



The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search

<http://ageconsearch.umn.edu>

aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

No endorsement of AgEcon Search or its fundraising activities by the author(s) of the following work or their employer(s) is intended or implied.

Ewa Koreleska

Uniwersytet Technologiczno-Przyrodniczy im. J. i J. Śniadeckich w Bydgoszczy

SPRZEDAŻ ŻYWNOŚCI EKOLOGICZNEJ W WOJEWÓDZTWIE KUJAWSKO-POMORSKIM

THE SALE OF ORGANIC FOOD IN KUYAVIAN-POMERANIAN VOIVODESHIP

Słowa kluczowe: żywność ekologiczna, produkt ekologiczny, rolnictwo ekologiczne, sprzedaż, sprzedaż bezpośrednia, kanały dystrybucji, dystrybucja

Key words: organic food, organic product, ecological agriculture, sale, direct sale, distribution channels, distribution

JEL codes: M31, Q13

Abstrakt. Celem głównym pracy jest przedstawienie sprzedaży żywności ekologicznej w województwie kujawsko-pomorskim na przykładzie wybranego gospodarstwa ekologicznego. Przedstawiono rozwój rolnictwa ekologicznego oraz rynku żywności ekologicznej w regionie oraz jego znaczenie dla rozwoju ruchu ekorolniczego w całym kraju, jako tła do dalszych badań. Następnie opisano sprzedaż żywności ekologicznej w Polsce i województwie. Wykorzystano dane pochodzące ze źródeł wtórnych – raportów krajowych (GIJHARS) i literatury przedmiotu. Następnie posłużono się metodą studium przypadku, którą przygotowano z wykorzystaniem danych pierwotnych pozyskanych podczas wizyt studyjnych w ekologicznym gospodarstwie rolnym w latach 2015-2017. Jako kryteria doboru gospodarstwa przyjęto jego lokalizację, ustabilizowaną produkcję ekologiczną, charakter innowacyjny oraz przynależność do grupy obszarowej gospodarstw o największym udziale w województwie kujawsko-pomorskim. Stwierdzono, że sprzedaż realizowana w krótkich kanałach dystrybucji, głównie na jarmarkach, dobrze funkcjonuje, mając dodatkowo wsparcie w mediach społecznościowych. Taka forma zapewnia bezpośredni kontakt z klientem, budowanie marki, płatność gotówką oraz możliwość jednorazowej sprzedaży dużej partii towaru. Odpowiada one zarówno oczekiwaniom części indywidualnych konsumentów, jak i całych grup, które w ramach np. kooperatyw spożywczych, aktywnie wpływają na proces produkcji i dystrybucji żywności ekologicznej, zapewniając bezpieczeństwo funkcjonowania tego typu gospodarstwom ekologicznym.

Wstęp

Główną barierą zniechęcającą rolników konwencjonalnych w województwie kujawsko-pomorskim do konwersji na ekologiczne metody gospodarowania są obawy związane ze zbytem produktów [Koreleska 2017]. Nie są one bezpodstawne. Jak wynika z przeprowadzonych wcześniej badań, często produkty z certyfikatem sprzedawane były jako konwencjonalne [Pawlewicz, Gotkiewicz 2012, Niewęglowski, Marek, Ryszard Jabłonka 2014], z powodu braku dostępu do ekologicznych przetwórni czy punktów skupu [Kaźmierczak, Zgiep 2013]. Poszukiwanie oraz prezentowanie wzorcowych przykładów gospodarstw ekologicznych funkcjonujących z powodzeniem na rynku, stanowi zachętę oraz wzorzec do naśladowania, również w zakresie wyboru kanałów dystrybucji.

Celem głównym pracy jest przedstawienie sprzedaży żywności ekologicznej w województwie kujawsko-pomorskim na przykładzie wybranego gospodarstwa ekologicznego.

