

Produkcja żywności ekologicznej i jej wpływ na rynek

Anna Szumiec^{id}, Kamila Musiał^{id}

*Instytut Zootechniki Państwowy Instytut Badawczy, Zakład Systemów i Środowiska Produkcji,
32-083 Balice k. Krakowa*

Wstęp
Żywność produkowana wedle zasad rolnictwa ekologicznego zyskuje coraz większą popularność w Polsce jak i na całym świecie, zarówno wśród rolników jak i konsumentów. Zwiększony popyt na ww. produkty determinuje rozwój rynku żywności ekologicznej poprzez wprowadzanie znacznej ilości bardziej zróżnicowanych towarów (Gołębiewski, 2024). Produkcja ekologiczna od 2025 r. została uproszczona na mocy Rozporządzenia MRiRW z dnia 14.03.2025 r. (<https://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU20250000324/O/D20250324.pdf>). Najważniejsze zmiany dotyczyły możliwości utrzymywania wszystkich gatunków zwierząt na trwałych użytkach zielonych (TUZ) przez cały rok. Ponadto, producenci rolni nie mają już obowiązku podawania zarówno numerów identyfikacyjnych, jak i liczby zwierząt przy składaniu dokumentów o dopłaty (<https://www.gov.pl/web/rolnictwo/rolnictwo-ekologiczne2>). Podstawowym sposobem wzrostu produkcji w gospodarstwach ekologicznych dla zaspokojenia popytu na produkowaną przez siebie żywność jest posiadanie większej powierzchni użytków rolnych (UR) (Barbieri i in., 2021) (Nitu i in., 2023; Komorowska, 2017) z równoczesnym występowaniem korzyści nie tylko środowiskowych, ale i społecznych (Shennan i in., 2017). Istotną rzeczą charakteryzującą gospodarstwa ekologiczne jest posiadanie większej średniej powierzchni UR niż w gospodarstwach konwencjonalnych. Należy to tłumaczyć niższym poziomem osiągniętych z nich efek-

tów produkcyjnych, a także tym, że w związku z niższą intensywnością produkcji ich możliwości wzrostu są zdecydowanie ograniczone (Redlichová i in., 2021; Meemken i Qaim, 2018). Poziom cen produktów ekologicznych, koszty produkcji, plony i wydajność są w głównej mierze odpowiedzialne za wyniki ekonomiczne. Dochody w tych gospodarstwach są determinowane głównie przez dopłaty do działalności, które są znacznie wyższe niż w gospodarstwach konwencjonalnych. To wsparcie nadaje kierunek i utrzymanie na stałym poziomie rozwoju gospodarstwu ekologicznemu, stanowiąc główny przyczynek do wyboru przez rolników prowadzenia tego typu działalności (Nachtman, 2021; Łuczka, 2021; Łuczka, 2023).

Celem pracy była próba odpowiedzi na pytanie, czy wytwarzanie produktów spożywczych metodami przyjaznymi środowisku naturalnemu, bez stosowania chemicznych środków ochrony roślin, nawozów sztucznych, regulatorów wzrostu ma wpływ na rynek żywności ekologicznej. Badania przeprowadzono w oparciu o dostępną literaturę z zakresu ww. tematyki.

Charakterystyka rolnictwa ekologicznego w Polsce

Według Głównego Inspektoratu Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych (IJHARS) na 31.12.2024 r. liczba producentów ekologicznych w Polsce wynosiła 24,7 tys. i wzrosła w stosunku do roku 2023 o ponad 3,2%. Wśród nich największą liczbę stanowili ekologiczni producenci rolni i było ich w roku 2024 23,2 tys., tj. 93,4% w ogólnej strukturze, natomiast w roku

2023 22,4 tys., tj. 93,2% w ogólnej strukturze, czyli o 3,6% mniej. Dla porównania, na podstawie dostępnych danych z Unii Europejskiej (Eurostat) w 2023 r. największa liczba ekologicznych producentów rolnych była: we Włoszech (84,2 tys., tj. 2,7 razy więcej niż w Polsce), we Francji (61,2 tys., tj. 1,7 razy więcej niż w Polsce), w Niemczech (36,5 tys., tj. 0,6 razy więcej niż w Polsce).

W naszym kraju najwięcej producentów ekologicznych w 2024 r. odnotowano w województwie podlaskim (tj. 5,01 tys., co stanowiło 20,22% ogółu), warmińsko-mazurskim (tj. 3,92 tys. – 15,83% ogółu), mazowieckim (tj. 2,99 tys. – 12,08% ogółu), a w porównaniu do roku 2023 było to więcej o: 8,15% (podlaskie), 2,35% (warmińsko-mazurskie), natomiast mniej o 0,66% (mazowieckie). Najmniejszą liczbą producentów ekologicznych w 2024 r. charakteryzowały się trzy województwa: kujawsko-pomorskie (tj. 445 – 1,79% ogółu), śląskie (tj. 242 – 0,98% ogółu), opolskie (tj. 92 – 0,37% ogółu), co w stosunku do roku 2023 było większe o odpowiednio: 0,45% i 1,26%, natomiast w trzecim województwie w ww. okresie zmian nie odnotowano (tab. 1). Powierzchnia UR, na których stosowane są ekologiczne metody produkcji, od 6 lat wykazuje tendencję wzrostową i w 2024 r. była na poziomie ponad 691 tys. ha w stosunku do ponad 636 tys. ha w roku 2023 (czyli o ponad 8% wyższa). Przekłada się to na zwiększenie jej udziału w ogólnej powierzchni użytkowanej rolniczo w Polsce do ponad 4,9%. Wzrósł też udział TUZ (łąk i pastwisk) o 1,5% w 2024 r. w stosunku do 2023.

