać można o dowolnej porze. Płatności pobierane są za to, co klient zbierze. Organizowane są również różne wydarzenia edukacyjne, aby przyciągać nowych klientów i utrzymać zainteresowanie stałych klientów. Grove farms należy do ogólnokrajowej platformy, która promuje gospodarstwa sprzedające w konwencji „zbieraj sam” w całym kraju. Platforma to umożliwia klientom wyszukanie gospodarstw, które prowadzą tą formę sprzedaży i nawiązanie z nimi bezpośredniego kontaktu – <http://www.pickyourownfarms.org.uk/>

Przykład z Europy

Selbsternte services e.U. (Austria)

<http://www.selbsternte.at/>

Przedsięwzięcie „zbieraj sam” w wydaniu Selbsternte services w Austrii polega na organizowaniu współpracy konsumentów z miasta z rolnikami ekologicznymi, którzy udostępniają ziemię i możliwość prowadzenia własnej uprawy przez cały sezon rolniczy. Rolnicy doradzają, sprzedają nasiona i świadczą usługi, w zależności od potrzeb. Natomiast uprawy i plony są odpowiedzialnością dzierżawcy. Można eksperymentować z różnymi odmianami i metodami upraw. Pola do dzierżawy mają powierzchnię 20 m², 40 m² albo 60 m². Rolnicy organizują różne wydarzenia edukacyjne i integracyjne. Taka forma działania funkcjonuje już od 25 lat i zgromadziła sporo doświadczeń, pokazując również, że na rynku istnieje zainteresowanie usługami tego typu.

Sposób organizacji i funkcjonowania

Rozwiązania „zbieraj sam” są korzystne dla rolnika, ponieważ to klienci przyjeżdżają do gospodarstwa i samodzielnie zbierają owoce lub warzywa. Płacą za to, co zbiorą. Taka forma sprzedaży wymaga jednak sporego wysiłku organizacyjnego po stronie rolnika – system ważenia i płatności, obsługa ruchu, zapewnienie bezpieczeństwa oraz nadzór nad zbierającymi. Spore wyzwanie wiąże się z marketingiem, tak aby klienci przyjeżdżali w odpowiednim czasie.

Są też warianty „zbieraj sam”, które polegają na tym, że rolnik udostępnia pole rodzinom czy grupom z miasta do upraw własnych. Rolnik opiekuje się polem, doradza i pomaga za opłatą, ale plony w całości należą do uprawiających. Taka forma wymaga z kolei sporego zaangażowania po stronie klienta.

Informacja o możliwościach zastosowania w Polsce

W Polsce na ten moment rozwiązania „zbieraj sam” stosowane są raczej na zasadach nieformalnych. Zorganizowane systemy takiej formy sprzedaży stosowane są na dużą skalę w Austrii i w Anglii.

Mocne strony w świetle możliwości rozwoju i upowszechnienia w Polsce

- Atrakcyjna forma dla rolnika i dla kupującego. Najbardziej podstawowa forma nie wymaga nakładów i inwestycji.
- Atrakcyjna forma dla gmin oraz innych podmiotów działających na rzecz wsi i rolnictwa, które chcą przyciągać ludzi na wieś w celach turystycznych i rekreacyjnych.
- Ze strony rolnika działalność wymaga wysiłku organizacyjnego i nadzoru.
- Rozwijanie tej formy sprzedaży wymaga dostosowania gospodarstwa oraz współpracy z innymi, zwłaszcza w zakresie marketingu.
- Konsumenty nie są jeszcze przyzwyczajeni do kupowania produktów w tej formie.
- Może się okazać pracochłonna dla rolnika i zaburzać pracę gospodarstwa.

Słabe strony w świetle możliwości rozwoju i upowszechnienia w Polsce

Sprzedaż internetowa

Przykład z Polski

Pliczko Gospodarstwo Rolne

<https://pliczko.pl/>

Pliczko Gospodarstwo Rolne niedaleko Częstochowy, na co dzień zajmuje się wyrobem olejów tłoczonych na zimno z lnu, słonecznika, rzepaku, ostropestu, lnianki i konopi oleistych. Gospodarstwo produkuje świeże i pożywne płatki, pełnowartościowe mąki z pełnego przemiału, oraz inne mąki z różnych rodzajów nasion, które są mielone w tradycyjnych, drewnianych młynach żarnowych. Gospodarstwo prowadzi sklep Internetowy, w którym można zapoznać się z aktualną ofertą i złożyć zamówienie. Zamówione produkty można odebrać osobiście w gospodarstwie, w sklepie mobilnym, który dociera w określone dni do Tarnowskich Gór i Lublińca, albo w jednym z dwóch sklepów stacjonarnych w Katowicach i Woźnikach.

Przykład z Polski

Ekobazarek w Tarnowie

<https://www.facebook.com/groups/467430986930148/>

Ekobazarek Tarnowski to inicjatywa nieformalna w mediach społecznościowych, dzięki której można kupować i sprzedawać żywnościowe produkty lokalne bez pośredników. Grupa funkcjonuje jako grupa prywatna na Facebook'u i działa w okolicach Tarnowa. Łączy konsumentów i producentów (jest ich 2,5 tysiąca). Rolnicy i inni producenci z okolic Tarnowa mogą trafić do kupujących, którzy poszukują autentycznych produktów żywnościowych wprost od rolnika. Inicjatorem i moderatorem grupy jest osoba, która kiedyś poszukiwała na własny użytek świeżych, ekologicznie wyprodukowanych owoców i warzyw. Liczba członków oraz ich aktywność rośnie, natomiast transakcje finansowe odbywają się poza grupą, bezpośrednio pomiędzy kupującym a sprzedającym. Aby dołączyć do grupy, trzeba zaakceptować regulamin. Ekobazarek pokazuje prostą i skuteczną formułę, która może być powielana i dostosowana do uwarunkowań bez ograniczeń.

Sposób organizacji i funkcjonowania

Sprzedaż internetowa to dynamicznie rozwijająca się forma sprzedaży, szczególnie w czasach pandemii. Polega ona na tym, że rolnik organizuje swój sklep w Internecie, przedstawiając swoją ofertę wraz z ceną i możliwością dostaw. Klient zamawia w sklepie i płaci, zazwyczaj on-line. Najczęściej klient może wybrać opcję dostawy/ odbioru: ma do wyboru przesyłkę kurierską, możliwość odbioru w gospodarstwie lub w innym wyznaczonym punkcie. Sprzedaż jest indywidualna, ale często sprzedający zrzeszają się z innymi producentami pod wspólną marką albo korzystają z platform organizowanych przez promotorów zakupów wprost od rolnika, takich jak ogólnopolski E-bazarek, realizowany przez ośrodki doradztwa rolniczego w całej Polsce.

Dla większych gospodarstw rolnych, sklep internetowy jest zazwyczaj dodatkiem do innych kanałów dystrybucji rolnika, takich jak targ farmerski, sprzedaż w gospodarstwie czy też we własnych sklepach stacjonarnych. Sprzedaż Internetowa stanowi doskonale narzędzie marketingowe.

Sprzedaż za pośrednictwem Internetu rozwija się dynamicznie w Polsce i stanowi atrakcyjną ofertę dla małych gospodarstw prowadzących sprzedaż bezpośrednią. W mediach społecznościowych powstają grupy, zrzeszające sprzedających i kupujących w obrębie miasta lub określonego obszaru. W ramach takiej grupy wszyscy mają ze sobą bezpośredni kontakt. Sprzedający oferują swoje produkty w postaci postów, podając asortyment do sprzedaży i ceny, a kupujący pytają o określone produkty. Po nawiązaniu kontaktu, strony umawiają się bezpośrednio co do kwestii logistycznych.

Informacja o możliwościach zastosowania w Polsce

Każdy rolnik z dostępem do Internetu ma możliwość zorganizowania własnego sklepu internetowego. Jest mnóstwo gotowych witryn sklepowych, a systemy płatności on-line mogą z łatwością być do nich zaadaptowane. Ta forma sprzedaży może być prowadzona indywidualnie, albo zbiorowo -w zakresie marketingu czy logistyki. Jest to forma sprzedaży dla większych gospodarstw, które mogą zapewnić atrakcyjny asortyment oraz ciągłość dostaw.

Dla mniejszych gospodarstw rolnych, często z ograniczoną i sezonową ofertą, bardziej atrakcyjną formą może być udział w dedykowanych grupach w mediach społecznościowych.

Należy mieć na uwadze, że na rynku w Internecie funkcjonuje dziś wielu pośredników, którzy oferują usługi prowadzenia sklepu lub innej inicjatywy, na zasadach komercyjnych.

Mocne strony w świetle możliwości rozwoju i upowszechnienia w Polsce

- Bieżąca aktualizacja oferty, zarówno w zakresie asortymentu, ilości, jak i ceny.
- Relatywnie niski koszt uruchomienia i prowadzenia tej formy sprzedaży. Jeśli chodzi o sklep internetowy dla indywidualnego gospodarstwa, to istnieje wiele szablonów i schematów. Koszty wykorzystania mediów społecznościowych do sprzedaży są praktycznie zerowe.
- Lawinowo rośnie przekonane wśród konsumentów do zakupów w Internecie albo za pośrednictwem mediów społecznościowych.
- W Polsce funkcjonują liczne sklepy internetowe oraz inicjatywy wykorzystujące media społecznościowe, a więc jest mnóstwo dostępnych wzorców i przykładów.

Słabe strony w świetle możliwości rozwoju i upowszechnienia w Polsce

- Koszty związane z logistyką i dostawami
- Konsumentci preferują kupowanie w sklepach
- Ukryte koszty rozwiązań internetowych
- Promocja i marketing wymagają sporego wysiłku

- Stosunkowo nieliczne inicjatywy platform internetowych, które angażują rolników jako współtwórców

Sprzedaż Prosument Zbiorowy (PZ)

System skrzynek/koszyków sprzedażowych/paczek od rolnika

Przykład z Polski

Paczka od Rolnika

<http://www.paczkaodrolnika.pl>

www.facebook.com/paczkaodrolnika.pl

Paczka od Rolnika to jedno z najstarszych i najtrwalszych przedsięwzięć sprzedaży bezpośredniej w Polsce. Funkcjonuje w okolicach Tarnowa. Jest to przedsięwzięcie realizowane wyłącznie przez rolników. Rolnicy realizują sprzedaż swoich własnych produktów za pośrednictwem platformy internetowej, która pełni rolę sklepu. Oferowane są prawie wyłącznie certyfikowane produkty ekologiczne. Co tydzień można zrobić zakupy „on-line” i zamówić „paczkę”, która następnie jest dostarczana za pośrednictwem kuriera lub z odbiorem osobistym. Stowarzyszenie GRUPA ODROLNIKA pełni funkcję koordynatora, zajmując się równocześnie rozwojem projektu i promocją idei sprzedaży bezpośredniej. Dzięki temu, że Stowarzyszenie organizuje rynek sprzedaży, rolnicy uzyskują lepszą cenę za swoje produkty, natomiast konsumenci mają dostęp do świeższej, wysokiej jakości żywności.

Przykład z Polski

Klub Zakupowy Koszyk Lisiecki

<http://zakupy.koszyklisiecki.pl>

Klub Zakupowy zrzesza producentów z Ziemi Lisieckiej pod Krakowem i konsumentów, mieszkających w Krakowie i okolicach, oferując świeże, smaczne produkty wprost od rolników i producentów. Funkcjonuje od 2017 roku. Sprzedaż odbywa się w formie cotygodniowych sesji sprzedażowych za pośrednictwem platformy internetowej. Każdy producent ma możliwość wprowadzania własnej oferty, monitorowania sprzedaży oraz uzgadniania cen z moderatorem. Klub organizuje punkt odbioru, gdzie klienci przyjeżdżają i odbierają swoje zamówienia, a od początku pandemii prowadzi również dostawy do domu za dodatkową opłatą. W Klubie uczestniczy podstawowa grupa ok. 30 producentów i ponad 600 kupujących. Klub prowadzi Stowarzyszenie Producentów Koszyka Lisieckiego, które kształtuje politykę sprzedaży i rozwoju przedsięwzięcia. Koszyk przyjął strategię zwiększania wartości zakupów dokonywanych przez już partycypujących kupujących, w przeciwieństwie do zwiększania liczby klubowiczów.

Kluby Zakupowe działają według zasady krótkich łańcuchów – od producenta do klienta, bez zbędnych pośredników. System jest bardzo prosty: z jednej strony grupa lokalnych rolników i małych przetwórców, a z drugiej grupa konsumentów. Pośrodku organizator, który kojarzy jednych z drugimi – najczęściej wykorzystując narzędzia informatyczne oraz inne działania edukacyjne. Podstawowa idea to budowa stałej grupy współpracujących ze sobą producentów i konsumentów. Liczą się relacje osobiste. Nie ma tu anonimowości.

Sposób organizacji i funkcjonowania

Operacyjnie, Kluby działają w różnych formułach „sklepów internetowych”. Zazwyczaj rolnicy uczestniczą w organizacji Klubu, zajmują się przygotowaniem, pakowaniem i dostarczaniem żywności do punktów odbioru lub bezpośrednio do domu klienta. Klub ma opiekuna, który koordynuje wszystkie działania. Niewielka marża, jaką dodaje się do ceny sprzedawanych produktów, pokrywa koszty organizacyjne i księgowo. Pozostałe pieniądze trafiają bezpośrednio do rolników. Najczęściej Kluby nastawione są na sprzedaż produktów lokalnych, sezonowych, wytwarzanych oraz przetwarzanych metodami naturalnymi i tradycyjnymi.

Informacja o możliwościach zastosowania w Polsce

Wprowadzenie przepisów rolniczego handlu detalicznego, uproszczenie wymogów sanitarnych oraz korzystne warunki podatkowe spowodowały, że coraz więcej rolników w Polsce interesuje się sprzedażą własnych produktów rolno-spożywczych. Działając w pojedynkę, wielu rolników dochodzi do wniosku, że zbiorowe działania mogą być korzystniejsze i skuteczniejsze niż działanie indywidualne, ponieważ ryzyko i koszty marketingu, logistyki, sprzedaży, a nawet przetwórstwa mogą być dzielone z innymi, a korzyści wciąż mogą być indywidualne. Oznacza to, że przyszłość sprzedaży bezpośredniej raczej należy do rozwiązań opartych na klubach zakupowych, e-skrzynkach i paczkach, które oferują wspólny marketing i dystrybucję, zapewniając równocześnie indywidualne korzyści.

