



Lokalny system żywnościowy Rzeszowa i Rzeszowskiego Obszaru Funkcjonalnego w świetle potrzeb i oczekiwań interesariuszy

*Materiał podsumowujący badania jakościowe

Warszawa—Rzeszów, 2025

Autorzy:

Paulina Sobiesiak-Penszko

Katarzyna Banul-Wójcikowska

Rezultat projektu „Jaka polityka żywnościowa dla Rzeszowa?” realizowanego na podstawie umowy nr MNiSW/2024/DAP/323 w ramach zleconego przez Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego zadania pt. „Jaka polityka żywnościowa dla Rzeszowa?”.

Zadanie finansowane jest ze środków Ministra.



Minister Nauki
i Szkolnictwa Wyższego



Ministerstwo Nauki
i Szkolnictwa Wyższego

Lokalny system żywnościowy Rzeszowa i Rzeszowskiego Obszaru Funkcjonalnego w świetle potrzeb i oczekiwań interesariuszy

Spis treści:

1. Wprowadzenie
2. Lokalny system żywnościowy z perspektywy władz lokalnych i instytucji publicznych
3. „Musimy próbować” – potrzeby rolników i przetwórców w Rzeszowie i Rzeszowskim Obszarze Funkcjonalnym
4. Handel i dystrybucja żywnością
5. Gastronomia jako ogniwo lokalnego systemu żywnościowego
6. Potrzeby placówek żywienia zbiorowego
7. Potrzeby, oczekiwania i problemy konsumentów jako interesariuszy systemu żywnościowego

1. Wprowadzenie

Cel i kontekst raportu

Rzeszów i jego obszar funkcjonalny stoją dziś przed wyzwaniem stworzenia spójnej, długofalowej polityki żywnościowej, która odpowie na potrzeby mieszkańców, lokalnych producentów i instytucji publicznych. Aby dobrze rozpoznać uwarunkowania tego procesu, niezbędne było zebranie rzetelnych danych o podmiotach współtworzących lokalny system żywnościowy i o ich wzajemnych powiązaniach.

Pierwszym krokiem była analiza danych zastanych, przeprowadzona w marcu 2025 roku i udokumentowana w raporcie *„Mapa interesariuszy sektora rolno-spożywczego Rzeszowa i Rzeszowskiego Obszaru Funkcjonalnego”*. Badanie to pozwoliło wskazać najważniejszych aktorów lokalnego systemu żywnościowego oraz wstępnie opisać ich rolę w kształtowaniu miejskiej polityki żywnościowej. Na tej podstawie wyłoniono reprezentantów kluczowych grup interesariuszy, których opinie stały się fundamentem kolejnego etapu prac badawczych opisanych w niniejszym raporcie.

Wśród grup poddanych badaniu znaleźli się:

- lokalni decydenci i przedstawiciele instytucji publicznych odpowiedzialni za kształtowanie strategii rozwoju miasta i obszaru funkcjonalnego,
- rolnicy i producenci rolni, w tym przedstawiciele gospodarstw rodzinnych i ekologicznych,
- przetwórcy żywności,
- sektor handlu i dystrybucji, obejmujący zarówno detalistów, jak i hurtowników,
- rolnicze zrzeszenia i związki branżowe, reprezentujące interesy producentów i przetwórców,
- placówki żywienia zbiorowego i gastronomii,
- konsumenci, jako końcowi odbiorcy i współtwórcy lokalnego popytu na żywność.

Zasadniczym celem badań było pogłębienie wiedzy o sytuacji każdej z tych grup, lepsze zrozumienie ich potrzeb oraz identyfikacja barier i wyzwań towarzyszących budowaniu i wdrażaniu polityki żywnościowej w Rzeszowie oraz w całym Rzeszowskim Obszarze Funkcjonalnym.

Kluczowe pytanie badawcze brzmiało: jakie są potrzeby i oczekiwania poszczególnych grup interesariuszy lokalnego systemu żywnościowego. W rozmowach koncentrowano się m.in. na:

- znaczeniu Rzeszowa jako rynku zbytu dla lokalnej produkcji rolno-spożywczej, w tym potencjału miasta do pełnienia roli centrum dystrybucyjnego dla okolicznych gmin,
- dostępności lokalnej, wysokiej jakości żywności,
- roli miasta i sąsiednich gmin w rozwijaniu krótkich łańcuchów dostaw i wspieraniu bezpośrednich relacji producent–konsument,
- sytuacji lokalnych rolników i producentów,
- działaniach promujących lokalną żywność,
- edukacji żywieniowej i podnoszeniu świadomości konsumentów,
- inicjatywach ograniczających marnowanie żywności,
- kształcie lokalnego systemu żywnościowego i jego najważniejszych elementów.

Metodologia badawcza

Badanie miało charakter eksploracyjny. Zastosowaną techniką badawczą były indywidualne wywiady pogłębione (*Individual In-Depth Interview, IDI*), o charakterze swobodnie ukierunkowanym – badacz dysponował listą zagadnień, która była każdorazowo dostosowywana do wiedzy i kompetencji rozmówcy.

Uzupełnieniem wywiadów jakościowych był wywiad grupowy (*Focus Group Interview*) z udziałem różnych grupy interesariuszy polityki żywnościowej. Dyskusja moderowana zgodnie z przygotowanym scenariuszem pozwoliła zweryfikować i rozszerzyć wnioski z wywiadów indywidualnych, a także stworzyła przestrzeń do wymiany perspektyw i doprecyzowania kluczowych zagadnień w kontekście lokalnego systemu żywnościowego.

Warto podkreślić, że część rozmówców reprezentowała więcej niż jedną z wymienionych grup (np. rolnik pełniący jednocześnie funkcję lokalnego decydenta). W takich przypadkach za podstawę rozmowy przyjmowano wiodącą rolę danej osoby.

Opis realizacji badania

Badanie zostało przeprowadzone w okresie od maja do września 2025 roku wśród respondentów z Rzeszowa oraz Rzeszowskiego Obszaru Funkcjonalnego. Łącznie przeprowadzono piętnaście wywiadów indywidualnych z przedstawicielami każdej z wymienionych wyżej kategorii interesariuszy systemu żywnościowego (rolnicy/przetwórcy, rolnicze zrzeszenia i związki branżowe, władze lokalne i instytucje publiczne, handel i dystrybucja, gastronomia, placówki, konsumenci). W wywiadzie grupowym wzięło udział kolejnych siedmiu interesariuszy systemu żywnościowego - przedstawiciele administracji publicznej, organizacji społecznych, placówek edukacyjnych oraz rynków hurtowych.

Wywiady zostały przeprowadzone w oparciu o siedem częściowo ustrukturyzowanych scenariuszy odpowiadających wybranym grupom oraz scenariusz badania fokusowego. Wszystkie wywiady zostały nagrane. Następnie sporządzono z nich transkrypcje, które były podstawą dalszych prac analitycznych i przygotowania raportu.

2. Lokalny system żywnościowy z perspektywy władz lokalnych i instytucji publicznych

Polityka żywnościowa w Rzeszowie i Rzeszowskim Obszarze Funkcjonalnym (ROF) zyskuje na znaczeniu jako istotny element rozwoju lokalnego, bezpieczeństwa mieszkańców oraz wspierania rolnictwa i przedsiębiorczości. Mimo tego, że wiele instytucji nie postrzega polityk żywnościowych jako zadania własnego samorządów, z wypowiedzi przedstawicieli władz samorządowych oraz instytucji publicznych

wynika, że temat ten przestał być marginalny, a coraz częściej staje się przedmiotem planowania strategicznego i działań operacyjnych. Zarówno prezydent miasta, wójtowie gmin, jak i instytucje wsparcia rolników takie jak ośrodki doradztwa rolniczego dostrzegają rosnące zainteresowanie mieszkańców lokalną i wysokiej jakości żywnością, a także potrzebę jej lepszej organizacji i promocji. Wyrazem tego jest m.in. **projekt Strategii Rozwoju Miasta Rzeszowa do 2035 roku**¹, gdzie podnoszenie bezpieczeństwa żywnościowego miasta zostało uwzględnione w ramach jednego z kierunków działania na rzecz realizacji celu strategicznego “Nowoczesna gospodarka wykorzystująca potencjał naukowy, badawczy oraz wizerunek międzynarodowy”.

W projekcie Strategii Rozwoju Rzeszowa główne działania na rzecz bezpieczeństwa żywnościowego ujęto dwutorowo. Z jednej strony koncentrują się one na **przestrzeni wewnętrznej miasta** – poprzez rozwój rolnictwa i ogrodnictwa miejskiego, a także upowszechnianie zasad permakultury, czyli upraw w zgodzie z naturą i poszanowaniem środowiska. Z drugiej strony działania mają na celu **wzmacnianie lokalnego rynku żywności** i tworzenie systemowych mechanizmów wsparcia dla producentów rolnych. Strategia zakłada rozwój krótkich łańcuchów dostaw, w ramach których lokalne produkty mogłyby trafiać bezpośrednio do instytucji publicznych – takich jak szkoły, przedszkola czy domy pomocy. Tym samym bezpieczeństwo żywnościowe rozumiane jest nie tylko jako dostępność jedzenia, lecz także jako gwarancja jego jakości i lokalnego pochodzenia.

W dokumencie podkreślono również wagę **promocji lokalnych producentów żywności** i tworzenia dla nich nowych przestrzeni sprzedażowych. Strategia przewiduje także wzmocnienie roli tradycyjnych targowisk i bazarów, traktując je jako miejsca bezpośredniego kontaktu producenta z konsumentem i jako przestrzeń budowania więzi społecznych. Istotnym elementem działań jest też **edukacja mieszkańców** w zakresie zdrowego odżywiania, świadomej konsumpcji oraz znaczenia zasobów środowiska – zwłaszcza żywności i wody. Edukacja ta ma zwiększać wiedzę na temat przyjaznych środowisku i społecznie odpowiedzialnych praktyk produkcji oraz konsumpcji, a w dłuższej perspektywie prowadzić do poprawy zdrowia mieszkańców i jakości życia w mieście.

Działania na rzecz bezpieczeństwa żywnościowego wpisują się w szerszy kontekst strategiczny miasta. Silne powiązania widać m.in. z kierunkami dotyczącymi ochrony zdrowia mieszkańców, wspierania lokalnej przedsiębiorczości czy rozwoju miejskich terenów zielonych. Ważnym elementem jest również powiązanie z polityką przestrzenną m.in. poprzez ustalenia dotyczące zasad kształtowania rolniczej i leśnej przestrzeni produkcyjnej.

Oczekiwane rezultaty obejmują nie tylko lepszy dostęp do zdrowej i wysokiej jakości żywności czy wsparcie dla lokalnych rolników, ale także wzrost atrakcyjności Rzeszowa jako miejsca dobrego do życia, poprawę stanu środowiska oraz budowanie więzi międzyludzkich poprzez wspólne działania w obszarze żywności i natury.

W ten sposób Strategia Rozwoju Rzeszowa może stanowić wstępną ramę dla tworzenia przyszłej polityki żywnościowej zarówno Rzeszowa, jak i całego Rzeszowskiego Obszaru Funkcjonalnego.

Rola samorządów jako integratora łączącego różne grupy interesariuszy i wyznaczającego kierunki i dalsze działania w tym procesie jest kluczowa. Celem niniejszego rozdziału jest uchwycenie potrzeb, oczekiwań i wyzwań, z jakimi mierzą się władze oraz instytucje publiczne w Rzeszowie i w gminach Rzeszowskiego Obszaru Funkcjonalnego w kontekście kształtowania przyszłej polityki żywnościowej. Stanowi on próbę uporządkowania wątków i kierunków, które pojawiły się w trakcie realizowanych badań i mogą zdaniem autorek stać się fundamentem przyszłych działań na rzecz lokalnego systemu żywnościowego.

¹ https://bip.erzeszow.pl/static/img/k02/BRMR/STRATEGIA/Strategia_Rozwoju_Miasta_Rzeszowa_do_2035_roku-projekt_wersja_tekstowa.p.pdf

Pierwsze kroki w kierunku lokalnego systemu żywnościowego

Władze lokalne Rzeszowa i w Rzeszowskim Obszarze Funkcjonalnym **podejmują pierwsze, często rozproszone, inicjatywy mające na celu budowanie bardziej zrównoważonego systemu żywnościowego**, choć jak sami przyznają mają one w dużej mierze charakter punktowy, wynikający z doraźnych potrzeb lub możliwości. Mimo to widać wyraźne kierunki rozwoju i obszary, które zyskują coraz większe znaczenie w politykach samorządowych i działalności instytucji publicznych, ale też wpisują się w przytoczone wyżej planowane działania na rzecz bezpieczeństwa żywnościowego miasta. Poniżej omawiamy najistotniejsze z nich.

Lokalne targowiska i krótkie łańcuchy dostaw

Wspieranie lokalnych targowisk i bazarków to jeden z najczęściej wymienianych kierunków działań. Ich rola postrzegana jest dwojako - z jednej strony jako miejsc obrotu żywności, z drugiej przestrzeni spotkania mieszkańców z rolnikami i producentami. Samorząd wskazuje, że to dzięki współpracy z ośrodkami doradztwa rolniczego, udało się nie tylko wprowadzić cykliczne bazyry i targi żywnościowe w różnych miejscowościach regionu, ale także na stałe wpisać takie wydarzenia w kalendarz miasta. Od niedawna w Rzeszowie bazyry odbywają się w określonych terminach – raz w miesiącu, przez cały rok – w wyznaczonych lokalizacjach. Daje to zarówno mieszkańcom, jak i producentom przewidywalność i stabilność, co przekłada się na rosnące zainteresowanie i lepszą organizację. Według rozmówców rolnicy i wytwórcy coraz chętniej uczestniczą w tych inicjatywach, widząc w nich dobry rynek zbytu. Jednak **co kilkutgodniowy tryb organizacji takich wydarzeń zdecydowanie nie jest wystarczający z punktu widzenia potrzeb zarówno kupujących, jak i sprzedających** (do tego wątku wrócimy w dalszej części raportu).

Pojawiają się także **inicjatywy oddolne** – mieszkańcy osiedli zgłaszają chęć organizacji bazarów w swojej okolicy. Samorząd traktuje to jako naturalny kierunek rozwoju i rozważa stworzenie bardziej rozbudowanej sieci miejsc sprzedaży lokalnej żywności, opartej zarówno na istniejących targowiskach, jak i nowych punktach tworzonych w odpowiedzi na potrzeby mieszkańców. Z rozmowy z przedstawicielem rzeszowskiego samorządu wynika też, że modernizacja miejskich targowisk jest jednym z tematów wywołujących największe emocje wśród mieszkańców, co według rozmówcy dowodzi zarówno ich znaczenia społecznego, jak i gospodarczego:

To nasz rynek żywnościowy, czy kontakt z rynkiem żywnościowym w Rzeszowie ma ogromny potencjał. (...) My staramy się jako samorząd na nie odpowiadać, nieco bardziej właśnie realizując politykę większej dostępności do miejsc, gdzie mieszkańcy mogą znaleźć produkt żywnościowy jakościowy i lokalnego pochodzenia i wiedzieć o jego pochodzeniu. Reakcja mieszkańców na te nowe miejsca, nowe punkty jest ogromna. Na przykład utworzyliśmy ryneček, który ma już stały charakter i zainteresowanie nim, frekwencja jest ogromna [13_samorząd].

Działania edukacyjne i promocyjne

Władze lokalne oraz instytucje doradcze prowadzą różnorodne inicjatywy edukacyjne i promujące zdrowe odżywianie. W Rzeszowie realizowane są m.in. programy profilaktyczne w szkołach, w tym dotyczące zapobiegania cukrzycy, a także projekty typu „**ogródki edukacyjne**” przy placówkach oświatowych. Dzięki nim dzieci mogą obserwować proces powstawania żywności i uczyć się podstaw zdrowego żywienia. W niektórych gminach pojawiają się również działania zachęcające mieszkańców do kompostowania odpadów organicznych.

Mimo tych starań świadomość żywieniowa mieszkańców szczególnie dorosłych i rodziców pozostaje niska. Wiedza na temat zdrowego odżywiania, pochodzenia produktów oraz konsekwencji spożywania żywności wysoko przetworzonej jest ograniczona, a programy prozdrowotne, np. dotyczące zapobiegania otyłości u dzieci, nie cieszą się dużym zainteresowaniem.

Z perspektywy administracji miejskiej podnoszenie świadomości żywieniowej dorosłych jest kluczowe: bez zaangażowania rodziców trudno skutecznie wdrażać programy kierowane do dzieci i realnie wpływać na zmianę ich nawyków żywieniowych.

Stołówki i produkty od lokalnych dostawców

Władze samorządowe podkreślają, że system szkolnych stołówek staje się jednym z kluczowych elementów budowania zrównoważonej polityki żywnościowej w regionie. To właśnie w szkołach i przedszkolach kształtowane są nawyki żywieniowe najmłodszych, dlatego coraz większą wagę przykładają do jakości posiłków i do tego, by opierały się one na produktach możliwie lokalnego pochodzenia. Jeszcze kilka lat temu część placówek rezygnowała z własnych kuchni i korzystała z cateringu ze względów finansowych, dziś jednak widać **wyraźny zwrot w stronę odbudowy i modernizacji zaplecza stołówkowego**. Samorządy inwestują w rozbudowę kuchni tak, aby w każdej szkole możliwe było przygotowywanie posiłków na miejscu, co daje nie tylko większą kontrolę nad jakością, ale także otwiera drogę do współpracy z regionalnymi producentami.

