

PR4 – KVALITA A SLEDOVATELNOST JAKO PODMÍNKA KRÁTKÉHO DODAVATELSKÉHO ŘETĚZCE

Název

Kvalita a sledovatelnost jako podmínka krátkého dodavatelského řetězce

Seznam kapitol

1. Krátký dodavatelský řetězec: nové spojení mezi výrobcí a spotřebiteli
2. Klíčová slova pro úspěšný krátký dodavatelský řetězec
3. Způsoby kvality a certifikace
4. Informace a sledovatelnost
5. Závěr

Úvod a přehled

Tento modul se pokusí představit profesionální přístup k vývoji krátkého řetězce. Cílem modulu je zejména ukázat pevnou vazbu mezi vztahem výrobce a spotřebitele s uplatněním některých hlavních strategií EU týkajících se kvality a sledovatelnosti výroby potravin.

Záměry a cíle

Specifickým cílem tohoto modulu je představit čtenáři (zejména farmáři či výrobci potravin) postup, jak vypracovat strategii zaměřenou na podporu vztahu výrobce a spotřebitele pomocí zvyšování hodnoty zemědělských produktů, a to přijetím:

- různých systémů certifikace původu a/nebo kvality produktů;
- certifikace zpracování (tj. certifikace metod ekologické produkce);
- jiného typu místního označení a/nebo označení řetězce;
- informační strategie založené na koncepci sledovatelnosti výrobních procesů.

Konečným cílem je naučit čtenáře tohoto modulu, že profesionální marketingová strategie pro rozvoj úspěšného krátkého řetězce musí dávat hlavní prostor podpoře důvěryhodného vztahu se spotřebiteli na základě jejich znalostí a informací o produktech.

Kapitola 1: Krátký dodavatelský řetězec: nové spojení mezi výrobcí a spotřebiteli

V posledních letech došlo v Evropě k výraznému nárůstu krátkých dodavatelských řetězců. Důvody tohoto úspěchu jsou především následující:

- Potřeba zemědělců zvýšit své příjmy snížením počtu kroků v dodavatelském řetězci;
- Zvýšení povědomí o sociální a výrobní úloze;
- Potřeba zemědělců budovat přímý a prospěšný vztah se spotřebiteli;
- Spotřebitelé hledají průmyslově nezpracované, lokální a kvalitní produkty.

Kombinace těchto faktorů rozhodla o úspěchu mnoha iniciativ zaměřených na rozvoj přímých prodejních cest prostřednictvím farmářských trhů, prodejních míst na farmách, podnikových prodejen nebo skupin farmářů a on-line prodeje.

Prostřednictvím těchto iniciativ bylo vytvořeno nové spojení mezi výrobcí a spotřebiteli, které je založeno na závazku zemědělců zaručit „potravinovou bezpečnost“ svých produktů a reaguje na cíl náročných a pozorných spotřebitelů, kteří jsou také ochotni zvýšit svůj závazek, a to jak ekonomický, tak organizační, aby si byli jisti průmyslově nezpracovanou, lokální a kvalitní produkcí potravin.

Kapitola 2: Klíčová slova pro úspěšný krátký dodavatelský řetězec

Pro rozvoj a posílení pevného spojení mezi výrobcí a spotřebiteli je nutné vypracovat efektivní podnikatelské strategie, které budou vycházet z identifikace některých klíčových slov, jež musí být základem cílů těchto strategií:

1. Důvěra

Vztah důvěry mezi výrobcem a spotřebitelem je hlavním faktorem úspěchu krátkého dodavatelského řetězce. Tuto důvěru lze vytvořit a upevnit prostřednictvím přímých znalostí a osobního vztahu, který je navázán mezi spotřebitelem a výrobcem. Věrnost spotřebitelů lze získat přímým prodejem na trzích nebo v podnikových prodejnách. Vztah důvěry, ačkoli je velmi důležitý, však nemůže být jediným klíčem k úspěchu marketingu v krátkém řetězci, a to ze dvou hlavních důvodů:

Inovace produktů je jednou z oblastí, ve které nejčastěji dochází k zavádění inovací v kontextu strategie „Z farmy na vidličku“. Inovace souvisí s typem produktu, ale také s jeho vztahem ke zbytku krátkého potravinového řetězce.

Skvělým příkladem inovace produktu je Favamole z farmy Andrese Jary v Nizozemsku. Na této farmě připravují z fazolí fava dip podobný guacamole, jako protipatření k neudržitelné spotřebě avokáda.