Mocne strony w świetle możliwości rozwoju i upowszechnienia w Polsce

- Wygodne rozwiązanie dla sprzedających i kupujących, które może być dostosowywane do potrzeb, uwarunkowań i możliwości.
- Rolnik lub producent może zachować swoją indywidualną tożsamość, budując swoją markę i gromadząc swoich własnych lojalnych klientów.
- Nie ma wymogu rezygnacji z innych form sprzedaży.
- Dla klientów rozwiązanie to zapewnia świeżość i autentyczność produktów oraz trwałość dostaw.
- Koszt uruchomienia tej formy sprzedaży jest stosunkowo niewielki. Można wystartować z telefonem i listą mailingową, potrzebne jest też miejsce, które może pełnić rolę punktu odbioru.
- Możliwość wdrażania nowoczesnych technologii (automaty, płatności on-line, dostawy do domu), które mogą pomóc rozwiązać problemy logistyczne, tak aby osiągnąć większą skalę oddziaływania
- W Polsce funkcjonuje coraz więcej inicjatyw tego typu, zarówno społecznych jak i komercyjnych, jest więc sporo wzorców i przykładów.

Słabe strony w świetle możliwości rozwoju i upowszechnienia w Polsce

- Problemy logistyczne – dostawy, magazynowanie
- Koszty dostaw mogą być wysokie
- Wymagana jest sprawna organizacja i współpraca rolników

Sklepy rolnicze/zbiorowe punkty sprzedaży

Przykład z Europy

Unifерme (Francja)

<https://www.uniferme.fr/>

Unifерme to sklep organizowany i prowadzony przez grupę 18 gospodarstw rolnych przy głównej drodze pomiędzy Lyonem a St. Etienne we Francji. Sklep funkcjonuje 7 dni w tygodniu i sprzedaje produkty pochodzące z partycypujących gospodarstw. Rolnicy z tych gospodarstw obsługują sprzedaż i zapewniają dostawy. Unifерme powstał w roku 1978 i jest dziś jednym z najstarszych i najtrwalszych przykładów tej formy sprzedaży we Francji. W ramach promocji i budowania marki sklepu, partycypujący rolnicy organizują regularne dni otwarte w swoich gospodarstwach oraz prowadzą wspólne akcje marketingowe. Unifерme należy do stowarzyszenia pn. Terre d'envies CEGAR circuits court, które zrzesza ponad 40 analogicznie działających zbiorowych punktów sprzedaży (PVC) i ponad 700 gospodarstw rolnych w regionie Rhone-Alpes (<http://www.terredenvies.fr>)

Przykład z Europy

Grains de ferme (Francja)

<http://grainsdeferme.com>

Sklep Grains de Ferme znajduje się w La Tour de Salvagny w regionie Rhone-Alpes we Francji i działa na zasadzie zbiorowego punktu sprzedaży, bazując na produktach z 16 gospodarstw rolnych zlokalizowanych w regionie. Sklep funkcjonuje na zasadzie spółdzielni, która działa w imieniu partycypujących rolników, zapewniając organizację dostaw, prowadzenie sklepu, sprzedaż oraz wspólny marketing przy pomocy dwóch pracowników. Zgodnie z przepisami, partycypujący rolnicy pełnią dyżury w sklepie, tak by w godzinach otwarcia zawsze był obecny co najmniej jeden rolnik. Sklep oferuje bogaty asortyment produktów przetworzonych i nieprzetworzonych. Z punktu widzenia konsumenta funkcjonuje podobnie jak każdy inny sklep, poza tym, że oferuje również bezpośredni kontakt z rolnikiem i możliwość odwiedzenia gospodarstw rolnych, które współtworzą inicjatywę.

Sposób organizacji i funkcjonowania

Zbiorowe punkty sprzedaży to sklepy sprzedające produkty rolno-spożywcze organizowane przez grupę rolników. Jest to forma sprzedaży, która jest najbardziej rozwinięta we Francji (*Points de vente collectifs - PVC*). Taka forma sprzedaży polega na tym, że sklep lub sklepy są prowadzone kolegiąlnie przez grupę współpracujących ze sobą rolników. Rolnicy na zmianę sprzedają w sklepie, a każdy z nich dostarcza swoje produkty. We Francji przepisy nakazują, że przy sprzedaży zawsze obecny musi być co najmniej jeden rolnik. Partycypujący rolnicy

specjalizują się w różnych produktach i w związku z tym oferowany asortyment jest dość szeroki, a ciągłość dostaw zapewniona. Zbiorowy punkt sprzedaży tworzy strukturę sprzedażową dla małych gospodarstw, które działając samodzielnie, miałyby ograniczone możliwości sprzedaży. Każdy sklep jest niezależny i kontrolowany przez prowadzącą go grupę rolników, ale w danym regionie sklepy prowadzą wspólny marketing pod wspólną marką (np. Boutiques Paysannes w regionie Rhone-Alpes). Prekursorem tej formy sprzedaży jest francuski region Rhone-Alpes, gdzie znajduje się największe skupisko zbiorowych punktów sprzedaży.

We Francji zbiorowy punkt sprzedaży reprezentuje producentów, a więc nie dochodzi do kupna i odsprzedaży produktów. Każdy producent pozostaje właścicielem swoich produktów aż do momentu ich zakupu przez konsumenta. Fakturowanie następuje w momencie zapłaty za zakupy. Producenci płacą prowizję od sprzedaży z tytułu wprowadzenia towarów do obrotu, aby w ten sposób pokryć koszty funkcjonowania sklepu. Forma prawna usługodawcy dla prowadzeniu sklepu nie jest sprecyzowana. Może być to spółdzielnia, spółka albo stowarzyszenie. Istotne jest, aby forma prawna była kontrolowana przez rolników partycypujących w zbiorowym punkcie odbioru. Forma prawna może być dostosowana do uwarunkowań i możliwości określonej sytuacji.

Informacja o możliwościach zastosowania w Polsce

Zbiorowe punkty sprzedaży, prowadzone przez rolników, mają ograniczone możliwości rozwoju w Polsce ze względu na fakt, że przepisy regulujące sprzedaż małą skalę, takie jak Rolniczy Handel Detaliczny, wymagają, aby każdy rolnik prowadził sprzedaż własnych produktów. Nie ma w Polsce na ten moment prawnej możliwości organizowania sklepu przez grupy rolników w ramach działalności rolniczej, w którym jeden rolnik sprzedaje produkty nie tylko własne, ale też innych rolników. Zbiorowe punkty sprzedaży mogą funkcjonować w Polsce na zasadach działalności gospodarczej jako przedsiębiorstwa lub na podstawie działalności spółdzielczej. Są to formy mało atrakcyjne dla wielu rolników, w szczególności tych z mniejszych gospodarstw.

Mocne strony w świetle możliwości rozwoju i upowszechnienia w Polsce

- Sklep umożliwia różnorodność oferty, co przyciąga klientów.
- Wspólny marketing pod wspólną marką zwiększa sprzedaż, ograniczając koszty.
- Wygodny zarówno dla kupujących jak i sprzedających.
- Podział obowiązków pomiędzy sprzedających nie jest uciążliwy i przyczynia się do wzmocnienia marki partycypujących rolników.
- Atrakcyjna forma dla samorządów oraz innych organizacji promujących region wśród turystów oraz inwestorów.
- Mogą pojawić się problemy z zapewnieniem ciągłości dostaw i jakości produktów.
- Sprzedający ponoszą koszty produktów niesprzedanych.
- Duży koszt inwestycji na starcie - znalezienie atrakcyjnej lokalizacji oraz wyposażenie sklepu. Stałe koszty utrzymania sklepu mogą okazać się bardzo wysokie.
- Problemy z ustaleniem formuły współpracy oraz wdrożeniem jej w życie (nieporozumienia pomiędzy współtworzącymi sklep osobami stanowią duże zagrożenie dla powodzenia przedsięwzięcia)
- Ograniczone możliwości zastosowania takiej formy sprzedaży w Polsce
- Inne formy zbiorowej sprzedaży bezpośredniej są bardziej atrakcyjne, ponieważ koszty i ryzyko w przypadku sklepów mogą być wysokie.

Słabe strony w świetle możliwości rozwoju i upowszechnienia w Polsce

Kooperacje konsumentów/kooperatywy spożywcze

Przykład z Polski

Kooperatywa „Dobrze”

<https://www.facebook.com/pages/Kooperatywa-Spozywcza-DOBRZE>

www.dobrze.waw.pl

Ta zrzeszająca ponad 500 osób warszawska kooperatywa działa od 2013 roku. Kooperatywa działa jako stowarzyszenie. Każdy członek stowarzyszenia pracuje jako wolontariusz na rzecz Kooperatywy minimum 3 godziny w miesiącu w ramach tzw. dyżurów. Dzięki temu wszystkie zrzeszone osoby mają możliwość doświadczenia i poznania działania Kooperatywy od środka. Każdy członek opłaca także składkę (min. 30 zł/miesiąc), która zasila budżet stowarzyszenia. Dzięki temu stowarzyszenie ogranicza koszty prowadzenia sklepu. Członkowie Kooperatywy po opłaceniu składek i odpracowaniu dyżuru kupują produkty po preferencyjnych cenach, zbliżonych do producenckich. Osoby niezrzeszone w Kooperatywie korzystają ze standardowych cen sklepu. Każdy członek może uczestniczyć w podejmowaniu decyzji podczas regularnych spotkań strategicznych.

Stowarzyszenie prowadzi 2 sklepy stacjonarne w Warszawie i od niedawna również sklep internetowy. Zakupy może w nich zrobić każdy, ale zniżkę otrzymują tylko członkowie stowarzyszenia.

Przykład z Polski

Wawelska Kooperatywa Spożywcza (Kraków)

<https://wawelskakooperatywa.pl/blog>

Kooperatywa funkcjonuje już od wielu lat i ma ugruntowaną pozycję w Krakowie. Jej działalność polega na dokonywaniu wspólnych zamówień przez Internet, przy pomocy arkusza kalkulacyjnego, dostępnego online. Zamówienia składane są raz w tygodniu. Oferta kooperatywy obejmuje ponad 180 różnych produktów. Jest ona stale poszerzana i dostosowana do potrzeb kooperantów.

Zamówione produkty dostarczane i odbierane są w wyznaczony dzień, raz w tygodniu. Dyżurująca grupa osób wspólnie rozdziela zamówienie na indywidualne paczki w punkcie odbioru. Kooperatywa pobiera wpisowe w wysokości 50 zł i każdy kupujący odprowadza 10% wartości swojego zamówienia na „fundusz gromadzki”, który funkcjonuje jako fundusz na wspólne wydatki związane z prowadzoną działalnością (najem lokalu, sprzęt itp.). Każdy kooperant zobowiązuje się przepracować co najmniej 2 godziny tygodniowo na rzecz wspólnoty

Sposób organizacji i funkcjonowania

W większości większych miast w Polsce funkcjonują inicjatywy Kooperatyw Spożywczych. Jest ich obecnie ponad 20 i stanowią już ważny ruch społeczny. Swoją formą przypominają spółdzielnię, której członkowie wspólnym wysiłkiem zaopatrują się w żywność bezpośrednio u producentów. Wynajdują i organizują dostawców. Celem nie jest zysk, lecz pozyskiwanie dobrej jakości produktów w możliwie niskich cenach. Jest to odpowiedź na potrzeby konsumentów, którzy poszukują dostępu do żywności wiadomego pochodzenia. Kooperatywy w wielu przypadkach funkcjonują nieformalnie, natomiast łączy je idea spółdzielczości oparta na takich wartościach jak współpraca, możliwość współdecydowania i samopomoc. Kooperatywy zajmują się sprawami logistycznymi, angażując rolników i producentów, którzy często nie mają możliwości sprzedaży na targu lub pragną zapewnić sobie grono stałych klientów.

Taki model zapewnia członkom kooperatywy dostęp jakościowej żywności, ale wymaga od nich zaangażowania. Każdy musi przepracować określoną liczbę godzin miesięcznie na rzecz wspólnoty oraz uczestniczyć w spotkaniach, na których reguły funkcjonowania są ustalane wspólnie. Niektóre Kooperatywy działają jako grupy zamknięte ograniczając się do organizacji zakupów. Inne prowadzą również sklepy oraz działania społeczne i edukacyjne, np. na temat żywności lokalnej, zdrowego żywienia, przeciwdziałania marnotrawieniu żywności, sprawiedliwego handlu i inne.

Informacja o możliwościach zastosowania w Polsce

W Polsce funkcjonuje już kilkadziesiąt spółdzielni spożywczych, o różnym stopniu sformalizowania. Jest to forma, która może być powielana i dostosowywana do potrzeb, możliwości oraz uwarunkowań grupy inicjującej. W Polsce, w przeważającej większości przypadków, jest to inicjatywa grup konsumentów poszukujących dostępu do żywności wiadomego pochodzenia. Nie ma jednak przeciwwskazań by kooperatywę tworzyli rolnicy lub też grupa producentów. Jedną z wyróżniających cech ruchu kooperatyw spożywczych w Polsce jest to, że osoby zaangażowane w taką formę działalności chętnie się dzielą swoimi doświadczeniami i pomagają w uruchomieniu kolejnych inicjatyw tego typu.

Mocne strony w świetle możliwości rozwoju i upowszechnienia w Polsce

- Możliwość zakupu produktów prosto od rolnika, w szczególności ekologicznych lub wyprodukowanych w sposób nie przemysłowy.
- Pozyskiwanie rolników w celu nawiązania długofalowej współpracy, często zapewniając kwestie logistyczne. Dla rolnika niewątpliwą korzyścią jest dostęp do stałej grupy klientów. Dla wielu małych gospodarstw oddalonych od miasta, współpraca z kooperatywą może być jedną z ważnych możliwości dotarcia do klientów miejskich.
- Dla partycypujących konsumentów ceny są atrakcyjne, ponieważ kooperatywa zazwyczaj dokonuje zakupów po cenach hurtowych. W przeciwieństwie do sklepu zazwyczaj nie ma marży.
- Dla niektórych, wielkim plusem jest możliwość współpracy w grupie, wzajemna pomoc i podział obowiązków, które w ostatecznym rozrachunku dają korzyści wszystkim zaangażowanym.