Obecnie we wszystkich 11 miejskich żłobkach oraz w placówkach pomocy społecznej (DPS, ŚDS, Centra Opiekuńczo Mieszkalne) nie ma cateringu, a posiłki są przygotowywane na bieżąco ze świeżych produktów we własnych kuchniach. Własne stołówki posiada 27 samodzielnych przedszkoli, 19 samodzielnych szkół podstawowych, 14 zespołów szkolno-przedszkolnych, 8 szkół ponadpodstawowych i 7 internatów. Wszystkie dane dotyczą jednostek samorządowych i zostały pozyskane z Wydziału Edukacji Urzędu Miasta Rzeszowa. [dodać informacje o stołówkach w szkołach]

Przygotowywanie posiłków na miejscu łączy się z kolejnym kierunkiem działań, jakim jest **chęć włączania do szkolnych jadłospisów produktów od lokalnych dostawców**. Samorządy przekazują dyrektorom szkół zalecenia, aby w miarę możliwości korzystali z takich rozwiązań i testowali nowe formy współpracy. Niekiedy prowadzone są pilotaże – na przykład dostawy wybranych ekologicznych owoców czy ryb – które, jeśli spotkają się z pozytywnym odbiorem, rekomenduje się do stałego uwzględnienia w menu stołówkowym. Obecnie mają one charakter miękkich zaleceń, jednak w perspektywie strategicznej **mówi się o potrzebie wprowadzenia twardszych regulacji, które zagwarantują stałe miejsce lokalnej żywności w systemie zamówień publicznych**.

Władze lokalne widzą więc w stołówkach szkolnych przestrzeń, w której krzyżują się cele edukacyjne, zdrowotne i gospodarcze. Modernizacja kuchni, próby angażowania lokalnych dostawców i łączenie żywienia z edukacją o zdrowym stylu życia to działania, które wyznaczają jeden z istotnych kierunków rozwoju polityki żywnościowej. Jednocześnie pojawia się świadomość, że pełne wykorzystanie potencjału stołówek będzie wymagało długofalowych rozwiązań systemowych i stworzenia mechanizmów wspierających zarówno szkoły, jak i lokalnych producentów. Służącym temu narzędziem mogą być **zamówienia publiczne**:

Żebyśmy dzisiaj mieli prawo a czasem odwagę wpisać jako zamawiający na przykład dla szkół czy na wydarzenia miejskie dodatkowy punkt dla producenta lokalnego. Tak, to byłoby fajne, że jeśli kupujemy, nie wiem pomidory dla stołówki, to jeśli są produkowane w odległości 100 km czy 50 km od miasta, to dostają dodatkowy punkt. To by było fajne, gdyby można było tak zrobić. [13_samorząd].

Wsparcie i pomoc żywnościowa

Zapewnienie dostępu do żywności osobom w najtrudniejszej sytuacji życiowej powinno być jednym z kluczowych elementów miejskiej polityki społecznej. Z przeprowadzonych wywiadów wynika jednak, że obecnie w Rzeszowie **brakuje całościowego programu, który gwarantowałby zabezpieczenie żywnościowe dla najuboższych i najbardziej potrzebujących**, w tym seniorów, osób z

niepełnosprawnościami czy rodzin o bardzo niskich dochodach. Pomoc udzielana jest głównie w ramach pojedynczych inicjatyw i projektów partnerskich, a nie jako spójny system koordynowany przez miasto.

Istotną rolę odgrywa tu **Podkarpacki Bank Żywności**, który we współpracy z Miejskim Ośrodkiem Pomocy Społecznej oraz Polskim Czerwonym Krzyżem realizuje europejskie programy pomocy żywnościowej (m.in. Fundusz Europejskiej Pomocy Najbardziej Potrzebującym – FEAD). Dzięki tym działaniom regularne wsparcie w postaci paczek z podstawowymi produktami otrzymuje ponad tysiąc mieszkańców Rzeszowa spełniających kryteria dochodowe.

Bank Żywności prowadzi także działania w zakresie gospodarowania nadwyżkami żywności. Zgodnie z ustawą o przeciwdziałaniu marnowaniu żywności organizacja przejmuje produkty wytworzone w nadmiarze lub z krótkim terminem przydatności do spożycia i dystrybuje je wśród potrzebujących. Proces ten jest w pełni transparentny i pozwala łączyć wsparcie socjalne z ograniczaniem strat żywnościowych w regionie.

Wciąż jednak istnieją poważne **bariery logistyczne**. Osoby starsze i niesamodzielne często mają trudności z odbiorem paczek lub zakupem świeżej żywności, co ogranicza skuteczność programów pomocowych. Dlatego w miejskiej strategii potrzebne są rozwiązania ułatwiające dostęp do wsparcia, na przykład poprzez rozwój systemu dostaw do domów, mobilnych punktów dystrybucji czy sieci wolontariatu.

Ochrona bioróżnorodności

W wypowiedziach przedstawicieli samorządu pojawia się również wątek ochrony i wzmacniania bioróżnorodności w przestrzeni miejskiej, który zarazem traktowany jest jako ważny element szeroko rozumianej polityki żywnościowej. Miasto zwraca uwagę, że **planowanie przestrzenne i dokumenty strategiczne muszą uwzględniać miejsca sprzyjające zachowaniu zieleni**, a szczególnie ogródki działkowe, które pełnią podwójną rolę. Z jednej strony są one enklawami przyrodniczymi i stanowią cenne zaplecze bioróżnorodności w zurbanizowanym krajobrazie, z drugiej – są realnym wsparciem dla mieszkańców, którzy dzięki nim mogą wytwarzać część własnej żywności.

Samorząd deklaruje, że w dokumentach planistycznych kładzie się **nacisk na zabezpieczenie terenów ogrodów działkowych** przed zabudową i degradacją. Są one traktowane nie tylko jako przestrzeń rekreacyjna, ale również jako potencjalny element lokalnego systemu żywnościowego i sposób na budowanie odporności miasta w sytuacjach kryzysowych. Ogródki działkowe postrzega się jako miejsca, gdzie możliwe jest prowadzenie niewielkiej produkcji warzyw i owoców na własne potrzeby, ale także jako przestrzeń edukacyjną szczególnie dla dzieci i młodzieży, które mogą poznawać procesy uprawy i rolę przyrody w codziennym życiu.

Podkreśla się również znaczenie ogrodów i zieleni miejskiej w szerszym kontekście ekologicznym i jakości życia mieszkańców. Władze miasta zwracają uwagę, że w dokumentach strategicznych zapisywany jest **wymóg zapewnienia mieszkańcom dostępu do terenów zielonych, rekreacyjnych i przyrodniczo zróżnicowanych**. Mowa tu nie tylko o parkach czy skwerach, ale także o przestrzeniach z sadami owocowymi, drzewami, ogródkami społecznymi i innymi elementami sprzyjającymi bioróżnorodności. Przyjęta zasada zakłada, że każdy mieszkaniec powinien mieć możliwość dotarcia w ciągu dziesięciu minut spaceru do takiego terenu zielonego. To podejście nie ogranicza się więc do ochrony istniejących parków i ogródków działkowych, lecz obejmuje także **planowanie nowych przestrzeni, które łączą funkcje rekreacyjne, ekologiczne i żywnościowe**.

Miasto traktuje tereny zielone i ogrody działkowe również jako przestrzeń edukacyjną. Ogródki działkowe, sady czy ogródki przy szkołach mogą służyć dzieciom i młodzieży do nauki o przyrodzie i procesach wytwarzania żywności, a jednocześnie budować więzi społeczne i poczucie wspólnoty. W szerszym ujęciu

wspieranie bioróżnorodności w mieście jest więc nie tylko kwestią ekologiczną i przyrodniczą, ale też elementem lokalnej polityki żywnościowej, która zakłada łączenie funkcji rekreacyjnych, zdrowotnych i społecznych.

Potrzeby organizacyjne i kompetencyjne

Wywiady z przedstawicielami władz i instytucji publicznych ujawniają, że jednym z głównych ograniczeń w budowaniu i wdrażaniu polityki żywnościowej jest **brak wyraźnie określonych struktur organizacyjnych i wyspecjalizowanych kadr zajmujących się tą tematyką**. Obecnie zadania związane z żywnością są rozproszone pomiędzy różne wydziały urzędów – m.in. zdrowia, edukacji, gospodarki komunalnej, ochrony środowiska czy promocji. Powoduje to trudności w koordynacji, a także brak poczucia, że ktoś ponosi całościową odpowiedzialność za rozwój lokalnego systemu żywnościowego.

Samorządy sygnalizują potrzebę **powołania wyspecjalizowanych stanowisk lub zespołów ds. polityki żywnościowej, które mogłyby działać ponadsektorowo**, łącząc perspektywy rolnictwa, zdrowia publicznego, edukacji i lokalnej gospodarki. Taka jednostka koordynacyjna pozwoliłaby nie tylko na planowanie i wdrażanie działań w sposób spójny, ale również na skuteczniejsze pozyskiwanie środków zewnętrznych – zarówno krajowych, jak i unijnych.

Drugim kluczowym obszarem są **kompetencje**. Władze przyznają, że brakuje urzędników dysponujących wiedzą na temat systemów żywnościowych, krótkich łańcuchów dostaw czy certyfikacji i standardów jakości w produkcji rolno-spożywczej. Problemem jest również niedostatek specjalistów, którzy mogliby wspierać rolników w organizowaniu współpracy, promowaniu produktów czy korzystaniu z nowoczesnych kanałów sprzedaży i promocji (np. platform internetowych czy mediów społecznościowych).

Potrzebne jest także **wzmocnienie umiejętności w zakresie planowania strategicznego i partnerskiego**. Rozwój lokalnego systemu żywnościowego wymaga współdziałania wielu podmiotów – gmin, instytucji publicznych, rolników, przetwórców, organizacji społecznych czy konsumentów. Samorządy wskazują, że często brakuje narzędzi i praktyki w budowaniu tak szerokich partnerstw, a procesy konsultacyjne bywają powierzchowne.

Wreszcie, w wywiadach podkreślano także znaczenie wymiany doświadczeń i dobrych praktyk. Urzędnicy i decydenci oczekują wsparcia w postaci szkoleń, seminariów czy sieci współpracy, które umożliwiłyby uczenie się od innych samorządów oraz przenoszenie sprawdzonych rozwiązań na grunt lokalny.

Podsumowując, potrzeby organizacyjne i kompetencyjne instytucji publicznych Rzeszowa i ROF można sprowadzić do trzech głównych obszarów:

1. **Koordynacja i struktury** – konieczność powołania jednostki lub zespołu ds. polityki żywnościowej.
2. **Kadry i wiedza specjalistyczna** – rozwój kompetencji urzędników w zakresie systemów żywnościowych, logistyki, współpracy z rolnikami i komunikacji społecznej.
3. **Budowanie partnerstw i uczenie się** – wsparcie dla procesów międzysektorowych i wymiany doświadczeń między gminami.

Potrzeby inwestycyjne

Rozmówcy zgodnie podkreślają, że budowanie zrównoważonego systemu żywnościowego nie będzie możliwe bez poważnych inwestycji – zarówno w infrastrukturę, jak i w działania miękkie wspierające rolników i konsumentów.

Infrastruktura dla małych producentów

Najczęściej powtarzającą się potrzebą jest stworzenie lokalnych punktów przygotowania i dystrybucji żywności. Przedstawiciele gmin wiejskich, ale i rolników zwracają uwagę, że mali rolnicy nie są w stanie samodzielnie ponieść kosztów zakupu maszyn i urządzeń do sortowania, mycia czy pakowania warzyw i owoców. Stąd propozycje powoływania wspólnych hal lub sortowni, które pełniłyby rolę „zaplecza technicznego” dla mniejszych gospodarstw. Takie miejsca mogłyby działać w formule grup producenckich lub spółdzielni, które zrzeszałyby kilkunastu rolników i wspólnie inwestowały w sprzęt. Rozwiązanie to nie tylko obniża koszty jednostkowe, ale również zapewnia stabilność i ciągłość dostaw – warunek konieczny, aby lokalna żywność mogła trafiać do szkół i instytucji publicznych.

Teraz jest popularne w gastronomii, na przykład, że klient patrzy, jak jest przygotowywany posiłek, jak się tam mięso smaży i tak dalej, jak ten kucharz pracuje, a później dostaje to na talerzu. Także to jest dobry pomysł, żeby właśnie ten drobny rolnik mógł przyjechać na miejsce, z samochodu wypakować te warzywa na przykład, umyć, popakować. Później jakby ponoszono koszty z tym związane jakieś tam koszty energii, koszty zużycia wody, kanalizacji, opakowań, no trzeba byłoby to w jakiś sposób uregulować, ale myślę, że nie ma problemu. [8_samorząd].

Podobne akcenty pojawiają się w wypowiedziach przedstawicieli publicznych instytucji wsparcia rolnictwa. Instytucje te promują rozwój **małych przetwórci i pracowni** w gospodarstwach – np. tłoczni soków, wędliniarni czy piekarni – które pozwalają rolnikom na zwiększenie wartości dodanej produkcji. Aby jednak takie inicjatywy mogły się rozwijać, potrzebne są dalsze inwestycje w przestrzenie spełniające normy sanitarne i weterynaryjne oraz w infrastrukturę umożliwiającą sprzedaż bezpośrednią (np. boksy handlowe na bazarach, magazyny chłodnicze).

Z perspektywy władz miejskich istotne są także inwestycje w **modernizację targowisk i ryneków**. Samorząd akcentuje, że takie miejsca mają ogromne znaczenie dla mieszkańców i są jednym z kluczowych elementów lokalnej polityki żywnościowej. Inwestycje w targi są więc traktowane nie tylko jako modernizacja przestrzeni handlowej, ale również jako działanie wspierające lokalnych producentów i zachowanie ciągłości krótkich łańcuchów dostaw.

Zabezpieczenie żywności na wypadek kryzysów

Zapewnienie mieszkańcom Rzeszowa stabilnego dostępu do żywności w razie nieprzewidzianych zdarzeń kryzysowych wymaga działań wykraczających poza bieżące programy wsparcia.

W tym kontekście potrzebą jest powstanie **długofalowego systemu gromadzenia zapasów żywności oraz niezbędnego wyposażenia**, takiego jak generatory prądu. Równolegle konieczne jest **zabezpieczenie infrastrukturalne** na wypadek kryzysów. Integralną częścią tego systemu powinna stać się **budowa magazynów kryzysowych**, w których przechowywane będą strategiczne rezerwy żywności i wody butelkowanej. Takie rozwiązanie zwiększyłoby poczucie bezpieczeństwa mieszkańców oraz umożliwiło szybkie reagowanie w sytuacjach zagrożenia, takich jak klęski żywiołowe czy poważne zakłócenia w dostawach.

Obecnie Rzeszów nie dysponuje infrastrukturą tego typu, co szczególnie wyraźnie ujawniło się w pierwszych dniach wojny w Ukrainie, kiedy to pojawiła się potrzeba szybkiego zabezpieczenia podstawowych produktów dla ludności. Brak odpowiednio przygotowanych magazynów i systemu dystrybucji zapasów stanowi jedno z najpoważniejszych wyzwań w kontekście lokalnego bezpieczeństwa żywnościowego i wymaga zdecydowanych działań planistycznych oraz inwestycyjnych. Kluczowe jest przy tym odpowiednie rozmieszczenie zasobów w różnych częściach Rzeszowa, aby w razie potrzeby były łatwo dostępne dla mieszkańców.

Promocja, edukacja i wsparcie organizacyjne

Obok inwestycji infrastrukturalnych równie ważne są inwestycje miękkie. Samorządy i instytucje zwracają uwagę, że bez promocji i edukacji trudno będzie rozwijać rynek lokalnej żywności. Władze miast wskazują na potrzebę prowadzenia **programów edukacyjnych w szkołach, organizacji festiwali kulinarnych czy kampanii promujących lokalnych dostawców**. Instytucje wsparcia rolnictwa zauważają natomiast, że rolnikom często brakuje wiedzy, jak się promować czy jak wejść na rynek – stąd **potrzeba systematycznych szkoleń i doradztwa**.

Samorządy wiejskie dodają, że **proste formy promocji – np. gminne strony internetowe czy biuletyny prezentujące lokalnych producentów** – mogłyby znacząco pomóc w budowaniu świadomości mieszkańców i wzmacnianiu pozycji drobnych rolników. Takie działania są jednak rozproszone i wymagają stabilnego finansowania, którego obecnie często brakuje.

Miasto też ma swoje duże możliwości nawet, żeby w tych biuletynach, w tych portalach różnych społecznościowych, które prowadzi, promować po prostu nieodpłatnie tych producentów lokalnych. Tak nawet przekazywać informację, że ten produkuje to i to. W ogóle miasto czy gmina powinna mieć wykaz tych producentów regionalnych. Bardzo dużo bardzo prostych można zrobić, żeby tym producentom pomóc. Tak, nawet ogłoszenia, że mam do sprzedania to, tamto, adres tego gospodarstwa i tak dalej, takie proste rzeczy i z reguły to nie jest prowadzone [8_samorząd].

Ważnym kanałem promocji i edukacji o podkarpackiej żywności mogłyby również być **gospodarstwa demonstracyjne** oferujące też różne lokalne produkty.

Stabilne mechanizmy finansowania

Wszyscy rozmówcy zwracają uwagę, że rozwój zrównoważonego systemu żywnościowego wymaga **trwałych źródeł wsparcia finansowego**. Samorządy starają się korzystać z dostępnych funduszy unijnych i krajowych, jednak są to projekty czasowe, które nie gwarantują ciągłości działań. Zarówno władze miast, jak i gmin wiejskich podkreślają, że konieczne jest wypracowanie stałych mechanizmów finansowania – np. dedykowanych programów wsparcia dla rolników i producentów, funduszy na rozwój krótkich łańcuchów dostaw czy systematyczne finansowanie promocji lokalnej żywności.

Tylko własna determinacja pozwala dbać o to, żeby chociaż trochę ten element żywnościowy się rozwijał. Natomiast gdyby to było bardziej umiejscowione w politykach państwowych, polityce miejskiej, jakieś krajowej. Może czasem wspierane. Ja nie mówię, że od razu jakieś wielkie pieniądze na samorządy, żeby na to dawać, ale żeby na przykład można było, no nawet zmodernizować halę targową, czy miejsce gdzie się handluje (...) No więc taki drobny chociażby program drobnego wsparcia byłby fajny, motywujący dla miast, żeby mogły to uruchamiać [13_samorząd].

