

Ako plánovať implementáciu dosledovateľnosti potravín?

Praktický sprievodca

Dosledovateľnosť pôvodu potravín sa stala horúcou témou. Keďže stále viac spotrebiteľov neverí informáciám o potravinách na štítkoch a 75% z nich je dokonca ochotných zmeniť značku hoci aj za neznámy produkt, ak získajú viac informácií o produkte, vedúce potravinárske spoločnosti začínajú experimentovať s aplikáciami dosledovateľnosti.

Vo väčšine prípadov však nevedia, kde začať plánovať a implementovať systém dosledovateľnosti, najmä keď plánujú používať blockchain ako dátovú knihu.



Aby sme im pomohli, zozbierali sme základy:

1. Čo chcete dosiahnuť?

Toto je základná otázka, pretože spôsob implementácie závisí od cieľov, ktoré chcete dosiahnuť. Dosledovateľnosť potravín má veľa potenciálnych výhod:

Odlíšenie výrobkov od konkurencie

Spotrebitelia oceňujú transparentné informácie o potravinách a tým aj ich vyššiu hodnotu. Dosledovateľnosť pôvodu potravín má celospoločenský význam, čím sa dá dosiahnuť pozitívne PR vašich produktov, alebo vašej spoločnosti.

Zlepšenie prevádzkovej efektívnosti

Môžete vidieť, kde výrobky trávia príliš veľa času v rámci vášho dodávateľského reťazca, čo umožňuje optimalizáciu procesov, a tým znižovanie plytvania potravinami. QR kód prináša veľa sprievodných výhod a vďaka novej technológii máte možnosť optimalizovať procesy, zvýšiť produktivitu a znížiť náklady.

Dosiahnutie dovozných predpisov cieľových krajín

Rastúci počet krajín už vyžaduje informácie o dosledovateľnosti dovážaných potravín (USA, Čína, EÚ, Japonsko atď.).

Rýchlejšie, efektívnejšie a cielené sťahovanie výrobkov z trhu

Sledovanie pôvodu produktu bude trvať niekoľko sekúnd. Zrýchľuje sťahovanie výrobkov z trhu a umožňuje stiahnutie konkrétnych výrobkov od konkrétneho dodávateľa z konkrétneho dodacieho miesta.

Nadviazanie priamej komunikácie so spotrebiteľmi

Dosledovateľnosť na blockchain technológii pomocou QR kódu umožňuje veľmi veľa priamych interakcií so spotrebiteľom priamo cez jeho telefón. Môžete priamo komunikovať so spotrebiteľmi alebo zbierať o nich cenné údaje.

Pozicioning prémiových produktov

Poskytnite dôkazy svojej trvalo udržateľnej a etickej výroby, aby ste zdôvodnili vyššiu cenu svojich prémiových produktov.

2. Aké produkty chcete sledovať ?

Každá implementácia sa začína pilotným projektom, na ktorom sa zúčastňuje určitý počet výrobkov a dodávateľov.

Pre pilotné spustenie je vhodné vybrať si produkty, ktorých **dodávateľský reťazec neobsahuje príliš veľa účastníkov**. Kratší dodávateľský reťazec umožňuje rýchlejšiu implementáciu.

Ďalším dôležitým aspektom je to, že pilotné implementácie sú úspešnejšie, ak neobsahujú prepojenie rôznych systémov každého účastníka. Prispôsobenie rozhraní zvyčajne vyžaduje veľa testov medzi rôznymi oddeleniami IT, čo môže tento proces spomaliť. Používanie mobilnej aplikácie B2B spoločnosti TE-FOOD umožňuje oveľa rýchlejšiu implementáciu pilotov.

3. Aký je požadovaný rozsah vysledovateľnosti?

Dosledovateľnosť sa dá implementovať mnohými spôsobmi, v závislosti od vašich cieľov.

Ak je vaším cieľom **marketing smerom k spotrebiteľom** alebo **rýchlejšie stiahnutie výrobkov z trhu**, bude pravdepodobne potrebné implementovať ho z **farmy na stôl**. Upozorňujeme, že ak chcete tento priestor úspešne zrealizovať, musíte byť maloobchodníkom alebo výrobcom potravín.



