

Monika Wojcieszak-Zbierska✉

Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu

Krótkie łańcuchy dostaw szansą dla lokalnych przedsiębiorców rolnych

Streszczenie. Współcześnie krótkie łańcuchy dostaw traktowane są jako powrót do tradycyjnych systemów dystrybucji żywności. Coraz częściej konsumenci sięgają po żywność lokalną, nieprzetworzoną, dostarczaną nabywcom bezpośrednio od producentów rolnych. W artykule zaprezentowano charakterystykę krótkich łańcuchów dostaw żywności (KŁDŻ), wskazując możliwości jej dystrybucji. Badanie o charakterze jakościowym przeprowadzone zostało metodą indywidualnych wywiadów pogłębionych i częściowo ustrukturyzowane przeprowadzono podczas wydarzenia EKOWEKKEND w Poznaniu wśród producentów oraz konsumentów. Celem prowadzonych badań była m.in. identyfikacja korzyści wynikających z takiej formy dystrybucji. Zarówno producenci, jak i konsumenci wskazali korzyści z nabywania i spożywania lokalnych produktów, w tym: wysoką jakość oferowanych produktów, odpowiednią cenę oraz walory odżywcze oraz zdrowotne.

Key words: krótkie łańcuchy dostaw (KŁD), gospodarstwa rolne, organizacja sprzedaży, kanały dystrybucji

Wstęp

Współczesny rozwój rynku daje rolnikom dużo możliwości, zachęcając ich do twórczego i innowacyjnego działania¹. Zmiany zachodzą w wielu dziedzinach bezpośrednio lub pośrednio powiązanych z gospodarstwem rolnym i logistyką związaną z dystrybucją żywności². Dynamiczny rozwój łańcuchów dostaw i ich dostosowanie pod potrzeby klientów zarówno wewnętrznych, jak i zewnętrznych to niewątpliwie ważne zadanie, którym sprostać powinny m.in. organizacje rolnicze, przedsiębiorstwa przetwórcze czy rolnicy³. Badanie kanałów i łańcucha dostaw, z których korzystają producenci czy kon-

¹ R. Serafin, D. Pilis: Przegląd inspirujących przykładów systemów krótkich łańcuchów dostaw żywności (KŁŻ) z innych krajów UE dla potrzeb kampanii Wiedzy i Mądrze Jedz. Centrum Doradztwa Rolniczego w Brwinowie Oddział w Krakowie, Kraków 2020, s. 5–9.

² Z. Winaer, H. Wujec: Produkty regionalne i tradycyjne we Wspólnej Polityce Rolnej. Europejski Fundusz Rozwoju Wsi Polskiej, Warszawa 2013, s. 23–24.

³ M. Gorzkowska-Mbėda: Kompendium dobrych praktyk w organizowaniu systemów krótkich łańcuchów dostaw żywności (KŁŻ) 2019, <https://prostoodrolnika.pl/wp-content/uploads/2019/08/Kompendium-dobrych-praktyk-w-organizowaniu-systemow-KlZ.pdf> (dostęp: 4.05.2021).

✉ monika.wojcieszak-zbierska@up.poznan.pl

sumenci, może być cennym źródłem informacji na temat powiązań z rynkiem⁴. Współcześnie ważną rolę na rynku odgrywają m.in. tzw. krótkie łańcuchy dostaw żywności (KŁDŻ)⁵. Stanowią one istotny potencjał dla zwiększania dochodów gospodarstw rolnych czy agroturystycznych i przyczyniają się do lokalnego rozwoju gospodarczego. Są także cennym źródłem informacji o lokalnym producencie i produkcie. W Europie istnieje wiele różnych form KŁDŻ, ale mają one wspólną cechę: zmniejszają liczbę pośredników między rolnikiem lub producentem żywności a konsumentem⁶. Co ważne, w obrębie KŁDŻ gospodarstwa rolne tworzą specyficzne powiązania z innymi członkami sieci biznesowej. Siłą napędową działań w łańcuchu nie są zatem same dostawy, lecz popyt kreowany przez potencjalnych klientów⁷.