Oczekiwania wobec rolników, partnerów społecznych, międzygminnych i uczelni

W wypowiedziach rozmówców powtarza się przekonanie, że rozwój zrównoważonej polityki żywnościowej nie jest możliwy bez aktywnego zaangażowania partnerów społecznych i ścisłej współpracy pomiędzy gminami wchodzącymi w skład Rzeszowskiego Obszaru Funkcjonalnego oraz uczelniami wyższymi. Samorządy podkreślają, że system żywnościowy jest obszarem interdyscyplinarnym, a żadna instytucja nie jest w stanie samodzielnie sprostać wyzwaniom związanym z jego budową i utrzymaniem.

Rolnicy i partnerzy społeczni

Wobec rolników oraz partnerów społecznych – takich jak stowarzyszenia, organizacje pozarządowe, koła gospodyń wiejskich czy grupy producentów – formułowane są oczekiwania dotyczące z jednej strony zaangażowania w temat sprzedaży poprzez krótkie łańcuchy dostaw, a z drugiej animowania życia

lokalnego i budowania więzi społecznych wokół tematu żywności. Samorządy liczą więc na to, że rolnicy okażą zainteresowanie sprzedażą bezpośrednią, a organizacje społeczne będą inicjować oddolne działania, promować lokalne produkty, prowadzić warsztaty i wydarzenia edukacyjne. Ich rola widziana jest również w tworzeniu mostu między mieszkańcami a instytucjami publicznymi – w przekładaniu języka strategii i polityk na konkretne, praktyczne inicjatywy w terenie. Podkreśla się, że tylko w oparciu o takie partnerstwo możliwe będzie stworzenie systemu, który będzie akceptowany i współtworzony przez społeczność lokalną, a nie narzucany odgórnie.

Współpraca międzygminna

Wiele gmin w regionie Rzeszowa ma charakter rolniczy, jednak skala i rozdrobnienie gospodarstw utrudniają im samodzielne wchodzenie na rynek. Dlatego zdaniem rozmówców konieczna jest **ściślejsza współpraca ponadgminna**, obejmująca wspólne działania promocyjne, organizację targów i wydarzeń żywnościowych, a także rozwój wspólnej infrastruktury – np. centrów przygotowania i dystrybucji żywności.

Władze Rzeszowa, jako największego ośrodka miejskiego i głównego rynku zbytu, widzą swoją rolę jako integratora i odbiorcy, ale oczekują, że gminy wiejskie będą aktywniej współpracować, aby zapewnić stabilność podaży. Podkreślono, że tylko przy skoordynowanym działaniu kilku gmin możliwe jest stworzenie oferty, która będzie atrakcyjna cenowo, jakościowo i logistycznie dla odbiorców instytucjonalnych, takich jak szkoły czy szpitale.

Uczelnie wyższe

W wypowiedziach przedstawicieli samorządu i instytucji wsparcia rolnictwa wyraźnie wybrzmiewa też wątek oczekiwań wobec uczelni wyższych, zwłaszcza w kontekście budowania spójnej polityki żywnościowej. Oczekiwania te mają charakter zarówno praktyczny, jak i strategiczny.

Z perspektywy władz lokalnych uczelnie mogą odgrywać **rolę zaplecza eksperckiego**, które dostarcza wiedzy niezbędnej do projektowania i wdrażania rozwiązań systemowych. Uczelnie, dysponując zapleczem badawczym i specjalistycznymi kadrami, mogłyby integrować te obszary, przygotowując analizy, diagnozy i rekomendacje wspierające władze w podejmowaniu decyzji.

Podkreśla się również **znaczenie edukacji i badań**. Uczelnie mogłyby prowadzić pilotaże i projekty wdrożeniowe, testować nowe rozwiązania dotyczące logistyki lokalnej żywności, krótkich łańcuchów dostaw czy innowacyjnych form przetwórstwa w małej skali. Ważnym elementem jest także kształcenie kadr – zarówno przyszłych pracowników samorządów, jak i osób, które będą działać na rzecz lokalnych systemów żywnościowych w obszarze doradztwa, promocji czy organizacji rynku.

Instytucje wsparcia rolnictwa akcentują natomiast, że uczelnie powinny angażować się w **działania edukacyjne skierowane do rolników i producentów** – od szkoleń i warsztatów dotyczących standardów jakości i bezpieczeństwa żywności, po wsparcie w zakresie innowacji technologicznych i marketingu. Oczekuje się, że uczelnie będą nie tylko źródłem wiedzy teoretycznej, ale również partnerem w praktycznych działaniach wzmacniających lokalnych wytwórców.

Ważnym aspektem jest również **rola uczelni w budowaniu świadomości społecznej**. Zdaniem samorządów, to właśnie szkoły wyższe mogą stać się animatorami dyskusji publicznej na temat znaczenia lokalnej żywności, zdrowego odżywiania i zrównoważonego rozwoju. Organizacja konferencji, debat czy festiwali kulinarnych we współpracy z samorządem i organizacjami społecznymi byłaby naturalnym uzupełnieniem ich działalności badawczo-dydaktycznej.

W oczekiwaniach władz lokalnych i instytucji wsparcia uczelnie jawią się zatem jako ważny partner – nie tylko dostarczający wiedzy, lecz także współtworzący praktyczne rozwiązania. Odgrywałyby rolę łącznika

pomiędzy nauką, polityką publiczną i codziennym życiem mieszkańców, wspierając proces kształtowania zrównoważonego systemu żywnościowego w regionie.

Podsumowanie

Analiza wypowiedzi przedstawicieli samorządów i instytucji pokazuje, że w ROF istnieje duży potencjał do rozwoju zrównoważonego systemu żywnościowego, jednak jego pełna realizacja wymaga pokonania licznych barier. Obecne działania – wspieranie lokalnych targowisk, promowanie krótkich łańcuchów dostaw czy projekty edukacyjne – mają znaczenie, ale pozostają rozproszone i nie tworzą jeszcze spójnej polityki. Kluczowe wyzwania to zapewnienie ciągłości i koordynacji działań, odpowiednie finansowanie oraz rozwój infrastruktury niezbędnej z punktu widzenia rozwoju lokalnych rynków zbytu. Władze i instytucje publiczne dostrzegają te problemy i wskazują na potrzebę stopniowego przechodzenia od działań punktowych do kompleksowej strategii żywnościowej, obejmującej zarówno miasto Rzeszów, jak i gminy otaczające.

3. „Musimy próbować” – potrzeby rolników i przetwórców w Rzeszowie i Rzeszowskim Obszarze Funkcjonalnym

Interesariusze systemów żywnościowych mają różnorodne, niekiedy także sprzeczne potrzeby. Nawet wśród samych rolników widać wyraźne różnice – inne priorytety mają duzi producenci, a inne drobni gospodarze. Na potrzeby tego raportu przyglądamy się w szczególności kluczowym interesariuszom, którzy mają wpływ na kształtowanie lokalnego systemu żywnościowego **jako bardziej zrównoważonego, odpornego, opartego na krótkich łańcuchach dostaw oraz dostarczającego żywność najwyższej jakości**. Stąd częściej rozmawialiśmy z rolnikami i przetwórcami ekologicznymi, małymi, nastawionymi na lokalny rynek przetwórcami. Wśród rozmówców znaleźli się również rolnicy dysponujący dużym arealem (80-100 ha), zróżnicowani pod względem specjalizacji (warzywa, zboże, bydło, owoce miękkie, sady). Wielu z naszych rozmówców reprezentowało też więcej niż jedną perspektywę, łącząc np. rolnictwo z przetwórstwem, rolnictwo z nauką, pracą w samorządzie czy organizacji wspierającej, przetwórstwo z handlem, przetwórstwo i działalność edukacyjną. Warto natomiast zaznaczyć, że w ramach badania nie prowadzono wywiadów z przedstawicielami dużych zakładów przetwórczych, dla których lokalne rynki stanowią nieznaczący fragment rynku zbytu.

Badani z ROF w większości nie mają wątpliwości, że powinniśmy stawiać na żywność produkowaną z lokalnych surowców, opartych na tradycyjnych a nie przemysłowych metodach produkcji, możliwie ekologicznych² (choć nie zawsze certyfikowanych). Niemniej dla większości rozmówców wybór takiej żywności ma charakter okazjonalny (okolicznościowa impreza), wyjątkowy, po części luksusowy. **Celem polityki żywnościowej mogłoby tu być przybliżenie mieszkańcom lokalnej żywności, wprowadzenie jej w codzienne rutyny**. Aby to się stało, lokalne rolnictwo i przetwórstwo nastawione na sprzedaż bezpośrednią bądź w krótkich łańcuchach dostaw w regionie musi być w dobrej kondycji i się rozwijać. Badanie pokazało, że te dwie grupy mają podobne problemy i potrzeby, stąd rozważamy je łącznie.

² Rolnictwo ekologiczne to termin zastrzeżony prawnie, tylko żywność certyfikowana może być określana w handlu jako żywność ekologiczna, bio czy organiczna. W opracowaniu używamy słowa ekologicznie również w sposób potoczny, tak jak było używane przez naszych rozmówców w odniesieniu do praktyk rolniczych przyjaznych środowisku i zdrowiu człowieka. Należy jednak podkreślić różnicę między deklaracją stosowania nieokreślonego zestawu ekologicznych praktyk rolniczych oraz certyfikowaną produkcją ekologiczną. W opracowaniu terminy rolnictwo, przetwórstwo ekologiczne oraz rolnik, przetwórcza ekologiczny używamy jedynie w odniesieniu do gospodarstw, przetwórców certyfikowanych. Natomiast terminu ekologiczne praktyki rolnicze używamy na określenie zadeklarowanych (ale nie kontrolowanych) przez rolników, a także ekspertów sposobów uprawy lub hodowli.

W rozdziale staraliśmy się przedstawić możliwie pełny obraz potrzeb lokalnych rolników i przetwórców – zarówno w zakresie utrzymania i rozwoju produkcji, jak i budowania lokalnych rynków zbytu. Choć wiele z tych kwestii wykracza poza kompetencje i możliwości miasta, ich znajomość jest kluczowa dla zrozumienia kontekstu, w którym powstaje polityka żywnościowa.

Kondycja rolnictwa w ROF w opiniach badanych

Ogólna charakterystyka rolnictwa i przetwórstwa ROF została przedstawiona w *Mapie interesariuszy sektora rolno-spożywczego Rzeszowa i Rzeszowskiego Obszaru Funkcjonalnego*, a wywiady potwierdziły wcześniejsze ustalenia. **Rolnictwo ROF to przede wszystkim małe i średnie gospodarstwa, mocno rozproszone, często nastawione na samozaopatrzenie bądź stanowiące dodatkową działalność gospodarzy. Jednocześnie widzimy duży potencjał nieprzemysłowego przetwórstwa, małoskalowej produkcji żywności wysokiej jakości.**

Rolnicy i przetwórcy z Rzeszowa i ROF zmagają się z podobnymi problemami, jak rolnicy i przetwórcy działający na małą i średnią skalę w całym kraju:

- Konkurowanie z międzynarodowymi koncernami (dyskonty, markety, sieci sklepów), które dzięki dużej skali mogą proponować niższe ceny oraz mają duże budżety, by dotrzeć ze swoją ofertą do klientów.

Według oceny rozmówców większość zakupów spożywczych w województwie podkarpackim odbywa się w dyskontach, takich jak Lidl i Biedronka. Duże markety i sieci handlowe skutecznie wypierają inne formy sprzedaży produktów rolnych i lokalnych, stanowiąc dla rolników i przetwórców zbyt dużą konkurencję.

- Niska opłacalność produkcji - koszty (środki ochrony roślin, paliwo, pracownicy, sprzęt) są wysokie, a ceny skupu produktów często nie pokrywają nakładów.

Kwestia niskiej opłacalności produkcji oraz nieprzewidywalności ceny skupu pojawiła się podczas badania kilkakrotnie. Przykładowo problemy z wahaniami cen skupu owoców miękkich oraz bardzo wysokich kosztów pracy osób, które zbierają owoce spowodowały, że wielu plantatorów zdecydowało się na zmianę profilu gospodarstwa na przykład na uprawę zbóż, co jednak w ostatecznym rozrachunku nie obroniło rolników przed nieopłacalnością produkcji.

- Problem z pozyskaniem gruntów w celu powiększenia produkcji – ziemia rolna w obszarach podmiejskich często leży odłogiem w oczekiwaniu na intratniejsze inwestycje (przekształcenie na działki budowlane).

Producenci rolni, którzy chcieliby rozwijać działalność mają bardzo duży problem z pozyskaniem ziemi pod uprawę lub pastwiska. Rozdrobnione działki, nieuprawiane z powodu niskiej opłacalności produkcji, rzadko są oddawane w długoterminową dzierżawę. Właściciele nie chcą wiązać się na lata, aby w razie potrzeby nie zablokować sobie możliwości sprzedaży ziemi na korzystnych warunkach lub liczą, że w przyszłości np. dzieci zechcą ją wykorzystać.

- Trudności z pozyskaniem siły roboczej, szczególnie dotkliwe w ekologicznej produkcji niektórych warzyw i owoców, czy w takich specjalnościach jak piekarstwo.

Rolnicy decydujący się na bardziej wymagające formy upraw, których nie da się w pełni zmechanizować, borykają się z brakiem sezonowych pracowników do pielenia czy zbiorów. Wpływa to bezpośrednio na ich decyzje produkcyjne – chętniej wybierają uprawy mniej kłopotliwe, co w dłuższej perspektywie może prowadzić do niedoborów niektórych lokalnych warzyw i owoców.

- Brak lokalnych rynków zbytu (specjalnych miejscach w sklepach, targowisk, przetwórn, dostępu do zamówień publicznych).

Brak dużych zakładów przetwórczych stanowi poważny problem dla lokalnego rolnictwa. W wywiadach wielokrotnie wspomniano rolników, którzy dawniej produkowali m.in. dla Alimy Gerber, niestety według naszych badanych dziś tej współpracy nie ma, bo zrestrukturyzowane firmy preferują współpracę z dużymi producentami rolnymi. Z kolei próby wchodzenia we współpracę z sieciami handlowymi kończą się fiaskiem. Lokalni producenci i przetwórcy nie są w stanie spełnić rygorystycznych warunków stawianych przez duże sieci handlowe, takich jak konieczność dostarczania towaru do wszystkich sklepów w całym kraju, długie terminy płatności czy odpowiedzialność za zniszczony towar.

- Zmiany klimatyczne i anomalie pogodowe: Susza, przymrozki, ulewne deszcze i wiatry niszczą uprawy, generując wysokie koszty napraw i utraty plonów.

Badani wskazywali też na ogólnie trudniejsze niż w reszcie Polski warunki pogodowe, w tym częstsze przymrozki, które niszczą uprawy.

- Bariery biurokratyczne i częste kontrole.

Rolnicy ekologiczni zwracają uwagę na bariery biurokratyczne, w tym częste, powtarzające się w ciągu roku kontrole, które pochłaniają wiele czasu i utrudniają codzienną pracę w gospodarstwie.

W efekcie coraz mniej osób decyduje się na pracę w rolnictwie. Gospodarstwa, które pozostają na rynku, najczęściej dostosowują się do zasad globalnego obrotu żywnością – specjalizują się w prostszych uprawach, łączą w grupy producenckie i sprzedają tam, gdzie mogą uzyskać najlepszą cenę, bądź prowadzą produkcję pod konkretne zamówienia firm. Odczuwają to lokalni konsumenci. Jeśli ten trend się utrzyma, w perspektywie kilkunastu lat mieszkańcy miast mogą całkowicie stracić dostęp do lokalnej, świeżej żywności. Już dziś nasi rozmówcy oceniali go jako ograniczony i wymagający dużego wysiłku.

Wywiady pokazały, że produkcja na potrzeby klientów z Rzeszowa i okolic prowadzona jest przede wszystkim przez pasjonatów i osoby z misją. Wiele z tych osób mierzy się z przeciwnościami i frustracją wynikającą z niedocenienia ich pracy. Dotyka to szczególnie producentów żywności ekologicznej. Wydaje się jednak, że w okolicach Rzeszowa istnieje potencjał osób zaangażowanych w produkcję i promocję żywności wysokiej jakości. Należy to traktować jako zasób.

Z drugiej strony z roku na rok rośnie świadomość konsumentów, którzy chcą kupować żywność wysokiej jakości, ale nie do końca wiedzą, jak ją rozpoznać i gdzie ją kupić (więcej na ten temat w rozdziale o potrzebach konsumentów).

Dlatego tak istotne staje się, by miasta i gminy zaangażowały się w proces zapewniania mieszkańcom dostępu do żywności wysokiej jakości, podnoszenia świadomości konsumentów i budowania relacji z producentami. Budowanie rynku zbytu dla lokalnej produkcji w mieście to sposób na walkę z epidemią chorób dietozależnych, wzmacniania odporności miasta na zagrożenia geopolityczne i klimatyczne oraz odbudowywanie relacji między mieszkańcami po pandemii.

Potencjał i wyzwania sprzedaży bezpośredniej

Badani wskazywali sprzedaż bezpośrednią oraz niewielkie, rzemieślnicze formy przetwórstwa jako ważny sposób wzmacniania małych i średnich gospodarstw rolnych oraz zwiększania dostępu mieszkańców do żywności wysokiej jakości. Zbudowanie silnego, lokalnego rynku zbytu na tego rodzaju produkty w dłuższej perspektywie może przyczynić się do rozwoju i stabilizacji lokalnej produkcji rolnej. W tym ujęciu małe, rozdrobnione gospodarstwa należy traktować jako zasób, a nie obciążenie.

I z takiego gospodarstwa pięcio-, siedmio- czy dziesięcio hektarowego, kiedy przejdzie na produkcję ekologiczną, to na pewno będzie miał większe dochody, jak z prowadzenia tradycyjnego rolnictwa.

Uważa pan, że w okolicach Rzeszowa to byłby dobry rynek zbytu, że tam jest popyt na takie produkty?