Ak ste vývozca a vaším cieľom je **dodržiavať dovozné predpisy**, musíte ho implementovať **z farmy na export**, čo si vyžaduje odlišný prístup.



Ak ste výrobcom a vaším cieľom je **zlepšiť prevádzkovú efektívnosť**, váš cieľový rozsah je sledovateľnosť **od výroby po výrobu**.

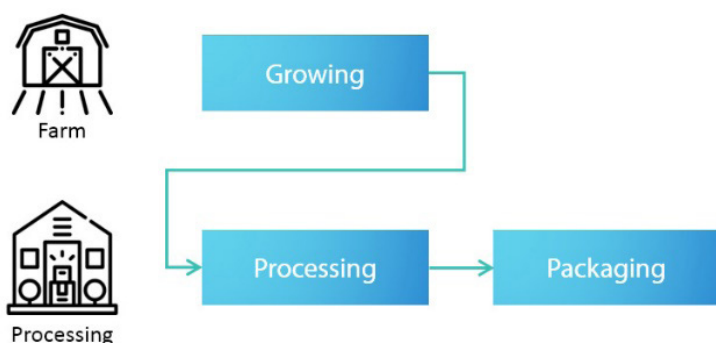


V niektorých prípadoch výrobcovia nemôžu presvedčiť farmy, aby poskytli údaje o sledovateľnosti, v tomto prípade ich môžete implementovať **od výroby po maloobchod**.



4. Aké sú úlohy v dodávateľskom reťazci?

Účastníci dodávateľského reťazca predstavujú jednu alebo viac úloh, ktoré predstavujú určité činnosti. Obvyklé úlohy rôznych dodávateľských reťazcov:

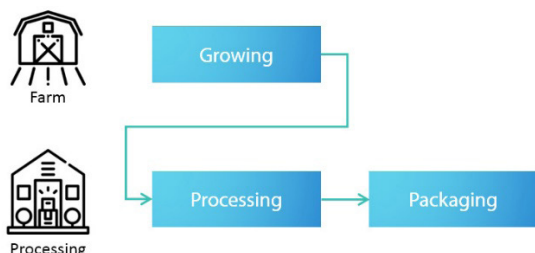


5. Činnosti v dodávateľskom reťazci, kde by malo dôjsť k zberu údajov?

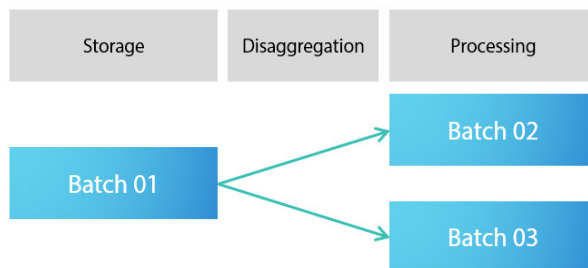
V dodávateľskom reťazci je veľa činností v každom procese (napr. Poľnohospodárske činnosti (kŕmenie, zber atď.), Výroba (zabíjanie, dojenie, miešanie atď.), Balenie, odosielanie a prijímanie prepravy atď.).

Pre každý prípad použitia nie je potrebné sledovať všetky činnosti. **Vy rozhodujete, do akej hĺbky chcete sledovať udalosti vašich procesov.** Rovnaký dodávateľský reťazec môže sledovať činnosti v rôznych hĺbkach.

Príklady rovnakého procesu dodávok ovocia a zeleniny sledovaného v rôznych hĺbkach. Prvý z nich je navrhnutý na marketingové účely smerom k spotrebiteľom:



Druhý návrh sa navrhuje na zlepšenie prevádzkovej efektívnosti:



Oba prístupy zabezpečujú sledovateľnosť z farmy na stôl, musíte si zvoliť požadovanú hĺbkú podľa cieľov, ktoré chcete dosiahnuť.

Môžete tiež použiť GS1 EPCIS formát na standardizáciu komunikácie udalostí pri dosledovateľnosti. TE-FOOD podporuje **GS1 štandardy**, kde EPCIS pomáha pri standardizácii udalostí.