Krótkie łańcuchy dostaw – podstawowe informacje

Zgodnie z Opinią perspektywiczną Komitetu Regionów⁸, „krótki łańcuch dostaw to system dystrybucji, w którym producenci występują jako konsumenci”. Z kolei Kawecka i Gębarowski⁹ wskazali, że KŁDŻ występują, gdy „producenci sprzedają produkty bezpośrednio konsumentom na targowiskach, organizowanych regularnie lub okazjonalnie na targach lokalnych, placach targowych i w gospodarstwach rolnych. Producenci prowadzą także dystrybucję za pośrednictwem lokalnych punktów sprzedaży lub za pomocą wspólnych mechanizmów zbytu, w tym nowych mediów, takich jak internetowe portale sprzedaży online (np. odrolnika.pl)¹⁰, co umożliwia bardziej bezpośrednią lub łatwiejszą dostawę produktów do konsumentów końcowych niż za pomocą tradycyjnych kanałów”¹¹. Z kolei analizując definicję krótkiego łańcucha dostaw w Rozporządzeniu w sprawie rozwoju obszarów wiejskich nr 1305/2013 wskazano, że jest to „łańcuch z udziałem ograniczonej liczby podmiotów gospodarczych, zobowiązujących się do współpracy, lokalnego rozwoju gospodarczego, połączonych bliskimi relacjami geograficznymi i społecznymi pomiędzy producentami, przetwórcami i konsumentami”¹². Serafin i Pilis podkreślili, że KŁDŻ „to zorganizowany system produkcji, przetwórstwa, dystrybucji i sprze-

⁴ Ibidem.

⁵ S. Jarzębowski, M. Bourlakis, A. Bezat-Jarzębowska: Short Food Supply Chains (SFSC) as Local and Sustainable Systems. *Sustainability* 2020, nr 12, 4715.

⁶ D. Coley, M. Howard, M. Winter: Food Miles: Time for a Re-Think? *“British Food Journal”* 2011, nr 113 (7), s. 919–934.

⁷ G. Belletti, A. Marescotti: Short food supply chain for promoting local food on local markets. UNIDO 2020, <https://suster.org/wp-content/uploads/2020/06/SHORT-FOOD-SUPPLY-CHAINS.pdf> (dostęp: 30.03.2021).

⁸ Opinia perspektywiczna Komitetu Regionów – Lokalne systemy żywnościowe 2011 [Dz. U. UE C 104/6].

⁹ A. Kawecka, M. Gębarowski: Krótkie łańcuchy dostaw żywności – korzyści dla konsumentów i producentów żywności. *Journal Agribusiness Rural Development* 2015, nr 3 (37), s. 1–7.

¹⁰ www.odrolnika.pl (dostęp: 5.05.2021).

¹¹ A. Kawecka, M. Gębarowski: Krótkie łańcuchy..., op. cit., s. 1–7.

¹² Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1305/2013 z dnia 17 grudnia 2013 r. w sprawie Wsparcia Rozwoju Obszarów Wiejskich przez Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich (EFRROW) i uchylające Rozporządzenie Rady (WE) nr 1698/2005 [L 347/487].

daży żywności, który polega na łączeniu producentów żywności z określonego regionu bezpośrednio z konsumentami, którzy poszukują świeżej i smacznej żywności bez chemii i wiadomego pochodzenia¹³. Sprzedaż produktów w obrębie KŁDŻ na rynku możliwa jest w kilku formach. W tabeli 1 zaprezentowano formy sprzedaży w ramach KŁD.

Tabela 1. Wybrane formy sprzedaży w ramach KFDŻ

Forma	Opis
Sprzedaż „przy drzwiach”	Konsument w dowolnym terminie kupuje produkty bezpośrednio w gospodarstwie.
Sprzedaż na targowisku rolnym	Sprzedaż odbywa się codziennie lub w wyznaczone dni tygodnia, przy czym sprzedającym może być rolnik, użytkownik gospodarstwa lub grupa (zespół) rolników wspólnie wynajmujących miejsce na targu.
Sprzedaż przy drodze	Dotyczy głównie owoców sezonowych, warzyw, runa leśnego (grzyby, jagody) i miodu.
Sprzedaż „od drzwi do drzwi”	Towar o zwykle znanym asortymencie i wielkości dostarczany jest do znanych, często stałych konsumentów.
Sprzedaż w formie „zbieraj sam”	Stosowana głównie jako pomocnicza forma sprzedaży po zbiorze, stosuje się ją przy zbiorze owoców miękkich, zwłaszcza truskawek, owoców pestkowych, jabłek, gruszek.
Sprzedaż przez Internet	Realizowana w różnych formach, poprzez przyjmowanie zamówień drogą elektroniczną, w tym poprzez indywidualny dowóz lub wysyłkę do konsumenta.
Sprzedaż sąsiedzka	Sprzedaż „od rolnika do rolnika”, może dotyczyć zarówno produktów roślinnych, jak też zwierząt hodowlanych oraz produktów na potrzeby gospodarstwa domowego, których rolnik sam nie produkuje, lecz nabywa u sąsiada.
Sprzedaż bezpośrednia	Najbardziej popularna forma, gdzie spotyka się konsument z producentem i bezpośrednio dokonywana jest transakcja kupna-sprzedaży.

Źródło: https://www.cdr.gov.pl/images/wydawnictwa/2020/KLD_raport.pdf (dostęp: 4.05.2021).