To nie musi być bardzo bogatym konsument (...), ale on chce jeść towar zdrowy, towar, który jest certyfikowany (...) i tutaj dla pani taki prosty przykład. Jak gospodarstwo kilku hektarowe zdecyduje się na prowadzenie sposobem ekologicznym, to jest potem kilka dodatkowych plusów z tego gospodarstwa. Pierwsze, że produkuje produkt zdrowy, drugie, że nie truje się tą twardą chemią, a najważniejsza sprawa jeśli chodzi o sprawy finansowe to ma jeszcze dodatkowe dopłaty do tej produkcji oprócz tych podstawowych dopłat, jakie każdy dostaje. [10_rolnik]

Sprzedaż wysokiej jakości żywności w krótkich łańcuchach dostaw oraz lokalne przetwórstwo rozmówcy postrzegali jako skuteczny sposób na poprawę sytuacji finansowej gospodarstw. Podkreślano szczególną rolę młodych, ambitnych rolników, którzy są bardziej skłonni do podejmowania ryzyka, modernizowania gospodarstw i wprowadzania innowacyjnych metod uprawy. To właśnie oni powinni dostrzegać potencjał sprzedaży produkowanej przez siebie żywności na rynku lokalnym.

Produkty lokalne często oceniane są jako zdrowsze, świeższe i smaczniejsze niż te oferowane przez duże koncerny. Rozwój rolnictwa i przetwórstwa w kierunku wytwarzania żywności najwyższej jakości dobrze wpisuje się także w wizerunek regionu oraz jego tradycje kulinarne. Podkarpacie wyróżnia się czystym środowiskiem, sprzyjającym ekologicznej produkcji. Funkcjonuje tu wiele gospodarstw prowadzących uprawy w zgodzie z zasadami rolnictwa ekologicznego – część z nich rezygnuje jednak z formalnej certyfikacji z powodu barier biurokratycznych, kosztów oraz niepewności rynkowej. Region zajmuje także czołowe miejsce w kraju pod względem liczby zarejestrowanych produktów tradycyjnych, co świadczy o jego bogactwie i potencjale promocyjnym. W opinii rozmówców działania promujące dziedzictwo kulinarne są jednak kierowane głównie na zewnątrz, do turystów, a nie do mieszkańców regionu.

Część badanych uważała, że dobry produkt obroni się sam – klienci, którzy raz go spróbują, chętnie wracają do gospodarstwa po kolejne zakupy. Dotyczy to zwłaszcza producentów posiadających już ugruntowaną lokalną markę. Inaczej wygląda sytuacja gospodarstw dopiero rozpoczynających działalność, inwestujących lub zmieniających profil produkcji – oni muszą aktywnie prezentować swoje produkty potencjalnym klientom. W tym celu dobrze sprawdzają się cykliczne i okazjonalne targi produktów lokalnych, regionalnych i ekologicznych. Aby jednak rolnicy i przetwórcy mogli utrzymać się ze sprzedaży własnych produktów, potrzebne są różnorodne kanały dystrybucji. Oprócz targów i lokalnych rynekczków ważny jest rozwój sklepów rzemieślniczych i gospodarczych, sprzedaży internetowej (np. zamówień paczek dostarczanych do domu czy biura), a także zakupów bezpośrednio w gospodarstwach.

Promocja, informacja, marketing

Rzeszowski Obszar Funkcjonalny dysponuje dużym potencjałem produkcyjnym w obszarze żywności wysokiej jakości. Działa tu wiele ekologicznych gospodarstw rolnych oraz przetwórców rzemieślniczych. Żywność ekologiczną i produkty regionalne to dwie grupy lokalnych produktów wysokiej jakości, które dziś można odróżnić w sposób definitywny dzięki certyfikatami. Niestety, zarówno skalowanie już istniejących, jak i rozwój kolejnych przedsięwzięć blokuje brak wystarczającej informacji i promocji. Szczególnie dwa obszary wymagają interwencji:

- informacja o tym, **gdzie można kupić produkty lokalne, regionalne i ekologiczne**;

Wydaje mi się, że słabością tego [rynek w Boguchwale] jest to, że nie jest to odpowiednio rozreklamowane, że wiele osób o tym nie wie, że można kupić w takim miejscu i w takim czasie produkty lokalne. (02_ekspert_rolnik).

Poszukiwanie lokalnych rolników w ramach przygotowania mapy interesariuszy pokazało, że rolnicy pozostają w dużej mierze niewidoczni (trudno znaleźć konkretnych producentów i ich ofertę w sieci) – nawet dla osób i instytucji, które próbują do nich dotrzeć. Brakuje łatwo dostępnych i przejrzystych kontaktów czy baz danych, a sami producenci rzadko są obecni w przestrzeni publicznej i informacyjnej. W efekcie znalezienie rolników chętnych do współpracy czy sprzedaży bezpośredniej okazuje się zadaniem trudnym i czasochłonnym.

- kampanie edukacyjne, **dlatego produkty rzemieślnicze i ekologiczne są bardziej wartościowe, a przez to i droższe;**

Znaczy, jeśli chodzi o ekologię, tak? Tylko ekologię, no to jest bardzo mała świadomość społeczeństwa jeszcze w tym temacie. No i ten rynek zbytu jest ograniczony bardzo. (05_rolnik)

Natomiast to, co jest potrzebne, to promocja żywności wysokiej jakości. Z tego względu, że ta żywność jest droższa po prostu i nie wszyscy sobie zdają sprawę z tego, dlaczego jest droższa. (15_organizacja branżowa)

Szczególnie lokalni rolnicy są niewidoczni dla klientów. Badanie pokazuje, że obecnie działa przede wszystkim poczta pantoflowa. Poprzez polecenia klienci trafiają bezpośrednio do gospodarstw. Jednocześnie taka forma sprzedaży jest też formą pożądaną przez rolników. Z doświadczeń wynika, że klient przywiązany do wysokiej jakości produktu jest skłonny wykonać wysiłek podróży do gospodarstwa.

Poza nieformalnymi sieciami wymiany informacji, dostęp do innych kanałów pozostaje mocno ograniczony. Dobrze obrazuje to sytuacja z czasu realizacji badań. Jednego dnia rozmawialiśmy z rolniczką prowadzącą m.in. sprzedaż wysyłkową ekologicznych warzyw i owoców. Zwracała uwagę, że choć ma stałą grupę klientów, to ma poczucie, iż mogłaby sprzedawać znacznie więcej, gdyby miała dostęp do szerszych kanałów sprzedaży i promocji. Następnego dnia przeprowadzałyśmy wywiad z konsumentką, która – szukając ekologicznej żywności dla swojego dziecka – regularnie robiła zakupy w sklepach internetowych. Korzystała jednak z oferty dużych korporacji, mimo że podobną usługę oferują lokalni producenci. Powód był prosty: nie wiedziała o takiej możliwości. Wyszukiwarka internetowa od razu skierowała ją do korporacyjnych sklepów.

Konkurencja on-line wygląda podobnie, jak w tradycyjnej sprzedaży - więksi są bardziej widoczni i mają środki na wysokozasięgową reklamę. **Dlatego zaangażowanie miasta w widoczność rolników w Internecie mogłoby się okazać kluczowa dla pobudzenia lokalnego rynku zbytu dla żywności wysokiej jakości.** Stworzenie choćby bazy lokalnych rolników sprzedających produkty bezpośrednio na stronie urzędu miasta i promowanie ich podobnie, jak promuje się na przykład zabytki czy atrakcje turystyczne, wydaje się prostym rozwiązaniem, które mogłoby przynieść wymierne rezultaty.

Warto podkreślić, że na Podkarpaciu działa Podkarpacki e-bazarek, który w założeniu miał służyć jako baza lokalnych rolników, u których można kupić produkty bezpośrednio. Inicjatywa oceniana jest jednak jako niskozasięgową. Problem może polegać na tym, że to rozwiązanie dla dość świadomego klienta, który już szuka czegoś konkretnego, natomiast zgodnie z oceną badanych, w Rzeszowie klientów trzeba dopiero wyedukować i wyjść do nich. Potrzeba zaprezentowania alternatywnej dla marketów oferty w przestrzeni - online i offline, którą i tak odwiedzają,

Widoczność lokalnych przetwórców wydaje się nieco lepsza, jednocześnie postulują oni potrzebę podnoszenia świadomości konsumentów.

Większość badanych właśnie w promocji widzi kluczową, ale też najłatwiejszą, drogę zaangażowania miasta w budowanie rynków zbytu dla lokalnej żywności wysokiej jakości.

Jakich działań oczekują rolnicy i przetwórcy od miasta?

- **Wykorzystanie oficjalnych kanałów miasta i gmin**, takich jak strony internetowe, portale społecznościowe, aplikacja „Rzeszów to my” i biuletyny, do nieodpłatnej promocji lokalnych producentów i tworzenia list dostępnych produktów.
- **Prowadzenie przez miasto edukacji żywieniowej** w przedszkolach i szkołach, aby budować świadomość na temat lokalności i zdrowego odżywiania już od najmłodszych lat. W zajęciach takich powinni uczestniczyć lokalni rolnicy.
- Organizowanie **warsztatów i kursów dla osób uprawiających żywność** w przydomowych ogródkach, aby promować metody ekologiczne i permakulturę.
- **Dwukierunkowego przepływu informacji** – zarówno o dostępności produktów dla konsumentów, jak i o popycie dla rolników.
- **Zaangażowanie mediów (telewizji) i influencerów** w promocję, co, jak potwierdzono, jest skuteczne w przyciąganiu uwagi.
- Stworzenie **bazy danych** lokalnych producentów i produktów ekologicznych, ułatwiającej dotarcie do nich konsumentom, instytucjom i przetwórcom. Miasto mogłoby stworzyć taką podstronę lub zakładkę w swojej aplikacji mobilnej ("Rzeszów to my"). Ważne by w takiej bazie można było wyszukać nie tylko rolników i przetwórców, ale również konkretne produkty. Ponadto potrzebna jest opcja wyszukiwania po certyfikatach.
- Wspomniano o potrzebie **odbudowywania pozytywnego wizerunku rolnika** jako ważnego i cennego zawodu.

Podkarpacki Bazar w Boguchwale to inicjatywa Podkarpackiego Ośrodka Doradztwa Rolniczego (PODR), mająca na celu wspieranie **sprzedaży bezpośredniej produktów rolno-spożywczych „prosto z gospodarstwa”**. Wydarzenie cieszy się dużym powodzeniem i może służyć jako modelowy przykład organizacji lokalnego bazarku.

Jak działa bazar:

- Bazar działa od 2021 roku i odbywa się cyklicznie raz w miesiącu w Boguchwale. Z czasem jego formuła została rozszerzona także na Rzeszów – przy placu Papieskim – gdzie wydarzenie organizowane jest również raz w miesiącu.
- Sprzedają na nim **rolnicy** oraz **Koła Gospodyń Wiejskich (KGW)**. Asortyment jest bardzo szeroki i obejmuje m.in. ziemniaki, cebulę, marchew, kapustę, pomidory, sery, miody, oleje, soki, pieczywo, mąki, kasze, makarony, wędliny i ciasta.
- Wszyscy wystawcy są wpisywani na listę i muszą spełniać **normy bezpieczeństwa** ustalone przez sanepid i weterynarię. PODR dba o to, by oferowane produkty były bezpieczne dla zdrowia.

Jak bazar oceniają rolnicy i przetwórcy:

- Bazar cieszy się **dużą popularnością**; wystawcy dopytują się, kiedy będzie kolejny, a liczba sprzedawców waha się od 100 do 140. Cykliczność wydarzenia jest kluczowa dla jego sukcesu – klienci mogą wracać po ulubione produkty.
- Jest to **świetna możliwość** dla małych gospodarstw na dotarcie do klienta i poprawę swojej sytuacji finansowej, oferując produkty wyższej jakości. Niektórzy rolnicy dzięki rozpoznawalności zdobytej na bazarkach zyskują stałych klientów, którzy zaczynają przyjeżdżać bezpośrednio do ich gospodarstw, co eliminuje potrzebę dojazdów na targ.
- Koszty udziału w bazarku są **niskie lub zerowe**, co jest znaczącą zaletą w porównaniu do innych miejskich imprez, gdzie opłaty za stoiska oceniane są jako wysokie.
- Brakuje wyróżnionej strefy dla producentów ekologicznych.
- Potrzebne jest większe wsparcie promocyjne i informacyjne.

Mlekomat – Alternatywa dla sprzedaży mleka

Lokalizacja: Podkarpacie (Dynów)
Czas działania: 8 lat

Kontekst i wyzwanie

W obliczu załamania cen mleka na rynku, producent stanął przed problemem niskiej opłacalności tradycyjnej sprzedaży. Aby utrzymać rentowność, konieczne było znalezienie formy sprzedaży bezpośredniej, omijającej pośredników i zwiększającej marżę.

Rozwiązanie: wdrożenie mlekomatu

Rolnicy zdecydowali się na zakup gotowego rozwiązania – automatu do sprzedaży mleka (mlekomatu), który umożliwi:

- **Sprzedaż 24/7** – bez udziału obsługi, dostępność o każdej porze.
- **Świeże mleko prosto od producenta** – klient ma dostęp do produktu lokalnego, naturalnego.
- **Wysoki standard higieniczny** – mleko przechowywane w chłodni, w zbiorniku 200 l, tankowane do 100 l; maksymalny czas przechowywania to 24 h; co 5 minut włącza się mieszadło, zapewniając jednorodną konsystencję.

Oferta

- W mlekomacie dostępne jest wyłącznie mleko.
- **Brak sera w automacie** – z uwagi na warunki ekspozycji (automat stoi na rynku, bez witryny chłodniczej, jedynie w zaciemnionym pojemniku).
- **Sery (30 rodzajów)** – dostępne wyłącznie na lokalnych bazarkach w Boguchwale i Dynowie.

Inwestycja i technologia

- Producent mlekomatu: firma spod Katowic (dostarczyła kilka sztuk na rynek).
- Koszt zakupu urządzenia: około 100 000 zł.
- Pojemność: 200 l (standardowo tankowane 100 l).

Dodatkowe informacje

- Inne lokalizacje mlekomatów: Krosno (Daniel Bruk), Rymanów.
- Brak planów skalowania – rozwiązanie traktowane jako uzupełnienie działalności, a nie główny kanał rozwoju.

Rezultaty i wnioski

- **Korzyści dla producenta:** niezależność od wahań cen mleka, bezpośredni kontakt z klientem, lepsza marża.
- **Korzyści dla konsumenta:** dostęp do świeżego, lokalnego mleka 24/7.
- **Ograniczenia:** brak dywersyfikacji w automacie, wysoki koszt inwestycji, brak planów ekspansji.

Dedykowana infrastruktura handlowa w przestrzeni miasta

Jedną z kluczowych potrzeb lokalnych rolników i przetwórców jest stworzenie przyjaznej przestrzeni handlowej. Aby zapewnić większej liczbie mieszkańców regularny i stały dostęp do świeżych, lokalnych produktów, konieczne jest rozwijanie nowych miejsc sprzedaży. Rozmówcy podkreślali, że powinny to być

przestrzenie dedykowane żywności wysokiej jakości, z wyraźnym rozróżnieniem poszczególnych kategorii – np. certyfikowanej żywności ekologicznej czy wyrobów regionalnych.

Wskazywano również, że miasto mogłoby wspierać rolników i przetwórców poprzez **tworzenie łatwo dostępnych punktów sprzedaży bezpośrednio w przestrzeni miejskiej, np. bezpłatnych placów targowych czy stałych stoisk z rotującymi producentami**. Istotną rolę odgrywają także **wydarzenia cykliczne**, takie jak Bazar w Boguchwale. Służą one nie tylko jako kanał sprzedaży, lecz także jako narzędzie promocji i budowania relacji z klientami. Jak zauważył jeden z ekspertów, część gospodarstw rozpoczynała swoją działalność właśnie od udziału w takich bazarkach, a dziś dysponuje już stabilną bazą klientów, którzy sami przyjeżdżają po produkty bezpośrednio do gospodarstwa:

Jeden z gospodarzy na terenie naszego powiatu rzeszowskiego, który na samym początku był naszym tutaj bywalcem na bazarkach, a teraz? Klienci przyjeżdżają do niego do domu i mówi, (...) ja nie idę na bazar, bo wszystko wykupują mi w domu. To jest bardzo ważne, istotne, dlatego, że jego czas, wyjazdy, prawda?(...) Ten klient jest znakomitym klientem. Ten klient wiąże się z rolnikiem. (06_expert)

Kluczowe jest także **obniżenie barier finansowych dla producentów**. Rolnicy i przetwórcy sygnalizują, że wysokie opłaty za udział w dużych imprezach targowych skutecznie zniechęcają szczególnie mniejszych wystawców ekologicznych. Jak zauważył jeden z przetwórców - *żaden wystawca ekologiczny, który i tak mało sprzedaje, nie zapłaci 1000 zł za stoisko (14_przetwórca)*. W tym kontekście postulowane jest zniesienie lub znaczące obniżenie kosztów uczestnictwa w tego typu wydarzeniach. Można przyjąć kryteria, które dawałyby wystawcom prawo do tańszych bądź darmowych stoisk, takie jak na przykład odległość od Rzeszowa oraz certyfikat ekologiczny lub regionalny.

Ważnym elementem jest również **przemyslenie harmonogramu i lokalizacji wydarzeń promujących lokalną żywność**. Przykładem może być Ekogala³, która zdaniem rozmówców przestała spełniać swoje funkcje – jej lokalizacja w oddalonej Jesionce i organizacja w okresie zimowym nie sprzyjają promocji świeżej żywności ekologicznej. W opinii badanych, przeniesienie wydarzenia do centrum miasta i zorganizowanie go na przykład w sezonie letnio-jesiennym, kiedy dostępność produktów jest większa, mogłoby znacząco zwiększyć jego atrakcyjność.

Miasto organizuje Ekogalę, która przestała spełniać lata temu swoje funkcje. A dlaczego? Po pierwsze nikt nie chce iść do Jesionki w sensie, że jest za daleko. To nie jest moment na żywność ekologiczną. Ekogala powinna być robiona na przykład w lecie lub we wrześniu, wtedy kiedy tej żywności ekologicznej jest bardzo dużo. (14_przetwórca)

Zaleca się **lokalizowanie miejsc sprzedaży bezpośrednio**, takich jak stoiska lokalnych producentów, targi miejskie czy niewielkie punkty handlowe, **w bezpośrednim sąsiedztwie miejsc o dużym znaczeniu dla mieszkańców** – m.in. domów kultury, parków, urzędów czy placówek edukacyjnych. Pozwoliłoby to konsumentom połączyć zakupy z innymi aktywnościami codziennymi lub rekreacyjnymi.