6. Aké údaje chcete zhromaždiť v každom kroku?

O tomto kroku zvyčajne diskutujeme počas konzultačných workshopov. Cieľom je definovať, aký druh údajov by mali účastníci dodávateľského reťazca zachytiť počas udalostí, o ktorých sme hovorili v predošlej časti.

Minimálne požiadavky na zber údajov sú:

- **Čo** - identifikátory položiek, šarží, kontajnerov atď.
- **Kde** - Údaje o polohe (napr. Číslo GLN)
- **Kedy** - dátum / čas udalosti
- **Prečo** - typ udalosti (napr. odoslanie prepravy, zber, porážka, balenie, miešanie atď.)

Typy a rozsah údajov, ktoré budete zbierať, závisí od cieľov, ktoré chcete dosiahnuť.

7. Ako budú účastníci dodávateľského reťazca zhromažďovať údaje?

Existuje viacero technológií, ktoré pomáhajú spoločnostiam v dodávateľskom reťazci zhromažďovať údaje v závislosti od ich úrovne technológie. Niektoré spoločnosti už zvyčajne zhromažďujú potrebné údaje v starom systéme (SAP, ERP, správa farmy atď.), niektoré spoločnosti disponujú jednoduchšími systémami zberu dát.

Toto sú hlavné možnosti zberu údajov:

Mobilný telefón

Jednoduchá a rýchla implementácia, umožňuje rýchle aktualizácie, vyžaduje si však školenie. Implementácia trvá niekoľko dní.

Prenos cez MS Excel

Implementácia je rýchlejšia ako API, ale náchylná na chyby a vyžaduje si určitý interný vývoj na export údajov zo starého systému. Implementácia trvá týždne.

API

Najautomatizovanejší spôsob komunikácie, ale na odosielanie údajov je potrebný lokálny vývoj. Implementácia môže trvať mesiace.

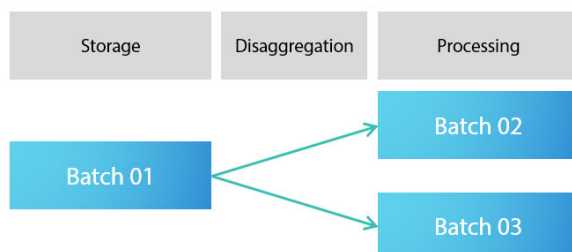
IoT

Umožňuje odosielať údaje bez zásahu človeka, vyžaduje si však viacvrstvový systém a nemôže sa použiť pre akékoľvek údaje. Implementácia môže trvať mesiace.

8. Ako sa identifikujú maloobchodné výrobky?

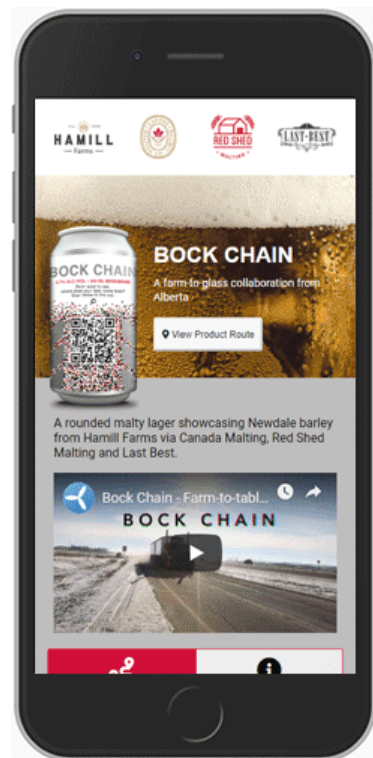
Ak chcete zákazníkom umožniť skenovanie QR kódov na produktoch a zobrazenie histórie konkrétnej udalosti výrobného reťazca produktu, musíte na maloobchodných produktoch vytlačiť / aplikovať serializované QR kódy.

Základné pravidlo: **Ak sa s niektorým z výrobkov v dodávateľskom reťazci zaobchádza inak, musí sa to identifikovať osobitne.**



Príklad: Dávka zozbieraných paradajok je uložená v spracovateľskom zariadení. Ak sa celá dávka spracuje a zabalí súčasne na rovnakom mieste, stačí ich spracovať ako jednu dávku. Ak sa s časťami paradajok zaobchádza inak, musí sa séria rozdeliť do viacerých šarží.