W ostatnich latach w Polsce dokonano regulacji w zakresie przepisów prawnych odnoszących się do sprzedaży żywności przez rolników¹⁴. Po zmianach legislacyjnych zwiększyły się możliwości rolników w zakresie sprzedaży własnych produktów żywnościowych w stanie zarówno nieprzetworzonym, jak i przetworzonym. Każdy rolnik czy podmiot, który produkuje, a następnie sprzedaje żywność, musi spełnić określone wymogi formalnoprawne w zakresie:

- „określenia formy działalności – surowce, żywność przetworzona;
- wymogów higienicznych (w tym wymogi prawa budowlanego, prawa pracy);
- rejestracji lub zatwierdzenia działalności;
- rodzaju działalności: rolnicza, pozarolnicza;

¹³ R. Serafin, D. Piliś: Przegląd inspirujących..., op. cit., s. 5.

¹⁴ M. Wojcieszak-Zbierska, M. Bogusz.: Direct sales as an example of a distribution channel within the Małopolskie region. Annals of the Polish Association of Agricultural and Agribusiness Economists 2020, XXII (1), s. 351–359.

- e) wymogów prawa podatkowego;
- f) ubezpieczeń społecznych”¹⁵.

Najważniejsza zmiana legislacyjna w tym zakresie, to wprowadzenie w życie sprzedaży w formie rolniczego handlu detalicznego (RHD) 1 stycznia 2017 roku. Forma prowadzenia tego typu działalności wpisuje się w koncepcje krótkich łańcuchów dostaw żywności. Wybór formy prowadzenia działalności zależy od rolnika. Powinna być dopasowana do rodzaju prowadzonej przez niego produkcji podstawowej i możliwości produkcji żywności. Wybrana forma sprzedaży określa wymogi prawne, które muszą być spełnione przez rolnika, czyli producenta wprowadzającego produkty do obrotu, przede wszystkim w zakresie bezpieczeństwa żywności.¹⁶ Od stycznia 2019 roku weszły w życie dwie ustawy wprowadzające znaczące ułatwienia w produkcji żywności przez rolników w ramach rolniczego handlu detalicznego (RHD)¹⁷. Po pierwsze, rolnik może sprzedawać żywność bezpośrednio do stołówek, sklepów, restauracji i podobnych placówek zlokalizowanych na terenie województwa lub na obszarach powiatów lub miast stanowiących siedzibę wojewody lub sejmiku województwa, sąsiadujących z tym województwem¹⁸. Druga kwestia dotyczy tego, iż wzrósł limit przychodu ze sprzedaży własnych produktów z kwoty 20 do 40 tys. złotych. Do tej kwoty nie będzie trzeba odprowadzać podatku dochodowego od osób fizycznych. Po jej przekroczeniu sprzedaż może być opodatkowana 2% ryczałtem od przychodów ewidencjonowanych.

Aktualnie w Polsce realizowana jest strategia „Od pola do stołu”, której celem jest uwypuklenie roli i znaczenia KŁDŻ w połączeniu z rozwojem i wzmocnieniem rynków lokalnych. Istotnym kluczem do realizacji strategii „Od pola do stołu” są innowacje w zakresie rozwiązań KŁDŻ, bazujące na zbiorowym działaniu rolników w zakresie produkcji, dystrybucji i sprzedaży¹⁹. Działając zbiorowo, poprzez tworzenie systemu krótkich łańcuchów rolnicy i inne podmioty, np. producenci-przedsiębiorcy zwiększają indywidualne możliwości sprzedażowe stwarzając konsumentom większy i trwalszy dostęp do żywności wiadomego pochodzenia, wyprodukowanej w małych gospodarstwach i przez niewielkich mikroprzedsiębiorców, przywiązujących dużą wagę do tradycji i jakości.

Sprzedaż produktów żywnościowych wymaga znajomości wielu warunków wpływających na zachowania nabywców związanych z wyborem produktów i ich zakupem.

¹⁵ Funkcjonowanie krótkich łańcuchów dostaw żywności w okresie zagrożenia epidemicznego. CDR w Brwinowie o. w Radomiu, Radom 2021, s. 7.

¹⁶ http://ksow.pl/files/porta1/Publikacje/publikacja_krotkie_lancuchy_dostaw.pdf (dostęp: 3.05.2021).

¹⁷ Ustawa z dnia 9 listopada 2018 r. o zmianie niektórych ustaw w celu ułatwienia sprzedaży żywności przez rolników do sklepów i restauracji; Ustawa z dnia 4 października 2018 r. o zmianie ustawy o produktach pochodzenia zwierzęcego oraz ustawy o bezpieczeństwie żywności i żywienia.

¹⁸ <https://www.sodr.pl/informacje-branzowe/index/-Rolniczy-handel-detaliczny-na-nowych-zasadach-od-2019-roku/idn:965> (dostęp: 17.05.2021).

¹⁹ 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 20.05.2020 r. COM (2020) 381 final, <https://www.gov.pl/web/rolnictwo/strategia-od-pola-do-stolu> (dostęp: 29.04.2021).