Materiał i metodyka badań

Posłużono się metodą studium przypadku. Jako kryteria doboru gospodarstwa przyjęto jego lokalizację, ustabilizowaną produkcję ekologiczną (minimum 5-letni czas funkcjonowania w ekologicznym systemie gospodarowania), charakter innowacyjny oraz przynależność do grupy

obszarowej gospodarstw o największym udziale w województwie kujawsko-pomorskim. Dane pierwotne pozyskano podczas wizyt studyjnych w ekologicznym gospodarstwie rolnym w latach 2015-2017 i z wywiadów bezpośrednich z właścicielem gospodarstwa rolnego. Przygotowano kwestionariusz niestandardyzowany jako instrument pomiarowy. Określono m.in. zasięg sprzedaży oraz udział poszczególnych kanałów dystrybucji w całkowitej sprzedaży rocznej oraz dokonano oceny i perspektywy wykorzystania kanałów dystrybucji w przyszłości. Przedstawiono rozwój rolnictwa ekologicznego oraz rynku żywności ekologicznej w regionie oraz jego znaczenie dla rozwoju ruchu ekologicznego w całym kraju, jako tło do dalszych badań. Następnie opisano sprzedaż żywności ekologicznej w Polsce i województwie. Wykorzystano dane pochodzące ze źródeł wtórnych, m.in. z raportów krajowych GIJHARS i z literatury przedmiotu.

Geneza oraz stan rolnictwa ekologicznego i rynku jego produktów w woj. kujawsko-pomorskim

W województwie kujawsko-pomorskim rolnictwo ekologiczne ma bardzo długą tradycję, a rolnicy przez swoją działalność na rzecz rozwoju tej formy gospodarowania, znacząco wpłynęli na obecny kształt rolnictwa ekologicznego w Polsce. Już w 1960 roku inż. Julian Osetek założył w Nakle nad Notecią gospodarstwo biodynamiczne. W 1998 roku pod jego opieką rolnicy i doradcy udali się na kilkumiesięczne szkolenie i praktykę w gospodarstwach biodynamicznych w Szwajcarii, co przyczyniło się do rozwoju ruchu ekologicznego w Polsce. W 1989 roku powstała pierwsza organizacja rolnictwa ekologicznego w Polsce, tj. Stowarzyszenie Producentów Żywności Metodami Ekologicznymi „Ekołan”, której zjazd założycielski odbył się w Toruniu. [Sołtysiak 1997]. Gospodarstwa rolne położone na terenie województwa kujawsko-pomorskiego uczestniczyły wśród 31 podmiotów w pierwszej kontroli (wówczas

Tabela 1. Powierzchnia ekologicznych użytków rolnych w województwie kujawsko-pomorskim w 2007-2014 roku
Table 1. Organic area in Kujawsko-pomorskie Voivodeship in 2007-2014

Rok/Year	Powierzchnia łączna/Total organic area [ha]	Powierzchnia po zakończeniu konwersji/ Area fully converted [ha]	Powierzchnia w okresie konwersji/Area unter conversion [ha]
2007	5 884,3	2 456,9	3 427,5
2008	5 942,5	3 665,3	2 277,3
2009	6 791,2	4 980,7	1 810,6
2010	7 688,0	6 150,0	1 537,7
2011	8 375,9	6 494,8	1 881,2
2012	8 812,4	6 955,7	1 856,7
2013	11 151,5	8 924,7	2 226,8
2014	11 573,9	10 246,4	1 327,4
Zmiany/Changes [ha] 2014/2007	5 689,6	7 789,5	-2 100,1
Zmiany/Changes [%] 2014/2007	96,7	317,1	-61,3

Źródło/Source: [GIJHARS 2009, s. 30-31, 2011, s. 59-60, 2013, s. 57-58, 2015, s. 50-51]

jeszcze wewnętrznej stowarzyszenia) w 1990 roku i otrzymały atest na prowadzenie produkcji metodami ekologicznymi. Tu powstały pierwsza przetwórnia ekologiczna mięsa w Polsce (Rolmies w Łabiszynie) i produkująca ekologiczne kwaszone soki warzywne (Biofood w Białkowie), a także przetwory zbożowo-młynarskie (Biobabalscy w Pokrzydowie). Przez lata w ODR w Przysieku koło Torunia odbywały się kursy rolnictwa ekologicznego propagujące tę formę gospodarowania, na których przekazywano wiedzę praktyczną i teoretyczną. Powstały w 2007 roku pierwszy w Polsce Związek Zawodowy Rolników Ekologicznych Św. Franciszka z Asyżu ma swoją siedzibę w Szubinie [http://rolnicyekologiczni.pl/?page_id=27]. Obecnie też działa prężnie Kujawsko-Pomorskie Stowarzyszenie Producentów Ekologicznych „Ekołan”.