Ekologiczną produkcję zwierzęcą ciągle determinuje wzrost chowu: drobiu, którego populacja wyniosła w 2024 r. 1096,7 tys. szt. (w tym najwięcej było kur nieśnych – 633 tys. szt.), a także bydła, którego liczba w 2024 r. osiągnęła 28,8 tys. sztuk. Według raportu IJHARS za lata 2023–2024 (wydanego w 2025 r.) największa liczba gospodarstw do 10 ha była w roku 2023, tj. 7,6 tys., natomiast w roku 2024 na poziomie 7,4 tys., co stanowiło odpowiednio: 34,2% i 32,2% udziału w ogólnej strukturze powierzchni gospodarstw stosujących ekologiczne metody produk-

cji. Na drugim miejscu znalazły się podmioty o wielkości powierzchni od 10 do 20 ha, których było: 5,9 tys. w 2023 r., natomiast w 2024 więcej o 324 (tj. o 5,48%). Utrzymującym się od lat trendem jest wzrost ilości gospodarstw powyżej 100 ha, których w roku 2023 było zaledwie 1025, natomiast rok później o 125 więcej, co stanowiło odpowiednio zaledwie: 4,6% i 5% w ogólnej strukturze. Średnia powierzchnia gospodarstwa ekologicznego w 2024 r. wynosiła 29,9 ha, natomiast rok wcześniej była o 1,4 ha mniejsza (tj. o 4,91%). Według Zielińskiego i Gołębiewskiej (2024), opierających się na danych z raportów IJHARS za 2022 r., ARiMR (Agencji Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa) za 2022 r. oraz Polskiego FADN (Sieć Danych Rachunkowości Gospodarstw Rolnych) za 2022 r., w Polsce duże znaczenie miały gospodarstwa o powierzchni do 10 ha UR, które występowały w 1345 gminach, z tego w około 32% tych gmin funkcjonowało tylko jedno gospodarstwo. W 2022 r. małe gospodarstwa ekologiczne stanowiły około 40% wszystkich gospodarstw ekologicznych i w produjących w tego typu produkcji województwach, tj. podkarpackim i lubelskim, stanowiły ponad 60% łącznej liczby wszystkich gospodarstw ekologicznych w Polsce.

Produkcja żywności ekologicznej, problemy i jej wpływ na rynek

Z badań prowadzonych przez Wrzaszcz (2022), która analizowała dane statystyczne dotyczące rolnictwa ekologicznego w Polsce za lata 2004–2020 wynika, że w tym okresie nastąpił dynamiczny jego rozwój, poprzez zwiększenie liczby gospodarstw i powierzchni objętych produkcją organiczną. Jednak, w tym czasie zwiększyła się jedynie liczba gospodarstw prowadzących wyłącznie ekologiczną produkcję roślinną. Autorka podkreślała, że główną barierą był i w przyszłym czasie pozostanie czynnik instytucjonalny, który nie pomaga potencjalnym producentom rolnym w prowadzeniu tego typu działalności. Na podstawie badań prowadzonych przez Gołębiewską i Pajewskiego (2025), którzy przeanalizowali dane

Tabela 1. Producenci ekologiczni w Polsce i według województw w latach 2023–2024
Table 1. Organic producers in Poland and by voivodeship in 2023–2024

Wyszczególnienie – <i>Specification</i>	2023	2024	% (2024/2023)
Polska (producenci ekologiczni) (tys.) <i>Poland (organic producers) (thousand)</i>	23 995 (100%)	24 793 (100%)	+3,3
– ekologiczni producenci rolni (tys.) <i>– organic agricultural producers (thous.)</i>	22 354 (93,16%)	23 155 (93,39%)	+3,6
– producenci ekologiczni zajmujący się przygotowaniem (tys.) <i>– organic producers involved in preparation (thous.)</i>	1 202 (5,01%)	1 227 (4,95%)	+2,1
Województwo – producenci ekologiczni (tys.): <i>Voivodeship – organic producers (thous.):</i>			
– podlaskie	4636 (19,32%)	5014 (20,22%)	+8,15
– warmińsko-mazurskie	3834 (15,98%)	3924 (15,83%)	+2,35
– mazowieckie	3015 (12,57%)	2995 (12,08%)	-0,66
– kujawsko-pomorskie	443 (1,85%)	445 (1,79%)	+0,45
– śląskie	239 (0,99%)	242 (0,98%)	+1,26
– opolskie	92 (0,38%)	92 (0,37%)	b/z