Słabe strony w świetle możliwości rozwoju i upowszechnienia w Polsce

- Formuła kooperatywy jest bardzo elastyczna i można ją dostosować do określonej grupy zainteresowanych producentów i konsumentów.
- Nie każdy jest gotowy wziąć na siebie obowiązki związane z wykonywaniem pracy wolontariatu na rzecz kooperatywy. Nie każdy jest też zainteresowany udziałem we wspólnocie, która współdecyduje o zasadach i sposobie funkcjonowania.
- Nieformalny charakter wielu kooperatyw i zwyczajowe reguły funkcjonowania stanowią barierę dla rozwoju i zwiększania liczby członków oraz obrotu. Wiele spółdzielni ma charakter zamknięty i pragnie utrzymać kameralną skalę działania oraz swój charakter „szkoły” społecznej, uczącej uczestników jak działać zbiorowo i solidarnie.
- Rachunek ekonomiczny jest w wielu przypadkach, trudny do określenia z uwagi na spory wkład pracy społecznej. Transparentne zarządzanie przepływami finansowymi często stanowi wyzwanie dla członków kooperatywy.
- Ceny w dużej mierze dyktują kooperanci, a więc dla rolników ceny nie zawsze są atrakcyjne. Kupujący w kooperatywie są też zazwyczaj wymagającym klientem, do którego nie zawsze łatwo się dostosować.

Rolnictwo wspierane społecznie (RWS)

Przykład z Polski

Rolnictwo Wspierane przez Społeczność Dobrzyńskie Warzywa <https://www.facebook.com/rwsdobrzym>
Rodzinne gospodarstwo z Dobrzyń nad Wisłą, które od 2014 roku zaopatruje w warzywne paczki rodziny z Torunia, warszawskiego Grochowa, Ursynowa i Żoliborza. Na 5 ha ziemi rosną dziesiątki odmian różnych warzyw, uprawianych metodami zrównoważonego rolnictwa.

Co tydzień gospodarze dostarczają konsumentom paczki pełne świeżych i pachnących warzyw. Edukują i promują jakościową, ekologiczną żywność. Grupy kupujących mają stałe miejsca i godziny odbioru paczek warzywnych. Cena paczki cotygodniowej waha się od 22 do 40 zł. Warszawskie grupy konsumentów to kooperatywy.

Grudzień i styczeń to ważne miesiące, ponieważ to w tym czasie zaczynają się zbierać kontrakty od odbiorców i planuje się co siał i sadzić.

Przykład z Europy

Derrybeg farm (Irlandia)

<http://www.derrybegfarm.ie/>

<https://www.facebook.com/derrybegfarm>

Derrybeg Farm to hektarowe ekologiczne gospodarstwo rolne zlokalizowane w Celbridge w Irlandii, które funkcjonuje w formule rolnictwa wspieranego społecznie od 2012 roku. Społeczność Derrybeg Farm wspiera rolnika finansowo oraz poprzez wolontariat przez cały rok, natomiast uprawiane warzywa i owoce są dostarczane sezonowo od czerwca. Wsparcie finansowe udzielane przez ok. 60 członków społeczności to roczna składka w wysokości 50 Euro oraz 500 Euro za 9-miesięczny sezon rolniczy. W zależności od możliwości finansowych, płatności mogą być jednorazowe lub rozłożone na raty. Płatności są uiszczane nie zależnie od plonów, co oznacza dzielenie się ryzykiem, ponieważ w danym roku, może być nadprodukcja, ale mogą też być straty.

Współpracując z rolnikiem prowadzącym gospodarstwo, członkowie społeczności Derrybeg Farm organizują różne wydarzenia edukacyjne, pozyskują dodatkowe środki w postaci grantów oraz członków wspierających, którzy wspierają finansowo przedsięwzięcie, ale nie korzystają z oferty produktowej. Produkcja to głównie warzywa i owoce, ale można też domówić jajka i wieprzowinę. Członkowie społeczności co roku wybierają komitet organizacyjny, który składa się z pięciu osób oraz rolnika. Komitet ten wspólnie układa wspólnie plany na nadchodzący sezon, zarządza finansami, organizuje wydarzenia, logistykę i wolontariat oraz nadzoruje działalność gospodarstwa. W sezonie, co tygodniowe skrzynki produktowe są odbierane z gospodarstwa. Grunty rolne są dzierżawione od gminy Kildare.

Ambicją społeczności Derrybeg Farm to doprowadzenie do sytuacji, w której członkowie społeczności mogą zapewnić wszystkie swoje potrzeby żywnościowe ze wspieranego przez nich gospodarstwa oraz z współpracujących z nimi gospodarstw funkcjonujące analogicznie w Irlandii i poza nią. W Irlandii funkcjonuje ogólna krajowa sieć gospodarstw wspieranych społecznie - <http://www.communitysupportedagriculture.ie>

Sposób organizacji i funkcjonowania

Rolnictwo Wspierane przez Społeczność to forma współpracy rolników i konsumentów oparta na bezpośrednich relacjach i wzajemnym wsparciu. Jest to forma relacji „prosumenckiej” oparta na wspólnym rozwiązywaniu problemów produkcji i dystrybucji zaangażowanych producentów. Forma ta opiera się na solidarnym inwestowaniu czasu i pieniędzy konsumentów w partycypujących producentów – zazwyczaj małe, lokalne,

rodzinne gospodarstwa rolne – tak, aby zapewnić sobie regularny dostęp do świeżej, zdrowej, smacznej żywności. Zaangażowane strony, tj. producenci i konsumenci wspólnie decydują o sprawiedliwej cenie, budując zaufanie i trwałą współpracę.

Współpraca w ramach RWS inicjowana jest przez konsumentów zainteresowanych dostępem do sezonowej żywności prosto od rolnika. Wiąże się też z pragnieniem pomocy w przetrwaniu małych gospodarstw rodzinnych z uwagi na ich znaczenie dla krajobrazów kulturowych, tradycji, ochrony różnorodności biologicznej i innych wartości związanych z produkcją żywności w małej skali. Rozwiązania RWS stanowią pewną formę kooperatyw, ale są przede wszystkim nastawione na wspieranie gospodarstw rolnych, tak, aby zapewnić ich przetrwanie i rozwój, w przeciwieństwie do kooperatyw spożywczych, które są zazwyczaj głównie nastawione na kupujących świadomie konsumentów.

Wyróżniającą cechą rozwiązań RWS jest formuła, w której konsumenci płacą „z góry” za produkty żywnościowe za cały sezon. W ten sposób, producenci mają zagwarantowany rynek zbytu i mogą się skupić na wyprodukowaniu produktów o jak najwyższej jakości pod potrzeby konsumentów. Inicjatywa RWS opiera się na 3 krokach:

1. Grupa konsumentów i producentów na określonym obszarze geograficznym decyduje się na współpracę na okres całego sezonu rolniczego. Konsumenci zobowiązują się do regularnego odbioru produktów (warzywa, owoce, nabiał, mięso czy też inne produkty) oferowanych przez partycypujące w grupie gospodarstwa.
2. Na początku sezonu uczestnicy płacą określoną sumę pieniędzy z góry – może to być całość kwoty lub jej część, płacona w ratach. Cena całkowita ustalana jest przez rolników w porozumieniu z konsumentami na podstawie szacowanych kosztów (koszt nasion, sadzonek, uprawy, płace pracowników, częstotliwości dostaw, transport do miejsca dostawy).
3. W trakcie sezonu konsumenci i rolnicy umawiają się co do formy odbioru. Może to być np. jeden lub kilka punktów odbioru, do których rolnicy przywożą produkty, a konsumenci je odbierają. Zazwyczaj produkty są w formie paczki albo skrzynki.

W Polsce ruch RWS jest związany z kooperatywami spożywczymi i rozwija się dynamicznie, w szczególności w wyniku ograniczeń wprowadzonych w związku z pandemią Covid-19. Fundacja Agri-Natura z siedzibą w Ostrowie Mazowieckim pełni rolę animatora tej formy współpracy rolników i konsumentów w Polsce, organizując szkolenia i wsparcie - www.agrinatura.pl

Informacja o
możliwościach
zastosowania w Polsce

Pierwsza grupa RWS w Polsce została założona w 2012 roku w Warszawie przez kilku członków Warszawskiej Kooperatywy Spożywczej w oparciu o doświadczenia z Czech. Dziś funkcjonuje w Polsce kilkanaście RWS-ów i powstają kolejne: <http://wspierajrolnictwo.pl/rwisy-w-polsce/>

Mocne strony w
świetle możliwości
rozwoju i
upowszechnienia w
Polsce

- Konsumenci mają możliwość zakupu produktów prosto od rolnika, w szczególności ekologicznych lub wyprodukowanych w sposób nieprzemysłowy.
- Rolnicy zyskują stałą grupę klientów, którzy dokonują przedpłaty na cały sezon rolniczy pomagając w utrzymaniu płynności finansowej gospodarstwa.
- Dla wielu małych gospodarstw oddalonych od miasta, ta forma sprzedaży może być jedną z nielicznych możliwości dotarcia do konsumentów miejskich.
- Formuła współpracy i sprzedaż są bardzo elastyczne i można ją dostosować do określonej grupy zainteresowanych producentów i konsumentów.
- Konsumenci mogą również stać się inwestorami uczestniczącymi w rozwoju gospodarstw

Słabe strony w świetle
możliwości rozwoju i
upowszechnienia w
Polsce

- Nie każdy z producentów i konsumentów jest gotowy zobowiązać się do współpracy na dłuższy okres czasu.
- Forma ta może okazać się pracochłonna i wymagająca dla obu stron.

Szlaki tematyczne/turystyczna marka lokalna

Przykład z Polski

Szlak Podkarpackich Smaków (Podkarpackie)

<http://www.szlakpodkarpackiesmaki.pl/>

Szlak liczy ponad 50 obiektów, dzięki czemu należy do największych i najbardziej ugruntowanych szlaków kulinarnych w Polsce. Zainicjowany i organizowany przez Fundację ProCarpathia w 2013 roku, jego celem jest promowanie zwiedzania regionu poprzez tradycje kulinarne, produkty lokalne i poznawanie Podkarpackiego poprzez wrażenia kulinarne. Współtworzący szlak to obiekty agroturystyczne, restauracje, karczmy, hotele oraz obiekty dziedzictwa kulturowego. W niektórych obiektach można znaleźć specjalnie przygotowaną i oznakowaną *Półkę Podkarpackich Smaków*, na której znajdują się produkty regionalne, tradycyjne i ekologiczne od lokalnych producentów. Fundacja ProCarpathia organizuje dostawy do półkowej sieci sprzedaży i prowadzi również sklep w Rzeszowie (<https://www.sklep.podkarpackiesmaki.pl/>)

W ramach Podkarpackiego Szlaku Kulinarnego oferuje pakiety turystyczne i wspólnie z marką lokalną produktów lokalnych – Podkarpackie Smaki. Aktualnie na Szlaku oferowane są weekendowe pakiety wyjazdowe na trzech trasach: Bieszczadzkiej, Beskidzko-Pogórzeńskiej i Północnej, aby w ten sposób przyciągać turystów z całej Polski. Promocja turystyczna Szlaku to forma marketingu sprzedaży produktów wprost od producentów. Współpracując z samorządem wojewódzkim, gminami oraz innymi partnerami, organizator Szlaku inspirował i tworzył festiwale, wyjazdy, wymiany doświadczeń by budować w ten sposób budować silną i rozpoznawalną markę, z której korzyści płyną lokalnie. Podmioty kreujące Szlak, to w dużej mierze obiekty gastronomiczne oraz agroturystyczne. Rolnicy i przetwórcy lokalni nie są bezpośrednio zaangażowani. Dla nich restauratorzy stanowią ważnym klientem i szansą na promocję i marketing swoich produktów. ważnym klientem dla

Przykład z Europy

Gutes vom bauernhof (Austria)

<https://www.gutesvombauernhof.at/oesterreich/app.html>

Gutes vom bauernhof (Dobre od Rolnika) to nie tylko marka stworzona i promowana przez Austriacką Izbę Rolniczą we współpracy z Ministerstwem Rolnictwa by zachęcić konsumentów do kupowania wprost od rolników, ale również aplikacja mobilna, prezentująca oferty gospodarstw sprzedających bezpośrednio. W przedsięwzięciu uczestniczy 1600 gospodarstw rolnych z całej Austrii. Każdy zainteresowany może odnaleźć informacje i oferty wszystkich gospodarstw w wyszukiwarce. Założenie aplikacji to umożliwienie zmotoryzowanym dotarcia do produktów lokalnych i regionalnych w gospodarstwach w trakcie podróży oraz w sklepach, na półkach rolniczych w supermarketach, restauracjach i innych obiektach gastronomicznych. Aplikacja również udostępnia oferty innych usług rolników – agroturystyka, gastronomia, szkolenia i wizyty.

Gutes von bauernhof traktuje każde partycypujące gospodarstwo jako markę lokalną, która buduje siłę całej inicjatywy. To one czerpią korzyści w wyniku zwiększonej sprzedaży i rozpoznawalności, tym samym wzmacniając całą inicjatywę.

Szlaki kulinarne oraz marki lokalne łączą konsumentów z producentami poprzez promowanie marki lokalnej czy regionalnej wyróżniającej produkty pochodzące z określonego regionu jako element promocji turystycznej regionów i żywienia gospodarki wiejskiej. Kuchnia regionalna wyróżnia i wytycza szlaki, przyciągając turystów oraz zachęcając mieszkańców do poznania i docenienia dziedzictwa kulinarnego swojego regionu. Z kolei szlaki kulinarne czy też marki regionu, zachęcają rolników do włączenia się w wykorzystanie promocji dla marketingu i sprzedaży swoich produktów.

Sposób organizacji i funkcjonowania

Zwyczaj inicjatywy szlaków kulinarnych czy marek lokalnych narzucają standardy i warunki, które powiązane są z audytami i formalnym przyjęciem do inicjatywy w zamian za promocję. Potencjalnie kupujący są zachęceni do kupowania wprost od producentów uczestniczących w danej inicjatywie zarówno w gospodarstwie jak i w innych kanałach dystrybucji prowadzonych przez partycypujące gospodarstwa rolne już funkcjonujących.

Organizatory szlaku czy marki zazwyczaj zachęcają i umożliwiają współpracę pomiędzy uczestnikami przedsięwzięcia i pomagają w inicjowaniu i rozwijaniu współpracy pomiędzy producentami a miejscowymi restauracjami, hotelami oraz sklepami. Szlaki kulinarne są coraz bardziej atrakcyjne dla turystów, stwarzając nowe możliwości tym samym sprzedaż miejscowym producentom żywności.