Jedną z form KŁDŻ jest, jak wcześniej wskazano, sprzedaż bezpośrednia. Idea sprzedaży bezpośredniej artykułów rolno-spożywczych zakłada udostępnianie produktów wytworzonych przez rolników finalnym odbiorcom z pominięciem pośredników. Jest ona znana od dawna i była podstawową formą dystrybucji w początkowych okresach rozwoju systemu rynkowego żywności. Rozwój przemysłu spożywczego oraz ogniw pośredniczących w łańcuchu żywnościowym spowodował, że jej rola w strukturze sprzedaży ogółem systematycznie się zmniejszała na korzyść bardziej efektywnych masowych systemów dystrybucji²⁰. Kanał bezpośredni obejmuje dwa szczeble, tj. producenta i finalnych nabywców jego produktów. W takim systemie dystrybucji nie występują podmioty pośredniczące. Producent na własny koszt i ryzyko dociera ze swymi wyrobami do finalnych nabywców. W ramach kanałów bezpośrednich producent nawiązuje z nabywcami kontakty handlowe bezpośrednio. Skrócenie dystansu od producenta do konsumenta pozwala na oferowanie artykułów rolno-spożywczych bez stosowania substancji konserwujących, wydłużających przydatność do spożycia i tym samym wpływających negatywnie na jakość oferowanych produktów. Sprzedając bezpośrednio, zachowana zostaje autentyczność i naturalność artykułów rolno-spożywczych, a konsument ma możliwość bezpośredniego kontaktu z producentem. Służy to zarówno przekazaniu informacji o warunkach produkcji, jak i kreacji bezpośrednich relacji społecznych²¹. Co istotne, taka forma sprzedaży daje możliwość promowania produktów regionalnych czy wyrobów uzyskanych od ras zachowawczych i jednocześnie zwiększanie przez to świadomości konsumenckiej.

W ciągu ostatnich lat można zaobserwować rosnące zainteresowanie kupowaniem bezpośrednio od rolnika²². W czasach pandemii COVID-19 niechęć konsumentów 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 zainteresowaniem²³. Niestety takich inicjatyw i innowacyjnych rozwiązań jest wciąż mało w Polsce. Te, które funkcjonują i mają ugruntowaną pozycję, nie radzą sobie ze skalą popytu. W Polsce, podobnie jak i w innych krajach UE, konsument ma coraz większy wpływ na organizację rynku sprzedaży żywności. Preferencje i oczekiwania ze strony konsumentów zmieniają się pod wpływem wielu czynników, w tym m.in. mody związanej z prowadzeniem zdrowego stylu życia. Badania konsumenckie²⁴, również te przeprowadzone w Polsce, potwierdzają, że dla konsumentów decydującą kwestią

²⁰ R. Peters: *Local Food and Short Supply Chains*. "EU Rural Review" 2012, nr 12, s. 67.

²¹ F. Santini, S. Gomez y Paloma: *Short Food Supply Chains and Local Food Systems in the EU. A State of Play of their Socio-Economic Characteristics*, JRC, European Commission Joint Research Centre Institute for Prospective Technological Studies, European Union 2013.

²² A. Sieczko, L. Sieczko, A.J. Parzonko: *Regionalne różnicowanie sprzedaży bezpośredniej produktów pochodzenia zwierzęcego w Polsce (Regional diversification of direct sales of animal products in Poland)*, *Roczniki Naukowe Ekonomii Rolnictwa i Rozwoju Obszarów Wiejskich* 2016, 103 (4), 69–77.

²³ *Funkcjonowanie krótkich łańcuchów...*, op. cit., s. 27.

²⁴ K. Krzyżanowska: *Przedsiębiorczość na obszarach wiejskich. Stan i perspektywy rozwoju*. Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2010, s. 23.

w wyborze formy zakupów jest wciąż wygoda i cena, ale także pochodzenie, jakość i bezpieczeństwo żywności²⁵.

Rozwój rynków lokalnych na podstawie rozwiązań K&D&Z wymaga przede wszystkim wykreowania i wdrożenia nowych, innowacyjnych rozwiązań organizacyjnych i logistycznych, które zwiększą znaczenie lokalnych rynków w rozumieniu liczby partycypujących zarówno producentów, jak i konsumentów, różnorodności oferowanego asortymentu produktów, wolumenu sprzedaży oraz zdynamizowania gospodarki lokalnej poprzez wykreowanie m.in. nowych miejsc pracy, usług i budowania relacji społecznych. Wypracowanie nowatorskich rozwiązań organizacyjnych wspólnie z rolnikami jest celem wielu programów realizowanych w Polsce²⁶. Nowe podejście do tematyki żywności lokalnej i korzyści płynących ze skrócenia łańcuchów dostaw ma odzwierciedlenie w polityce Unii Europejskiej, między innymi w programach na rzecz rozwoju lokalnych obszarów wiejskich²⁷.