Rozmówcy widzą również potrzebę tworzenia **dedykowanych sklepów z lokalną i ekologiczną żywnością oraz inwestycji w tzw. „huby produkcyjne”**. Tego typu miejsca, wyposażone w chłodnię, urządzenia do mycia, sortowania, pakowania i przechowywania produktów, mogłyby działać w formie spółdzielni, których członkami byłiby zarówno rolnicy, jak i gminy czy przedsiębiorstwa ekonomii społecznej. Przykład *Inkubatora Przetwórstwa Lokalnego w Błażowej* pokazuje, że tego rodzaju przedsięwzięcia znacząco wspierają lokalny rynek rolno-spożywczy, zwiększając możliwości małych gospodarstw i poprawiając dostępność wysokiej jakości produktów dla mieszkańców.

³ Głównym organizatorem Ekogali jest Urząd Marszałkowski Województwa Podkarpackiego. Rzeszów i Związek Stowarzyszeń „Podkarpacka Izba Rolnictwa Ekologicznego” są współorganizatorami wydarzenia.

Inkubator Przetwórstwa Lokalnego w Błażowej to przykład **udanej inicjatywy wspierającej lokalnych rolników i przetwórców** (wspominanej w kilku wywiadach).

Inkubator to przede wszystkim tłocznia soków. Powstał dzięki funduszom z Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2013-2020 przy wsparciu Gminy Błażowa, która zapewniła budynek i jego remont, a Stowarzyszenie Rozwoju i Promocji Gminy Błażowa zajęło się uruchomieniem i bieżącą działalnością.

Działalność i sukcesy Inkubatora:

- **Usługi tłoczenia soków:** Inkubator oferuje usługi tłoczenia soków z warzyw i owoców, w tym z własnych produktów rolników i osób prywatnych, którzy przywożą do niego swoje zbiory.
- **Wysoka jakość i zaufanie:** Produkty wytwarzane w inkubatorze są cenione za wysoką jakość i zdrowotność. Współpracują z nimi rolnicy z okolic Rzeszowa, m.in. ze Strażowa czy Krzemienicy, którzy mają swoich stałych klientów poszukujących właśnie takiej żywności.
- **Wsparcie dla małych producentów:** Inkubator umożliwia małym gospodarstwom, które nie są w stanie konkurować na dużą skalę, przetwórstwo ich produktów, co pozwala im sprzedawać je w lepszych cenach i poprawiać swoją sytuację finansową.
- **Edukacja i świadomość:** Inkubator przyczynia się do edukacji konsumentów, pokazując, jak wygląda proces powstawania soków z lokalnych produktów.
- **Brak własnej marki (świadoma decyzja):** Inkubator nie dąży do stworzenia własnej, dużej marki komercyjnej, koncentrując się na wspieraniu małych producentów i nie wchodząc w bezpośrednią konkurencję z "rekinami rynku".

Sukces inkubatora nie był od początku przesądzony. Pierwszy rok był trudny, przełom – z dnia na dzień - nastąpił po udziale w programie telewizyjnym. Dopiero nagłośnienie na dużą skalę pozwoliło klientom znaleźć potrzebną im usługę. To pokazuje, jak ważna jest szeroka promocja, w sukcesie takich przedsięwzięć.

Zamówienia publiczne

Podczas badań rolnicy i przetwórcy **podkreślali swoje zainteresowanie dostarczaniem żywności do placówek publicznych**. W ich ocenie szkoły i przedszkola mogłyby stać się istotnym, a nawet strategicznym odbiorcą lokalnych produktów. Zwracają jednak uwagę na liczne bariery utrudniające wejście na ten rynek. Najczęściej wskazywanym problemem jest **brak realnego dostępu do zamówień publicznych** – procedury przetargowe w większości przypadków eliminują mniejszych producentów. Kluczową przeszkodą okazuje się cena: produkty lokalne i wysokojakościowe są droższe, podczas gdy w zamówieniach kryterium kosztowe nadal odgrywa dominującą rolę.

Rozmówcy generalnie popierają wprowadzenie **kryterium lokalności** w zamówieniach publicznych. Zwracają jednak uwagę, że aby mogli w nich uczestniczyć, konieczne jest wydzielenie produktów lokalnych w specyfikacjach zamówień. Obecnie większość przetargów obejmuje szerokie grupy produktów, w tym m.in. owoce egzotyczne. Na bazie wywiadów można założyć, że przynajmniej część placówek mogłaby zaopatrywać się u lokalnych producentów w soki, warzywa korzenne, jabłka, owoce miękkie, pomidory, nabiał czy pieczywo. W niektórych przypadkach mogłyby to być nawet produkty

ekologiczne. Szkoły i przedszkola musiałyby jednak przynajmniej częściowo kształtować menu w zgodzie z **zasadą sezonowości**.

Z drugiej strony, zdaniem rolników i przetwórców rozdzielenie zamówień na mniejsze części sprawia, że więksi hurtownicy rezygnują z udziału w nich, co automatycznie daje przewagę lokalnym producentom. Może się więc okazać, że **kluczową zmianą, która pozwoli zwiększyć udział lokalnej żywności w placówkach publicznych, nie jest samo wprowadzenie nowego kryterium, lecz właśnie podział zamówień na mniejsze kategorie produktów**.

Z wywiadów wynika, że część przedszkoli już teraz częściowo korzysta z lokalnych produktów, zamawiając je w wybranych kategoriach. Obecnie jednak włączanie żywności lokalnej do jadłospisu stołówek zależy przede wszystkim od inicjatywy i zaangażowania dyrektora placówki. Aby działanie to miało szerszy zasięg i pozwoliło uzyskać efekt skali, **potrzebna jest spójna polityka miejska, która w zamówieniach publicznych będzie wyraźnie preferować lokalnych dostawców**. Warto również rozważyć możliwość wprowadzenia do szkół lokalnej żywności ekologicznej, co mogłoby dodatkowo wspierać rozwój rynku i edukować dzieci w zakresie odżywiania.

Niezbędna jest **edukacja urzędników** w zakresie stosowania tych klauzul i przełamywania bariery ostrożności, wynikającej z obawy przed błędami w zarządzaniu środkami publicznymi:

Kryteria dodatkowe w postaci klauzul społecznych czy tym podobnych innych kryteriów, to są takie kryteria, które są bardzo trudne do zrealizowania. Wszyscy się ich poniekąd boją, trochę. Boją się dlatego, że jakby wiedza nie jest powszechna i bardzo łatwo jest tam o potknięcie. Bardzo łatwo jest o błąd, dlatego myślę, że z takiej dużej ostrożności bardzo często pojawiają się kryteria wyłącznie cenowe, dlatego że one nie budzą wątpliwości. [15_ekspert]

Ponadto zaproponowano **model subwencjonowania producentów żywności ekologicznej**, aby obniżyć ich ceny dla szkół i przedszkoli. Zarówno pracownicy placówek publicznych, jak i urzędnicy zwracają uwagę, że wprowadzanie produktów ekologicznych, czy lokalnych do szkół może się nie udać, jeśli będzie się wiązało z podnoszeniem płatności po stronie rodziców. Wymagałoby to prawdopodobnie pozyskania dodatkowych środków po stronie miasta.

Współpraca

Współpraca jest jednym z kluczowych postulatów rolników i przetwórców. Z rozmów jasno wynika, że istnieje duże **zapotrzebowanie na bliższe partnerstwo z miastem w zakresie promocji oraz organizacji lokalnego rynku zbytu**. Podstawą tego procesu powinien być dialog prowadzony na różnych poziomach – od bezpośrednich spotkań z rolnikami i przetwórcami, którzy już działają w ramach krótkich łańcuchów dostaw, po rozmowy z osobami decyzyjnymi. Wykorzystanie doświadczeń praktyków mogłoby stać się solidnym fundamentem dalszych działań.

Wywiady pokazały, że w obrębie Rzeszowskiego Obszaru Funkcjonalnego **powstaje wiele lokalnych inicjatyw żywnościowych, jednak brakuje między nimi koordynacji i przepływu informacji**. Dlatego postuluje się powołanie w strukturach miasta dedykowanej komórki odpowiedzialnej za politykę żywnościową – choćby w minimalnej formie, jako jedno stanowisko zajmujące się kontaktem z dostawcami, mapowaniem inicjatyw i gromadzeniem wiedzy. Rolnicy wyraźnie zaznaczają jednak, że oczekują także spotkań z prezydentem czy wiceprezydentem, które budowałyby zaufanie i dawały poczucie realnego zaangażowania miasta w proces tworzenia polityki żywnościowej. Tego elementu dziś wyraźnie brakuje.

Pozytywnie oceniane są natomiast działania Ośrodka Doradztwa Rolniczego w Boguchwale, z którym współpraca powinna być kontynuowana i rozwijana. Podobne znaczenie przypisuje się współpracy z uczelniami wyższymi i szkołami zawodowymi, zwłaszcza w obszarze edukacji, promocji oraz wsparcia dla

lokalnych rynków zbytu. Istotnym postulatem jest również budowanie partnerstwa z gminami ościennymi – wiele z nich ma już doświadczenia w tworzeniu mechanizmów wspierających lokalnych producentów, co mogłoby stanowić cenne źródło wiedzy i dobrych praktyk.

Wspólne działania miasta, rolników, przetwórców oraz instytucji powinny obejmować także promocję lokalnych tradycji kulinarnych i dziedzictwa regionu. Rozmówcy podkreślają znaczenie inwestycji w marketing oraz obecność w mediach społecznościowych, które są kluczowym narzędziem dotarcia do młodszych odbiorców i budowania wizerunku lokalnej żywności.

Perspektywy rozwoju produkcji ekologicznej

Rosnące zainteresowanie zdrową, lokalną żywnością to trend, którego nie da się ignorować. Wraz z pogarszającą się jakością produktów dostępnych w marketach i rosnącą świadomością konsumentką będzie rósł popyt na lokalną i ekologiczną żywność. Choć obecnie świadomość żywieniowa mieszkańców Rzeszowa określana jest jako raczej niska bądź średnia, to można spodziewać się, że w przyszłości dostęp do wysokojakościowej żywności stanie się równie istotnym kryterium wyboru miejsca zamieszkania, jak edukacja, służba zdrowia czy dostęp do terenów zielonych.

Podkarpacie, w tym okolice Rzeszowa, to region sprzyjający rozwojowi ekologicznego rolnictwa – przede wszystkim ze względu na rozdrobnienie gospodarstw, naturalny charakter upraw i hodowli oraz stosunkowo niski poziom intensywnej chemizacji. Jak zauważył jeden z rozmówców, *jeżeli rolnik hoduje zwierzęta i ta trzoda chlewna nie leci na [jest żywiona] paszy, tylko na ziemniaki, zielonki, a nawet pokrzywy – to jest zupełnie inny wymiar produkcji i ta żywność naprawdę jest ekologiczna* [06_instytucja publiczna].

Mimo sprzyjających warunków przyrodniczych i kulturowych, rozwój rolnictwa ekologicznego napotyka istotne bariery. Z rozmów z niektórymi producentami wybrzmiewa wręcz zniechęcenie i brak wiary, że to dla rolników perspektywiczna inwestycja. Z jednej strony produkcja żywności ekologicznej to powód do dumy, z drugiej odczuwalny jest brak zrozumienia po stronie konsumenta. Jednym z głównych problemów pozostaje brak edukacji konsumentkiej i czytelnych standardów. Obecnie „pojawiło się strasznie dużo oznaczeń, gdzie firmy wymyślają swoje własne, i klient zaczyna się gubić” [14_przetwórca]. To powoduje chaos informacyjny i podważa zaufanie do certyfikacji.

Ważnym aspektem jest również brak odpowiedniej ekspozycji takich towarów, utrzymujący poczucie, że żywność ekologiczna jest niedostępna i luksusowa.

Nie mamy takich produktów wyszczególnionych, które są lokalne, bądź ekologiczne bądź z certyfikatami. One są w bardzo małej ilości, ale one nie są wyeksponowane i tak naprawdę ktoś wchodząc do sklepu taki zwykły konsument po prostu sięga po to, co zwykle. A tak naprawdę większość, nawet te oznaczone produkty bio, one wcale nie są dużo droższe, przynajmniej ja mam takie doświadczenie. [fokus_pracownik żłobka]

W trakcie badań pojawiły się też sugestie, że Rzeszów wypada gorzej pod względem podnoszenia świadomości żywnościowej mieszkanek i mieszkańców na tle innych miast, ale jednocześnie to Rzeszów w ROF stanowi najważniejszy rynek zbytu żywności ekologicznej.

(...) wiem, że inne miasta prowadzą w szkołach i przedszkolach nawet duże akcje dla dzieci przy wsparciu stowarzyszeń właśnie ekologicznych (...). Czym jest ekologia, czym się różni ekologia? Dlaczego ten produkt jest zupełnie inny niż produkt, który ja powiem, że jest ekologiczny. Tutaj nie ma tej świadomości. Bardzo często się mówi, że ekologia to jest taki, że to jest ściema, że ten zielony listek to jest ściema, że my sobie to wymyślamy, żeby ceny podnosić. [14_przetwórca]

Dodatkowo, rolnicy narzekają na **biurokratyczne obciążenia i kontrole** ze strony firm certyfikujących, które dezorganizują pracę w gospodarstwie. *Najgorszą sprawą według mnie jest to, że przychodzi firma, kontroluje, a za tydzień czy dwa przychodzi druga i to samo* [10_rolnik] – komentuje jeden z producentów.

Kolejną przeszkodą w rozwoju produkcji ekologicznej jest **ograniczony rynek zbytu** w regionie. Produkty ekologiczne stają przed tymi samymi wyzwaniami co inne artykuły rolne i rzemieślnicze, a jednocześnie mają wyższą cenę. Rolnicy i przetwórcy podkreślają, że zarówno na targach, ryneczkach, jak i imprezach cyklicznych **brakuje wyraźnie wydzielonych stref żywności ekologicznej**, które ułatwiałyby sprzedaż i komunikację z klientem. W efekcie część gospodarstw rezygnuje z ekologii lub sprzedaży bezpośredniej, prowadząc produkcję wyspecjalizowaną, często na zamówienie konkretnego odbiorcy.

Na perspektywę rozwoju produkcji ekologicznej wpływa także szereg **czynnników społecznych**. Można wśród nich wymienić m.in. wyludnianie się wsi, brak rąk do pracy oraz niechęć młodego pokolenia do podejmowania pracy w rolnictwie. Jak wynika z wywiadów, niezbędne jest zatrudnianie migrantów, głównie z Ukrainy, aby zapewnić funkcjonowanie gospodarstw.

Rozwój ekologicznego rolnictwa wymaga więc kompleksowych działań: edukacji konsumenckiej, promocji zawodu rolnika ekologicznego, wsparcia organizacyjnego i finansowego dla rolników, uproszczenia procedur certyfikacji oraz budowy silnych lokalnych sieci sprzedaży. Perspektywy rozwoju są obiecujące, ale ich realizacja zależy od współpracy wielu stron – rządu, samorządu, organizacji ekologicznych, rolników i konsumentów. Rzeszów może stać się ważnym punktem na mapie rolnictwa ekologicznego, o ile stworzy warunki do rozwoju tego sektora, zarówno po stronie produkcji, jak i popytu.

4. Handel i dystrybucja żywnością

Handel i dystrybucja żywnością w Rzeszowie i ROF napotyka na szereg wyzwań, szczególnie w odniesieniu do produktów lokalnych i ekologicznych.

Jednym z kluczowych wyzwań jest **silna konkurencja ze strony dużych sieci handlowych**, które przyciągają klientów szerokim asortymentem dostępnych produktów w jednym miejscu oraz wygodą zakupów. Dysponując znaczną siłą przetargową, sieci te są w stanie negocjować korzystniejsze warunki cenowe z dostawcami, co prowadzi do sytuacji, w której produkty w marketach bywają tańsze niż w hurtowniach.

Duże sieci działają też w scentralizowanych systemach logistycznych, opierających się na ogólnopolskich centrach dystrybucji. Takie rozwiązanie ogranicza możliwości współpracy z małymi, lokalnymi producentami, których skala i specyfika produkcji nie odpowiadają wymaganiom korporacyjnych struktur. W rezultacie lokalni dostawcy często pozostają poza głównym nurtem dystrybucji, a ich produkty trafiają przede wszystkim na rynek niszowy.

Mimo tych ograniczeń pojawiają się przykłady udanej współpracy. Jeden z lokalnych przetwórców podkreślał pozytywne doświadczenia z siecią handlową, która działa w sposób bardziej elastyczny:

Bardzo przyjemnie się z nim pracuje, bo pracujemy bezpośrednio (...) z tym najwyższym kierownictwem, bo tutaj nie ma takich bardzo złożonych struktur, że sklepy mają 50 kierowników i zanim się dojdzie na górę i coś się z kimś ustali, to jest to problematyczne. (...) to są fajni ludzie, rozumieją na przykład, że przy szczególnie ekologicznym, i rzemieślniczym produkcie jest brak standaryzacji, że przy tak drastycznych zmianach pogody (...) mogą w ogóle nie dostawać (towaru). Oni płacą na czas, a my im na czas dostarczamy [14_przetwórca].

Przykład ten pokazuje, że współpraca z lokalnymi sieciami może przebiegać w sposób dostosowany do realiów funkcjonowania mniejszych dostawców – z uwzględnieniem sezonowości, braku pełnej standaryzacji oraz ograniczonych mocy produkcyjnych.