Źródło: obliczenia własne na podstawie: Raport o stanie rolnictwa ekologicznego w Polsce w latach 2023–2024.
Own calculations based on the: Report on the state of organic farming in Poland in 2023–2024.

z Sieci Danych Rachunkowości Gospodarstw Rolnych (FADN) oraz Organizacji Narodów Zjednoczonych do spraw Wyżywienia i Rolnictwa (FAO) za lata 2012–2022 wynika, że również w Unii Europejskiej (EU) nastąpił w tym okresie wzrost rozwoju rolnictwa ekologicznego. Objawiało się to zwiększonym spożyciem żywności ekologicznej i coraz wyższą wiedzą o tego typu produktach. Władysława Łuczka (2023) prowadziła w 2023 r. badania ankietowe, na podstawie których dowiodła, że rolnicy produkujący metodami opartymi na zasadach rolnictwa ekologicznego kierowali się w swoim wyborze głównie czynnikami ekonomicznymi, a w dalszej kolejności środowiskowymi i społecznymi. Na potrzeby analiz wyodrębniła trzy grupy ludzi: zaangażowanych (którzy są najbardziej świadomi

i podejmując decyzje kierują się wartościami i normami środowiskowymi, etycznymi i zdrowotnymi), pragmatycznych (kierujących się korzyściami ekonomicznymi, tj. poziomem wsparcia, opłacalnością produkcji, poziomem kosztów i wysokością premii cenowych oraz maksymalizacją dochodu) i pragmatyczno-zaangażowanych (połączenie dwóch poprzednich grup).

Rolnicy zaangażowani oraz zaangażowani-pragmatyczni stawiali na dwa czynniki przemawiające za rolnictwem organicznym, dbanie o środowisko i zdrowie, natomiast pragmatycy za główny cel swojej działalności uznawali czynnik ekonomiczny, tj. wysokie dotacje do rolnictwa bazującego na produkcji ekologicznej. W swoich badaniach Cristache i in. (2018) stwierdzili, że rolnictwo ekologiczne ma podstawy ku temu, aby

w swoim założeniu dbać o zależność pomiędzy swoją działalnością a zwracaniem uwagi na środowisko naturalne. Ponadto, propagując taki rodzaj działalności równocześnie wspiera się: dobrostan zwierząt, krajobraz, bioróżnorodność, usługi na rzecz ekosystemu, energię odnawialną oraz klimat. Tal (2018) zwrócił w swoich badaniach uwagę na fakt, że dla zapewnienia globalnego bezpieczeństwa żywności warto zadbać o racjonalny wzrost udziału powierzchni ekologicznych użytków rolnych w powierzchni UR ogółem.

Według badań przeprowadzonych przez Prandeckiego i in. (2021), bezpośrednie wsparcie rolnictwa ekologicznego i wzrost towarowości gospodarstw z tego typu produkcją mają realny wpływ na wzrost wskaźnika powierzchniowego, a to z kolei powoduje rozwój rolnictwa ekologicznego w Polsce. Badaniem i identyfikacją barier stwarzanych przez różne instytucje (a dotyczące rozwoju rolnictwa ekologicznego w Polsce) zajęła się w swoich badaniach Łuczka (2020), według której zbyt często następuje niekorzystna zmiana przepisów, co nie sprzyja stabilności funkcjonowania gospodarstw produkujących metodami ekologicznymi. Ponadto, od producentów rolnych wymaga się utrzymywania wysokich standardów produkcji, a nie wspiera się ich w dostatecznym stopniu od strony organizacyjnej i finansowej. Głównie wynika to z niedoskonałych i niewystarczających działań instytucji odpowiadających za ten rodzaj produkcji. Analizą kanałów zaopatrzenia w surowiec w ramach rynku żywności ekologicznej zajęła się w swoich badaniach Smoluk-Sikorska (2021), która stwierdziła, że dostawcami żywności ekologicznej do przetwórci byli głównie rolnicy, a w znacznie mniejszym stopniu pośrednicy. Przetwórci żywności ekologicznej narzekały na nieregularne dostawy surowca i w nieodpowiedniej ilości, w związku czym finalnie musieli posiłkować się importem surowca do ww. produkcji żywności. Stąd wnioski na przyszłość, aby podjąć działania mające na celu współpracę rolników z przetwórcami zarówno na szczeblu pionowym, jak i poziomym. Wzorcami konsumpcji na rynku żywności ekologicznej

zajęła się w swoich analizach Smoluk-Sikorska (2022). Zauważyła, że potencjalni nabywcy żywności ekologicznej to kobiety w wieku około 40 lat, skłonne wydać na ten rodzaj produktów około 20% całkowitych wydatków na żywność. Ich wybór był motywowany głównie wysoką jakością tych produktów, zdecydowanie mniejszą zawartością chemii, ale także (choć w mniejszym stopniu) pozytywnym wpływem na środowisko i etycznymi motywami produkcji. Częściej kupowały artykuły, takie jak: warzywa, owoce, jajka, produkty zbożowe, a w decydowanie mniejszym stopniu mięso, wędliny i ryby. Produkty te nabywano głównie w specjalistycznych mniejszych sklepach lub na wydzielonych miejscach w sieciach handlowych, z niezmiennym zachowaniem ograniczenia w zakupie, który był dyktowany głównie ich wysoką ceną.