Cel i metody badań

Celem artykułu jest przedstawienie krótkich łańcuchów dostaw. Zaprezentowano system ich dystrybucji poprzez nowoczesne formy dostarczania konsumentom produktów lokalnych. Badanie o charakterze jakościowym, prowadzone metodą indywidualnych wywiadów pogłębionych i częściowo ustrukturyzowane, zostało przeprowadzone w czerwcu 2019 roku podczas wydarzenia „EKOWEEKEND” w Poznaniu. Rozmowy przeprowadzono wśród uczestników tego wydarzenia. Respondentami byli sprzedawcy – głównie producenci żywności i rolnicy z województwa wielkopolskiego, jak również zwiedzający – klienci (były to osoby, które dokonały przynajmniej jednego zakupu). Badani klienci to mieszkańcy miasta Poznania, w wieku od 20 do 65 lat, w przeważającej większości były to kobiety.

Wyniki badań

W badaniach empirycznych (tab. 1) w głównej mierze udział wzięły kobiety w wieku 20–35 lat z wykształceniem wyższym. Stanowiły one blisko 2/3 badanych. W przypadku mężczyzn dominowali panowie w wieku 36–50 lat.

Na podstawie przeprowadzonych wywiadów z konsumentami (rys. 1) wskazano wiele korzyści, jakie dostrzegają nabywcy produktów, kupując bezpośrednio u producen-

²⁵ E. Goryńska-Goldmann: Geneza i pojęcie żywności lokalnej w powiązaniu z ideą zrównoważonej konsumpcji. [W:] A.J. Parzonko (red.): Turystyka i Rozwój Regionalny. Ekonomiczno-społeczne determinanty rozwoju regionów. Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2019, nr 11, s. 23–35.

²⁶ Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi: Strategia zrównoważonego rozwoju wsi, rolnictwa i rybactwa 2030, Warszawa 2020, <https://www.gov.pl/web/rolnictwo> (dostęp: 1.05.2020).

²⁷ <https://www.arimr.gov.pl/pomoc-unijna/prow-2014-2020/dzialanie-16-wspolpraca-podstawowe-informacje-w-zakresie-tworzenia-lub-rozwoju-krotkich-lancuchow-dostaw-lub-rynkow-lokalnych-w-ramach-dzialania-wspolpraca-prow-2014-2020.html> (dostęp: 3.05.2021).

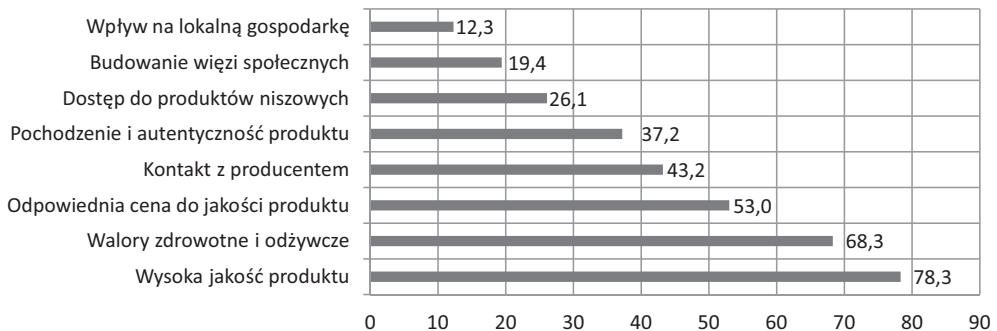
E. Koreleska: Sprzedaż żywności ekologicznej w województwie kujawsko-pomorskim (Sales of organic food in the Kujawsko-Pomorskie Voivodeship). Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu 2017, XIX (6), s. 141–146.

Tabela 2. Struktura badanych konsumentów

Wyszczególnienie	Liczebność grupy			Udział w badanej populacji [%]
Płeć				
Kobiety	74			67,27
Mężczyźni	36			32,73
Podział respondentów według wieku				
Wiek	N = 110	Kobiety	Mężczyźni	% udział z N
20–35	54	40	14	49,09
36–50	41	19	22	37,27
51–65	15	11	4	13,64
Podział respondentów według wykształcenia				
Wykształcenie	N = 110	Kobiety	Mężczyźni	% udział z N
Zawodowe	9	3	6	8,18
Średnie	35	21	14	31,82
Wyższe	66	37	29	60,00

Źródło: opracowanie własne.

tów. W głównej mierze ankietowani doceniali wysoką jakość oferowanych produktów (78% respondentów z grupy kupujących), wskazując, iż te produkty są „świeże”, „ładnie wyglądają i mają lepszy zapach i smak”. Ponadto dla konsumentów istotne znaczenie miały walory odżywcze i zdrowotne. Badani wielokrotnie podkreślali, że zakupione produkty są „zdrowsze i mają dużo witamin” oraz, że „nie mają tyle chemii, co produkty masowe”. Kupujący podkreślali także, że „wolą zapłacić więcej, ale mają pewność, że produkty są dobre”.

