

**Макроекономіка**

Ева КОРЕЛЄСКА

**СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
РИНКУ ЕКОЛОГІЧНИХ ПРОДУКТІВ
У ПЕРІОД СВІТОВОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ****Резюме**

Представлено оцінку розвитку ринку екологічних продуктів у європейських країнах. Авторка на підставі аналізу динаміки розвитку ринку екологічної продукції в Польщі та деяких європейських країнах (Ліхтенштейн, Швейцарія, Австрія та Німеччина) стверджує про його динамічне зростання. У цьому контексті особливого значення набуває питання про визначення перспектив розвитку ринку екопродуктів у Польщі в період світової фінансової кризи.

Ключові слова

Ринок екологічних продуктів, екологічні господарства, сертифікація екологічної продукції, канали дистрибуції екопродукції.

Класифікація за JEL: Q57.

© Ева Корелєска, 2010.

Корелєска Ева, доктор, Куявсько-Поморська вища школа, м. Бидґош, Польща.

Вступ

Останнім часом у розвинутих країнах науковці приділяють увагу дослідженню розвитку екологічних господарств. Частка екологічних продуктів у загальних оборотах споживчих товарів на сьогодні невелика (до 5%) [23, 25], хоч і має тенденцію до зростання (10–20% щорічно) [18, 6–11]. Для деяких продуктів частка на ринку є значно вищою, наприклад, ринок моркви в Швейцарії сягає 20%, молока – 12%, м'яса – 4%, але для всіх свіжих продуктів – у середньому 7% [24]. Динамічне зростання ринку екопродуктів спричинене пошуком споживачами безпечних продуктів, вироблених без використання хімічних засобів, на території з невеликим рівнем забруднення навколишнього середовища.

Виникає запитання, як у ситуації сучасної світової економічної кризи функціонує сектор ринку екологічних продуктів, що стрімко розвивається. Запропонована стаття буде спробою дати відповідь на це запитання.

Основною метою дослідження є стан і перспективи розвитку ринку екологічних продуктів у Польщі і деяких європейських країнах. У рамках сформульованої основної мети вибрано такі цілі:

- ідентифікація специфічних рис для ринку екологічних продуктів;
- визначення стану і перспектив розвитку ринку екологічних продуктів у Польщі на тлі деяких європейських країн у період світової економічної кризи;
- думка окремої групи учасників ринку екологічних продуктів щодо економічної кризи.

Добір країн для аналізу мав цільовий характер. Крім Польщі, вибрано три європейські країни, де екологічне сільське господарство посідає важливе місце.

Значення екологічного сільського господарства в окремих країнах визначають на основі двох показників: частки екологічних господарств та частки екологічної площі. Додатково вибрано п'яту країну – Німеччину, враховуючи близькість розміщення та розмір ринку екологічних продуктів харчування в цій країні, який є найбільшим у Європі. Дані щодо вибраних країн були одержані переважно зі щорічників, відповідних правових актів та спеціальної літератури. Вони були доповнені інформацією, отриманою, головним чином, методом Інтернет-опитування, проведеного серед представників міністерств (LWA¹ у Вадуці, BMLFUW² у Відні, BMVEL³ у Бонні, BLW⁴ у

¹ Відомство з питань сільського господарства (LWA) у Вадуці.

² Міністерство аграрного та лісового господарства, навколишнього середовища і водного господарства (BMLFUW) у Відні.

Берліні, ALSV⁵ в Курі, MLUR⁶ у Потсдамі MUNLV⁷ у Дюссельдорфі), із сертифікаційних одиниць (GfRS⁸ у Геттингемі, IMO⁹ у Вайнфельдені, біоінспекція у Фріку, Агроконтроль), у центрах сільськогосподарського консультування, у наукових центрах (FIBL¹⁰ у Фріку, КВА¹¹ в Маурені), в об'єднаннях виробників та інших (Bio Suisse у Базелі, Naturland у Грефельфінг, SOEL¹² у Бад Дерхеми, IFOAM¹³ у Бонні, ЕкоConnect¹⁴ у Дрездені, Verein Bionetz у Базелі). Нагромаджені таким чином дані піддали порівняльному аналізу. Проаналізовано дані щодо системи контролю, сертифікації та нагляду господарств та екологічних переробних закладів, розміру ринку екологічних продуктів, споживачів, які купують екологічні продукти харчування, маркетингових каналів, ціни та промоутерської діяльності, зокрема позначення екологічних продуктів, екологічних марок та регулювання в цій сфері, що є чинними на території вибраних країн та всього ЄС. Додаткову інформацію одержано шляхом безпосереднього індивідуального опитування польських виробників екологічних сільськогосподарських продуктів харчування. Дослідження проводилися у травні 2009 р. і стосувалися впливу економічної кризи на функціонування екологічних господарств.