Více o tom, jak vytvářet přidanou hodnotu zemědělským produktům, se můžete dozvědět v modulu F těchto inspirativních vzdělávacích materiálů.

2. Rostoucí kapacita krátkého dodavatelského řetězce založeného na výlučném osobním vztahu mezi výrobcem a spotřebitelem by byla velmi omezená;

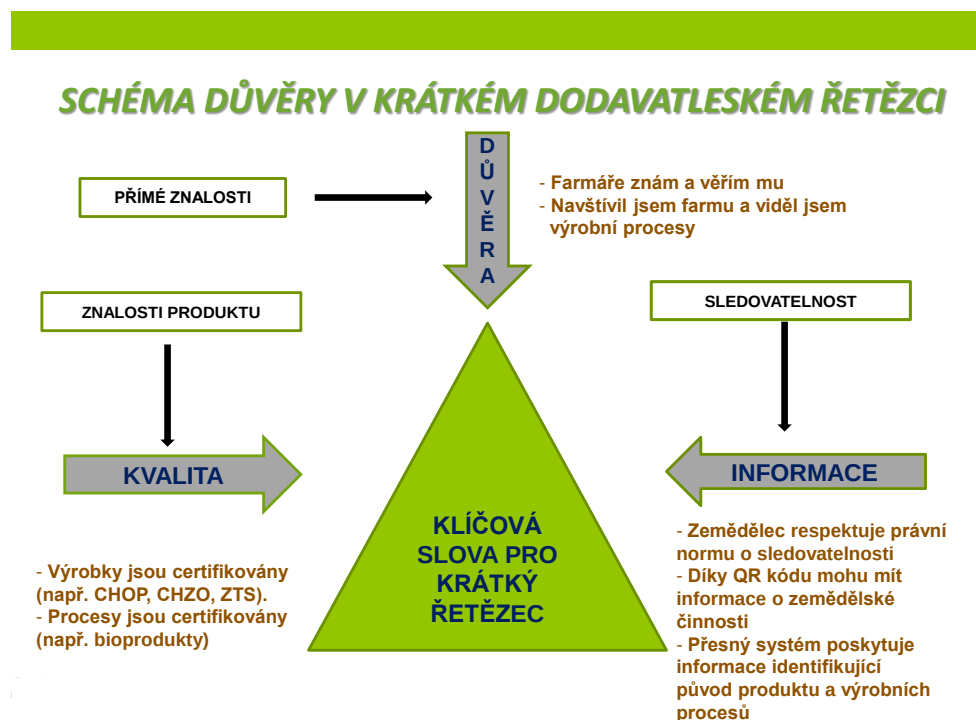
3. Vztah důvěry musí být založen nejen na empatii, ale musí také vycházet z hodnocení serióznosti, profesionality a transparentnosti zemědělce při řízení jeho výrobních procesů;

4. Kvalita

Je nezbytné, aby se podnikatelská strategie rozvoje krátkého dodavatelského řetězce zaměřila na plné zvýšení kvality svých produktů. Jak uvidíme dále, pojem kvality není absolutní, ale může být definován ve vztahu ke specifickým potřebám referenční cílové skupiny spotřebitelů; může se týkat vlastností surovin, ekologické udržitelnosti výrobních procesů, zdravotní nezávadnosti produktů a dalších faktorů, které mohou být předmětem certifikačních protokolů, jež zaručují požadované náležitosti a podrobují zemědělské podniky přísnému systému kontroly.

5. Informace

Obecně řečeno, účinný marketing zaměřený na rozvoj krátkého dodavatelského řetězce musí věnovat velkou pozornost komunikační a informační strategii, která zpřístupní „sledovatelnost“ všech prvků, které mohou spotřebitele zajímat; komunikační strategie se tedy neomezuje na „reklamní“ přístup, ale je založena na objektivním, transparentním a ověřitelném informačním systému, který spotřebiteli poskytuje skutečnou „znalost“ výrobní reality.



Kapitola 3: Způsoby hodnocení kvality a certifikace

Certifikace je hlavním systémem pro zlepšení vlastností produktů. Prostřednictvím různých typů certifikace lze doložit a zaručit:

- Soulad se zdravotními a hygienickými požadavky a požadavky na kvalitu;
- Původ surovin a hotového produktu;
- Vnitřní vlastnosti (složení, použité odrůdy nebo plemena atd.);
- Kvalitu a udržitelnost výrobních procesů;

Certifikace se dělí na povinné a dobrovolné.