Spôsob, akým musíte pristupovať k serializácii, závisí od objemu výrobkov a od schopnosti vašej technológie balenia.



9. Aké informácie by sa mali spotrebiteľom zobrazovať?

Ak sa všetky informácie zhromažďujú v rámci procesov dodávateľského reťazca, niektoré z týchto informácií by sa mali spotrebiteľom zobraziť (v prípade, že váš rozsah je z farmy na stôl). **Musíte sa rozhodnúť, ktoré informácie sú verejné** a ktoré by mali byť viditeľné iba v rámci dodávateľského reťazca.

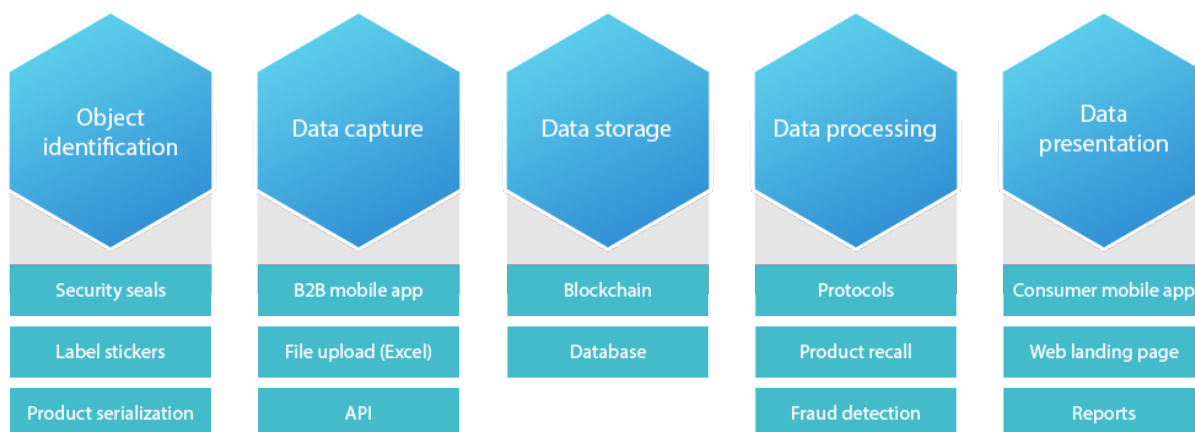
Je tiež čoraz dôležitejšie zachytávať a prezentovať bohaté údaje, aby bol zážitok pre spotrebiteľa pútavý. Fotky o poľnohospodárstve, videá z výroby, priložené súbory o inšpekciách kvality, rôzne certifikáty, predstavenie dodávateľov alebo popisy procesov pomáhajú spotrebiteľom zapojiť sa emocionálne a vytvoriť si väčšiu dôveru k produktu.

Dúfame, že ste tohto sprievodcu považovali za hodnotného. Ak potrebujete ďalšie informácie o implementácii dosledovateľnosti potravín vo vašom dodávateľskom reťazci, kontaktujte nás.

Ako môže TE-FOOD pomôcť

Riešenie dosledovateľnosti spoločnosti TE-FOOD využíva na celom svete už viac ako ako 6 000 obchodných partnerov. Značky ako Auchan, AEON, Migros, GrainCorp, Lotte Mart, CP Group, Japfa alebo CJ ich používajú na poskytovanie informácií o pôvode potravín svojim zákazníkom.

TE-FOOD poskytuje spoločnostiam v dodávateľskom reťazci všetky prvky na dosiahnutie úspešnej implementácie systému sledovateľnosti:



Školením viac ako 10 000 pracovníkov v dodávateľskom reťazci, aby mohli používať svoje nástroje, získala spoločnosť TE-FOOD veľké skúsenosti s implementáciou. Oslovte nás a získajte ďalšie podrobnosti: sales@te-food.sk



Farm-to-table Food Traceability Solution Using Blockchain Technology