Według danych GIJHARS w latach 2007-2014 areal ekologicznych użytków rolnych w województwie

Tabela 2. Producenci ekologiczni w województwie kujawsko-pomorskim w latach 2007-2014

Table 2. Organic producers in Kujawsko-pomorskie Voivodeship in 2007-2014

Rok/Year	Producenci ekologiczni ogółem/ <i>Total organic producers</i>	Producenci rolni ogółem/ <i>Total organic agricultural producers</i>	Producenci rolni z gruntami po zakończonym okresie konwersji/ <i>Organic agricultural producers with area fully converted</i>	Producenci rolni z gruntami w okresie konwersji/ <i>Organic agricultural producers with area under conversion</i>	Przetwórnicy/ <i>Processors</i>	Pozostali producenci ekologiczni/ <i>Other organic producers</i>
2007	228	217	129	88	10	1
2008	272	258	158	100	11	3
2009	293	279	194	85	13	10
2010	340	327	232	95	13	6
2011	384	371	259	112	12	7
2012	406	390	297	93	15	8
2013	430	415	341	74	15	19
2014	419	401	361	40	18	18
Zmiany [liczba]/ <i>Changes/ [number]</i> 2014/2007	191	184	232	-48	8	17
Zmiany/ <i>Changes [%]</i> 2014/2007	83,77	84,79	179,84	-54,55	80	1700

Źródło: jak w tab. 1

Source: see tab. 1

kujawsko-pomorskim systematycznie się zwiększał i w całym analizowanym okresie nastąpił prawie dwukrotny wzrost powierzchni użytkowanych w ekologicznym systemie gospodarowania. Największy przyrost odnotowano w 2013 roku w stosunku do roku poprzedniego. Niepokojący był natomiast spadek wielkości powierzchni w okresie konwersji w 2014 roku w stosunku do 2007 roku, co wskazuje (mimo pewnych okresów wzrostu w latach 2010-2011 oraz 2012-2013) na zmniejszające się zainteresowanie rolnictwem ekologicznym wśród rolników konwencjonalnych w regionie kujawsko-pomorskim (tab. 1). Potwierdza to analiza danych dotyczących liczby producentów rolnych z gruntami w okresie konwersji. Ich liczba od 2012 roku systematycznie maleje, chociaż wszystkich producentów ekologicznych zwiększyła się w latach 2007-2014 o ponad 80%. Prawdopodobnie wpływ na decyzje rolników w latach 2013 i 2014 miały zmiany wprowadzane w systemie dotacji.

Region kujawsko-pomorski pod względem liczby producentów ekologicznych oraz ekologicznej powierzchni, na tle innych województw znajduje się obecnie na dalekim 14. i 13. miejscu. Szczegółowa analiza wykazała jednak, że wielkość produkcji wybranych upraw pozwoliła na osiągnięcie wyższej pozycji w rankingu województw. W przypadku produkcji ziemniaków województwo kujawsko-pomorskie zajęło 8. miejsce (1055,5 t), owoców (979,15 t), zbóż (2707,29 t) i warzyw (1355,98 t) – 9. miejsce, a mleka krowiego – 10. miejsce (6718 hl). Jeśli chodzi o przemiał zbóż region kujawsko-pomorskie zajmuje wśród województw dobre 5. miejsce (309,3 t) [GIJHARS 2015].