Problemami rozwoju rolnictwa i przetwórstwa ekologicznego zajęła się w swoich badaniach Grzybowska-Brzezińska (2020), która skoncentrowała się na ustaleniu, że brak odpowiedniej skali produkcji jest czynnikiem utrudniającym rozwój rynku żywności ekologicznej. Według autorki, należy zwrócić szczególną uwagę na zbudowanie takiej infrastruktury, która będzie wspierać organizację sprzedaży, a także na wskazanie rynku docelowego konsumentów dla tej specyficznej kategorii produktów. Konsumentów z roku na rok są coraz bardziej świadomi ekologicznie, o czym wspominał Tiwari (2022), który stwierdził, że pozwala to na zrozumienie przez nich istoty wyzwań związanych z ochroną środowiska. Sowa (2018) wykazał, że ludzie uświadomieni ekologicznie posiadają odpowiedni poziom wiedzy do podejmowania konkretnych działań w tym kierunku. Według Wierzińskiego i in. (2021), konsumenci świadomi ekologicznie zdecydowanie częściej od pozostałych wybierają żywność przyjazną dla planety. Powinno się regularnie edukować konsumentów, aby podnosić ich świadomość do dokonywania wyborów proekologicznych (Grzybowska-Brzezińska, 2012). Coraz częściej wybierają oni produkty wspierające zrównoważony rozwój. Wspierają akcje

społeczne, konsumują świadomie i ich styl życia sprzyja zrównoważonemu rozwojowi środowiska (Rajagopal i in., 2021). Często konsumenckie wybory rynkowe dokonywane są w ten sposób, aby poprawić sytuację innych ludzi, a także zadbać o ochronę środowiska, nawet jeśli nie jest to związane z wymiernymi korzyściami ekonomicznymi, a tylko z przyczynkiem do wspólnego dobra (Boobalan i in., 2021). Współcześni konsumenci świadomie wybierają produkty z uwzględnieniem wspólnego dobra, a nie jedynie korzyści osiąganych indywidualnie. Często zwracają uwagę na przyszłe pokolenia w kontekście zapobiegania degradacji środowiska naturalnego, a także podejmują działania zmierzające do ograniczania zużycia nieodnawialnych zasobów naturalnych (Boobalan i in., 2021). Potencjalni konsumenci, kupując produkty ekologiczne posiadają subiektywną wiedzę, którą wykorzystują, a niebagatelny wpływ na ich wybory ma również ich wykształcenie. W ostatnich latach coraz bardziej pogłębia się ich ekologiczna świadomość dotycząca nie tylko wyborów ekologicznej żywności, ale też i wspierania finansowego projektów społecznych (Tan i in., 2022). Bardzo duża grupa konsumentów, która kupuje ekologiczne produkty związane z regionem, wspiera w ten sposób lokalną społeczność i redukcję śladu węglowego związanego z transportem (Czudec, 2022). Konsumenci wybierający żywność ekologiczną wspierają: ochronę środowiska, zmniejszenie wpływu rolnictwa konwencjonalnego na klimat, zrównoważone praktyki rolnicze. Ich świadomość szkodliwego wpływu tradycyjnego rolnictwa na otoczenie sprzyja inwestowaniu w produkty ekologiczne jako te, które są rzeczywistym wsparciem dla środowiska (Boobalan i in., 2021). W badaniach przeprowadzonych w Stanach Zjednoczonych, Chinach i Europie stwierdzono, że klienci są bardziej świadomi w regionach rozwiniętych. Ludzie tam mieszkający mają wyższą „wiedzę ekologiczną” poprzez większy dostęp do wiadomości o korzyściach, jakie niesie wybór tego typu produktów. Aspekty związane ze wsparciem dla lokalnych producentów oraz

ochroną środowiska to przesłanki, dla których ludność z Europy i USA sięga po produkty ekologiczne, natomiast Chińczycy zdecydowanie w tej kwestii na pierwszym miejscu stawiają na zdrowie (Gu, 2022).