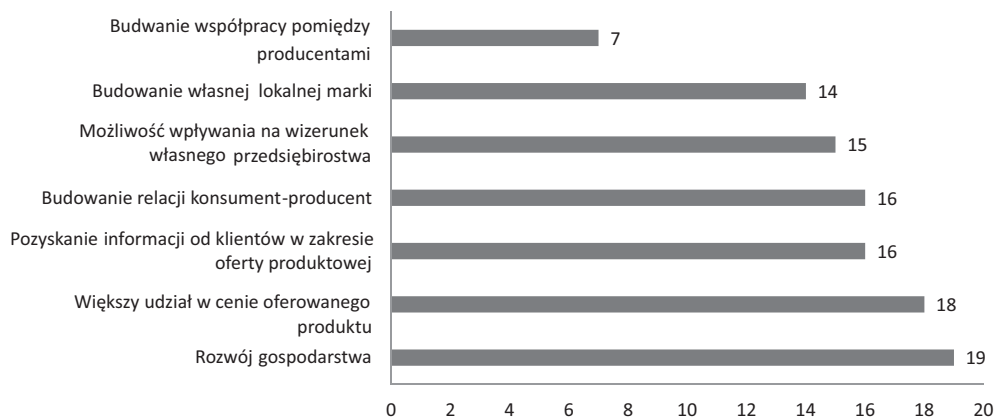


Rysunek 1. Korzyści wynikające z krótkich łańcuchów dostaw żywności wskazywane przez konsumentów podczas wydarzenia EKOWEKEND w Poznaniu [%]

Źródło: opracowanie własne.

Ponad 40% badanych wskazało, iż ważnym elementem jest dla nich kontakt z producentem. Dzięki takiej bezpośredniej relacji możliwe jest poszerzenie wiedzy w zakresie oferty produktowej i możliwość uzyskania informacji w zakresie interesujących produktów. Blisko 1/4 respondentów podkreśliła, iż ceni sobie dostęp do niszowych produktów wskazując, iż zakupili produkty, na które czekali od dłuższego czasu, np. „kupiłem pyłek pszczeli od pszczelarza”, „kupiłem zioła z gospodarstwa zielarskiego”. Klienci byli także przekonani o budowaniu więzi społecznych podczas takiego wydarzenia. Podkreślili, że mogli wymienić swoje wrażenia i odczucia z innymi uczestnikami wydarzenia EKOWEEK-END. Respondenci robiący zakupy wskazali, że mają większą pewność w zakresie pochodzenia produktu, np. „kupuję jabłka od znajomego sadownika”, „jem kiełbasę z dobrej rodzinnej masarni”. Ponadto badani wielokrotnie docenili możliwość bezpośredniego kontaktu z rolnikami i producentami, którzy często potrafili doradzić podczas decyzji zakupowej.

Kolejna część badań dotyczyła korzyści wynikających ze sprzedaży w ramach KŁDŻ z perspektywy producenta (rys. 2). W badaniu udział wzięło 20 wystawców (producentów). Analizując korzyści, jakie wskazali, można zauważyć, iż 19 z nich stwierdziło, że sprzedaż poprzez dystrybucję produktów w ramach KŁDŻ to dobra perspektywa dla rozwoju gospodarstwa. Dodatkowo ważnym aspektem była także cena oferowanych produktów, gdyż 90% producentów potwierdziło, iż mogą wówczas mieć większy udział w cenie.



Rysunek 2. Korzyści wynikające z krótkich łańcuchów dostaw żywności wskazywane przez dostawców podczas EKOWEKENDU

Źródło: opracowanie własne.

Budowanie relacji z konsumentem oraz pozyskiwanie informacji od klientów to dwie istotne kwestie, które podnosili wystawcy podczas przeprowadzonego wywiadu. Wielokrotnie wskazali, iż dzięki bezpośredniemu kontaktowi z konsumentem otrzymują „informację zwrotną” w jakim kierunku powinni poszerzać swój asortyment. Kolejny ważny

aspekt dotyczył budowania własnej marki i wizerunku. Producenci potwierdzili, iż chcieli, aby ich stoiska podczas wydarzenia EKOWEKEND „były profesjonalne i atrakcyjne dla klientów”. Producenci wielokrotnie podkreślili, iż klienci „kupują oczami”, dlatego stoiska i produkty powinny być atrakcyjnie przygotowane. Ponadto, jak wskazano podczas wywiadu, dzięki takim wydarzeniom możliwa jest wymiana doświadczeń między producentami, co może być „doskonałym początkiem do dalszej współpracy”.