Informacja o możliwościach zastosowania w Polsce

W Polsce funkcjonuje wiele inicjatyw kreowania marek lokalnych i szlaków kulinarnych. Jest to popularna i dość powszechna forma kreowania rynków lokalnych. Promotorami marki są najczęściej samorządy lokalne czy też wojewódzkie, lokalne grupy działania czy też lokalne organizacje turystyczne. W ostatnich latach, Polska Organizacja Turystyczna inwestuje w promocję szlaków kulinarnych, prowadząc promocję 16 najważniejszych

szlaków kulinarnych w Polsce, podając linki do każdego pod adresem: <https://www.polska.travel/pl/poznaj-atrakcje-i-zabytki/kulinarial/szlaki-kulinarne>

Wizerunkowy charakter **kuchni regionalnych** i promocja towarzysząca turystycznym szlakom kulinarnym sprawia, że przeciętnie zorientowany turysta kojarzy sękacz z Podlasiem, rogal świętomarciński z Poznaniem, a żubrówkę z Puszczą Białowieską, zna menu na śląski „niedzielny łobiod” i potrafi wymienić pięć gatunków smacznych polskich ryb. Coraz więcej znawców docenia niewielkie regionalne browary i winnice. Piwowarstwo, winiarstwo i serowarstwo rzemieślnicze są już dziś ruchami same w sobie, gromadząc zarówno producentów i jak i konsumentów w grupy tematyczne.

Mocne strony w świetle możliwości rozwoju i upowszechnienia w Polsce

- Promocja i marketing nie stanowią kosztu dla producenta, a siła oddziaływania nie byłaby możliwa do osiągnięcia przez indywidualnych producentów.
- Współpraca z samorządami oraz innymi instytucjami publicznymi czy też pozarządowymi uwiarygadnia ofertę producenta
- Oferta turystyczna przyciąga potencjalnych klientów, którzy inaczej by nie trafili do regionu czy miejscowości często oddalonej od miast i uczęszczanych przez turystów miejsc.
- Szlaki kulinarne i marki lokalne są głównie nastawione na promocję turystyczną regionu, a więc w większości przypadków nie zajmują się marketingiem i sprzedażą produktów poszczególnych producentów.

Słabe strony w świetle możliwości rozwoju i upowszechnienia w Polsce

- Uwaga jest głównie skupiona na gastronomii raczej niż na gospodarstwach rolnych czy producentach.
- Producenci muszą zadbać o sprzedaż i dystrybucję swoich produktów, a korzyść płynąca z partycypacji w marce czy szlaku to promocja.
- Szlaki i marki dają jedynie możliwość pozyskania klientów. Inicjatywa i pomysłowość w tym zakresie należy do producentów oraz ich strategii rozwoju.

Lokalne sklepy

Przykład z Europy

Landspeis (Austria)

<https://www.landspeis.com/>

Landspeis to po niemiecku dosłownie „żywność z ziemi”. Jest to inicjatywa sprzedażowa w regionie Weinviertel odbywające się pod hasłem „Spizarnia za rogiem”, która składa się z sieci 5 sklepów samo-obsługowych, otwartych całą dobę. W sklepach konsumenci mogą kupić świeże, sezonowe, jakościowe produkty regionalne. Obsługę i dostawy do sklepów zapewnia wielopokoleniowe gospodarstwo ekologiczne rodziny Holzerów nie daleko Wiednia. Rodzina Holzerów uprawia 50 hektarów roślin uprawnych i jeden hektar winorośli. Produkuje również dynie jadalne, dynie oleiste, tykwy ozdobne, owoce oleiste - takie jak słoneczniki, konopie i lnianki, pszenicę, ziemniaki i buraki. Już wiele lat temu, gospodarstwo postawiło na różnorodność i jakość, prowadząc od 2014 roku sprzedaż bezpośrednią poprzez własne sklepy samoobsługowe. Współpracuje z innymi okolicznymi rolnikami i przetwórcami ekologicznymi, aby oferta produktów regionalnych była bogata i atrakcyjna dla klientów. Sklepy są monitorowane kamerą wideo i każde wejście generuje powiadomienie e-mail. Klient może zapłacić kartą, przelewem lub płatnością mobilną. Wg. prowadzących sklep, na przestrzeni niemal 10 lat, przypadki niepłacenia za towar należą do rzadkości.

Przykład z Europy

Frais d'ici (Francja)

<http://www.fraisdici.fr/>

Frais d'ici to inicjatywa rolników z regionu MidiPyrénées zrzeszonych w 4 spółdzielniach, które wspólnie podjęły inicjatywę wykreowania nowej marki sklepów, sprzedających produkty produkowane lokalnie. Marketing polega na zachęcanie klientów do kupowania w sklepie w skali mini-marketu produkty wprost od rolników. Konkurencyjność tego przedsięwzięcia polega na budowaniu i utrwalaniu więzi między producentami i konsumentami w regionie, umożliwiając regularne zakupy w przyjętej już przez konsumentów formie. Motywacją i ambicją sprzedających to osiągnięcie dużej skali sprzedaży. Frais d'ici jest dziś filią In Vivo, pierwszej francuskiej grupy spółdzielni rolniczych

powstałej z połączenia 271 spółdzielni. InVivo działa we wszystkich obszarach podaży produkcji roślinnej i zwierzęcej kluczowych dla kondycji ekonomicznej i ekologicznej rolników i hodowców.

Sposób organizacji i funkcjonowania	Lokalne sklepy to punkty sprzedaży, które charakteryzują się tym, że są prowadzone przez rolników indywidualnie albo wspólnie z innymi, ale są zlokalizowane poza gospodarstwem bliżej klienta. Tym się też różnią od sklepów i punktów sprzedaży w gospodarstwie. Sklepy te konkurują o klienta na rynku otwartym z innymi sklepami i kanałami dystrybucji. Są dziś różne warianty sklepów rolniczych. Może to być budka przy drodze, sklep samoobsługowy, sklep mobilny, albo sklep kontenerowy albo nawet supermarket. Ważne jest, że sprzedaż produktów odbywa się bez pośredników.
Informacja o możliwościach zastosowania w Polsce	Rozwój lokalnych sklepów rolniczych jest ograniczona w Polsce ze względu na fakt, że rolnik może tylko w wyjątkowych przypadkach (np. festyny) sprzedawać produkty innych rolników. Aktualnie przepisy rolniczego handlu detalicznego czy też sprzedaży marginalnej, lokalnej, ograniczonej wymagają sprzedaży bezpośrednio konsumentom. Sprzedaż mogą prowadzić członkowie rodziny. Nie mniej sklepy rolnicze są powszechne, działając zazwyczaj w małej skali. Jak dotychczas inicjatywy organizowanie sprzedaży w skali supermarketów nie jest spotykane w Polsce, chociaż okresowo odbywa się dyskusja na ile instytucje publiczne powinny taką sieć sprzedażową wykreować jako elementu polityki wsparcia dla małych gospodarstw. Jest więcej przykładów wykorzystywania przestrzeni supermarketów czy galerii do cyklicznej sprzedaży. Inicjatywy te mają jednak charakter okazjonalny i bardziej promocyjny.
Mocne strony w świetle możliwości rozwoju i upowszechnienia w Polsce	Nie pojawiła się jeszcze współpraca w skali tego co można zaobserwować we Francji czy Austrii, gdzie rolnicy mają stały dostęp do wyznaczonej przestrzeni na sprzedaż swoich produktów na terenie marketów. Ta sytuacja nie wynika z ograniczeń w przepisach, a raczej przekonania po stronie supermarketów, że dla potrzeb klienta wystarczą slogany. W związku z tym, nie postrzegają rolników, w szczególności tych z małych gospodarstw jako potencjalnych partnerów, trwając przy sprawdzonej formule pośrednika. <ul style="list-style-type: none">• Sklep znajdujący się blisko klientów i potencjalnych klientów zdecydowanie zwiększa potencjał i skalę sprzedaży• Forma sklepowa jest przyjęta i sprawdzona przez konsumentów jako przyjazna i wygodna forma• Nowe technologie stwarzają nowe możliwości sprzedaży sklepowej, np. sklepy mobilne, sklepy bezobsługowe, sklepy oparte na maszynach wendingowych• Umieszczenie sklepu na terenie supermarketu czy też galerii daje ogromne możliwości sprzedażowe.
Słabe strony w świetle możliwości rozwoju i upowszechnienia w Polsce	<ul style="list-style-type: none">• Sprzedaż sklepowa wymaga czasu i pieniędzy. Część członków gospodarstwa rodzinnego muszą po prostu zajmować się sprzedażą raczej niż produkcją. Nie każdy rolnik jest na to przygotowany.• Koszty wyposażenia i prowadzenia sklepu mogą być znaczne, w szczególności w dobrych lokalizacjach.

Lokalna baza gastronomiczna

Przykład z Polski

Gospodarstwo sadowniczo- agroturystyczne. "Wiśniowy Gaj" (Łososina, Małopolska)

<http://www.wisniowygaj.pl>

Wiśniowy Gaj to gospodarstwo agroturystyczne znajdujące się w środku Małopolski (powiecie limanowskim). Jest to obszar Beskidu Wyspowego - malowniczych i urokliwych gór w Polsce. Gospodarstwo Wiśniowy Gaj ma 200-letnią tradycję i było dziedziczone przez kobiety, które oddawały mu całe serce. Prowadzona agroturystyka, pełni rolę zagrody edukacyjnej, prowadząc warsztaty i w ten sposób stanowi atrakcję dla dzieci oraz rodzin z dziećmi. Szewczykowie to też sadownicy i ważni producenci śliwki sechlońskiej. Pokazują i dzielą się dawnymi tradycjami gospodarskimi, uczą kulinariów, proponują trasy turystyczne w okolicy. Gastronomia powiązana z agroturystyką stanowi ważny element promocji i marketing produktów owocowych gospodarstwa.

Barbara i Bartosz Idczak - Gospodarstwo Agroturystyczne Lawendowa Osada [Przywidz, Pomorskie]

<http://lawendowaosada.pl/>

<https://www.facebook.com/lawendowa.osada/reviews/>

Lawendowa Osada jest ekologicznym gospodarstwem agroturystycznym otoczonym lasem, w którym uprawiane jest kilkanaście odmian lawendy. Jest to jedna z największych upraw lawendy w Polsce. Produkowana lawenda jest wykorzystywana zarówno w żywności, kosmetykach, jak i wielu innych produktach. Goście mają dostęp do produktów i posiłków na bazie lawendy. Posiłki opierają się na własnych produktach i produktach od lokalnych dostawców – sąsiadów z gospodarstw ekologicznych (dżemy, jaja, sery i inne). Gościom proponuje się dania z kuchni zarówno regionalnej, jak również kuchni typu *fusion*, śródziemnomorskiej, z dodatkiem własnej lawendy i przetworów z lawendy. W Lawendowej Osadzie cyklicznie organizowane są warsztaty związane z tematyką uprawy, zastosowania, przetwarzania lawendy oraz nawiązujące do tradycyjnych metod wytwarzania żywności i innych produktów.

Sposób organizacji i funkcjonowania

Wydawałoby się, że lokalne restauracje oraz innego rodzaju jadalnie powinny być znakomitym odbiorcą produktów żywnościowych. Niestety z punktu widzenia rolnika jest to trudny klient, ponieważ oczekuje ceny hurtowe w połączeniu z jakością produktu i ciągłością dostaw. Taki stan rzeczy wynika z faktu, że w gastronomii nie jest łatwo wypracować zysku. Rozwiązania współpracy rolników oparte na filozofii i praktyce sprzedaży bezpośredniej są skuteczne w sytuacji, w której jakaś forma gastronomii jest prowadzona przez samego producenta lub grupy producentów jako kanał dystrybucji i zbytu własnych produktów. Taka sytuacja pojawia się właśnie w agroturystyce, w której producent zaopatruje przez siebie prowadzoną gastronomię. Warto w tym miejscu zaznaczyć, że gastronomia powiązania z agroturystyką nie musi wcale być „tanią opcją” na wczasy. Wystarczy spojrzeć na *agroturismo* we Włoszech, gdzie wielu obiektów agroturystycznych przebija jakością i ceną wiele restauracji, w ten sposób przyciągając klientów z górnej półki.

Informacja o możliwościach zastosowania w Polsce

Agroturystyka rozwija się dynamicznie w Polsce, tworząc tym samym lokalną bazę gastronomiczną we wielu częściach kraju. Przepisy są przyjazne dla tej formy działalności, wymagające jedynie rejestracji w gminie i przestrzeganie wymogów sanitarnych. Nie ma limitów sprzedaży i nie ma obowiązku prowadzenia ewidencji sprzedaży czy też rejestracji działalności w urzędzie skarbowym. Jest to forma sprzedaży i dystrybucji produktów, która jest korzystna zarówno dla sprzedającego jak i dla kupującego, który oczekuje, że w trakcie jego pobytu żywność będzie świeża i lokalna. Mniej spotykane są obiekty gastronomiczne, które są prowadzone przez rolników poza gospodarstwem ze względu na czasochłonność prowadzenia gastronomii. Takie możliwości istnieją w sytuacji, w której członkowie rodziny rolnika są gotowi się zająć gastronomią. Tak też jest we wielu innych krajach. Są też przypadki, w których lokalna restauracja czy innego rodzaju obiekt gastronomiczny szuka możliwości współtworzenia oferty gastronomicznej, aby w ten sposób budować pozycję konkurencyjną na rynku lokalnym.

Mocne strony w świetle możliwości rozwoju i upowszechnienia w Polsce

- Gastronomia oparta na produktach z własnego gospodarstwa i chowu czyni agroturystykę atrakcyjną dla turystów. Jest to często istotny czynnik dla turysty w wybieraniu miejsca pobytu.
- Gastronomia przyciąga klientów do gospodarstwa, stwarzając możliwość sprzedaży produktów. Dla kupującego jest to atrakcyjna forma zakupów, ponieważ można poznać producenta oraz metody, który stosuje.
- Własna gastronomia tworzy korzystny kanał dystrybucji produktów własnych oraz ważne źródło przychodów dla gospodarstwa.
- Wypracowanie korzystnej formuły sprzedaży w gastronomii, stwarza dla rolnika możliwość ciągłych i pewnych dostaw, w stosunkowo dużej skali.
- Rośnie oczekiwanie i zapotrzebowanie na gastronomię i catering oparty na żywności wyprodukowanej lokalnie.