Na naszym rodzimym podwórku badaniem świadomości ekologicznej, wartości społecznych i proekologicznych działań producentów oraz ich wpływem na decyzje zakupowe zajęły się w 2022 r. Grzybowska-Brzezińska i Grzywińska-Rapca i stwierdziły, że zdrowie jest głównym priorytetem wyboru żywności ekologicznej przez konsumentów, ale także choć w mniejszym stopniu decyzje podejmowane są poprzez chęć: ochrony gleb, zmniejszenie zużycia nawozów i ograniczenie zanieczyszczeń. Autorki zajęły stanowisko, że w kampaniach promujących produkty ekologiczne należy położyć znacznie większy nacisk na ww. aspekty, tj. zadbać o certyfikaty i lepsze oznakowanie produktów ekologicznych (Grzybowska-Brzezińska i Grzywińska-Rapca, 2025). Podobne badania prowadziła w 2025 r. Juszczuk, stwierdzając, że decyzje dotyczące kupna przez potencjalnych konsumentów produktów ekologicznych są podyktowane głównie poziomem ich dochodów. Nabywanie ww. produktów determinowane jest wielkością gospodarstwa domowego, a także jego zamożnością. Podniosła również w swoich badaniach temat niedostatecznego oznakowania ekologicznych produktów i ich nieodpowiednich cen, co wymusza na osobach odpowiedzialnych za tego typu produkcję podjęcia działań zwiększających przejrzystość etykiet oraz wdrażania jednolitych norm ustalania ich cen. Autorka wykazała, że blisko 85% badanych za priorytet stawia sobie ochronę środowiska, co może wskazywać na rosnącą świadomość społeczną dotyczącą zmiany klimatu, zanieczyszczenia powietrza i degradacji ekosystemów. Zakupów produktów ekologicznych najwięcej respondentów dokonywało z umiarkowaną częstotliwością i była to w ponad 55% żywność, za którą zdecydowano się zapłacić o 10% więcej niż za konwencjonalną. Ponadto wykazano, że gospodarstwa domowe z 4-osobo-

wą rodziną w największym odsetku, tj. w ponad 70% sporadycznie zwracały uwagę na produkty ekologiczne i dochód nie był kluczowym czynnikiem wyboru tych surowców (Juszczuk, 2025). Jak zaznaczali w swoich pracach Wrzaszcz i Prandecki (2020) oraz Łuczka (2021), perspektywy zrównoważonego rozwoju są uzależnione od rolnictwa ekologicznego, dlatego zasadniczym zadaniem jest wspieranie tego rodzaju działalności poprzez racjonalne realizowanie polityki rolno-środowiskowej. Odpowiednio prowadzona przyspiesza rozwój rolnictwa ekologicznego nie tylko w sferze regulacyjnej, ale również – a może przede wszystkim – finansowej.

Promowanie żywności ekologicznej/rolnictwa ekologicznego

Stosownie do wytycznych Ramowego Planu Działania dla Żywności i Rolnictwa Ekologicznego w Polsce na lata 2023–2024, odbyło się szereg działań na rzecz jego promowania. Centrum Doradztwa Rolniczego w ramach operacji „Rolnictwo ekologiczne – szansa dla rolników i konsumentów” zorganizowało dwie konferencje: „Rolnictwo ekologiczne – szansa dla rolników i konsumentów” oraz „Produkcja ekologiczna szansą dla młodych rolników”, w których z roku na rok brało udział coraz więcej (o 7 do nawet 25% więcej) osób. Wynika z tego, że działalność ta cieszyła się wśród uczestników coraz większym zainteresowaniem. Ekologiczni doradcy startowali o blisko 3% chętniej w 2024 r. w stosunku do roku 2023 w konkursach na poziomie wojewódzkim. Podobnie było z konkursami na najlepsze gospodarstwo ekologiczne. Niekwestionowanym liderem w sferze konkursów na najlepsze gospodarstwo ekologiczne okazał się ten, w którym wystartowało blisko 6,7% więcej gospodarstw w 2024 r. w stosunku do 2023. Szkoły brały udział w sprawdzeniu wiedzy o rolnictwie ekologicznym, a ilość konkursów w roku 2024 w stosunku do 2023 wzrosła o 5 i blisko 100 osób więcej wzięło w nich udział.

Wsparcie dla projektów demonstracyjnych i działań informacyjnych w rolnictwie

ekologicznym prowadzonych przez Centrum Doradztwa Rolniczego było ogromne. W 2022 r. przeprowadzono w gospodarstwach 86 demonstracji, w których wzięło udział 876 osób, podczas gdy w roku 2023 było ich już 974 i wzięło w nich udział 5631 osób. Niestety, w 2024 r. nastąpił spadek do odpowiednio: 372 demonstracji i liczby 2292 szkolonych osób. Działania na rzecz rolnictwa ekologicznego podejmowały też Ośrodki Doradztwa Rolniczego (ODR), prowadząc szkolenia dot. m.in. produkcji metodami ekologicznymi, których w 2023 r. zorganizowano 145, a w 2024 r. było ich już 187 (czyli o 28% więcej). Liczba zainteresowanych odbiorców oscylowała na poziomie odpowiednio 2708 i 2962 osób (czyli o ponad 9,3% więcej). Szkoleń z zakresu sprzedaży produktów ekologicznych było 11 w 2023 r., a w 2024 o ponad 100% więcej, a zainteresowanych nimi było odpowiednio: 179 i 341 osób.