W dalszej części badania zapytano konsumentów o koszyk zakupowy. Okazało się, że blisko 80% respondentów zakupiło podczas wydarzenia EKOWEKNED chleb, następnie jajka, miód, warzywa i owoce, nabiał, sery i mleko, mięso i przetwory mięsne oraz przetwory owocowo-warzywne (35%) – rysunek 3.



Rysunek 3. Koszyk zakupowy respondentów [%]

Źródło: opracowanie własne.

Z kolei analizując czynniki wpływające na decyzję o zakupie żywności pochodzącej z krótkich łańcuchów dostaw zauważono, że dla klientów walory sensoryczne produktów to najczęściej wskazywany motyw zakupu (52% respondentów). Ponadto 45% badanych wskazało, że ważną determinantą była dla nich wysoka jakość produktu. Z kolei blisko 40% konsumentów podkreśliło, iż kieruje się „zaufaniem do tego rodzaju produktów”. Respondenci zdają sobie sprawę z tego, że wybierając produkty z krótkich łańcuchów dostaw wspierają lokalnych rolników i przedsiębiorców, ale także przyczyniają się do rozwoju danego regionu i w rezultacie poprawy jakości życia mieszkańców tam rolników. Analizując czynniki stanowiące barierę zakupu żywności pochodzącej z KŁDŻ badani stwierdzili, iż dotyczy ona braku informacji o miejscach i sposobach zakupu tego typu produktów. Taką odpowiedź wskazało blisko 66% badanych. Dla 45% ankietowanych kwestia związana z ceną produktu stanowiła ograniczenie, gdyż uważali, że cena jest „zbyt wysoka”. Część respondentów (30%) wskazała, że istotną barierą zakupu żywności poprzez KŁD był brak „określonych gwarancji”, że jest to żywność pochodząca bezpośrednio od rolników.

Podsumowanie

Krótkie łańcuchy dostaw żywności mają różną formę. Zakupy produktów w krótkich łańcuchach dostaw żywności, czyli m.in. przez organizowane targi żywności, są jednym z możliwych sposobów dokonywania zakupów żywnościowych. Jest to zgodne z wystę-

pującymi na rynku żywnościowym megatrendami, do których należą: zdrowy styl życia, poszukiwanie autentycznych i zdrowych produktów oraz ochrona środowiska.

Przeprowadzone badanie o charakterze jakościowym pozwoliło na identyfikację korzyści ze sprzedaży produktów w KŁD z perspektywy konsumenta oraz producenta. Na podstawie badań można stwierdzić, że korzyści mają związek z efektem ekonomicznym zarówno dla konsumentów, jak i producentów. W przypadku konsumenta korzyści te odnoszą się w głównej mierze do jakości zakupionego produktu, wartości odżywczych i zdrowotnych. Z kolei według producentów najważniejszą korzyścią jest rozwój gospodarstwa oraz większy udział w cenie oferowanego produktu. Analizując koszyk zakupowy można zauważyć, że najczęściej badani zakupili produkty podstawowej potrzeby, tj. chleb i jajka. Analizując czynniki wpływające na decyzję o zakupie żywności pochodzącej z krótkich łańcuchów dostaw zauważono, że dla klientów walory sensoryczne były motywy najważniejszym, który zdecydował o decyzji zakupowej.

Literatura

- Belletti G., Marescotti A.: Short food supply chain for promoting local food on local markets. UNIDO 2020, <https://suster.org/wp-content/uploads/2020/06/SHORT-FOOD-SUPPLY-CHAINS.pdf> (dostęp: 30.03.2021).
- Coley D., Howard M., Winter M.: Food Miles: Time for a Re-Think? *British Food Journal* 2011, nr 113 (7), s. 919–934.
- Funkcjonowanie krótkich łańcuchów dostaw żywności w okresie zagrożenia epidemicznego. CDR w Brwinowie o. w Radomiu, Radom 2021.
- Goryńska-Goldmann E.: Geneza i pojęcie żywności lokalnej w powiązaniu z ideą zrównoważonej konsumpcji. [W:] A.J. Parzonko (red.): *Turystyka i Rozwój Regionalny. Ekonomiczno-społeczne determinanty rozwoju regionów*. Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2019, nr 11, s. 23–35.
- Gorzowska-Mbeda M.: Kompendium dobrych praktyk w organizowaniu systemów Krótkich łańcuchów dostaw Żywności (KŁŻ) 2019, <https://prostoodrolnika.pl/wp-content/uploads/2019/08/Kompendium-dobrych-praktyk-w-organizowaniu-systemow-KLZ.pdf> (dostęp: 4.05.2021).
- Jarzębowski S., Bourlakis M., Bezat-Jarzębowska A.: Short Food Supply Chains (SFSC) as Local and Sustainable Systems. *Sustainability* 2020, nr 12, 4715.
- Kawecka A., Gębarowski M.: Krótkie łańcuchy dostaw żywności – korzyści dla konsumentów i producentów żywności. *Journal Agribusiness Rural Development* 2015, nr 3 (37), s. 1–7.
- 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 20.05.2020 r. COM (2020) 381 final, <https://www.gov.pl/web/rolnictwo/strategia-od-pola-do-stolu> (dostęp: 29.04.2021).
- Krzyżanowska K.: *Przedsiębiorczość na obszarach wiejskich. Stan i perspektywy rozwoju*. Wydawnictwo SGGW, Warszawa 2010.
- Koreleska E.: Sprzedaż żywności ekologicznej w województwie kujawsko-pomorskim (Sales of organic food in the Kujawsko-Pomorskie Voivodeship). *Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu* 2017, XIX (6), s. 141–146.
- Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi: *Strategia zrównoważonego rozwoju wsi, rolnictwa i rybactwa 2030*, Warszawa 2020, <https://www.gov.pl/web/rolnictwo> (dostęp: 1.05.2020).