Ważną rolę w tym kontekście odgrywa sieć FRAC, która buduje swoją konkurencyjność na dostępie do produktów świeżych, lokalnych i regionalnych. Model ten wskazuje, że możliwe jest tworzenie systemu dystrybucji uwzględniającego potencjał lokalnych producentów i jednocześnie atrakcyjnego dla klientów, poszukujących alternatywy wobec oferty dużych marketów. Co istotne, FRAC rozwija swoją działalność nie tylko w Rzeszowie, ale także w Warszawie i Krakowie, pokazując, że lokalność może być fundamentem ekspansji na większe rynki.

Duże sieci handlowe generują również ryzyko znacznych strat żywności. Na Podkarpaciu część tego problemu ograniczają Banki Żywności, które – jako instytucje spełniające wymogi ustawy o niemarnowaniu żywności – odbierają produkty z krótkim terminem przydatności i przekazują je dalej potrzebującym. Żywność trafia do odbiorców codziennie z ponad 90 placówek w regionie, przy czym odbiorem zajmują się współpracujące z bankiem organizacje uprawnione do tego na podstawie stosownych pełnomocnictw.

Według przedstawicieli sektora pozarządowego wciąż istnieje potencjał do zagospodarowania znacznie większej ilości nadwyżek, ponieważ wiele sklepów – mimo możliwości przekazywania żywności – rezygnuje z tego. Powodem są najczęściej procedury formalne, które dla części podmiotów okazują się barierą, przez co wolą one utylizować niesprzedane produkty zamiast je przekazywać.

Według badanych w przestrzeni miasta nie ma żadnych projektów i działań skierowanych do konsumentów czy biznesu, które promowałyby niemarnowanie żywności. Organizacje pozarządowe zajmujące się tym tematem uważają, że miasto powinno zaangażować się w promocję tego typu rozwiązań, szczególnie, że żywność pozyskiwana z placówek handlowych czy gastronomii trafia bezpośrednio do potrzebujących mieszkańców i mieszanek Rzeszowa. Postuluje się rozwinięcie współpracy trójstronnej - miasta, organizacji pozarządowych i biznesu - w tym zakresie.

Spadek liczby małych sklepów osiedlowych a szanse ich rozwoju

Ekspansja dużych sieci handlowych zarówno dyskontów, jak i sklepów typu convenience stanowi jedno z głównych zagrożeń dla małych osiedlowych sklepików w Rzeszowie. Podobnie jak w innych częściach kraju, sieci przejmują coraz większą część rynku, wypierając tradycyjny handel detaliczny, a także ograniczając rolę rynków hurtowych.

Rozmówcy podkreślają, że lokalny handel produktami spożywczymi nie jest w stanie konkurować cenowo z dużymi marketami. Paradoksalnie, w niektórych przypadkach ceny hurtowe bywają wyższe niż w dyskontach:

Jeśli chodzi o spożywkę to jest fenomen, że hurtownicy się utrzymują. Podam przykład taki lokalny Trzebowisko, Mlekowita, to są produkty, które ja obserwuję, że u nas w hurtowni jest drożej niż np. w Biedronce. Klienci, którzy przyjeżdżają się zaopatrzyć, żeby uzupełnić asortyment, a nie zaopatrzyć się. [03_handel]

W tej sytuacji **przewaga mniejszych sklepów może opierać się przede wszystkim na oferowaniu świeżych, lokalnych i niszowych produktów**. Jeszcze do niedawna aspekt regionalności był mocnym wyróżnikiem, jednak pandemia zmieniła realia. Duże sieci szybko przejęły tę narrację, organizując np. kiermasze produktów regionalnych czy promując lokalność w kampaniach reklamowych:

Po pandemii, konkurencyjnie wszyscy już to robią. (...) markety bardzo często organizują takie przedsięwzięcia regionalne kiermasze. [03_handel]

Z drugiej strony, to właśnie **poszukiwanie autentyczności, jakości i unikalności pozostaje największą szansą dla mniejszych producentów i sklepów**. Klienci coraz częściej szukają bowiem produktów, których nie znajdą w markecie – wyrobów rzemieślniczych, oryginalnych receptur czy nietypowych smaków:

Ludzie też szukają takich małych manufaktur, czegoś, czego nie dostaną w markecie. [03_handel]

Wyzwania i przykłady niszowych strategii

W przypadku produktów świeżych, takich jak owoce i warzywa, trudniej o wyróżnik poza jakością i smakiem. Jednocześnie pojawiają się przykłady, że klienci potrafią wpływać na ofertę dużych sieci. Jeden z naszych rozmówców przytoczył historię producenta ekologicznych warzyw spod Rzeszowa, który zaczął dostarczać do dużej sieci handlowej – prawdopodobnie dlatego, że lokalni klienci domagali się obecności jego produktów w sklepach blisko domu.

Większe pole manewru mają producenci przetworzonych wyrobów. W tym segmencie łatwiej zainteresować klientów czymś wyjątkowym – zarówno produktami lokalnymi, jak i zagranicznymi. Popularnością cieszą się np. sklepy z autentyczną żywnością śródziemnomorską, które oferują oliwę nalewaną prosto z beczki do własnej butelki. Takie rozwiązania pozwalają nie tylko na wyróżnienie się, lecz także na utrzymanie konkurencyjnej ceny przy wysokiej jakości produktu. Jak ujął to jeden z badanych:

Klienci kupują oczami. Jak jest fajny produkt, fajny lokal, to oni tu wrócą. [03_handel]

W kontekście regionalnych produktów Rzeszowa i Podkarpacia szczególnym uznaniem cieszą się manufaktury wędlin, które budują swoją pozycję na unikalnym smaku i recepturze. Ich rozwój jest jednak często ograniczany przez wysokie koszty stałe - czynsze, energię, ogrzewanie czy płace pracowników. Z tego względu wielu producentów decyduje się na sprzedaż okazjonalną, np. w formie handlu obwoźnego z samochodu przystosowanego do sprzedaży detalicznej.

Bariery rozwoju i strukturalne ograniczenia

Oprócz kosztów prowadzenia działalności istotnym utrudnieniem są podatki i brak systemowego wsparcia dla małych producentów. Problemy te uwidaczniają się również w działalności spółek skarbu państwa, takich jak **Agrohurt**, które borykają się z długotrwałymi procedurami i wieloetapowym procesem decyzyjnym. Konieczność uzyskiwania zgód rady nadzorczej czy ministerstwa spowalnia inwestycje i ogranicza konkurencyjność wobec prywatnych podmiotów.

Rynki hurtowe, które dawniej odgrywały kluczową rolę w dystrybucji lokalnych plonów, obecnie tracą na znaczeniu. Zdaniem rozmówców są one dziś ważne głównie dla starszych klientów, którzy pozostają przy tradycyjnych formach zakupów.

Starzejąca się klientela i sprzedawcy

Z badań wynika, że lokalny handel w Rzeszowie zmaga się także ze zjawiskiem starzenia się zarówno klientów, jak i sprzedawców. W małych sklepach i na rynkach hurtowych dominują osoby starsze zarówno po stronie popytu, jak i podaży. Wielu handlowców traktuje swoją działalność jako „dociągnięcie do emerytury”, a młodsze pokolenie rzadko decyduje się na przejęcie rodzinnych biznesów, wybierając raczej pracę w innych sektorach.

Pewnym wyjątkiem są bazarki dedykowane lokalnym produktom z Podkarpacia, które przyciągają młodszych klientów poszukujących autentyczności. To pokazuje, że odpowiednia lokalizacja i spójna oferta mogą stać się przepisem na sukces, nawet w trudnym otoczeniu konkurencyjnym.

5. Gastronomia jako ogniwo lokalnego systemu żywnościowego

Sektor gastronomiczny stanowi ważny element rzeszowskiego systemu żywnościowego. Lokalne restauracje, bary i kawiarnie nie tylko oferują mieszkańcom i turystom dostęp do różnorodnych smaków, ale także odgrywają istotną rolę w promowaniu podkarpackiej kultury kulinarnej. W wielu menu odnajdziemy nawiązania do tradycyjnych receptur i lokalnych produktów – przykładem mogą być proziaki, będące jednym z kulinarnych symboli regionu. Rzeszowskie lokale zdobywają także uznanie na skalę ogólnopolską, pojawiając się w rankingach najlepszych restauracji w kraju.

Lokalność w menu – deklaracje i rzeczywistość

Określenie, w jakim stopniu gastronomia w Rzeszowie opiera się na lokalnych dostawcach, nie jest jednoznaczne. Z jednej strony rolnicy, z którymi rozmawialiśmy, wskazywali, że współpraca z restauracjami bywa możliwa i zdarza się, że lokalne produkty trafiają do profesjonalnych kuchni. Z drugiej strony przedstawiciele handlu zwracali uwagę, że branża HoReCa chętniej korzysta z wygody zamówień hurtowych, które gwarantują terminowe dostawy i standaryzację asortymentu.

Współpraca z małymi, rzemieślniczymi producentami napotyka szereg ograniczeń. Najczęściej jest to **niewielka skala produkcji**, która utrudnia stałe zaopatrzenie restauracji, szczególnie w przypadku dań dostępnych w menu przez cały rok:

Możliwości przerobowych to jest około jedna-dwie sztuki na miesiąc. I my. Mamy w tej chwili taki system i nam się to sprawdza, że po prostu ludzie, ale to głównie prywatni oraz jedna restauracja i sklep biorą. (...) mamy ubój i to mięso jest na świeżo, rozłożone tak jak było zamówione. [05_rolnik]

Innym utrudnieniem są **opakowania i standaryzacja produktów**. Gastronomia potrzebuje surowców i półproduktów w formach dostosowanych do codziennego funkcjonowania kuchni (np. soki w odpowiednich butelkach czy mięso w porcjach o określonej wadze). Nie każdy lokalny producent dysponuje odpowiednim zapleczem technologicznym, aby sprostać takim wymogom.

Na tym tle coraz częściej pojawia się pomysł tworzenia **hubów kooperacyjnych**, które mogłyby usprawniać współpracę między rolnikami, przetwórcami a sektorem gastronomicznym – m.in. poprzez magazynowanie i dystrybucję produktów.

Lokalność jako gwarancja jakości

Mimo barier instytucjonalnych i logistycznych współpraca z lokalnymi dostawcami jest postrzegana przez restauratorów jako ważny wyróżnik i gwarancja jakości. Niektóre lokale wprost informują w swoich kartach o pochodzeniu produktów od regionalnych marek. Przykładem może być restauracja **Kuk Nuk** (<https://www.kuknuk.pl>), która akcentuje autentyczność i lokalność w opisie swojej oferty:

- wołowina z Bieszczad, sezonowana na sucho,
- bułki do burgerów z rzeszowskiej piekarni Krupa,
- warzywa z lokalnej giełdy,
- mięso z zakładu Karpatia,
- kawa z palarni Memento,
- kombucha z pracowni Świt w Rzeszowie,
- wino z Winnicy Pradoliny w Trzcianie,
- piwo z Browaru Zakarczmie w Giedlarowej.

Takie deklaracje wzmacniają poczucie autentyczności i pozwalają klientom nawiązać więź z miejscem, w którym żyją i z którego pochodzą produkty.

Sieciowanie i promocja regionalnej gastronomii

Ważną rolę w rozwoju i promocji podkarpackiej gastronomii odgrywa **Klaster Podkarpackie Smaki**, zrzeszający producentów, restauratorów i inne podmioty związane z regionalnym dziedzictwem kulinarnym. Podstawowym kryterium przynależności do klastra jest związek działalności z Podkarpaciem, a sam klaster podejmuje różnorodne działania promocyjne.

Jednym z ciekawszych przedsięwzięć były **lokalne półki** w sklepach i restauracjach, służące do ekspozycji i promocji regionalnych produktów. Jeszcze większym jest **Szlak Podkarpackie Smaki**, który sieciuje restauracje i promuje regionalność w wymiarze turystycznym i kulinarnym. Jak podkreśla jeden z naszych ekspertów:

(...) prowadzimy Szlak Podkarpackie Smaki, czyli szlak, który zrzesza restauracje.(...) staramy się sieciować, łączyć, prowadzić do wymiany kontaktów. (...) i tutaj muszę powiedzieć, że parę lat temu była prowadzona taka akcja promocyjna przez National Geographic Polska. Przypuszczam, że to chyba był 2018, ale nie pamiętam dokładnie i ten szlak został uznany za właśnie jeden z nowych cudów Polski. [15_expert]

6. Potrzeby placówek żywienia zbiorowego

Placówki żywienia zbiorowego, takie jak przedszkola, szkoły podstawowe, stołówki szkolne i internaty, pełnią kluczową rolę w kształtowaniu nawyków żywieniowych młodego pokolenia oraz w zapewnianiu codziennych, pełnowartościowych posiłków dla dzieci i młodzieży. W Rzeszowie i okolicach funkcjonuje rozbudowana sieć takich jednostek, w której dziennie wydawane są tysiące posiłków.

Z rozmów z dyrektorami placówek, rolnikami, przetwórcami, przedstawicielami organizacji doradczych i samymi konsumentami wyłania się obraz systemu, który choć w dużej mierze sprawny organizacyjnie zмага się z licznymi barierami w zakresie pozyskiwania lokalnych produktów. Przyczyny tych trudności są wieloaspektowe i obejmują zarówno kwestie formalno-prawne, jak i ekonomiczne, logistyczne czy związane z brakiem odpowiednich kanałów komunikacji pomiędzy lokalnymi producentami a instytucjami zamawiającymi.

Już na poziomie organizacyjnym widoczne są znaczące różnice w możliwościach poszczególnych szkół. Placówki prowadzące własne stołówki dysponują większą elastycznością w komponowaniu jadłospisu i – przynajmniej potencjalnie – mogą uwzględniać sezonowość produktów oraz nawiązywać bezpośrednią współpracę z lokalnymi rolnikami i dostawcami. Natomiast szkoły i przedszkola korzystające z usług zewnętrznych firm cateringowych są w znacznie większym stopniu uzależnione od centralnych dostawców obsługujących wiele instytucji jednocześnie, co w praktyce uniemożliwia wprowadzenie kryteriów lokalności i sezonowości do codziennego menu.

Brak preferencji dla lokalności

Punktem wyjścia do dalszej analizy jest jednak kwestia jeszcze bardziej podstawowa – **brak wyraźnego ukierunkowania całego modelu żywienia zbiorowego w Polsce na promowanie i wykorzystywanie lokalnych produktów**. Wprawdzie w badanych przypadkach placówek dostawy realizowane są przez podmioty o zasięgu regionalnym, jednak nie ma pewności, w jakim stopniu bazują one na surowcach pochodzących bezpośrednio z okolicy. Kryterium lokalności nie jest bowiem ani wprost wymagane przez zamawiających, ani systematycznie monitorowane w procesie realizacji zamówień. Dobrze ilustrują tę kwestia jedna z wypowiedzi:

A umiałaby Pani jakoś określić, jak często udaje wam się właśnie pozyskać żywność pochodzącą z regionu waszego?

To na pewno, jak mamy dobry kontakt z dostawcą i mamy pełne zaufanie do niego, więc on pozyskuje te warzywa tutaj z naszego rejonu, ponieważ to jest zawsze najtańsze warzywo, prawda? Bo nie trzeba wozić przed całą Polskę. Więc on dostarcza nam tych owoców, tutaj z rejonu sandomierskiego głównie, aczkolwiek nie mam takiego wpływu, czy nie przywiezie na przykład z hurtowni, bo pewnie też się zaopatruje w hurtowni. Nie wiem dokładnie, skąd te warzywa pochodzą.

Czyli realnie tak naprawdę, jak już wybieriecie dostawcę, to już trochę jest poza waszym zasięgiem?

No trochę tak. Oczywiście możemy odmówić towaru, jak coś tam nie pasuje, bo jest nieświeże powiedzmy, ale to się rzadko zdarza.

Wyzwania proceduralne i organizacyjne

W większości postępowań przetargowych na dostawy żywności do placówek publicznych **podstawowym kryterium wyboru oferty jest cena**. W efekcie wygrywają dostawcy, którzy mogą zaoferować niższe stawki m.in. dzięki większej skali działania i dobrze zorganizowanej logistyce, niezależnie od jakości oferowanych produktów. Jak wskazała jedna z rozmówczyń mówiąc o doświadczeniach innych szkół:

Różnie to wygląda, właśnie niekiedy te warzywa są zmięte, niezbyt smaczne i nie wiadomo z jakich źródeł, a tylko dlatego, że oferta była najtańsza, dyrektor był zmuszony ją wybrać. Taką ofertę, a nie inną.

Czyli jednak jest to, jaka jest taka duża przeszkoda w dostarczaniu wysokojakościowej żywności do przedszkola?

Jest jest...

Lokalni producenci, działający w mniejszej skali już na starcie eliminowani z tego procesu. Z jednej strony jako podmioty, które nie mogą konkurować ceną porównywalną do dużych podmiotów. Barierą jest również **kompleksowość zamówień**. W wielu wypadkach obejmują one na tyle szeroki asortyment produktów, że wiele z gospodarstw wyspecjalizowanych zgodnie z obecną tendencją w określonym typie produkcji nie ma możliwości ich dostarczenia. W istocie jest to bariera strukturalna bezpośredniego udziału rolników w systemie żywienia zbiorowego.

Zdaniem badanych, zwiększenie dostępu placówek do żywności lokalnej wymaga **wprowadzenia rozwiązań premiujących pochodzenie produktów** – np. poprzez dodatkowe punkty w ocenie ofert za bliskość dostawcy czy posiadanie certyfikatów jakości (w tym ekologicznych). Nie musi to oznaczać zmian legislacyjnych w prawie zamówień publicznych, lecz raczej **wypracowanie przez samorządy nowej praktyki przygotowywania przetargów na żywność**. Punktem wyjścia może być włączenie suwerenności i bezpieczeństwa żywnościowego do strategii rozwoju miasta, co – jak twierdzą rozmówcy – powinno przełożyć się na twardsze zasady preferujące lokalne pochodzenie produktów, zgodne z prawem i zasadami konkurencji.