W ramach działalności upowszechnieniowej dotyczącej produkcji metodami ekologicznymi wyróżniało się doradztwo grupowe, którego udzielono w 2023 r. 42 razy, a w 2024 – 68 razy. Skorzystało z niego 225 osób w 2023 r. oraz 373 osoby w 2024. Duże zainteresowanie z roku na rok wzbudzało poradnictwo indywidualne, z którego w 2023 r. skorzystało 10877 osób, a rok później już ponad 11,5 tys. osób. Doradztwo grupowe w zakresie rolnictwa ekologicznego w ramach Wspólnej Polityki Rolnej (WPR) również z roku na rok przyciągało coraz więcej zainteresowanych osób i w 2023 r. udzielono go 25 razy dla 143 osób, natomiast w 2024 – 31 razy dla 173 osób. Wielu producentów rolnych skorzystało z indywidualnych porad w ramach tego zagadnienia. W 2023 r. były to 9102 osoby, a w 2024 – 9330 osób.

Promowanie regionu poprzez produkcję ekologiczną realizowane jest np. w zagrodach edukacyjnych, prowadzonych przez mieszkańców danego terenu z jednoczesną realizacją przynajmniej dwóch celów edukacyjnych. Do dyspozycji każdego beneficjenta jest pięć celów w ramach: produkcji roślinnej, zwierzęcej, przetwórstwa produktów rolnych, świadomości ekologicznej i konsumenckiej, dziedzictwa kultury ma-

terialnej wsi, tradycyjnych zawodów, rękodzieła i twórczości ludowej. Obiekty, zwane zagrodami edukacyjnymi mają obowiązek posiadania zwierząt gospodarskich lub upraw rolniczych. Korzyści z prowadzenia edukacji w gospodarstwie są zauważalne, zarówno: dla rolników (tj. dodatkowy dochód, przedłużenie sezonu turystycznego, promocja produktów z gospodarstwa, wzbogacenie codziennego życia rolnika, satysfakcja i radość z pracy z dziećmi i młodzieżą, rozwój osobowy rodzin rolniczych, nowe perspektywy), jak i dla szkolnictwa (tj. urozmaicony i wzbogacony proces kształcenia, zajęcia praktyczne i warsztatowe z różnych dziedzin i przedmiotów, alternatywne miejsca edukacji, możliwość poznania wiejskiej kultury i obyczajów – wzrost zrozumienia). W całej Polsce w 2025 r. było 250 zagród ekologicznych funkcjonujących w ramach zajęć tematycznych „Ekologia”, co przekłada się na: 31 zagród działających w województwie dolnośląskim (co stanowi ponad 12% ogółu), 27 zagród w małopolskim (10,80% ogółu), 21 zagród w warmińsko-mazurskim i mazowieckim (blisko 8,5% ogółu), 19 zagród w śląskim (ponad 7,5% ogółu) (<https://zagrodaedukacyjna.pl>).

Podsumowanie

Wzrost liczby producentów ekologicznych o ponad 3% w 2024 r. w stosunku do 2023, w tym wybijającej się grupy ekologicznych producentów rolnych o blisko 4%, stwarza możliwości coraz to bardziej intensywnej produkcji żywności tego typu. Kolejnym motywującym czynnikiem jest powierzchnia UR, na których stosowane są ekologiczne metody produkcji, a która od 6 lat wykazuje tendencję wzrostową i w 2024 r. była na poziomie ponad 691,4 tys. ha w stosunku do ponad 636,02 tys. ha w roku 2023 (czyli o ponad 8% wyższa). Jednak, ta sfera gospodarki musi zostać zdecydowanie bardziej doceniona przez odpowiedzialne instytucje, gdyż to czynnik instytucjonalny właśnie ma często decydujący a niekoniecznie mobilizujący wpływ na producentów rolnych. Przepisy nie są doprecyzowane i w ten sposób zniechęcają potencjal-

nych producentów żywności ekologicznej do rozpoczynania a w konsekwencji kontynuowania swojej działalności przez osoby przejmujące gospodarstwa najczęściej z najbliższej rodziny. Dlatego, bardzo ważnym sygnałem ze strony Państwa stało się: uproszczenie przepisów od marca 2025 r., aby można było utrzymywać wszystkie gatunki zwierząt na TUZ przez cały rok, a także zmniejszenie ilości dokumentów przy składaniu wniosków o płatności (które, jak wiadomo, są jedną z większych motywacji do podejmowania przez rolników tego rodzaju produkcji), w myśl których producenci rolni nie mają już obowiązku podawać zarówno numerów identyfikacyjnych, jak i liczby zwierząt.