Povinná samocertifikace o hygienicko-sanitární nezávadnosti

Všechny společnosti, které pracují a vyrábějí zboží v potravinářském sektoru, musí splnit podmínky samocertifikace HACCP (Systém analýzy rizika a stanovení kritických kontrolních bodů), vypracovat plán, který určí rizika v každém procesu vlastního výrobního řetězce a způsob řešení každého kritického bodu.

Dobrovolná certifikace

Evropská unie v rámci své politiky v oblasti zemědělství a rozvoje venkova podpořila různé systémy certifikace zemědělské produkce prostřednictvím zvláštních ustanovení upravujících vydávání a kontrolu certifikací jednotným způsobem pro všechny země Unie.

Pokud jde o zemědělské a potravinářské produkty, evropská legislativa stanovuje systém označení, který definuje jak původ, tak vlastnosti produktů. Vlastnosti certifikovaných produktů jsou definovány ve zvláštních specifikacích, jejichž řízení a kontrola jsou svěřeny ochranným konsorciím jednotlivých označení. Hlavní označení uznávaná na úrovni EU jsou:

1. CHOP (Chráněné označení původu)
2. CHZO (Chráněné zeměpisné označení)
3. ZTS (Zaručená tradiční specialita)



CHOP: Označení CHOP (chráněné označení původu) je označení vymezené rozhodnutím na úrovni EU, které označuje typický produkt vysoké kvality, jehož oblast původu a tradice používané při jeho výrobě jsou natolik specifické, že musí být chráněny před paděláním. U CHOP se území původu týká jak původu surovin, tak vývoje celého výrobního procesu. Příkladem produktu s CHOP je olivový olej Kalamata s CHOP, který se celý vyrábí v oblasti Kalamata v Řecku za použití odrůd oliv z této oblasti.

CHZO: Značka CHZO (chráněné zeměpisné označení) má stejný účel jako značka CHOP a rovněž potvrzuje původ produktu. Na rozdíl od CHOP chrání certifikace CHZO především některé výrobní postupy charakteristické pro místo označení, nikoli však nutně původ produktu jako celku. Příkladem produktů s CHZO je česnek z Graciosy (Portugalsko) nebo olivový olej z Toskánska (Itálie).

ZTS: Pojem zaručená tradiční specialita, známější pod zkratkou ZTS, je označení původu zavedené Evropskou unií, jehož cílem je chránit specifické produkty, které se vyznačují tradičním složením nebo výrobními postupy. ZTS je například španělská šunka jamón serrano.

Samostatné nařízení se týká vinařského odvětví, ve kterém zůstávají předchozí vnitrostátní systémy označování. Například v Itálii může být označení vína DOC („kontrolované označení původu“) nebo DOCG („kontrolované a zaručené označení původu“).



EKOLOGICKÁ PRODUKCE

Pokud jde o výrobní postupy, hlavní certifikace uznávaná na úrovni EU se týká produkce získané ekologickými metodami. Jedná se o certifikát vydaný určeným subjektem, který uznává, že podniky v zemědělsko-potravinářském a chovatelském řetězci (od výroby až po uvádění potravinářských produktů na trh) splnily určité normy stanovené Evropskou unií.

Zaručeno je zejména používání udržitelných postupů ve všech fázích výrobního procesu. Certifikace, vydávaná na konci období přechodu z tradičního způsobu hospodaření na ekologický, podléhá každoroční kontrole certifikovaných subjektů na evropské úrovni.

Kromě těchto certifikací uznávaných EU lze najít další označení vytvořené na úrovni jednotlivých zemí a území, což mohou být třeba územní značky, například produktů určitého národního parku nebo zemědělské oblasti zvláštní hodnoty; nebo certifikace dodavatelského řetězce, které zaručují transparentnost cesty všech kroků v rámci dodavatelského řetězce. [...]

Kapitola 4: Informace a sledovatelnost

Sledovatelnost potravinářského produktu představuje faktor transparentnosti a informovanosti, který spotřebiteli zaručuje možnost poznat a rozpoznat výrobek ve všech fázích jeho výrobního procesu.

- Sledovatelnost umožňuje popsat cestu suroviny nebo výrobní šarže v rámci výrobního řetězce: od fáze výroby, přes transformaci až po distribuci. Sledovatelnost znamená možnost rekonstruovat celou cestu produktu zpětně, od jeho konečného stavu k výchozím surovinám.