Słabe strony w świetle możliwości rozwoju i upowszechnienia w Polsce

- Gastronomia prowadzona przez osoby trzecie nie jest atrakcyjnym kanałem zbytu dla wielu producentów, ponieważ oczekuje się ceny hurtowe w połączeniu z wysoką jakością produktów.
- Dla wielu rolników, trudno jest zapewnić ciągłości dostaw co ma kluczowe znaczenie w gastronomii.
- Czasochłonne przedsięwzięcie na bardzo konkurencyjnym rynku.
- Koszty wyposażenia i uruchomienia gastronomicznego przedsięwzięcia mogą być wysokie.

Sprzedaż do sklepów, restauracji, stolówek

Przykład z Polski

Spółdzielnia Socjalna „Przystań” (Raciechowice)

<https://www.facebook.com/Spółdzielnia-Socjalna-Przystań>

<http://spprzystan.pl/>

Spółdzielnia Socjalna Przystań to mała, lokalnie działająca jednostka, która funkcjonuje nieprzerwanie od niemal 10 lat! Na co dzień świadczy usługi cateringowe dla szkół oraz innych jednostek gminy Raciechowice i zarządza Pensjonatem w Kwapince. Spółdzielnia powstała z inicjatywy i przy udziale gminy Raciechowice, pokazując jak gmina może stać się aktywnym współtwórcą rynku lokalnego dla żywności lokalnej.

Przykład z Polski

Marchewka Bistro (Kraków)

<https://www.facebook.com/MarchewkaBistro>

Marchewka Bistro funkcjonuje nieprzerwanie od 7 lat jako Centrum Lokalnej Kultury Kulinarnej. Prowadzi gastronomię, catering oraz Klub Zakupowy, propagując zdrową, smaczną żywność wprost od rolników małopolskich. Jest to przedsięwzięcie ekonomii społecznej Fundacji Partnerstwo dla Środowiska. Marchewka Bistro wyróżnia się tym, że współpracuje bezpośrednio z rolnikami i producentami jakościowych produktów żywnościowych wyprodukowanych w Małopolsce. Oferta gastronomiczna ma charakter sezonowy, ponieważ dana są przygotowywane w zależności od pogody, pory roku oraz dostępności produktów od współpracujących z rolników i przetwórców żywności. Marchewka Bistro mieści się w budynku Nowohuckiego Centrum Kultury w Krakowie.

Sposób organizacji i funkcjonowania

Rosnący popyt na produkty świeże, zdrowe, ekologiczne wśród konsumentów oznacza, że coraz więcej sklepów, restauracji i stołówek poszukuje dostawców tych produktów. Branża sprzedaży detalicznej oraz branża żywienia wymagają konkurencyjności. Koszty utrzymania sklepu czy restauracji, w tym koszty osobowe, są wysokie, a przychody nie są pewne. Aby wygrać z konkurencją, wydatki na dostawy produktów żywnościowych nie mogą przekroczyć 30% kosztów operacyjnych. Oznacza to, że sklepy i restauratorzy są pod dużą presją by kupować jak najtaniej, najlepiej po cenach hurtowych. Z drugiej strony, dla producenta sklep czy restauracja to znakomity rynek zbytu, ponieważ potencjalnie przynosi stałe przychody. Problemy wynikają z faktu, że sprzedaż do sklepu czy restauracji nie jest do końca sprzedaż bezpośrednią, ponieważ dolicza zawsze swoją marżę, która mogłaby iść wprost do producenta.

Informacja o możliwościach zastosowania w Polsce

Sprzedaż żywności lokalnej za pośrednictwem sklepów, restauracji czy też stołówek jest powszechna w Polsce, ponieważ przynosi producentowi duże oszczędności czasowe i stanowi sprawdzony rynek zbytu. Konsumenty są również przyzwyczajeni do kupowania w sklepie i coraz częściej zwracają uwagę w restauracjach i stołówkach na pochodzenie żywności.

Mocne strony w świetle możliwości rozwoju i upowszechnienia w Polsce

Coraz częściej gminy, które dofinansowują stołówki szkolne oraz inne jadalnie, zwracają w specyfikacjach kwestie pochodzenia produktów, aby w ten sposób wzmocnić miejscowych producentów. Ta forma sprzedaży raczej nie jest perspektywiczna w Polsce z uwagi na coraz większe możliwości sprzedaży bezpośredniej. Z kolei coraz więcej małych sklepików i rodzinie prowadzonych restauracji nie wytrzymuje konkurencji ze strony supermarketów. Wyjątkiem to tej reguły mogą być restauracja czy inne placówki, które poszukują stałej współpracy z producentami na zasadzie partnerskiej poszukując w ten sposób przewagę na bardzo konkurencyjnym rynku,

- Dla producenta duża oszczędność czasowa i możliwość uzyskania stałych przychodów. Klienci są przyzwyczajeni do tej formy sprzedaży.
- Popyt na produkty wyprodukowane lokalnie, wiadomego pochodzenia, otwiera nowe możliwości współpracy (i uzyskania wyższych przychodów) ze sklepami i restauracjami szukających przewagi konkurencyjnej.
- W celu zabezpieczenia dostaw żywności coraz więcej gmin i powiatów interesuje się lokalnymi rynkami dla produktów wyprodukowanych lokalnie.
- Pandemia zaburzyła dotychczasowe schematy sprzedaży, otwierając nowe możliwości na sprzedaż bezpośrednią i większą otwartość w tym zakresie po stronie sklepów i restauracji.

Słabe strony w świetle możliwości rozwoju i

- Duża konkurencyjność na rynku sprzedaży detalicznej oraz gastronomii powoduje presję na ograniczanie kosztów, co oznacza, że ceny rolnikowi trudno uzyskać atrakcyjną cenę sprzedaży.

upowszechnienia w Polsce

- Praktyka fałszowania produktów poprzez sprzedawanie tańszej wersji określonego produktu jako autentyczną zmniejsza przychody dla producenta i niszczy jego markę/wiarygodność.
- Od kilku lat supermarkety prowadzą marketing podkreślający lokalność i ekologiczność przez nich sprzedawane produkty, wypierając w ten sposób małe sklepiki i małych producentów z rynku.

Sklepy specjalistyczne (np. z żywnością ekologiczną)

Przykład z Polski

Regio-food (Wrocław)

<https://regio-food.pl/>

Regio-food to rodzinna inicjatywa Agnieszki i Grzegorza Szafrąskich, która wynika z faktu, że we Wrocławiu było niewiele możliwości zakupu żywności z Dolnego Śląska, a tzw. „świeża” żywność zwożona była z drugiego końca kraju czy też z zagranicy. Tak powstała inicjatywa dystrybucji i sprzedaży Regio-Food. Powstał sklep Regio-Food we Wrocławiu, ale znacznie ważniejszy jest sklep mobilny – Regio-bus, który jeździ po ustalonych trasach i przystankach, aby w ten sposób udostępniać konsumentom produkty od określonych dolnośląskich producentów. Uruchomiono również regio-paczkę i też możliwość powielenia inicjatywy na zasadzie zakupu franczyzy. Inicjatywa tworzy zupełnie nowy rynek lokalnych dla żywności wyprodukowanej lokalnie.

Przykład z Indii

Dabbawala (Mumbai)

<https://en.wikipedia.org/wiki/Dabbawala>

Czasami od dawna funkcjonujące systemy dystrybucji warto odtworzyć w nowej wersji, na nowe potrzeby. Takim przykładem jest niewątpliwie system *Dabbawala* (dosłownie „Ci, którzy przynoszą pudełko z obiadem”), który funkcjonuje od ponad stu lat w Mumbaju i w innych dużych miastach. System polega na tym, że w indyjskich miastach jest wielu grup etnicznych przyzwyczajonych do specyficznych posiłków, które muszą być przygotowane w domu, z surowców pochodzących od określonych producentów). Obiady są przygotowywane w domach i w małych restauracjach, pakowane w pojemniki, które następnie tzw *dabbawalas* lub *tiffin walas* zabierają i dostarczają odbiorcom w porze obiadowej w różnych miejscach pracy, wykorzystując transport publiczny, rowery, pociągi i inne środki transportu. Po południu pojemniki są odbierane i zwracane do miejsc produkcji obiadów.

Całym systemem zarządza Stowarzyszenie pn. *Mumbai Tiffin Box Supplier's Association*. Każdy *dabbawala* jest samozatrudniony i otrzymuje wynagrodzenie miesięczne. W systemie uczestniczy ok. 5.000 *dabbawalas*, którzy dostarczają codziennie ok. 200.000 obiadów dziennie. Nowoczesne rozwiązania Uber Eats są inspirowane i modelowane na systemie *dabbawala*, z tą różnicą, że właścicielem systemu w przypadku Uber Eats jest korporacja. We Francji, podjęto eksperymenty z tworzeniu systemu typu *dabbawalas* na bazie darmowego transportu publicznego. Przykład ten jest tu przytoczony by zachęcić do szukania inspiracji i rozwiązań poza schematami, do których przywykliśmy. Dotyczy też kwestii logistycznej, która stanowi najpoważniejsze wyzwanie dla osiągnięcia skali w Polsce.

Sposób organizacji i funkcjonowania

Informacja o możliwościach zastosowania w Polsce

Sprzedaż bezpośrednia wprost od rolnika zakłada, że funkcję pośrednika jest przejmowana przez producenta, konsumenta albo jednych i drugich działając wspólnie. W niektórych przypadkach pośrednik może stać się częścią formatu sprzedaży bezpośredniej, jeśli wnosi wartość dodaną do tworzenia tego rynku poza samą sprzedażą. Najczęściej są to niszowe inicjatywy, takie jak sklepy z żywnością ekologiczną, które prowadzą aktywną działalność edukacyjną czy też sklepy mobilne, które są nierozzerwalnie połączone z producentami, którzy są gwarantami jakości i autentyczności produktów. Inny przypadek to żywność terapeutyczna, dietetyczna czy też kosztowna, która musi spełnić określone wymagania, a więc duża uwaga jest przywiązana do sposobu produkcji i osoby, która ją produkuje. Warto też sięgnąć po rozwiązania sprzedażowe z zupełnie innych środowisk i kultur, które rozwiązują problem sprzedaży i dystrybucji, który wynika z potrzeby łączenia dużą liczbę małych producentów z licznymi konsumentami pracujących w różnych częściach miasta. Rosnący popyt na żywność zdrową, smaczną, wiadomego pochodzenia, oznacza, że powstają zupełnie nowe niszowe formy dystrybucji i sprzedaży produktów nieprzetworzonych i przetworzonych. Często motorem i pomysłodawcą tych form to osoby przedsiębiorcze, które wcześniej nie były związane z branżą żywnościową. Takich osób jest coraz więcej w Polsce. Są to też osoby z miasta, które przeniosły się na wieś i próbują przeciwdziałać zanikaniu małych gospodarstw rolnych, małych sklepików czy też lokalnych rynków dla żywności lokalnej. Pandemia spowodowała duże zamieszanie na rynku






















Mocne strony w świetle możliwości rozwoju i upowszechnienia w Polsce

Słabe strony w świetle możliwości rozwoju i upowszechnienia w Polsce

żywnościowych i wiele dotychczasowych form sprzedaży już nie powróci. Powstają nowe formy sprzedaży, przyciągając ludzi z nowymi pomysłami, często w połączeniu z nowymi środkami finansowymi. Pośrednik-przedsiębiorca, którzy chcą rozwijać lokalne rynki dla żywności wyprodukowanej lokalnie są niewątpliwie pozytywnym impulsem rozwojowym.

- Pośrednik-przedsiębiorca z nowymi pomysłami na dystrybucję i sprzedaż produktów lokalnych jest niezbędny dla skuteczniejszego łączenia rozproszonych geograficznie małych producentów (głównie na wsi) z rozproszonymi konsumentami (głównie w mieście)
- Coraz więcej konsumentów poszukuje niszowych produktów żywnościowych wiadomego pochodzenia i nowych możliwości dokonania zakupów.
- Pośrednik-przedsiębiorca może stać się klasycznym pośrednikiem, jeśli nie jest uwzględniony jako partner czy udziałowiec w nowych schematach dystrybucji i sprzedaży.
- Nowe i niesprawdzone przedsięwzięcia dystrybucji i sprzedaży mogą okazać się niewypałem.

Załącznik 4. Klasyfikacja producentów i incjatyw sprzedażowych Członków Konsorcjum Operacji IQSell

Rolnicy w IQSell	PPS	PZ
Gospodarstwo Rolne Jan Borzęcki		
Gospodarstwo Rolne Jan Piotrowski		
Gospodarstwo Rolne Bolesław Bobak		
Tłocznia Owoców „Pawłowski” Antoni Pawłowski		
Tradycyjne Gospodarstwo Rolne Łukasz Gorzkowski		
Gospodarstwo Rolne Robert Kłusek		
Gospodarstwo Rolne Adam Bałuszek		
Gospodarstwo Rolne Anastazja Przywara		
Gospodarstwo Rolne Anna Sitek		
Gospodarstwo Rolne Monika Staszyńska		
Gospodarstwo Rolne Marcin Kotowicz		
Gospodarstwo Rolne Grzegorz Grabowski		
Gospodarstwo Rolne Ryszard Czerwiński		
Gospodarstwo Rolne Jan Szczepan Krawczyżyn		
Gospodarstwo Rolne Kamil Holajda		
Klub Zakupowy Koszyk Lisiecki		

Załącznik 5. Parametry prototypowego narzędzia internetowego w ramach modelu organizacyjnego IQSELL



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”

PROTOKÓŁ ZDAWCZO-ODBIORCZY

Nazwa i adres WYKONAWCY:

IGPM Sp. z o.o., ul. J. Chełmońskiego 206, 31-348 Kraków, NIP: 675-146-14-89, REGON: 122409140

Nazwa i adres ZAMAWIAJĄCEGO:

UNIwersytet Przyrodniczy we Wrocławiu, ul. Norwida 25, 50-375 Wrocław, NIP: 896-000-53-54

W dniu 12.06.2023 r. sporządzono protokół zdawczo-odbiorczy przekazania narzędzia informatycznego oraz usługi programistów dla rozbudowy i testowania nowatorskich rozwiązań informatycznych, biznesowych oraz instytucjonalnych innowacyjnego modelu organizacyjnego dla rozwoju lokalnych rynków rolnych.