- Opinia perspektywiczna Komitetu Regionów – Lokalne systemy żywnościowe, 2011 [Dz. U. UE C 104/6], www.odrolnika.pl
- Peters R.: Local Food and Short Supply Chains. *EU Rural Review* 2012, nr 12.
- Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1305/2013 z dnia 17 grudnia 2013 r. w sprawie Wsparcia Rozwoju Obszarów Wiejskich przez Europejski Fundusz Rolny na Rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich (EFRROW) i uchylające Rozporządzenie Rady (WE) nr 1698/2005 [L 347/487].
- Santini F., Gomez Y., Paloma S.: Short Food Supply Chains and Local Food Systems in the EU. A State of Play of their Socio-Economic Characteristics, JRC, European Commission Joint Research Centre Institute for Prospective Technological Studies, European Union 2013.
- Serafin R., Piliś D.: Przegląd inspirujących przykładów systemów krótkich łańcuchów dostaw Żywności (KłŻ) z innych krajów UE dla potrzeb kampanii „Wiedz i Mądrze Jedz”. Centrum Doradztwa Rolniczego w Brwinowie Oddział w Krakowie, Kraków 2020.
- Sieczko A., Sieczko L., Parzonko A.J.: Regionalne zróżnicowanie sprzedaży bezpośredniej produktów pochodzenia zwierzęcego w Polsce (Regional diversification of direct sales of animal products in Poland). *Roczniki Naukowe Ekonomii Rolnictwa i Rozwoju Obszarów Wiejskich* 2016, 103 (4), s. 69–77.
- Ustawa z dnia 9 listopada 2018 r. o zmianie niektórych ustaw w celu ułatwienia sprzedaży żywności przez rolników do sklepów i restauracji.
- Ustawa z dnia 4 października 2018 r. o zmianie ustawy o produktach pochodzenia zwierzęcego oraz ustawy o bezpieczeństwie żywności i żywienia.
- Winaer Z., Wujec H.: Produkty regionalne i tradycyjne we Wspólnej Polityce Rolnej. Europejski Fundusz Rozwoju Wsi Polskiej, Warszawa 2013.
- Wojcieszak-Zbierska M., Bogusz M.: Direct sales as an example of a distribution channel within the Małopolskie region. *Annals of the Polish Association of Agricultural and Agribusiness Economists* 2020, XXII (1), s. 351–359.
- www.arimr.gov.pl/pomoc-unijna/prow-2014-2020/dzialanie-16-wspolpraca/podstawowe-informacje-w-zakresie-tworzenia-lub-rozwoju-krotkich-lancuchow-dostaw-lub-rynkow-lokalnych-w-ramach-dzialania-wspolpraca-prow-2014-2020.html (dostęp: 3.05.2021).
- www.ksow.pl/files/portal/Publikacje/publikacja_krotkie_lancuchy_dostaw.pdf
- <https://www.sodr.pl/informacje-branzowe/index/-Rolniczy-handel-detaliczny-na-nowych-zasadach-od-2019-roku/idn:965> (dostęp: 17.05.2021).

Short supply chains as an opportunity for local agricultural entrepreneurs

Summary. Nowadays, short supply chains are viewed as a return to traditional systems for food distribution. Increasingly often, consumers look for unprocessed local food which is delivered to buyers directly by agricultural producers. This paper presents the characteristics of short food supply chains (abbreviated as SFSC) and indicates some possible ways for food distribution. A qualitative study was based on direct, semi-structured in-depth individual interviews conducted with producers and consumers during the EKOWEEKEND event held in Poznań. Objectives of this research included identifying the benefits derived from that form of distribution. Both producers and consumers identified the benefits from purchasing and consuming local products, including: high quality of products offered; adequate prices; as well as nutritional and health-promoting values.

Key words: short food supply chain [LAC], farms, sales organization, distribution channels