Sledovatelnost se zrodila jako nástroj k zaručení zdravotní nezávadnosti potravin, ale je nezbytná také například k potvrzení původu výrobku nebo různých mezikroků, které vedly k tomu, že se výrobek dostal na pult obchodu nebo na náš stůl. Sledovatelnost je také základní podmínkou pro prokázání shody výrobků s výrobními specifikacemi v označeních původu.

V důsledku nařízení ES č. 178/2002 je od roku 2005 pro všechny společnosti v potravinovém řetězci (od výrobce až po konečného spotřebitele) povinné identifikovat a zaručit sledovatelnost výrobku.

Od provozovatelů potravinářského sektoru se vyžaduje, aby byli schopni vysledovat předcházející a následující článek potravinového řetězce. Technologický vývoj a digitalizace však umožňují dosáhnout pokročilejších cílů v oblasti sledovatelnosti a poskytovat spotřebitelům široký soubor informací. QR kód je stále častějším způsobem, jak pomocí mobilního telefonu navštívit zemědělský podnik vzdáleně. Další příklad se týká precizního zemědělství, které může shromažďovat důležité informace schopné určit přesný původ produktů.

Vývoj certifikací v kombinaci s přijetím postupů sledovatelnosti výrobních procesů nad rámec zákonných povinností je rozhodně praktický pro informační strategii. Jak certifikace, tak sledovatelnost mohou představovat faktor upevňující vztah důvěry mezi výrobcí a spotřebiteli, který je zásadní pro marketingovou cestu založenou na krátkém dodavatelském řetězci.

Kapitola 5: Závěr

Poslední otázka pro zemědělce po přečtení této kapitoly zní: Je pro mě vhodné zavést systém kvality, certifikace a/nebo sledovatelnosti do mé strategie krátkého řetězce? Snažíme se nabídnout několik odpovědí o výhodách a kritických bodech této volby:

Výhody

- Možnost prokázat spotřebitelům kvalitu zemědělské činnosti prostřednictvím certifikace a správných informací obecně zlepšuje a posiluje vztah založený na důvěře;
- Pro zemědělce, který se snaží zvětšit cílovou skupinu spotřebitelů, musí být vztah důvěry se zákazníky založen na objektivních zárukách kvality;
- Spotřebitel, který hledá produkty na místních trzích a v krátkém řetězci, je obvykle ochoten zaplatit více za produkt se zárukou kvality a udržitelnosti;
- Certifikace může být v oblasti zemědělství v některých podmínkách požadovaným parametrem. Například konkurenceschopnost zemědělce, který vyrábí víno bez certifikace v oblasti Chianti nebo Rioja, by mohla být problematická;

Kritické body

Zapojení se do systémů kvality a certifikace rozhodně přináší dodatečné náklady, a to z hlediska:

- Získání znalostí a dodržování požadovaných pravidel;
- Přímých nákladů na certifikaci;



- Přidané hodnoty plynoucí ze systémů kvality a certifikace a/nebo sledovatelnosti, která by nemusela stačit na pokrytí hlavních nákladů; záleží na konkrétních podmínkách v zemědělství.

Závěrem bychom chtěli navrhnout správný přístup a zlepšení krátkého řetězce:

- Při zavádění krátkého řetězce věnujte pozornost vypracování komunikační a informační strategie o kvalitě vašich výrobků;
- Analyzujte podmínky trhu, požadavky vašich potenciálních zákazníků, pozici vaší zemědělské činnosti ve srovnání s ostatními zemědělci ve vaší oblasti a potravinářském odvětví;
- Vyhodnoťte vhodnější strategii, poměr mezi náklady a přínosy, potřebné dovednosti a kompetence;
- Snažte se svým klientům nabídnout lepší kvalitu své práce.

Užitečné odkazy pro získání hlubších znalostí

- https://food.ec.europa.eu/horizontal-topics/farm-fork-strategy_en
- https://agriculture.ec.europa.eu/farming/certification_en
- https://ec.europa.eu/agriculture/ofis_public/
- <https://www.eitfood.eu/blog/how-can-digital-traceability-increase-trust-in-the-agrifood-industry>
- <https://ec.europa.eu/eip/agriculture/en/focus-groups/innovative-short-food-supply-chain-management>
- <https://www.slowfood.com/>