Dostawa w ramach umowy nr: IOZZ000.271.78.2022 z dnia 02.11.2022 r., postępowania przetargowego nr IOZZ000.271.78.2022.

Lp.	Parametry zaoferowane w postępowaniu przetargowym	Potwierdzenie funkcjonalności w dostarczonym przedmiocie umowy	
		Dostawca	Zamawiający
1.	3.	TAK [X]	TAK [x]
1	<p><i>Moduł sprzedażowy systemu sprzedażowo-aukcyjnego z identyfikacją producenta</i></p> <p>Funkcje</p> <p>1. Moduł sprzedażowy oparty o podstawowy silnik sklepu internetowego uzupełniony o funkcje a) tworzenia i modyfikowania online własnych cenników dostępnych dla rolnika/producenta b) monitorowania sprzedaży własnej oraz sprzedaży w ramach lokalnego rynku rolnego z podziałem na kategorie produktów w różnych okresach raportowania c) zarządzanie procesem sprzedaży online świeżych produktów żywnościowych w zakresie: zwrotów, zamiany gatunków, zmniejszenia/zwiększenia ilości w stosunku do opłaconego zamówienia.</p>	NIE []	NIE []

Operacja pn. "IQSell: Innowacje organizacyjne dla rozwoju krótkich łańcuchów dostaw żywności" realizowana w ramach działania M16 „Współpraca” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich 2014-2020. Operacja współfinansowana ze środków Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich.



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”

	<p>Ponadto moduł sprzedażowy będzie posiadał oddzielny interfejs webowy użytkownika dla sprzedającego rolnika/producenta, dostęp dla sprzedającego rolnika/producenta do panelu sprawozdawczego, oddzielny interfejs webowy dla kupującego/konsumenta oraz oddzielny dostęp administracyjny dla organizatora lokalnego rynku rolnego.</p> <ol style="list-style-type: none">2. Moduł wyposażony w system sprzedażowo-aukcyjny, który kojarzy konkretnego sprzedającego z kupującym.3. Możliwość wprowadzenia dostępnego stanu produktów i ich pochodzenia w ramach uzyskanego certyfikatu poświadczającego jakość i możliwą ilość przeznaczoną do sprzedaży4. Realizowanie płatności online od zbiorowych (kluby zakupowe, restauracje) i indywidualnych konsumentów5. Automatyczna rejestracja w bazie danych istotnych informacji dotyczących transakcji i ich raportowanie6. Możliwość składania zamówień poprzez „sklep internetowy” na produkty od konkretnych dostawców7. Dodawanie/usuwanie kont użytkowników przez organizatora rynku8. Zatwierdzanie/odrzucając transakcji <p>Wymagania 'front end' – interfejs użytkownika</p> <ol style="list-style-type: none">1. Strona logowania/rejestracji,2. Oddzielna witryna rolnika/producenta do <i>wprowadzania</i> produktów i cenników,3. Oddzielna witryna rolnika/producenta do <i>wprowadzania</i> statystyk sprzedaży i rozliczeń,4. Oddzielna witryna wprowadzania stanów magazynowych w oparciu o uzyskane certyfikaty zdrowej żywności5. Witryna sklepu online do sprzedaży produktów lokalnych,	
--	--	--

Operacja pn. "IQSell: Innowacje organizacyjne dla rozwoju krótkich łańcuchów dostaw żywności" realizowana w ramach działania M16 „Współpraca” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich 2014-2020. Operacja współfinansowana ze środków Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich.



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”

	<p>6. Na sprzedażowej stronie www pola dla linków do partnerów, reklam.</p> <p>Wymagania 'back end'</p> <ol style="list-style-type: none">1. Silnik sklepu internetowego (<i>online-shop engine</i>)2. Aktywacja/dezaktywacja konta użytkownika3. Systemy płatności4. Rozliczenia, raportowanie dla użytkowników5. Moduł płatności i rozliczeń wyposażony w:<ol style="list-style-type: none">a. możliwość płatności online obsługiwanych przez licencjonowanych dostawcówb. płatności online w systemie 'marketplace' z możliwością automatycznego podziału płatności pomiędzy różnych sprzedającychc. możliwość integracji z oprogramowaniem POS oraz oprogramowaniem obsługującym faktury ustrukturyzowane (do systemu KSeF). <p>6. Funkcje POS, fakturowanie sprzedaży i płatności internetowe:</p> <ul style="list-style-type: none">• oprogramowanie użytkowe umożliwia tworzenie standardowego układu typów dokumentów tj. faktura, faktura korekta, nota księgową, rachunek, paragon• dowód księgowy zawiera wszystkie wymagane prawem dane,• oprogramowanie użytkowe zapewnia automatyczną rejestrację daty wprowadzenia dowodu,• system posiada automatyczną numerację kolejności poszczególnych typów dokumentów,• wyszukiwanie dokumentów według wybranych kryteriów, min. zakresu dat, typu dokumentów, kontrahentów, dokumentów opłaconych i zaległych,• tworzenie zestawień zobowiązań oraz należności,• generowanie dokumentów sprzedaży.		
--	---	--	--

Operacja pn. "IQSell: Innowacje organizacyjne dla rozwoju krótkich łańcuchów dostaw żywności" realizowana w ramach działania M16 „Współpraca” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich 2014-2020. Operacja współfinansowana ze środków Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich.



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”

2	Moduł marketingowy dla lokalnych producentów 1. Możliwość publikowania w Internecie własnej oferty producenta. 2. Możliwość samodzielnego tworzenia i modyfikowania indywidualnych cenników poprzez przyjazną stronę www 3. Przyjmowanie i potwierdzanie ilościowych zamówień od indywidualnych i zbiorowych klientów 4. Rozliczenia transakcji sprzedaży i raportowanie obrotów w ujęciu ilościowym i wartościowym	TAK <input checked="" type="checkbox"/>	TAK <input type="checkbox"/>
		NIE <input type="checkbox"/>	NIE <input type="checkbox"/>
4	Moduł monitorowania rynków sprzedażowych Możliwość wykorzystania systemu do monitorowania rynku pod kątem RHD i MOL: 1. Obrotów w poszczególnych kategoriach produktów 2. Liczby i rodzaju uczestników rynku 3. Lokalizacji uczestników rynku 4. Kierunków i odległości transportu sprzedawanych produktów	TAK <input checked="" type="checkbox"/>	TAK <input checked="" type="checkbox"/>
		NIE <input type="checkbox"/>	NIE <input type="checkbox"/>
5	Moduł zarządzania dostawami/transportem 1. Lokalizacja uczestników rynku, kierunków i odległości transportu produktów 2. System posiada możliwość rozbudowy systemu w kierunku wsparcia punktów dystrybucji i realizacji dostaw do odbiorców 3. System generuje informacje o miejscu i terminie odbioru produktów i przetworów	TAK <input checked="" type="checkbox"/>	TAK <input checked="" type="checkbox"/>
		NIE <input type="checkbox"/>	NIE <input type="checkbox"/>
6	Moduł analiz i raportów 1. Zapewnione zostało definiowanie i wykonywanie potrzebnych sprawozdań/zestawień dla użytkownika, za pomocą których można przeprowadzić analizy w dowolnych okresach na podstawie danych pochodzących z całego systemu. Sprawozdania/zestawienia obejmują:	TAK <input checked="" type="checkbox"/>	TAK <input checked="" type="checkbox"/>
		NIE <input type="checkbox"/>	NIE <input type="checkbox"/>

Operacja pn. "IQSell: Innowacje organizacyjne dla rozwoju krótkich łańcuchów dostaw żywności" realizowana w ramach działania M16 „Współpraca” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich 2014-2020. Operacja współfinansowana ze środków Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich.



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”

	<ol style="list-style-type: none">a. Raport sprzedaży uwzględniający datę zamówienia, datę sprzedaży, datę płatności, status płatności (zapłacono/do zapłaty), termin płatności, kwotę płatności netto i brutto z wyszczególnieniem kwoty VAT, kontrahent. Możliwość generowania raportu sprzedaży wg. kontrahentów.b. Raport sprzedaży wg. towarów uwzględniający nazwę towaru, ilość sprzedanego towaru, wartość sprzedanego towaru brutto, netto, VAT.c. Raport kontrahentów uwzględniający dane teleadresowe, rodzaje i ilości zamówionego towaru, wartość zamówionego towaru.d. Raport stanów magazynowych uwzględniający początkowy stan magazynowy, stan sprzedaży, końcowy stan magazynowy, wartość brutto stanu magazynowego.e. Raport dystrybucji wskazujący miejsca (gmina) sprzedanego towaru z uwzględnieniem liczby kontrahentów i wartości brutto sprzedaży.f. Raport zwrotów towaru uwzględniający nazwę towaru, ilość, i wartość brutto. <ol style="list-style-type: none">2. Zapewniono wykonanie zestawień na podstawie danych rejestrowanych w modułach będących częścią Systemu, aby w dowolnym momencie można wykonać potrzebną analizę3. Zapewniono generowanie zestawień w formatach xlsx i PDF4. Zapewniono szybki dostęp (możliwość wybrania z listy np. raportów) do odpowiednio wcześniej zdefiniowanych danych pochodzących z różnych obszarów działalności, z możliwością dokonania wyboru; każdy użytkownik ma możliwość generowania indywidualnych raportów. Raporty nie są widoczne dla innych użytkowników		
--	---	--	--

Operacja pn. "IQSell: Innowacje organizacyjne dla rozwoju krótkich łańcuchów dostaw żywności" realizowana w ramach działania M16 „Współpraca” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich 2014-2020. Operacja współfinansowana ze środków Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich.



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”

		TAK	[X]	
7	Wymagania techniczne	NIE	[]	TAK [x]
	1. Oprogramowanie użytkowe jest ściśle dostosowane do polskiego ustawodawstwa w zakresie sprzedaży na odległość.			NIE []
	2. Oprogramowanie jest aktualizowane na bieżąco pod względem zgodności z obowiązującym prawem.			
	3. Wszystkie moduły wymieniają pomiędzy sobą informacje tak, aby uniknąć wielokrotnego wprowadzania tych samych danych do oprogramowania użytkowego.			
	4. System umożliwi pracę jednego użytkownika we wszystkich modułach systemu, wykorzystując przy tym jeden identyfikator użytkownika.			
	5. Oprogramowanie użytkowe posiada polski interfejs użytkownika, łącznie z komunikatami			
	6. Wykonawca zapewnił 18 licencji testowych (na okres realizacji projektu tj. max. do 30.06.2023) oraz 2 licencje pełne od daty odbioru przedmiotu umowy do końca okresu trwałości projektu (5 lat od wypłaty ostatniej płatności końcowej projektu).			
	7. Zamawiający zapewnił wolumen danych nieprzekraczający możliwości bezpłatnych systemów bazodanowych (np. SQL Express, Oracle Database XE).			
	8. Do komunikacji z użytkownikiem oprogramowania użytkowego jest język polski (menu, formularze, komunikaty o błędach, alerty, podpowiedzi, pomoc itp.).			
	9. Oprogramowanie użytkowe zapewnia jednolity interfejs użytkownika dla większości modułów oprogramowania, a funkcje oraz nazwy etykiet powtarzające się w różnych modułach są dostępne dla użytkownika pod taką samą nazwą w menu oraz pod taką samą etykietą.			
10. Oprogramowanie użytkowe dostarcza użytkownikowi wyraźnych, zrozumiałych i dokładnych informacji odnośnie wykonywania				

Operacja pn. "IQSell: Innowacje organizacyjne dla rozwoju krótkich łańcuchów dostaw żywności" realizowana w ramach działania M16 „Współpraca” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich 2014-2020. Operacja współfinansowana ze środków Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich.



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”

	<p>zadania i przebiegu realizacji aż do jego zakończenia.</p> <p>11. Oprogramowanie użytkowe pisiada zrozumiale napisane instrukcje, pozwalające użytkownikowi oprogramowanie użytkowe w celu uzyskania pożądaných efektów oraz skutecznego znajdowania rozwiązania sytuacji problemowych.</p> <p>12. Zatwierdzona przez użytkownika modyfikacja danych w oprogramowaniu użytkowym jest widoczna dla pozostałych uprawnionych użytkowników.</p> <p>13. Oprogramowanie użytkowe utrzymuje wszystkie parametry wydajnościowe przy obciążeniu co najmniej minimum 20 użytkowników pracujących jednocześnie niezależnie od modułu, w którym użytkownicy będą pracowali.</p>		
8	<p>Wymagania formalne i warunki licencjonowania</p> <p>1. Oprogramowanie użytkowe spełnia podstawowe warunki interoperacyjności (KRI).</p> <p>2. Udzielono okresu gwarancji: 24 miesiące od dnia ostatecznego odbioru przedmiotu umowy (zgodnie z ofertą wykonawcy).</p> <p>3. Wykonawca dostarczył i zainstalował wszystkie elementy oprogramowania użytkowego (wraz z odpowiednimi licencjami) stanowiącego przedmiot zamówienia w liczbie 20 licencji w okresie od odbioru przedmiotu zamówienia do zakończenia okresu trwałości projektu (5 lat po okresie zakończenia projektu).</p> <p>4. W przypadku konieczności instalowania oprogramowania użytkowego na stacjach roboczych, Wykonawca zainstalował je bez dodatkowego wynagrodzenia.</p>	TAK <input checked="" type="checkbox"/> NIE <input type="checkbox"/>	TAK <input type="checkbox"/> NIE <input type="checkbox"/>

Operacja pn. "IQSell: Innowacje organizacyjne dla rozwoju krótkich łańcuchów dostaw żywności" realizowana w ramach działania M16 „Współpraca” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich 2014-2020. Operacja współfinansowana ze środków Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich.