Sprzedaż żywności ekologicznej w Polsce oraz w woj. kujawsko-pomorskim

Sprzedaż żywności ekologicznej prowadzona jest przez różne kanały dystrybucji. Z przeprowadzonych badań przez TNS Polska wynika, że najczęściej wskazywanym miejscem zakupu przez Polaków były sklepy specjalistyczne (47%) [Organic Farma 2012]. Obecnie istnieje około 500 sklepów wyspecjalizowanych w sprzedaży produktów ekologicznych. Część z nich funkcjonuje w ramach sieci, tj. Organic Farma Zdrowia S.A., Żółty Cesarz, Free Delikatesy oraz Secret Garden [Kwasek 2013]. W województwie kujawsko-pomorskim powstała również nowa sieć Ekozakupy.pl, która obecnie ma cztery punkty handlowe – trzy w Bydgoszczy i jeden w Warszawie [<https://eko-zakupy.pl/pl/i/Sklepy-stacjonarne>]. Według Panoramy Firm w województwie kujawsko-pomorskim funkcjonuje obecnie 26 sklepów specjalistycznych z żywnością ekologiczną [panorama firm.pl].

Na drugim miejscu respondenci wskazywali zakup bezpośredni w gospodarstwie ekologicznym (27%). Sprzedaż bezpośrednia, również realizowania poza gospodarstwem, była najważniejszym sposobem dystrybucji w okresie przedselekcyjnym rozwoju rynku produktów rolnictwa ekologicznego [Żakowska-Biemans, Gutkowska 2003]. W Polsce nadal ma ona duże znaczenie [Każmierczak, Salach, Rembiałkowska 2014]. O powodzeniu tej formy sprzedaży decyduje przede wszystkim: wysoka jakość produktu, atrakcyjna cena oraz bezpośredni kontakt producenta z klientem [Dziedzic 2006]. Nowe regulacje prawne mające na celu ułatwienie sprzedaży bezpośredniej żywności przez rolników z produkcji własnej, dają nadzieję na to, że sprzedaż bezpośrednia zachowa swoje znaczenie [Dz.U. poz. 1961]. Nowe przepisy dotyczą sprzedaży przetworzonych produktów pochodzenia roślinnego i zwierzęcego pochodzących z własnej uprawy, hodowli i chowu. Ponad jedna piąta respondentów (22%) deklaruje zakup produktów ekologicznych na jarmarkach, które przeżywają w Polsce ostatnio renesans. Do najstarszych tego typu imprez w regionie należy jarmark żywności ekologicznej w Muzeum Etnograficznym w Toruniu, odbywający się raz w miesiącu [<http://eko-lan.pl/jarmarki-zywnosc-ekologiczna> 2017]. W Bydgoszczy od kilku lat funkcjonuje Frymark, nowy jarmark produktów ekologicznych i regionalnych [<https://www.facebook.com/frymarkbydgoski>].

Sieci handlowe i sklepy wielkopowierzchniowe również posiadają w swoim asortymencie produkty rolnictwa ekologicznego (Piotr i Paweł, Intermarche, Tesco, Carrefour, Lidl itp.). Często jednak żywność ekologiczna tam oferowana pochodzi z importu [Koreleska, Chwał 2016]. Powoli rozwija się także sprzedaż internetowa (3% respondentów).

Charakterystyka sprzedaży żywności ekologicznej realizowanej przez „Malinowy Chruśniak”

Gospodarstwo ekologiczne „Malinowy Chruśniak” położone jest na terenie województwa kujawsko-pomorskiego. Właściciel gospodarstwa jest liderem w regionie, uzyskał liczne nagrody i wyróżnienia za prowadzoną działalność, systematycznie wprowadza innowacje. Powierzchnia gospodarstwa wynosi 11 ha UR, z czego 4 ha to TUZ. W gospodarstwie pracują cztery osoby. Prowadzona jest zarówno produkcja roślinna, jak i zwierzęca. Stado podstawowe stanowi 40 kóz rasy alpejskiej. W gospodarstwie przetwarzane jest mleko krowie i produkowane są sery. W ofercie asortymentowej znajdują się ser dojrzewający, kulki serowe w oleju, jogurty oraz twarożek. Sprzedaż produktów ekologicznych obejmuje swoim zasięgiem głównie Polskę północną (50%) oraz region kujawsko-pomorski (47%). Pozostała część sprzedawana jest w głównie w Warszawie oraz Łodzi (3%).