Rozwój lokalnej gospodarki w różnych regionach Polski często jest wspomagany poprzez produkty ekologiczne. W tej mierze zasadniczą rolę odgrywają zagrody edukacyjne, które promują szeroko pojętą edukację, m.in. w zakresie świadomości ekologicznej i konsumenckiej, co w konsekwencji powoduje większą decyzyjność konsumentów do zakupu tego rodzaju produktów. Wpływa to na wzrost dochodów ze sprzedaży lokalnej, a także może stymulować tworzenie dodatkowych miejsc pracy w regionie. Działalność tych zagród może również powodować rozwój promocji turystyki kulinarnej. Produkty ekologiczne są bowiem postrzegane jako kulinarne atrakcje turystyczne i konsumenci są przyciągani w różne miejsca takimi lokalnymi smakami. Produkty ekologiczne mają również swój wpływ na rozwój zrównoważony poprzez zmniejszenie niekorzystnego wpływu na środowisko dzięki zastosowaniu do ich produkcji ekologicznych metod. Przetwórnictwo żywności ekologicznej narzekały na nieregularne dostawy surowca i w nieodpowiedniej ilości, stąd wnioski do wyciągnięcia na przyszłość, aby podjąć działania, mające na celu współpracę rolników z przetwórcami, zarówno na szczeblu pionowym jak i poziomym. Należy zwrócić szczególną uwagę na zbudowanie takiej infrastruktury, która będzie wspierać organizację sprzedaży, a także wskazywać rynek docelowego konsumenta dla tej specyficznej kategorii produktów.

Literatura

- Barbieri P., Pellerin S., Seufert V., Smith L., Ramankutty N., Nesme T. (2021). Global option space for organic agriculture is delimited by nitrogen availability. *Nature Food*, 2 (5): 363–372.
- Boobalan K., Nawaz N., Harindranath R.M., Gajenderan V. (2021). Influence of altruistic motives on organic food purchase: Theory of planned behavior. *Sustainability*, 13 (11): 6023.
- Cristache S.E., Vuta M., Marin E., Cioaca S.J., Vuță M. (2018). Organic versus conventional farming – a paradigm for the sustainable development of the European countries. *Sustainability*, 10 (11): 4279.
- Czudec A. (2022). The altruistic behaviour of consumers who prefer a local origin of organic food. *Agriculture*, 12 (4): 567.
- Główny Inspektorat Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych (2025). Raport o stanie rolnictwa ekologicznego w Polsce w latach 2023–2024. Wyd. GIJHARS, Warszawa.
- Gołębiewski J. (2024). Changes in the import of organic products to the European Union between 2018 and 2023. *Annals of the Polish Association of Agricultural and Agribusiness Economists*, XXVI (4): 58–70.
- Gołębiewska B., Pajewski T. (2025). Changes in the development trends of organic farming in the world. *Annals of the Polish Association of Agricultural and Agribusiness Economists*, XXVII (1): 83–95.
- Gu S. (2022). The influence of subjective knowledge, altruistic values, and self-confidence on the pro-environmental attitudes and behaviors of Chinese consumers. *Tourism*, 32 (2): 7–17.
- Grzybowska-Brzezińska M. (2012). Uwarunkowania rozwoju ekokonsumpcji w zachowaniach konsumentów północno-wschodniej Polski. *Handel Wewnętrzny*, 2: 209–217.
- Grzybowska-Brzezińska M. (2020). Conditions underlying the development of organic farming in the province of Warmia and Mazury. *Annals of the Polish Association of Agricultural and Agribusiness Economists*, XXII (1): 113–125.
- Grzybowska-Brzezińska M., Grzywińska-Rapca M. (2025). Altruistyczne zachowania konsumentów w kontekście prośrodowiskowych wartości żywności ekologicznej. *Annals of the Polish Association of Agricultural and Agribusiness Economists*, XXVII (1): 61–75.
- Juszczuk K. (2025). Ekologiczne wybory konsumentów a poziom dochodów: perspektywa zrównoważonej konsumpcji. *Annals of the Polish Association of Agricultural and Agribusiness Economists*, XXVII (1): 112–126.
- Komorowska D. (2017). Rozwój ekologicznego rolnictwa w Europie. *Roczniki Naukowe SERiA*, XVII (1): 124–130.
- Łuczka W. (2020). Institutional barriers to the development of organic farming in Poland. *Annals of the Polish Association of Agricultural and Agribusiness Economists*, XXII (1): 213–223.
- Łuczka W. (2021). Procesy rozwojowe rolnictwa ekologicznego i ich ekonomiczno-społeczne uwarunkowania. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR.
- Łuczka W. (2023). Problemy rozwoju rolnictwa ekologicznego w opinii rolników. *Roczniki Naukowe SERiA*, XXV (4): 283–296.
- Meemken E.M., Qaim M. (2018). Organic agriculture, food security, and the environment. *Annual Review of Resource Economics*, 10: 39–63.
- Nachtman G. (2021). Rolnictwo ekologiczne w Polsce wobec działań na rzecz jego rozwoju. *Wiadomości Statystyczne*, 66 (7): 24–43.
- Prandecki K., Wrzaszcz W., Zieliński M. (2021). Environmental and climate challenges to agriculture in Poland in the context of objectives adopted in the European Green Deal strategy. *Sustainability*, 13 (18): 10318.
- Rajagopal K., Mahajan V., Priya R. (2021). Green product buying behaviour and factors. Influencing the consumer buying decisions – a critical review. *Psychology and Education*, 58 (4): 2310–2316.
- Redlichová R., Chmelíková G., Blažková I., Svobodová E., Naaki Vanderpuje I. (2021). Organic food needs more land and direct energy to be produced compared to food from conventional farming: empirical evidence from the Czech Republic. *Agriculture*, 11 (9): 813.
- Shennan C., Krupnik T.J., Baird G., Cohen H., Forbush K., Lovell R.J., Olimpi E.M. (2017). Organic and conventional agriculture: a useful framing? *Annual Review of Environment and Resources*, 42: 317–346.
- Smoluk-Sikorska J. (2021). Supply sources of organic food processing companies in Poland. *Annals of the Polish Association of Agricultural and Agribusiness Economists*, XXIII (1): 71–81.
- Smoluk-Sikorska J. (2022). Consumer behaviours in the organic food market. *Annals of the Polish Association of Agricultural and Agribusiness Economists*, XXIV (3): 160–174.
- Sowa F. (2018). Świadomość ekologiczna i jej wpływ na ekologizację społeczeństwa i gospodarki. *Rynek-Społeczeństwo-Kultura*, 4 (30): 36–38.