Innym realnym i systemowym problemem jest **marnowanie żywności** w placówkach oświatowych. Dyrektorka jednej z rzeszowskich szkół podstawowych zwróciła uwagę, że skala tego zjawiska wynika w dużej mierze z **braku przepisów, które pozwalałyby szkołom w bezpieczny i legalny sposób przekazywać niewydane posiłki innym podmiotom, nawet jeśli są one w pełni zdatne do spożycia**. Obowiązujące rozwiązania w zakresie przeciwdziałania marnowaniu żywności dotyczą głównie dużych sklepów, podczas gdy sektor edukacyjny pozostaje poza zakresem tych regulacji. W tym kontekście, jak podkreślała dyrektorka, wszelkie niewydane posiłki, a także jedzenie pozostające na talerzach, powinno zostać zutylizowane, niezależnie od tego, czy jest świeże i bezpieczne do spożycia.

Z perspektywy placówek problem ten jest szczególnie dotkliwy – nie tylko generuje straty finansowe i poczucie marnotrawstwa wśród personelu kuchni, ale także stoi w sprzeczności z prowadzoną edukacją o niemarnowaniu żywności. Szkoły oczekują, że władze lokalne będą inicjować rozwiązania systemowe – choćby w formie pilotaży – które pozwoliłyby na bezpieczne i zgodne z prawem przekazywanie nadwyżek

do lokalnych instytucji pomocowych. W opinii dyrektorów to właśnie zmiany w tym obszarze, równoległe z modyfikacją procedur przetargowych, mogłyby realnie poprawić jakość i racjonalność systemu żywienia zbiorowego.

Najważniejsze potrzeby placówek w zakresie niemarnowania żywności:

- Zmiany w przepisach na poziomie centralnym (np. rozporządzenia Ministra Zdrowia), które umożliwiłyby przekazywanie nadwyżek żywności w bezpieczny, kontrolowany sposób.
- Opracowanie procedur zapewniających odpowiedzialność i bezpieczeństwo sanitarne przy przekazywaniu posiłków (np. podpisanie protokołu odbioru, kontrola jakości i temperatury).
- Rozwiązania organizacyjne umożliwiające dystrybucję niewykorzystanej żywności do lokalnych instytucji pomocowych, parafii czy jadłodzielni.
- Wsparcie w stworzeniu systemu odbioru nadwyżek przez podmioty zewnętrzne, które przejęłyby odpowiedzialność za dalsze wykorzystanie żywności.
- Inicjowanie pilotaży i programów, które pozwoliłyby sprawdzić w praktyce, jak można bezpiecznie przekazywać nadwyżki w warunkach szkolnych.
- Edukacja w zakresie ograniczania marnowania żywności – zarówno wśród uczniów, jak i rodziców, aby zmniejszyć ilość jedzenia pozostającego na talerzach.

Wyzwania informacyjne i edukacyjne:

Badane placówki żywienia zbiorowego w Rzeszowie i okolicach deklarują chęć zwiększenia udziału lokalnych produktów w codziennym menu. Wskazują jednak na brak znajomości lokalnych dostawców i producentów oraz obawy, jak zmiany wpłyną na stawki za taką żywność. Pojawia się tu także kontekst rodziców, którzy według rozmówców bardzo zwracają uwagę na ceny i w większości wolą, żeby te opłaty za żywienie były minimalne.

(...) nie znamy tych dostawców lokalnych, którzy chcieliby z nami współpracować i którzy wchodziliby z taką dobrą ceną dla nas (...), bo nie szukamy się, te produkty są znacznie droższe (...) Ale jeżeli to będzie bezpośrednio od rolnika, to być może miasto będzie w stanie wynegocjować takie ceny, które będą nas zadowalać.

Co ciekawe **więcej obaw** respondentów z placówek **rodził temat wprowadzania do placówek żywności ekologicznej**. Głównym źródłem tych wątpliwości jest brak zaufania do tego, czy dany produkt rzeczywiście spełnia standardy produkcji ekologicznej. W opinii części rodziców i pracowników placówek, oznaczenia „eko” czy „bio” nie zawsze są gwarancją wysokiej jakości i braku szkodliwych substancji. Jak zauważyła jedna z osób biorących udział w badaniu:

Ze zdrową żywnością to nigdy nie można mieć pewności, że ona jest naprawdę zdrowa. Bo są takie, no... oszustwa trochę, że coś jest promowane jako zdrowe, a tak naprawdę pochodzi z hurtowni (...)

Obawy te pokazują, że sama deklaracja ekologiczności – nawet poparta odpowiednim certyfikatem – nie zawsze wystarcza, aby zdobyć zaufanie odbiorców. W konsekwencji **wprowadzanie żywności ekologicznej do żywienia zbiorowego wymaga nie tylko działań logistycznych, ale także konsekwentnej edukacji i komunikacji z rodzicami oraz personelem.**

Edukacji i komunikacji wymaga planowanie i przygotowywanie posiłków z wykorzystaniem produktów lokalnych i sezonowych. Oznacza to konieczność znajomości cykli dostaw, kalendarza

zbiorów i możliwości przechowywania żywności. Obecnie wiele kuchni szkolnych nie ma narzędzi planistycznych dostosowanych do takiej pracy. Respondenci sygnalizowali również, że przygotowywanie posiłków z produktów świeżych, nieprzetworzonych, wymaga większych umiejętności kulinarnych niż korzystanie z półproduktów. Dlatego potrzebne są regularne szkolenia dla kucharzy, intendentów i personelu pomocniczego z zakresu nowoczesnych technik kulinarnych, przetwarzania żywności sezonowej oraz zasad zdrowego żywienia.

W kontekście **edukacji żywieniowej** warto zwrócić uwagę na praktyki już funkcjonujące w niektórych placówkach, które z powodzeniem mogłyby zostać zaadaptowane także w innych szkołach i przedszkolach i włączone do planowanej polityki żywnościowej miasta.

Jedna z placówek należy do **wojewódzkiej sieci szkół i przedszkoli promujących zdrowie**, co przekłada się na **szeroki wachlarz realizowanych działań związanych zarówno z edukacją żywieniową, jak i ogólnie pojętym zdrowym stylem życia**. Programy te łączą w sobie elementy zdrowego odżywiania, aktywności fizycznej i rekreacji, a ich realizacja wspierana jest także przez Radę Rodziców, która niekiedy przekazuje dodatkowe środki na organizację wydarzeń takich jak pikniki.

Na co dzień w placówce funkcjonuje również **bufet śniadaniowy**, organizowany raz w tygodniu. Dzieci mają wtedy do dyspozycji różnorodne składniki i **samodzielnie komponują kanapki według własnego pomysłu**. Nauczyciele obserwują, że taka forma posiłku nie tylko pozwala poznać preferencje smakowe dzieci, lecz także sprzyja otwieraniu się na nowe produkty – wiele z nich decyduje się spróbować czegoś nowego, zachęcane przykładem kolegów i koleżanek, co w opinii kadry jest szczególnie istotne w przypadku dzieci o wybiórczych nawykach żywieniowych. Nauczyciele starają się też unikać monotonii w jadłospisie, wprowadzając różnorodne potrawy i zachęcając do próbowania nowych smaków. W sytuacjach, gdy dziecko zjada tylko część posiłku, np. samą zupę, starają się proponować niewielkie modyfikacje – podając ją ponownie, ale z dodatkiem warzyw czy innych składników, które mogą wzbogacić smak i wartość odżywczą dania.

Ciekawym przykładem jest też **praktyka zapoznawania uczniów z jadłospisem stołówki szkolnej**. Nauczyciele omawiają z dziećmi zaplanowane posiłki, wskazując ich skład i wartości odżywcze, a w przypadku mniej popularnych potraw – wyjaśniają ich walory i zachęcają do spróbowania. W młodszych klasach proces ten często przybiera formę zabawy, np. zgadywania składników czy opowiadania historii związanych z danym daniem, co skutecznie zwiększa ciekawość kulinarną uczniów i otwartość na nowe smaki.

W placówkach odbywają się też różnego rodzaju spotkania edukacyjne bądź **wyjazdy do rolników, ogrodników i producentów żywności**. Podczas takich spotkań dzieci mają okazję poznać proces powstawania żywności – od uprawy roślin i hodowli zwierząt po przetwarzanie surowców. Mogą zadawać pytania, oglądać i dotykać produkty, a także uczestniczyć w prostych pokazach. Tego typu bezpośredni kontakt nie tylko wzbogaca wiedzę o pochodzeniu jedzenia, lecz także wzmacnia więzi szkoły z lokalną społecznością i gospodarką.

Warto wspomnieć o **ogrodzie warzywno-owocowym** działającym w jednej z rzeszowskich szkół. Pełni on funkcję źródła świeżych produktów, a jednocześnie stanowi przestrzeń edukacyjną, w której dzieci uczą się poprzez praktyczne doświadczenie (por. opis przypadku).

Szkolny ogród warzywno-owocowy – case study

Kontekst

Szkoła podstawowa w Rzeszowie od kilku lat prowadzi własną stołówkę, sklepik oraz ogród owocowo-warzywny. Ogród powstał jako projekt edukacyjno-ekologiczny, którego celem jest zarówno zagospodarowanie przestrzeni szkolnej, jak i praktyczna edukacja żywieniowa dzieci.

Geneza projektu

Inicjatywa rozpoczęła się cztery lata temu w ramach konkursu organizowanego przez Urban Lab, dotyczącego ekologicznego zagospodarowania przestrzeni szkolnej. Jeden z uczniów przygotował w grze Minecraft projekt ogrodu, który zdobył pierwszą nagrodę i dofinansowanie na jego realizację. Początkowo powstały podwyższone skrzynie uprawne, w kolejnym etapie wiata z wyposażeniem (konewki, krzesła) i miejsce do przechowywania narzędzi.

Organizacja i przebieg upraw

- Szkoła dysponuje 11 dużymi skrzyniami
- Co roku ok. 6 klas (najczęściej młodszych) obejmuje opieką wybraną skrzynię.
- Wiosną uczniowie wraz z nauczycielami i rodzinami sadzą warzywa, zioła, a także truskawki czy rabarbar.
- Rośliny są pielęgnowane do października; w wakacje podlewają je uczniowie z rodzicami.
- Wprowadzono system nawadniania kropelkowego oraz instalację do zbierania deszczówki finansowaną przez miasto.
- Powstała także mała pasieka pszczół murarek, które wspomagają zapylenie.

Wykorzystanie plonów

Produkty z ogrodu są dostępne dla wszystkich – dzieci mogą zrywać zioła, szczypiorek, truskawki czy sałatę. W ramach zajęć organizowane są pikniki, warsztaty kulinarne i kanapkowe, gdzie wykorzystuje się świeże zbiory.

Aspekt edukacyjny

Projekt jest narzędziem do nauki:

- uprawy roślin „od nasionka”,
- rozpoznawania gatunków i ich wymagań,
- zasad ekologicznego ogrodnictwa i bioróżnorodności,
- szacunku do żywności (*dzieci widzą, ile pracy wymaga jej wyhodowanie*).

Ogród stał się też przestrzenią integracji – angażuje uczniów, rodziców, dziadków, mieszkańców osiedla, a nawet inne szkoły, które odwiedzają go w celach edukacyjnych.

Efekty i znaczenie

- Wzrost świadomości żywieniowej i ekologicznej wśród uczniów.
- Budowanie poczucia odpowiedzialności i współpracy.
- Promocja zdrowego stylu życia oraz lokalnych zasobów przyrodniczych.
- Wizerunkowa wartość dla szkoły – ogród jest jej „wizytówką”.

Czynniki sukcesu

- Stabilne finansowanie z grantów i wsparcia miasta.
- Silne zaangażowanie dyrekcji, nauczycieli i rodziców.
- Jasny podział obowiązków i stała opieka nad ogrodem.

Możliwości adaptacji

Model może być wdrażany w innych szkołach, o ile dysponują one odpowiednim terenem, wsparciem organizacyjnym oraz wolą społeczności szkolnej do pracy nad projektem.

Bezpieczeństwo i jakość żywności

Kolejnym istotnym wątkiem, poruszonym w rozmowach o żywieniu zbiorowym, jest **potrzeba zapewnienia wysokiej jakości produktów** trafiających do placówek – niezależnie od ich pochodzenia. Rozmówcy zwracali uwagę, że obecnie szkoły i przedszkola nie mają realnych narzędzi, by w sposób systematyczny kontrolować jakość dostarczanej żywności, zwłaszcza pod kątem zawartości pozostałości pestycydów czy innych substancji chemicznych.

(...) wiadomo, że jest, pestycydy będą, ale to chodzi o to, w jakich ilościach, prawda? Żeby objąć taką większą kontrolą nad tym, co tutaj, w tych rzeszowskich przedszkolach podajemy dzieciom, bo my możemy mieć przekonanie, że podajemy najlepszy produkt, tak? Ale póki go nie zbadamy, to nie wiemy o tym.

Brak procedur regularnych, niezależnych badań jakościowych powoduje, że **placówki w praktyce opierają się jedynie na zapewnieniach dostawców i formalnych dokumentach dopuszczających produkt do obrotu**. Nie daje to jednak pełnej gwarancji, że żywność rzeczywiście spełnia najwyższe standardy bezpieczeństwa, szczególnie w przypadku produktów świeżych, takich jak warzywa, owoce czy nabiał.

W oczach przedstawicieli placówek rozwiązaniem mogłoby być wprowadzenie mechanizmów stałego monitorowania jakości, np. poprzez okresowe, finansowane przez samorząd badania laboratoryjne losowo wybranych partii produktów dostarczanych do stołówek. Takie działania zwiększyłyby przejrzystość systemu, budowałyby zaufanie rodziców oraz dawałyby dyrektorom realny wpływ na kontrolę jakości serwowanych posiłków.

Lokalny system żywnościowy - oczekiwania wobec władz lokalnych

Z wywiadów wynika, że **postawienie na lokalną żywność w placówkach żywienia zbiorowego** nie może ograniczać się do pojedynczych inicjatyw czy działań oddolnych poszczególnych placówek, lecz powinno stanowić element szerszych zmian **związanych z wdrażaniem lokalnej polityki żywnościowej** - wspólnej strategii rozwoju i koordynacji systemu żywnościowego Rzeszowa i ROF.

W tym kontekście w rozmowach pojawiała się m.in. **koncepcja stworzenia miejskich hubów dystrybucyjnych**, do których rolnicy mogliby dostarczać swoje produkty, a następnie – po odpowiednim skompletowaniu i przygotowaniu – trafiałyby one do szkół, przedszkoli i innych placówek. Takie

rozwiązanie mogłoby znacząco uprościć proces zamawiania i odbioru towarów, skrócić łańcuch dostaw oraz zwiększyć udział świeżych, sezonowych produktów w jadłospisach.

Ważnym z perspektywy przedstawicieli placówek elementem budowania sprawnego systemu jest także **tworzenie i aktualizowanie baz danych producentów**, tak aby dyrektorzy i intendentki mieli łatwy dostęp do informacji o wiarygodnych dostawcach. Postuluje się także **wspieranie powstawania grup producenckich**, które pozwalałyby rolnikom łączyć moce wytwórcze, ujednolicać standardy jakości oraz wspólnie negocjować warunki dostaw.

Tego rodzaju działania, połączone z jasno określonymi celami i narzędziami polityki żywnościowej, mogłyby stworzyć trwałe podstawy dla systemu żywienia zbiorowego opartego na lokalności – nie jako wyjątku, lecz jako standardu.

7. Potrzeby, oczekiwania i problemy konsumentów jako interesariuszy systemu żywnościowego

Analiza wywiadów przeprowadzonych z konsumentami mieszkającymi w regionie Rzeszowa i jego okolic pozwala na uchwycenie kluczowych potrzeb, oczekiwań oraz barier, z jakimi mierzą się jako interesariusze systemu żywnościowego. Rozmówcy różnili się między sobą zarówno stylem życia, jak i etapem w cyklu rodzinnym – jedna z nich to młoda matka, dla której wybory żywieniowe stały się szczególnie istotne po narodzinach dziecka. Druga badana to młoda dorosła z dużej rodziny, która w większym stopniu koncentruje się na codziennej logistyce zakupów i utrzymaniu domowego budżetu.

Pomimo tych różnic w sytuacji życiowej, w ich wypowiedziach wyraźnie powtarzały się wspólne wątki. Dotyczyły one przede wszystkim ograniczonej dostępności lokalnej żywności w sklepach, znaczenia rzetelnej i łatwo dostępnej informacji o produktach (w tym certyfikatach jakości i pochodzeniu), a także kluczowej roli ceny w procesie podejmowania decyzji zakupowych. Ważnym obszarem była także kwestia indywidualnych preferencji zakupowych – zarówno w kontekście wyboru produktów sezonowych i jak najmniej przetworzonych, jak i wyboru miejsca zakupu, podyktowanego wygodą, dostępnością i możliwościami finansowymi.

Zebrany materiał empiryczny pozwala zatem stworzyć obraz potrzeb i oczekiwań tej grupy konsumentów. Jest to obraz wieloaspektowy, obejmujący zarówno kwestie czysto ekonomiczne, jak i aspekty związane z jakością, pochodzeniem i dostępnością żywności. Można go rozpatrywać w czterech głównych obszarach: cen, informacji, dostępności produktów lokalnych oraz indywidualnych preferencji zakupowych i stylu życia. W każdej z tych sfer pojawiają się zarówno elementy wspólne, które mogą stanowić punkt wyjścia do kształtowania polityk i strategii wspierających lokalny system żywnościowy, jak i różnice wynikające z indywidualnej sytuacji życiowej i priorytetów poszczególnych konsumentów.

Potrzeby informacyjne – świadomość, etykiety, certyfikacja

Rozmówczynie zgodnie podkreślają, że **dostęp do rzetelnych, jednoznacznych informacji o pochodzeniu, jakości i sposobie produkcji żywności jest w codziennych zakupach ograniczony**. Ich doświadczenia pokazują, że nawet jeśli dane te formalnie są dostępne – na przykład na etykietach – to często są one niewystarczająco widoczne lub podane w sposób, który nie ułatwia konsumentowi szybkiego podjęcia decyzji. W efekcie wiele wyborów zakupowych odbywa się w warunkach niepewności, a kluczowe informacje o produkcie mogą pozostać niezauważone.

W przypadku warzyw i owoców no to już jest tak naprawdę loteria, bo tutaj niestety nie znamy tego źródła, skąd one pochodzą? [9_konsumentka].