Sprzedaż produktów realizowana jest w krótkich kanałach dystrybucji i przyjmuje różne formy. Taka koncepcja zapewnia bezpośredni kontakt z klientem oraz jest świadomą decyzją rolnika. Najwięcej produktów sprzedawanych jest na jarmarkach. Udział ten stanowi 83%. Rolnik uczestniczy przeciętnie w dwóch tego typu imprezach w ciągu weekendu. W najbliższym czasie planowany jest częstszy udział – do trzech, czterech razy w tygodniu. Jednym z jarmarków, na którym rolnik systematycznie sprzedaje swoje produkty jest „Frymark”. Rolnik jest jednym z inicjatorów tego cyklicznego jarmarku lokalnych i ekologicznych produktów, organizowanego z powodzeniem w Bydgoszczy. Początkowo odbywał się on raz na dwa tygodnie, ale od 2016 roku funkcjonuje częściej, raz w tygodniu. Decyzja o zwiększeniu częstotliwości spowodowana była

chęcią zapewnienia klientom świeżych produktów w sposób ciągły oraz wzrastającym zainteresowaniem tą inicjatywą. Liczba dostawców „Frymarku” wynosi przeciętnie ok. 40-50. Niestety tylko sześciu z nich posiada certyfikat na prowadzenie produkcji metodami ekologicznymi. Z kolei przeciętna liczba klientów stanowi obecnie ok. 500, chociaż okresowo bywa wyższa. Dlatego w ostatnim czasie wydłużono godziny otwarcia jarmarku, co skutkowało bardziej równomiernym rozłożeniem napływu klientów i większym komfortem podczas zakupów.

Promocja jarmarku realizowana jest przez własną stronę w mediach społecznościowych, którą obserwuje ponad 9,5 tys. osób, a drugie tyle zadeklarowało polubienie. Do podstawowych zalet uczestnictwa producentów w jarmarkach, według rolnika należą: budowanie marki, bezpośredni kontakt z klientem, płatność gotówką oraz możliwość jednorazowej sprzedaży dużej partii towaru. Wadami, w opinii właściciela gospodarstwa, są praco- i czasochłonność.

Drugim co do ważności kanałem dystrybucji jest sprzedaż przez sklepy specjalistyczne. Udział jej wynosi 7%, z czego około 2% sprzedaży prowadzone jest poprzez własny sklep zlokalizowany w Bydgoszczy. Jest to jeden z najstarszych tego typu punktów handlowych w Bydgoszczy i regionie. Pomimo powstających punktów konkurencyjnych, nawet w bliskiej odległości (10 m) od sklepu „Malinowy Chruśniak”, stała grupa odbiorców oraz oferowanie własnych wyrobów wpłynęło na to, że sklep dalej działa. Jeszcze mniej produktów sprzedawanych jest przez rolnika do restauracji (5%). W przypadku tej formy sprzedaży, istnieje możliwość zwiększenia sprzedaży pod warunkiem, że poszerzeniu ulegnie asortyment. Jeszcze inną formą sprzedaży wykorzystywaną przez „Malinowy Chruśniak” jest kooperatywa spożywcza. Udział jej wynosi 3%. Kooperatywy spożywcze są nieformalną grupą osób, które organizują wspólne zakupy ekologicznej żywności bezpośrednio od rolnika. Ich celem jest m.in. działalność poza rynkiem komercyjnym oraz wspieranie lokalnych rolników. Obecnie tego rodzaju inicjatywy funkcjonują w wielu miejscach w Polsce oraz zagranicą [Potkańska 2013].

W najmniejszym stopniu rolnik wykorzystywał sprzedaż internetową. Udział ten stanowił tylko 1%. Nową inicjatywą jest uruchomienie systemu dostaw produktów wprost do domu klienta w ramach projektu – EKO Koszyk dla Rodziny. Zamówienia mogą mieć charakter jednorazowy lub cykliczny. Aktualna oferta produktów przesłana jest drogą e-mailową w sobotę. Odesłanie wypełnionego zamówienia przez klienta następuje do godziny 12.00 w poniedziałek. Odbiór produktów możliwy jest od środy po godzinie 15.00. Tego typu inicjatywy funkcjonują już z powodzeniem w innych częściach Polski, np. od Rolnika [Bogusz 2017].