- Sprawozdanie z wykonania Ramowego Planu Działań dla Żywności i Rolnictwa Ekologicznego w Polsce za lata 2023–2024. Wyd. MiNROL, Warszawa, 2025.
- Tal A. (2018). Making conventional agriculture environmentally friendly: Moving beyond the glorification of organic agriculture and the demonization of conventional agriculture. *Sustainability*, 10 (4): 1078.
- Tan T.M., Makkonen H., Kaur P., Salo J. (2022). How do ethical consumers utilize sharing economy platforms as part of their sustainable resale behavior? The role of consumers' green consumption values. *Technological Forecasting and Social Change*, 176: 121432.
- Nitu Tazbeen Tabara, Tasnim Binte Rayhan Promi, Syed Aflatun Kabir Hemel (2023). Organic agriculture: global challenges and environmental impacts. [In:] *Organic fertilizers, new advances and applications*. Khalid Rehman Hakeem (ed.).
- Tiwari P. (2022). Analysing green self-efficacy and green altruism of Millennials customers toward green purchases through the lens of the theory of planned behaviour. *Public Organization Review*, 23: 1545–1561.
- Wierzbński B., Surmacz T., Kuźniar W., Witek L. (2021). The role of the ecological awareness and the influence on food preferences in shaping pro-ecological behavior of young consumers. *Agriculture*, 11 (4): 345.
- Wrzaszcz W. (2022). Development of organic farming and its environment in Poland in the light of the European Green Deal challenges. *Annals PAAAE*, XXIV (2): 109–122.
- Wrzaszcz W., Prandecki K. (2020). Agriculture and the European Green Deal. *Problems of Agricultural Economics*, 4 (365): 156–179.
- Zieliński M., Gołębiewska B. (2024). *Roczniki Naukowe SERiA*, XXVI, (1): 362–377.
<https://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU20250000324/O/D20250324.pdf>
<https://ec.europa.eu/eurostat>
<https://zagrodaedukacyjna.pl>

ORGANIC FOOD PRODUCTION AND ITS IMPACT ON THE MARKET

Summary

The increase in organic producers by over 3% in 2024 compared to 2023, including the outstanding group of organic agricultural producers by almost 4%, creates opportunities for increasingly intensive production of organic food. Another motivating factor is the area of agricultural land where ecological production methods are carried out, which has been showing an increasing trend for 6 years and in 2024 was over 691.4 thousand ha compared to over 636.02 thousand ha in 2023 (i.e. over 8% higher). However, this sphere of the economy must be much more appreciated by various types of institutions, because it is the institutional factor that often has a decisive and not necessarily mobilizing influence on agricultural producers. The regulations are too imprecise and thus discourage potential organic food producers from starting and, consequently, continuing their business by people taking over the farms, most often from their immediate family. Therefore, a very important signal from the state for them was: simplifying the regulations from March 2025, so that all animal species can be kept on TUZ all year round, and reducing the number of documents when submitting payment applications (which, as we know, are one of the greatest motivations for farmers to undertake this type of production), according to which agricultural producers are no longer obliged to provide both identification numbers and the number of animals. The development of the local economy in various regions of Poland is often supported by ecological products, and here educational farms play an essential role, promoting broadly understood education, among others. in terms of ecological and consumer awareness, which consequently results in greater consumer decision-making to purchase this type of products. This increases income from local sales and may also stimulate the creation of additional jobs in the region. The activities of these farms may also result in the development of the promotion of culinary tourism, as organic products are often perceived as culinary tourist attractions and consumers are attracted to various places by such local flavors. Ecological products also contribute to sustainable development by reducing the negative impact on the environment thanks to the use of ecological methods in their production. Organic food processing plants complained about irregular deliveries of raw materials and in inappropriate quantities, hence conclusions to be drawn for the future in order to take actions aimed at cooperation between farmers and processors, both at the vertical and horizontal levels. Particular attention should be paid to building infrastructure that will support sales organization and indicate the target consumer market for this specific product category.

Key words: organic food, production, impact on the market