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”

	<p>5. Zamawiający świadczył usługę rozwojową w okresie od dnia odbioru przedmiotu umowy (licencji) do 23 czerwca 2023 roku w liczbie 150 godzin zegarowych</p> <p>a) Jako usługa rozwojowa traktowana była usługa przeprowadzona po zakończeniu wdrożenia przedmiotu umowy, wykraczająca poza zakres usługi gwarancyjnej realizowana jako modyfikacja systemu. Usługa rozwojowa objęła aktualizacje/zmiany w zakresie istniejących funkcjonalności oprogramowania, które wynikały z prowadzonych badań Projektowych.</p> <p>b) Wykonawca dysponował zasobami programistycznymi, które pozwoliły w okresie usługi rozwojowej rozbudowywać i aktualizować funkcjonalności systemu, celem realizacji wyników badań w ramach prowadzonego projektu „IQSell: Innowacje organizacyjne dla rozwoju krótkich łańcuchów dostaw żywności”.</p>		
9	<p>Szkolenia</p> <ol style="list-style-type: none">1. Przeprowadzono szkolenie na temat obsługi wdrożonego systemu.2. Opracowano plan szkoleń wraz ze skryptami szkoleniowymi.3. Zapewniono pomieszczenia wraz z niezbędną infrastrukturą.4. Przeprowadzono szkolenie z części administracyjnej i użytkownika końcowego.5. Przeprowadzono szkolenia z użytkowania systemu w łącznej grupie nieprzekraczającej 25 osób.6. Wystawiono certyfikat uczestnictwa w szkoleniu.	<p>TAK <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>NIE <input type="checkbox"/></p>	<p>TAK <input type="checkbox"/></p> <p>NIE <input type="checkbox"/></p>
10	<p>Wymagania licencyjne i sprzętowe</p> <ol style="list-style-type: none">1. Możliwość instalacji w oparciu o rozwiązania open source (np. Linux i bazy PostgreSQL)	<p>TAK <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>NIE <input type="checkbox"/></p>	<p>TAK <input type="checkbox"/></p> <p>NIE <input type="checkbox"/></p>

Operacja pn. "IQSell: Innowacje organizacyjne dla rozwoju krótkich łańcuchów dostaw żywności" realizowana w ramach działania M16 „Współpraca” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich 2014-2020. Operacja współfinansowana ze środków Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich.



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”

	<p>2. Możliwość instalacji aplikacji w lokalnym bądź chmurowym klastrze Kubernetes, obsługującym kontenery w formacie Docker.</p> <p>3. Wymagania dotyczące procesora, RAM i macierzy dyskowych <u>nie większe niż</u>:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Serwer fizyczny lub maszyna wirtualna o parametrach:<ul style="list-style-type: none">○ 4 core/vCPU○ 8 GB RAM▪ Przestrzeń dyskowa: zalecana dla zainstalowanego systemu operacyjnego + aplikacja + pliki serwera bazy danych + baza danych ok. 100 GB w przypadku instalacji kompletnego rozwiązania (aplikacja + baza danych) na pojedynczym serwerze fizycznym/maszynie wirtualnej.		
--	---	--	--

Stwierdza się, że dostarczony przedmiot zamówienia posiada wszystkie wymagane parametry.

Przedmiot umowy został dostarczony i Zamawiający odbiera je bez zastrzeżeń.

Przedmiot umowy przekazany z dniem: 12.06.2023 r......

Na tym protokół zakończono i podpisano:

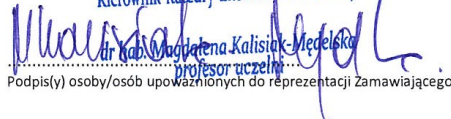

Krzysztof Górlich

Prezes Zarządu

Wrocław, dn. 12.06.2023 r......

Podpis(y) osoby/osób upoważnionych do reprezentacji Wykonawcy

Kierownik Katedry Ekonomii Stosowanej


Małgorzata Kaliszek-Medelska
profesor uczelni

Podpis(y) osoby/osób upoważnionych do reprezentacji Zamawiającego

Operacja pn. "IQSell: Innowacje organizacyjne dla rozwoju krótkich łańcuchów dostaw żywności" realizowana w ramach działania M16 „Współpraca” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich 2014-2020. Operacja współfinansowana ze środków Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich.

Załącznik 6.

ANKIETA

Celem niniejszej ankiety jest zebranie informacji na temat funkcjonowania małych gospodarstw rolnych, zainteresowanych zwiększeniem potencjału sprzedaży swoich produktów w ramach krótkich łańcuchów dostaw żywności (KŁŻ). Badanie jest realizowane w ramach projektu IQ Sell: Innowacje organizacyjne dla rozwoju krótkich łańcuchów dostaw żywności. Dane podłużą do wypracowania systemu monitoringu i oceny oddziaływania KŁŻ na rozwój lokalnych rynków rolnych jako podstawy rozwoju zrównoważonego obszarów wiejskich oraz do celów naukowych. Ankieta jest anonimowa. Zakreślamy jedną lub więcej odpowiedzi.

I. DANE dot. WŁAŚCICIELA GOSPODARSTWA (wypełniającego ankietę)

1. Płeć

- kobieta
- mężczyzna

2. Wykształcenie

- podstawowe
- zasadnicze zawodowe
- średnie
- wyższe

3. Wiek:

- 18-24 lat
- 25-34 lat
- 35-64 lat
- 65 i więcej lat

4. Status społeczno-zawodowy:

- nie prowadzę innej – poza rolniczą - działalności i nie jestem zatrudniony w innej firmie
- poza działalnością rolniczą, prowadzę inną działalność gospodarczą
- poza działalnością rolniczą, jestem zatrudniony w innej firmie
- uczę się / studiuję
- jest emerytem/rencistą

5. Sytuacja materialna:

- zdecydowanie dobra
- raczej dobra
- raczej zła
- zdecydowanie zła

6. Miejsce zamieszkania:

- gmina wiejska
- gmina miejsko-wiejska
- gmina miejska

7. Od ilu lat prowadzi Pani/Pan gospodarstwo rolne?

- do 1 roku
- 2-5 lat
- 6-10 lat
- 10-25 lat
- pow. 25 lat

II. DANE dot. PROWADZONEJ DZIAŁALNOŚCI ROLNICZEJ

1. GŁÓWNY profil Pani/Pana działalności rolniczej:

- produkcja roślinna (jaka?)
- produkcja zwierzęca (jaka?)
- produkty mieszane (jakie?)
- przetwórstwo (jakie?).....

2. Czy Pani/Pana gospodarstwo prowadzi dodatkową działalność? (można zaznaczyć więcej niż jedną odpowiedź)

- nie
- noclegi / agroturystyka / gastronomia
- usługi związane z rekreacją
- edukacja
- przetwórstwo
- inne (jakie?)

3. Wielkość gospodarstwa rolnego

- do 1 ha
- 1 - 5 ha
- 6 - 10 ha
- 11 - 50 ha
- pow. 50 ha

4. Jaka jest liczba działek rolnych w Twoim gospodarstwie?

- poniżej 5
- 5-10
- 10-15
- 15-20
- powyżej 20

5. Jakie grupy produktowe Pani/Pan sprzedaje?

Dodatkowo, proszę podkreślić jedną grupę produktów, której sprzedaż przynosi największy dochód rocznie.

- | | | |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> alkohole | <input type="checkbox"/> nabiał | <input type="checkbox"/> ryby |
| <input type="checkbox"/> drogeria | <input type="checkbox"/> oleje | <input type="checkbox"/> rękodzieło |
| <input type="checkbox"/> grzyby | <input type="checkbox"/> orzechy i nasiona | <input type="checkbox"/> soki i napoje |
| <input type="checkbox"/> kawa, kakao, czekolada | <input type="checkbox"/> owoce | <input type="checkbox"/> sypkie |
| <input type="checkbox"/> mięsa – wędliny | <input type="checkbox"/> pieczywo | <input type="checkbox"/> warzywa |
| <input type="checkbox"/> miody | <input type="checkbox"/> przetwory | <input type="checkbox"/> inne (jakie?) |
| | | |

6. Czy Pani/Pana gospodarstwo rolne:

- znajduje się na szlaku kulinarnym (jakim?)
- jest zrzeszone w grupie producenckiej (jakiej?)
- współpracuje blisko z lokalnym stowarzyszeniem (jakim?)
- wygrało w konkursach – ostatnie 3 lata (jakich?)
-

7. Czy któryś z Pani/Pana produktów posiada aktualne certyfikaty jakości / znaki jakości:

(można zaznaczyć więcej niż jedną odpowiedź)

- unijny - dla rolnictwa ekologicznego
- unijny – inny niż ekologiczny (jaki?)
- krajowe (jakie?)
- regionalne (jaki?)
- lokalne (jakie?)
- NIE, ale jesteśmy w trakcie ubiegania się (jaki?)
- NIE, nie mamy żadnych certyfikatów

8. Ile osób (średniorocznie) pracuje w gospodarstwie (w tym członkowie rodziny i pracownicy sezonowi):

- 1-2 osoby
- 3-5 osób
- 6-10 osób
- więcej niż 10 osób

9. Ile osób Z RODZINY (włącznie z Panią/Panem) zaangażowanych jest bezpośrednio w prowadzenie działalności rolniczej:

- 1-2 osoby
- 3-5 osób
- więcej niż 5 osób z rodziny

10. Czy prowadzi Pani/Pan sprzedaż w krótkich łańcuchach dostaw?

- TAK
- NIE

11. Jeśli tak, w jakiej formie?

a. Działalność rolnicza

- RHD
- MLO
- Sprzedaż bezpośrednia
- Dostawy bezpośrednie
- Inne. Jakież?

b. Działalność gospodarcza. Jaka?.....

12. Co w Pani/Pana przypadku zdecydowało o zainteresowaniu się krótkimi łańcuchami dostaw? (można zaznaczyć więcej niż jedną odpowiedź)

- nisza rynkowa dla takiej sprzedaży;
- niższe koszty dystrybucji;
- zainteresowanie taką formą konsumentów, moda na produkty lokalne;
- kontrola nad całym łańcuchem dostaw (pewność pochodzenia produktu);
- eliminacja pośredników;
- sprawniejsze przepływy finansowe;
- wielkość produkcji – brak możliwości trwałości dostaw do dużych odbiorców
- Inne. Jakież?

13. Czy współpracuje Pani/Pan z innymi producentami przy sprzedaży w krótkich łańcuchach dostaw żywności?

- TAK
- NIE

14. Jeśli w pytaniu 13 zaznaczył(a) Pani/Pan odpowiedź TAK, proszę wskazać na czym polega ta współpraca: (można zaznaczyć więcej niż jedną odpowiedź)

- wspólnych działaniach promocyjnych
- tworzeniu wspólnych kanałów dystrybucji
- wymianie informacji
- dzieleniu się klientami/wzajemnie polecanie
- Zakupy (np. zakup opakowania)
- Inne, jakie?

15. Jeśli ma Pan/Pani zarejestrowaną działalność rolniczego handlu detalicznego, to gdzie jest ona zarejestrowana?

- u powiatowego lekarza weterynarii
- u powiatowego inspektora sanitarnego
- nie dotyczy

16. Czy ma Pan/Pani weterynaryjny numer identyfikacyjny?

- TAK
- NIE

17. Jeżeli prowadzi Pani/Pan RHD, to czy przygotowuje Pan/Pani produkty przetworzone z własnych surowców (np. dżemy z własnych owoców, sery z mleka)

- Tak, z surowców roślinnych
- Tak, z produktów pochodzenia zwierzęcego z własnej hodowli lub chowu np. (jaja, mleko, miód)
- wyroby garmażeryjnych stanowiących produkty złożone (np. pierogi z mięsem, serem, gołąbki, sałatki warzywno-mięsne).
- Prowadzę sprzedaż tylko surowców roślinnych;

18. Proszę określić w przybliżeniu % udział przychodów ze sprzedaży w krótkich łańcuchach dostaw żywności [.....]

19. Gdzie najczęściej/najczęściej sprzedaje Pan/Pani swoje produkty? (można zaznaczyć więcej niż jedną odpowiedź)

- na targowiskach
- do zakładów detalicznych (lokalne sklepy, restauracje, bary mleczne),
- do instytucji publicznych (szkoły, szpitale, urzędy, ośrodki pomocy społecznej itp.)

- we własnym gospodarstwie
- poprzez system koszyków
- online
- w innym miejscu. Jakim?

20. W jakiej odległości od gospodarstwa prowadzi Pan/Pani sprzedaż własnych produktów w ramach krótkich łańcuchów dostaw żywności?

- do 50 km
- do 100 km
- powyżej 100 km
- na obszarze całej Polski

21. Czy sprzedaż prowadzi Pani/Pan (można zaznaczyć więcej niż jedną odpowiedź)

- osobiście,
- za pomocą członków rodziny
- z udziałem pośrednika (kto jest pośrednikiem? Inny rolnik, czy handlowiec?)
- inny sposób. Jaki?.....

22. Co Pani/Pana zdaniem może obniżyć koszty sprzedaży w krótkich łańcuchach dostaw żywności?

(można zaznaczyć więcej niż jedną odpowiedź)

- współorganizowanie się producentów i przetwórców
- lokalne (gminne, powiatowe) formy sprzedaży bezpośredniej
- regionalne (wojewódzkie) formy sprzedaży
- internetowe i mobilne platformy sprzedaży
- wspólne organizacje producentów i konsumentów
- mniej regulacji prawnych
- większa ochrona prawna producentów lokalnych
- współdzielenie powierzchni magazynowych
- wspólnie zorganizowany transport
- inne (jakie?)

23. Czy sprzedaje Pan/Pani wytworzoną z własnych surowców żywność paczkowaną?

- TAK
- NIE

24. W przypadku pozytywnej odpowiedzi na pytanie 23, czy na etykiecie umieszcza Pani/Pan wszystkie dane wymagane prawem, dotyczące użytych składników, masy netto, informacji o alergenach, wartości odżywczych?

- tak, nie mam z tym problemu
- nie, jest to zbyt skomplikowane
- potrzebuję do tego pomocy fachowca

25. Czy Pani/Pana produkty są objęte oznaczeniem jako produkt lokalny, regionalny, tradycyjny?

- nie
- tak, wspólnym geograficznym znakiem towarowym jako produkt lokalny (tzw. marką lokalną)
- jako produkt wpisany na listę produktów tradycyjnych
- tak, produkt jest zarejestrowany w UE jako chronione oznaczenie geograficzne, chroniona nazwa pochodzenia, lub gwarantowana tradycyjna specjalność

26. Czy należy Pani/Pan do lokalnej grupy działania?

- tak
- nie
- nie, ale w mojej gminie działa taka grupa.

27. Czy ubiegał/a się Pani/Pan o dofinansowanie na tworzenie krótkich łańcuchów dostaw lub przetwarzanie produktów rolnych z PROW?

- nie
- tak, na przetwarzanie produktów rolnych

tak, na tworzenie krótkich łańcuchów dostaw

28. Czy dokumentuje Pani/Pan ilość zbywanej żywności?

- TAK
 NIE

29. Czy wdrożył/a Pani/Pan procedury HACCP?

- TAK
 NIE

30. Czy Pani/Pana zdaniem, wymogi higieniczno-sanitarne są trudne do realizacji? Jeżeli tak, to które? Proszę wymienić trzy przykłady?