Wnioski

Analiza przypadku jednego z wiodących gospodarstw w ekologicznym systemie gospodarowania w województwie kujawsko-pomorskim pozwoliła na wskazanie efektywnych, form sprzedaży żywności ekologicznej. Większość produkcji sprzedawana jest w krótkich kanałach dystrybucji, które mając wsparcie w internecie oraz mediach społecznościowych. Odpowiadają one oczekiwaniom zarówno indywidualnych konsumentów, jak i dużym grupom ludzi, którzy w ramach np. kooperatyw spożywczych, aktywnie wpływają na proces produkcji i dystrybucji żywności ekologicznej zapewniając bezpieczeństwo funkcjonowania małego gospodarstwa rodzinnemu.

Literatura/Bibliography

- Bogusz Małgorzata. 2017. Paczka od rolnika jako przykład sprzedaży bezpośredniej produktów ekologicznych. [W] *Uwarunkowania rozwoju rynku produktów ekologicznych w teorii i praktyce* (A pack from a farmer as an example of direct sales of organic products. [In] Determinants of the market development of organic products in theory and practice), ed. Ewa Koreleska, 4-5. Bydgoszcz: UTP Bydgoszcz.
- Dziedzic Sylwia. 2006. Bezpośrednia sprzedaż jako istotny kanał zbytu produktów rolnictwa ekologicznego w województwie podkarpackim (Direct sale as essential distribution channel of ecological products in Podkarpace province). *Journal of Research and Applications in Agricultural Engineering* 51 (2): 22-29.
- GIJHARS. 2009. *Rolnictwo ekologiczne w Polsce. Raport 2007-2008* (Organic farming in Poland. Report 2007-2008). Warszawa: Główny Inspektorat Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych.
- GIJHARS. 2011. *Raport o stanie rolnictwa ekologicznego w Polsce w latach 2009-2010* (Report on the state of organic farming in Poland in 2009-2010). Warszawa: Główny Inspektorat Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych.