Jedna z badanych, posiadająca wykształcenie dietetyczne, zwraca szczególną uwagę na certyfikaty żywności ekologicznej. Traktuje je jako wiarygodne potwierdzenie jakości produktu i chętnie korzysta z oferty sklepów, które nie tylko umieszczają odpowiednie oznaczenia na opakowaniach, ale także udostępniają skany dokumentów potwierdzających certyfikację. Jest to dla niej istotne zwłaszcza przy zakupach internetowych, gdzie brak możliwości fizycznego obejrzenia produktu zwiększa potrzebę dodatkowego potwierdzenia jego jakości.

Druga respondentka rzadziej opiera swoje decyzje na certyfikatach czy oznaczeniach. Choć docenia ich wartość, większe znaczenie mają dla niej czynniki praktyczne, takie jak cena i wizualna ocena świeżości produktu. W jej przypadku etykiety pełnią raczej funkcję uzupełniającą niż decydującą, a o wyborze w większym stopniu przesądza postrzegany stosunek jakości do ceny.

Uczestnicy badania zgodnie zauważają, że w przestrzeni publicznej **brakuje szerzej zakrojonych kampanii edukacyjnych i promocyjnych poświęconych lokalnej żywności, bezpieczeństwu żywnościowemu czy sezonowości produktów**. Wspomniane działania informacyjne ograniczają się głównie do incydentalnych wydarzeń, takich jak bazarki czy targi, które poza sprzedażą pełnią także rolę nośników wiedzy o regionalnych producentach. Jednak te źródła informacji mają ograniczony zasięg i docierają głównie do osób, które już wcześniej interesują się tematyką wysokojakościowej lub lokalnej żywności.

Przyznam się szczerze, że głównie spotykałam się z tą promocją właśnie w trakcie organizacji tego bazarku (...) Natomiast wcześniej zanim pojawiła się ta inicjatywa związana z tym podkarpackim, bazarkiem, no to u nas w tym podkarpackim ośrodku doradztwa rolniczego dwa razy do roku była organizowana giełda ogrodnicza (...) i wtedy też na tej giełdzie naprawdę była zawsze promocja tych produktów. Poza tym to ja się osobiście nie spotkałam z taką promocją [9_konsumentka].

W praktyce **głównymi kanałami pozyskiwania wiedzy o produktach pozostają własne doświadczenia zakupowe, rekomendacje od znajomych, przypadkowe obserwacje w sklepach oraz – szczególnie w przypadku młodszych konsumentów – media społecznościowe**. Te ostatnie dostarczają inspiracji, informacji o nowych produktach czy trendach żywieniowych, ale niosą też ryzyko napotkania treści o wątpliwej wiarygodności. Brak systematycznej, rzetelnej edukacji w tym zakresie powoduje, że konsumenci są zmuszeni samodzielnie filtrować napływające informacje, co nie zawsze jest łatwe i może prowadzić też do utrwalania się fałszywego obrazu rynku żywnościowego:

No głównie jednak social media to źródło mojej wiedzy. Też często na przykład trafiam na takie treści pod kątem tik toka lub instagramowych rolek, gdzie po prostu przewijając, od czasu do czasu natrafiam na treści dotyczące na przykład właśnie jakichś nowe produktów, które trafiają na polski rynek czy do konkretnych sklepów. Tipy porady odnośnie tego, czym można zastępować różne składniki, czy to na diecie czy w jakiś określonych sytuacjach. [11_konsumentka].

Cena i dostępność żywności lokalnej

Cena oraz łatwość dostępu do produktów są jednymi z najważniejszych czynników kształtujących codzienne decyzje zakupowe konsumentów. Z perspektywy badanych, oba te elementy w istotny sposób ograniczają wybór żywności ekologicznej, a także lokalnej, która często postrzegana jest jako droższa od żywności z marketów. Różnica cenowa bywa na tyle znacząca, że nawet konsumenci świadomi korzyści płynących z wyboru produktów regionalnych czy certyfikowanych bio decydują się na nie tylko w określonych sytuacjach, łącząc je z tańszymi produktami pochodzącymi z innych źródeł:

No to u mnie ogólnie to wygląda tak, że głównie jednak decydują ceny. Wiadomo, poluje się na te promocje, czy jakieś obniżki też staramy się kupować [11_konsumentka].

Dostępność żywności lokalnej, szczególnie w dużych marketach i sieciach handlowych, jest **oceniana jako ograniczona**. Choć dyskonty i supermarkety oferują szeroki asortyment, lokalne produkty stanowią w nim niewielki odsetek i często są słabo wyeksponowane, przez co trudne do zidentyfikowania.

Jeśli chodzi o takie produkty żywnościowe, które tutaj lokalni producenci wytwarzają, czy one są gdzieś widoczne...nie bardzo. Przyznam się szczerze, że ja się z czymś takim raczej nie spotykam [9_konsumentka].

Mniejsze punkty sprzedaży – takie jak osiedlowe warzywniaki czy lokalne targowiska – są przez konsumentów oceniane wyżej pod względem jakości i świeżości oferowanej żywności. Produkty tam dostępne postrzegane są jako smaczniejsze, mniej przetworzone i bliższe ideału „żywności z pewnego źródła”. Jednak ich zakup wiąże się często z barierami natury logistycznej: krótkimi godzinami otwarcia, ograniczoną częstotliwością funkcjonowania (np. raz w tygodniu lub raz w miesiącu) oraz problemami z dojazdem czy brakiem miejsc parkingowych.

U nas raz na miesiąc jest organizowany taki bazar - kup produkty od rolnika i to jest myślę też bardzo dobre źródło produktów wysokiej jakości, nieprzetworzonych i tam w szczególności zaopatrujemy się w sery, różnego rodzaju wędliny, mięso, miody. (...) Myślę, że jakby po dwa razy w miesiącu, to byłoby to łatwiejsze nawet, jeśli chodzi o kwestie zaplanowania samych zakupów, no bo to jednak nie wszystkie produkty jesteśmy w stanie kupić takie, które by miały taki termin przydatności, zwłaszcza takie produkty, które nie są przetworzone. [9_konsumentka].

No w moim wypadku jednak zakupy to są przede wszystkim duże sklepy, bo też u mnie w mieście jest to troszkę ograniczenie, jeżeli chodzi o taki rynek, gdzie można spotkać faktycznie okolicznych rolników, którzy dostarczają zdrowe warzywa i w ogóle świeże rzeczy, bo jest tylko raz w tygodniu, więc głównie jednak polegam na tych takich sklepach większych. Też są one po prostu w dobrej lokalizacji i łatwo się do nich dostać. Bo, jeżeli mamy małe warzywniaki, w których też można spotkać tę żywność i które mają ten swój klimat i niepowtarzalny zapach, no to tam jest zawsze problem. Na przykład z parkingiem, bo one z reguły są gdzieś tam w pawilonach i ciężko jest te ciężary nosić. [11_konsumentka].

Alternatywą są **zakupy internetowe**, które pozwalają dotrzeć do produktów niedostępnych lokalnie, w tym żywności ekologicznej i regionalnej. Ten kanał sprzedaży również ma jednak swoje ograniczenia. Badani zwracają uwagę na brak jednego sklepu oferującego pełny asortyment poszukiwanych produktów, co wymusza robienie zakupów w kilku miejscach, generując dodatkowe koszty i komplikując proces zamawiania.

Nie jest trudno [robić zakupy internetowe], aczkolwiek trzeba troszeczkę poszukać, poszperać i często jest, że chciałabym kupić wszystko w jednym sklepie. Nie zawsze, co mi się udaje, więc muszę po prostu część zakupów dokonać w jednym sklepie, część później zrobić zamówienia w innym sklepie w zależności od tego, co potrzebuje. Ale z reguły no nie było tak, żebym wszystkie produkty, których potrzebuje, miała możliwość zaopatrzyć się w jednym sklepie. [9_konsumentka].

Dla niektórych jest to jednak na tyle zniechęcające, że rezygnują z tej formy zakupu na rzecz prostszych rozwiązań. Do tej formy zakupów bywają też nieprzekonane osoby starsze, dla których ważny jest kontakt z jedzeniem podczas zakupów.

W tym kontekście **przewaga dużych sieci handlowych wydaje się duża**. Dyskonty i supermarkety umożliwiają zrobienie kompleksowych zakupów w jednym miejscu, w korzystnej cenie i dogodnej lokalizacji. Ich przewagą dla klientów jest nie tylko cena, ale także wygoda i łatwy dojazd, dostępność miejsc parkingowych oraz możliwość wyboru z szerokiej gamy produktów bez konieczności rozpraszania zakupów na wiele punktów. Dla wielu konsumentów jest to decydujący argument. Choć jednocześnie **jakość żywności ze sklepów wielkopowierzchniowych oceniana jest gorzej**:

Z reguły w dużych sklepach produkty nie są lepszej jakości, jednak tak mi się wydaje. Te, które kupujemy w małym sklepiku, no to w zasadzie zawsze są po prostu rozłożone. Możemy sobie wybrać, którą na przykład chcemy marchewkę, a czasem w sklepach typu hipermarket, one są po prostu zapakowane już i z wierzchu mogą wyglądać ładnie, ale w środku mogą być różnej jakości (...) Często poprzez pryzmat na przykład rzodkiewki, można zauważyć, że te rzeczy, które są supermarkecie, one nie mają tego smaku, który jest, jeżeli się już praktycznie kupi od lokalnego producenta, albo jeżeli się wyhoduje samemu. No jednak jest różnica w smaku (...) I tak samo zapach pomidorów, który mam na przykład od siebie bardziej intensywny i o wiele słodszy niż te pomidory, które mamy ze sklepu. [11_konsumentka].

Preferencje zakupowe i styl życia

Wypowiedzi badanych wskazują, że **sezonowość produktów jest jednym z istotniejszych kryteriów wyboru** żywności. Konsumenci postrzegają owoce i warzywa dostępne poza naturalnym sezonem jako mniej wartościowe pod względem odżywczym, ale też mniej atrakcyjne smakowo. Pojawiają się również obawy związane z ich pochodzeniem oraz ewentualnym wykorzystaniem środków chemicznych w procesie uprawy i przechowywania. Dodatkowym czynnikiem zniechęcającym jest wyższa cena produktów poza sezonem. W konsekwencji badani często odkładają zakup niektórych artykułów do momentu, gdy są one naturalnie dostępne, co pozwala im jednocześnie obniżyć koszty i zwiększyć pewność co do jakości.

Jako dziecko zawsze gdzieś tam u mnie było widoczne różne reakcje uczuleniowe na produkty, które były spożywane poza sezonem, a które jakby nie dawały takich reakcji w trakcie sezonu, więc już wiem, z czym to się je i rzeczywiście zwracamy na to uwagę. Nawet teraz, jak się już powoli gdzieś tam pojawiają truskawki, to jeszcze przyznam się szczerze, że nie zakupiłam. Stwierdzam, że to jeszcze nie jest czas i że tak naprawdę czekam, aż faktycznie gdzieś ten wysoki sezon się pojawi, bo wtedy będę miała większą pewność, że jak najmniejsza ingerencja tutaj w ten produkt była. No i też przede wszystkim to też jest kwestia ceny. [9_konsumentka].

Jednocześnie konsumenci **szukają praktycznych rozwiązań pozwalających zachować różnorodność diety przez cały rok**. Jedna z respondentek wskazała, że chętnie sięga po półprodukty, takie jak pomidory w puszcze, które stanowią szybki i wygodny zamiennik świeżych warzyw w okresie zimowym. Takie wybory mają często charakter kompromisu – pozwalają skrócić czas przygotowania posiłku, a przy tym zachować satysfakcjonującą jakość potrawy.

Stopień przetworzenia żywności odgrywa ważną rolę w kształtowaniu codziennego jadłospisu. Badani preferują produkty świeże i jak najmniej przetworzone, unikając wysoko przetworzonej żywności oraz gotowych dań. Wyjątek stanowią sytuacje, w których ograniczenia czasowe zmuszają do sięgnięcia po prostsze rozwiązania. W takich momentach dopuszczalne stają się produkty ułatwiające i przyspieszające proces gotowania, pod warunkiem że ich skład i jakość są akceptowalne.

Dla badanych konsumentów **istotnym elementem stylu życia jest również możliwość samodzielnej produkcji żywności**. Nawet niewielkie ogródki przydomowe, grządki z ziołami, uprawy warzyw czy małe szklarnie są źródłem satysfakcji, poczucia niezależności i kontroli nad tym, co trafia na stół. Własne plony, choć zazwyczaj stanowią jedynie uzupełnienie zakupów w sklepach, pozwalają ograniczyć wydatki i zwiększają różnorodność diety. Niekiedy domowa uprawa ma również wymiar hobbyistyczny i stanowi element spędzania wolnego czasu.

Oczekiwania wobec systemów sprzedaży i oferty rynkowej

Wypowiedzi badanych wyraźnie pokazują, że konsumenci oczekują od systemów sprzedaży większej transparentności oraz lepszej komunikacji o produktach. **Szczególnie istotne jest dla nich wyraźne oznakowanie pochodzenia żywności** oraz jej statusu, na przykład jako produktu lokalnego lub ekologicznego. Jasne, czytelne etykiety i odpowiednia ekspozycja na półkach mogłyby nie tylko ułatwić podejmowanie decyzji zakupowych, ale także zwiększyć zainteresowanie ofertą regionalnych i lokalnych producentów. Dla wielu klientów brak takich oznaczeń jest równoznaczny z brakiem wiedzy o istnieniu danego produktu, co w praktyce ogranicza jego sprzedaż.

Jestem wzrokowcem. Zdecydowanie takie wyraźne oznaczenia, jak jakieś logotypy, które byłyby łatwo zauważalne, najlepiej gdzieś w okolicy cen, no bo tam jednak zawsze patrzymy w pierwszej kolejności. Tak samo, na przykład zastąpienie pisania małą czcionką kraju pochodzenia po prostu flagą. Byłoby od razu na plus pod tym kątem, no że jednak łatwiej by to było zauważyć niż się wczytywać, prawda? [11_konsumentka].

Drugim ważnym obszarem oczekiwań jest **poprawa dostępności lokalnej żywności**. Badani wskazują, że większa częstotliwość organizowania targów oraz wydłużenie ich godzin otwarcia pozwoliłyby lepiej dostosować ofertę do rytmu dnia współczesnych konsumentów.

Wydaje mi się, że właśnie na przykład przedłużenie czasu tego targowiska mogłoby wyjść na plus, tym bardziej że ja nie mam do niego daleko. Więc lokalizacja byłaby na plus czasowo. Więc wydaje mi się, że z rynku na pewno częściej byśmy korzystali [11_konsumentka].

Ważna byłaby też sama **promocja lokalnych producentów**. W tym kontekście w rozmowach pojawił się m.in. wątek dotyczący **oczekiwań wobec sposobu, w jaki lokalni producenci i rolnicy mogliby docierać do konsumentów**. Zwrócono uwagę, że przydatnym rozwiązaniem byłaby większa współpraca dużych sieci handlowych z lokalnymi dostawcami. Obecnie wybór regionalnych produktów w marketach jest ograniczony, a konsumenci mają poczucie, że to właśnie sklepy powinny w większym stopniu wyjść naprzeciw lokalnym producentom. Taka współpraca mogłaby znacząco zwiększyć widoczność żywności lokalnej, a jednocześnie ułatwić klientom dokonywanie wyborów bez konieczności rezygnowania z wygody dużych zakupów w jednym miejscu.

Jednocześnie pojawiła się refleksja, że również sami rolnicy mogliby aktywniej angażować się w promocję swoich produktów, szczególnie poprzez media społecznościowe. Młodszy konsumenci, którzy dużą część informacji czerpią z internetu, zauważają, że treści związane z lokalną produkcją żywności rzadko pojawiają się w ich informacyjnej „bańce”. Brakuje materiałów, które w atrakcyjny i bezpośredni sposób pokazywałyby kulisy pracy rolnika, proces uprawy czy wykorzystanie własnych składników w kuchni. Tego rodzaju komunikacja mogłaby nie tylko budować świadomość i zaufanie, ale też tworzyć bliższą relację między producentem a odbiorcą, szczególnie wśród młodszego pokolenia.

O ile od sieci handlowych oczekuje się więc formalnej współpracy i poszerzenia oferty, o tyle od rolników większej otwartości na nowoczesne kanały dotarcia do konsumenta.

Proponowane są także rozwiązania ułatwiające logistykę zakupów, takie jak możliwość zamówienia produktów online i odebrania ich w dogodnym czasie w formie gotowych paczek.

Kwestia cen pozostaje kluczowym czynnikiem determinującym wybory zakupowe. Dlatego konsumenci oczekują też **zmniejszenia różnic cenowych między produktami ekologicznymi a ich konwencjonalnymi odpowiednikami**, argumentując, że bardziej konkurencyjna cena mogłaby skłonić szersze grono klientów do częstszego sięgania po żywność certyfikowaną. Podkreślają również potrzebę większej koncentracji oferty – tak, aby możliwe było dokonanie kompleksowych zakupów w jednym punkcie sprzedaży, bez konieczności odwiedzania wielu sklepów w poszukiwaniu poszczególnych produktów.

W oczekiwaniach tych wyraźnie widać **dążenie do połączenia jakości i lokalności oraz ekologiczności z wygodą, dostępnością i rozsądną ceną**. Konsumenci chcieliby, aby system sprzedaży odpowiadał nie tylko na ich potrzeby zdrowotne i środowiskowe, ale także na codzienne realia życia, w którym czas, komfort i budżet domowy są równie ważne, jak skład i pochodzenie kupowanej żywności.

Rezultat projektu „Jaka polityka żywnościowa dla Rzeszowa?”
realizowanego na podstawie umowy nr MNiSW/2024/DAP/323
w ramach zleconego przez Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego
zadania pt. „Jaka polityka żywnościowa dla Rzeszowa?”.

Zadanie finansowane jest ze środków Ministra.



Minister Nauki
i Szkolnictwa Wyższego



Ministerstwo Nauki
i Szkolnictwa Wyższego