-
-
-

31. Czy osoba przetwarzająca produkty i przygotowująca posiłki posiada orzeczenie lekarskie o braku przeciwwskazania do pracy, przy wykonywaniu której mogą być przenoszone choroby zakaźne?

- tak
 nie
 nie wiedziałam/em, że jest to wymagane

32. Czy gospodarstwo było kontrolowane przez organy urzędowej kontroli żywności?

- tak, jakie.....
 nie

33. Czy w przypadku Pani/Pana działalności ograniczenia ilościowe zbywanej żywności narzucone przez przepisy są zbyt restrykcyjne?

- Tak, mam większe możliwości produkcyjne i jest większy popyt na moje produkty,
 Nie, bo nie jestem w stanie wytworzyć i sprzedać rocznie więcej produktów, niż ilość określona w przepisach.

34. W przypadku rolniczego handlu detalicznego, czy mieści się Pani/Pan w zwolnieniu od podatku od dochodów (przychody roczne do 100 tys. zł)?

- tak
 nie

35. Czy płaci Pani/Pan podatek dochodowy od prowadzonej działalności pozarolniczej z tytułu rolniczego handlu detalicznego?

- nie, mój dochód mieści się w zwolnieniu podatkowym
 tak, w wysokości 2%
 tak, w innej wysokości

36. Jeżeli tak, to czy ten podatek nie przekroczył kwoty granicznej upoważniającej do pozostania w rolniczym ubezpieczeniu społecznym (KRUS)? - za 2021 r. kwota podatku nie może przekroczyć 3604 zł.

- nie przekroczył
 przekroczył
 jestem ubezpieczony/a w ZUS

37. Jak Pani/Pan ocenia ułatwienia prawne dla RHD w postaci zwolnienia z podatku, pozostania w rolniczym ubezpieczeniu społecznym, wyłączenia z obowiązku rejestracji działalności?

- są bardzo potrzebne i zachęcają do podejmowania tej działalności
 są zbyt wąsko określone przez co hamują możliwości rozwoju działalności
 nie są potrzebne

38. Czy gospodarstwo rolne posiada i aktualizuje: (można zaznaczyć więcej niż jedną odpowiedź)

- własną stronę internetową www
 profil na facebook'u (aktywność min. 1 raz na miesiąc)
 profil na Instagramie (aktywność min. 1 raz na miesiąc)
 inne media społecznościowe (jakie?).....

- wizytówkę Google Moja Firma
- swoją ofertę na platformach sprzedażowych (np. Allegro, OLX.pl, LokalnyRolnik, Koszyk...)
(jakich?)
- swój profil na innych portalach / www (jakich?)

39. Kto zajmuje się promocją w Pani/Pana gospodarstwie?

- samodzielnie, we własnym zakresie
- zatrudniam specjalistę
- nie prowadzimy żadnych działań promocyjnych

40. Jakie są 3 główne czynniki ograniczające rozwój Pani/Pana gospodarstwa rolnego?:

- brak środków finansowych na dalszy rozwój
- zbyt niskie ceny zbytu produktów rolnych
- zbyt wysokie ceny środków produkcji (pasze, nawozy, środki ochrony roślin)
- trudności ze zbytem produktów
- zbyt wysokie koszty zewnętrznych usług rolniczych
- konkurencyjny import
- wysokie oprocentowanie kredytów rolniczych i trudności w ich uzyskaniu
- ryzyko z powodu dużych wahań cen sprzedaży
- niekorzystne warunki atmosferyczne
- brak kompetencji managerskich
- brak chęci współpracy ze strony innych producentów
- inne (jakie?)
- nie występują czynniki ograniczające rozwój mojego gospodarstwa

41. Wskaż trzy instytucje, które Pani/Pana zdaniem, najmocniej **WSPIERAJĄ** rozwój sprzedaży bezpośredniej (kolumna po lewej), a oraz trzy które **POWINNY** być bardziej w to zaangażowane (kolumna po prawej).

Pomagają (jak jest)		Powinny pomagać (jak być powinno)
<input type="checkbox"/>	Województwo (Urz. Marszałk.)	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Powiat (Starostwo)	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Gmina	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Sołectwo	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Agencja Restrukt. i Modernizacji Rolnictwa	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Centralny ODR	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Wojewódzki ODR	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Powiatowe Zespoły DR	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Wojewódzka Izba Rolnicza	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Rady Powiatowe Izb Rolniczych	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Inne stowarzyszenia/spółdzielnie producentów	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Inne stowarzyszenia/spółdzielnie konsumentów	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Lokalna Grupa Działania (LGD)	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Stowarzyszenia, fundacje (NGO's)	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Powiatowa Inspekcja Sanitarna (SANEPiD)	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Powiatowa Inspekcja Weterynaryjna	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Urząd Skarbowy	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Inne (jakie?).....	<input type="checkbox"/>

42. Jakie Pani/Pana zdaniem występują główne bariery rozwoju kłdź?

	Silna	Raczej silna	Bariera Neutralna	Raczej słaba	Słaba
Produkcja (w tym koszty produkcji)					
Przetwórstwo					
Logistyka/dystrybucja					
Kwestie finansowe (inwestycje, płynność)					
Kwestie prawne (przepisy)					
Certyfikaty					
Trudności związane ze współpracą					
Doradztwo					
Konkurencja na rynku					
Zwalczanie nieuczciwej konkurencji					
Konsumenci i ich przyzwyczajenia					
Brak wystarczających środków na promocję / rozwój sprzedaży					
Brak wiedzy i umiejętności z zakresu nowoczesnych technik promocji i sprzedaży					
Inne, jakie?					

43. Jakiego rodzaju wsparcie jest najbardziej potrzebne? (można zaznaczyć więcej niż jedną odpowiedź)

- prawne (w zakresie zgodności z przepisami);
- sanitarne (w zakresie zgodności z normami sanitarnymi i weterynaryjnymi)
- kapitałowe (dotacje na rozwój)
- finansowe (w zakresie stosowania rozliczeń);
- informatyczne (w zakresie cyfrowych platform sprzedaży);
- organizacyjne (w zakresie organizacji wspólnych form sprzedaży);
- inne (jakie?).....

III. DANE dot. SPRZEDAŻY PANI/PANA PRODUKTÓW w ramach KŁŻ

1. Jakie formy sprzedaży są u Państwa realizowane w gospodarstwie?:

- sprzedaż produktów u siebie - z gospodarstwa
- sklepy farmerskie (czyli małe punkty sprzedaży na terenie gospodarstwa)
- targi farmerskie, kiermasze, targowiska
- sprzedaż przydrożna
- system „zbieraj sam” (czyli klienci płacą za możliwość samodzielnego zebrania plonów)
- system skrzynek/koszyków sprzedażowych/paczek od rolnika
- sprzedaż do sklepów rolniczych/ do zbiorowych punktów sprzedaży (do 150 km)
- sprzedaż w ramach kooperacji z konsumentami - kooperatywy spożywcze
- rolnictwo wspierane społecznie (RWS) – gdy klient płaci rolnikowi z góry za przyszłe produkty, jeszcze na początku sezonu rolniczego, a potem regularnie odbiera paczki z produktami rolnymi
- obecność na szlaku tematycznym / regionalnym
- własna lokalna baza gastronomiczna jako miejsce zbytu swoich produktów
- sprzedaż do lokalnych sklepów, restauracji, stołówek (do 150 km)
- sklepy specjalistyczne (np. z żywnością ekologiczną)
- wysyłkowo - poprzez zamówienia telefoniczne
- wysyłkowo - poprzez strony internetowe (własny e-sklep lub zbiorczą e-platformę sprzedażową)
- wysyłkowo - poprzez mobilną aplikację sprzedażową
- inne (jakie?)

2. Jakie formy sprzedaży chciałaby Pani / chciałby Pan realizować w przyszłości?

- sprzedaż produktów u siebie - z gospodarstwa
- sklepy farmerskie (czyli małe punkty sprzedaży na terenie gospodarstwa)
- targi farmerskie, kiermasze, targowiska
- sprzedaż przydrożna
- system „zbieraj sam” (czyli klienci płacą za możliwość samodzielnego zebrania plonów)
- system skrzynek/koszyków sprzedażowych/paczek od rolnika
- sprzedaż do sklepów rolniczych/ do zbiorowych punktów sprzedaży (do 150 km)
- sprzedaż w ramach kooperacji z konsumentami - kooperatywy spożywcze
- rolnictwo wspierane społecznie (RWS) – gdy klient płaci rolnikowi z góry za przyszłe produkty, jeszcze na początku sezonu rolniczego, a potem regularnie odbiera paczki z produktami rolnymi
- obecność na szlaku tematycznym / regionalnym
- własna lokalna baza gastronomiczna jako miejsce zbytu swoich produktów
- sprzedaż do lokalnych sklepów, restauracji, stołówek (do 150 km)
- sklepy specjalistyczne (np. z żywnością ekologiczną)
- wysyłkowo - poprzez zamówienia telefoniczne
- wysyłkowo - poprzez strony internetowe (własny e-sklep lub zbiorczą e-platformę sprzedażową)
- wysyłkowo - poprzez mobilną aplikację sprzedażową
- inne (jakie?)

3. Na jakim poziomie kształtują się ceny produktów w Pani/Pana gospodarstwie na tle najbliższej konkurencji? Ceny moich produktów są (względem konkurencji):

- zdecydowanie niższe
- niższe
- na tym samym poziomie
- wyższe
- zdecydowanie wyższe
- nie wiem

4. Pani/Pana klienci indywidualni to w przeważającej mierze osoby (odpowiedz osobno dla podpunktów a-i):

- a.) w wieku 18-24 lata w wieku 25-35 lat w wieku 36-59 lat w wieku pow. 60 lat
- b.) płeć żeńskiej płeć męskiej
- c.) mało zamożne średniozamożne zamożne (zarobki pow. 10 tys. netto na miesiąc)
- d.) lokalna ludność obcokrajowcy Polacy z różnych regionów kraju
- e.) samotne w związku, bez dzieci lub mają już dorosłe dzieci w związku (+ dzieci)

- | | | | |
|--|---|---|---|
| f.) ... z miejscowości, gdzie liczba mieszkańców jest: | <input type="checkbox"/> do 20 tys. osób | <input type="checkbox"/> 20-100 tys. osób | <input type="checkbox"/> pow. 100 tys. osób |
| g.) ... zainteresowane przede wszystkim: | <input type="checkbox"/> zdrową żywnością / ekologią / byciem „fit” | <input type="checkbox"/> lokalnością produktów | <input type="checkbox"/> poziomem cen produktów |
| h.) ... korzystające regularnie z: | <input type="checkbox"/> mediów społecznościowych | <input type="checkbox"/> aplikacji mobilnych | <input type="checkbox"/> nie korzystające z med. społ. i aplikacji |
| i.) ... zainteresowane zakupami od rolnika: | <input type="checkbox"/> z dostawą do domu | <input type="checkbox"/> z odbiorem osobistym u rolnika | <input type="checkbox"/> w dogodnym punkcie (np. sklep stacjonarny) |

5. Czy ma Pani/Pan grono stałych klientów?

- tak, z reguły kupują raz na tydzień
- tak, z reguły kupują raz w miesiącu
- tak, z reguły kupują kilka razy w miesiącu
- tak, ale kupują raptem raz lub kilka razy w roku
- nie, zdecydowana większość klientów dokonuje jednorazowego zakupu

6. Czy dołącza Pani/Pan do swoich produktów informację marketingową (np. w postaci ulotki, na opakowaniu) dotyczącej tego co wyróżnia Twój produkt (np. firma rodzinna, nie stosujemy chemii, zbieramy ręcznie, produkt eko)?

- tak (jaki przekaz?)
- nie, nie widzę w tym korzyści
- nie, ale chcę to zmienić w przyszłości

IV. DANE dot. HIPOTETYCZNEJ SYTUACJI: sprzedaje PANI/PAN swoje produkty za pomocą innowacyjnej aplikacji mobilnej

1. Co zyskał(a)by Pani/Pan dzięki wykorzystaniu aplikacji mobilnej dla Pani/Pana produktów:

- dotarcie do nowej grupy klientów
- sprawniejszą obsługę dotychczasowych klientów
- poprawę wizerunku firmy (nowoczesna, innowacyjna)
- szybszą decyzję o zakupie klientów (np. dzięki powiadomieniu o promocji)
- zdecydowany wzrost obrotów (o ile procent?)
- Inne. Jakie?.....
- nie wiem

2. Czy poszerzenie kanałów dystrybucji o sprzedaż za pomocą aplikacji mobilnej wiązałby się u Pani/Pana:

- z zatrudnieniem nowej osoby w gospodarstwie lub skorzystaniem z pomocy dodatkowego członka rodziny
- z pozyskaniem nowych zasobów materialnych (np. stworzeniem nowych form produktów, użyciem nowych form opakowania, zakupem dodatkowego areału ziemi, zakupem środka transportu) (jakich?)
- z pozyskaniem nowych zasobów niematerialnych (np. wiedza know-how, oprogramowanie komputerowe) (jakich?)
- poszukiwaniem nowych źródeł finansowania (np. kredyt, pożyczka)
- inne. Jakie?.....

3. Czy jest Pani/Pan skłonny dostarczać zamówione produkty:

- własnym transportem – dostawa do klienta indywidualnego
- własnym transportem – dostawa do zbiorczych punktów odbioru produktów
- poprzez wysyłkę kurierem
- poprzez wysyłkę produktów na pocztę
- odbiór osobisty u Pani/Pana
- poprzez transport współdzielony z innymi producentami
- poprzez transport zamawiany na zasadzie Ubera
- inne (jakie?)

5. Jak często był(a)by Pani/Pan w stanie przygotowywać zamówienia w formie paczek pod konkretnego klienta:

- raz w tygodniu
- dwa razy w tygodniu
- codziennie
- inne

6. Mając na uwadze, że w dzisiejszych czasach liczy się JAKOŚĆ i FORMA przekazu, jaką kwotę byłaby/byłby Pani/Pan w stanie wydać na profesjonalną sesję zdjęciową Twoich produktów / gospodarstwa:

- do 150 zł
- do 500 zł
- do 1000 zł
- nie jestem zainteresowany/a - mam własną bazę dobrych jakościowo zdjęć
- nie jestem zainteresowany/a (ponieważ?)