- GIJHARS. 2013. *Raport o stanie rolnictwa ekologicznego w Polsce w latach 2011-2012* (Report on the state of organic farming in Poland in 2011-2012). Warszawa: Główny Inspektorat Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych.
- GIJHARS. 2015. *Raport o stanie rolnictwa ekologicznego w Polsce w latach 2013-2014* (Report on the state of organic farming in Poland in 2013-2014). Warszawa: Główny Inspektorat Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych.
- Kaźmierczak Renata, Kinga Salach, Ewa Rembiałkowska. 2014. Distribution channels of organic agricultural products in Poland-an example of the producers from the Masovian voivodeship. *Journal of Research and Applications in Agricultural Engineering* 59 (3): 103-107.
- Kaźmierczak Renata, Urszula Zgiep. 2013. Channels of eco-products distribution on the example of fruit from organic orchards. *Journal of Research and Applications in Agricultural Engineering* 58 (3): 248-254.
- Koreleska Ewa. 2017. Przystawianie gospodarstw rolnych na ekologiczne metody gospodarowania – szanse i zagrożenia. [W] *Uwarunkowania rozwoju rynku produktów ekologicznych w teorii i praktyce* (Adjustment of farms to organic farming methods – opportunities and threats. [In] Determinants of the market development of organic products in theory and practice), ed. Ewa Koreleska, 22-23. Bydgoszcz: UTP Bydgoszcz.
- Koreleska Ewa, Katarzyna Chwał. 2016. Ocena dostępności żywności ekologicznej w wybranych punktach sprzedaży w Bydgoszczy (Assessment of availability of organic food in selected sale points in Bydgoszcz). *Roczniki Naukowe SERiA XVIII* (5): 87-91.
- Kwasek Mariola (ed.). 2013. *Z badań nad rolnictwem społecznie zrównoważonym. Żywność ekologiczna – regulacje prawne, system kontroli i certyfikacji* (From research on socially sustainable agriculture. Organic food – legal regulations, control and certification system). Warszawa: IERiGŻ-PIB.
- Niewęglowski Marek, Jabłonka Ryszard. 2014. Kanały dystrybucji surowców i produktów żywnościowych gospodarstw ekologicznych w regionie siedleckim (Sales channels of raw food and food products from organic farms in Siedlce Region). *Roczniki Naukowe SERiA XVI* (2): 195-199.
- Organic Fama Zdrowia. 2013. Raport jednostkowy za rok 2012. [W] *Z badań nad rolnictwem społecznie zrównoważonym. Żywność ekologiczna – regulacje prawne, system kontroli i certyfikacji* (Unit report for 2012. [In] Research on socially sustainable agriculture. Organic food – legal regulations, control and certification system), ed. Mariola Kwasek. Warszawa: IERiGŻ-PIB.
- Pawlewicz Adam, Wojciech Gotkiewicz. 2012. Kanały dystrybucji surowców żywnościowych z gospodarstw ekologicznych w województwie Warmińsko-Mazurskim (Channels of distribution of raw materials from organic farms in the voivodeship of Warmia and Mazury). *Logistyka* 4: 1168-1174.
- Potkańska Dominika. 2013. *Zmierzch epoki tradycyjnego konsumenta, czyli jak wspólne zakupy ekologicznej żywności kształtują tożsamość społeczną młodych Polaków* (The twilight of the traditional consumer era, or how collective purchases of organic food shape the social identity of young Poles), https://depot.ceon.pl/bitstream/handle/123456789/5186/Potkan-ska_Dominika_Zmierzch_epoki_tradycyjnego_konsumenta.pdf?sequence=1.
- Sołtysiak Urszula. 1997. Rozwój rolnictwa ekologicznego w Polsce do 1996 roku (Ecological farming development in Poland before and after joining the European Union). *Wies i Rolnictwo* 3 (96): 129-130.
- Ustawa z dnia 16.11.2016 r. o zmianie niektórych ustaw w celu ułatwienia sprzedaży żywności przez rolników (The Act of November 16, 2016 on amending certain acts to facilitate the sale of food by farmers). Dz.U. poz. 1961.
- Związek Zawodowy Rolników Ekologicznych Franciszka z Asyżu (Trade Union of Ecological Farmers St. Francis of Assis), http://rolnicyekologiczni.pl/?page_id=27.
- Żakowska-Biemans Sylwia, Krystyna Gutkowska. 2003. *Rynek żywności ekologicznej w Polsce i w krajach Unii Europejskiej* (Organic food market in Poland and in European Union countries). Warszawa: Wydawnictwo SGGW.
- Frymark bydgoski, <https://www.facebook.com/frymarkbydgoski>.
- Jarmarki (Fairs), <http://eko-lan.pl/jarmarki-zywnosc-ekologiczna>.
- Sklepy stacjonarne (Stationary stores), <https://ekozakupy.pl/pl/i/Sklepy-stacjonarne>.

Summary

The main aim of the thesis was to present sale of organic food in Kuyavian-Pomeranian Voivodeship upon the sample of the selected organic farm. In the original part of this article there was a presentation of development of organic farming and the market of organic food in the region as well as its significance for development of organic farming in the entire country as the background for further research. Later, sale of organic food in Poland and in the voivodeship was evaluated. The author has used the data from the secondary sources of national reports (GIJHARS) and literature of subject. Subsequently the author has used the method of case study, which has been prepared with use of the original data achieved during the study visits in the organic farm in 2015-2017. The criteria of selection included: the farm location, innovative nature and belonging to the area group of farms with the highest shares in Kuyavian-Pomeranian Voivodeship. The author has noticed that the sale performed in the short channels of distribution, mainly in the markets, is functioning effectively if it has extra support in the social media. This form provides direct contact with the client, branding, cash payment and the opportunity of one-off sale of a great amount of goods. They meet the expectations of a group of individual customers and the whole groups, which, upon the food cooperatives, actively influence the process of production and distribution of organic food providing safety of functioning to the organic farms of this type.

Adres do korespondencji

dr inż. Ewa Koreleska (orcid.org/0000-0002-7277-7519)

Uniwersytet Technologiczno-Przyrodniczy im. J. i J. Śniadeckich, Wydział Zarządzania
ul. Fordońska 480, Bydgoszcz, e-mail: ewa.koreleska@utp.edu.pl