Специфіка ринку екологічних продуктів харчування полягає насамперед у:

- способі виробництва екологічних продуктів харчування та їх позначенні;
- контролі процесу виробництва;
- ціні екологічних продуктів харчування відносно ціни подібних загальноприйнятих продуктів;
- каналах дистрибуції екологічних продуктів;

³ Міністерство захисту споживачів, продуктів харчування та сільського господарства (BMVEL) в Бонні.

⁴ Відомство з питань сільського господарства (BLW) в Берні.

⁵ Відомство з питань сільського господарства, покращення структури та вимірів (ALSV) у Курі.

⁶ Міністерство сільського господарства, охорони навколишнього середовища і розміщення виробництва Бранденбурга (MLUR) в Потсдамі.

⁷ Міністерство з питань охорони навколишнього середовища, сільського господарства і захисту споживача Над ренії Північної Вестфалії (MUBLV) в Дюссельдорфі.

⁸ Об'єднання з питань охорони природних ресурсів (GfRS) у Геттингемі.

⁹ Інститут з екології ринку (IMO) у Вайнфельдені.

¹⁰ Дослідницький інститут з питань екологічного сільського господарства (FIBL) у Фріку.

¹¹ Консультаційне бюро Клауса Бучеля (КВА) в Маурені.

¹² Фонд екології та сільського господарства (SOEL) в Бад Дерхеми.

¹³ Міжнародна федерація екологічного сільського господарства (IFOAM) в Бонні.

¹⁴ Міжнародний центр із питань екологічного сільського господарства в Центрально-Східній Європі у Дрездені.

- розмірі та фазі ринку екологічних продуктів харчування.

Спосіб виробництва екологічних продуктів харчування визначено Постановою Ради № 834/2007 від 28 червня 2007 р. з питань екологічного виробництва та позначення екологічних продуктів (Офіційні відомості № 189 від 20.07.2007 р., с. 1). Екологічні продукти характеризуються тим, що:

- містять складники сільськогосподарського походження, виготовлені екологічними методами;
- не піддаються процесам обробки з використанням іонізуючого випромінювання;
- виготовляються без застосування генетично модифікованих організмів і/або будь-яких продуктів, отриманих із них;
- виготовляються при обмеженому використанні додатків та речовин, які супроводжують технологічні процеси. Відповідно до чинного регулювання [19, 15–17], позначення продуктів харчування ЕКО охоплює:
 - ідентифікаційний номер сертифікаційної одиниці;
 - логотип Євросоюзу щодо продуктів харчування в пачках;
 - позначення місця, де вироблені необроблені сільськогосподарські продукти («сільське господарство ЄС», «сільське господарство за межами ЄС», «сільське господарство ЄС/за межами ЄС»). Виробництво екологічних продуктів харчування здійснюють в екологічних сільських господарствах. Сільські господарства, які хочуть виробляти екологічний продукт, повинні пройти дво- чи трирічний період переведення на таке виробництво та піддати оцінці спосіб функціонування з урахуванням відповідного ведення виробництва екологічними методами. Контроль у сільських господарствах Польщі здійснюють сертифікаційні одиниці, які, у свою чергу, перебувають під наглядом Інспекції торгової якості продовольчих товарів тваринного походження (IHMARS). Система контролю функціонує і в інших досліджуваних європейських країнах. Слід зазначити, що відмінність між країнами стосується лише організаційної структури і полягає в тому, що в Німеччині та Австрії обов'язок нагляду над приватними сертифікаційними одиницями покладено на кілька регіональних установ, а в Польщі та Швейцарії існує одна центральна установа нагляду. У 2007 р. кількість екологічних господарств в усій Європі становила 213 209, а площа екологічних угідь займала 7 758 526 га [15, с. 1].

Перше місце щодо частки кількості екологічних господарств у Європі посідає Ліхтенштейн. Майже одна третина господарств є екологічними господарствами. Це насамперед господарства, які виробляють молочні продукти, 30 га з них розташовані в горах.

У Швейцарії, яка посідає друге місце, більшість господарств розташовані в горах – 59%, 21% – на території височини і лише 20% – на низині. Середній розмір екологічного господарства становить тут 17,20 га. Біоліде-

ром у Швейцарії є Кантон Граубуенден, де частка екологічних господарств становить майже 50% [24].

Третє місце посідає Австрія. Найбільші господарства мають площу в межах від 10 до 20 га – близько 36%, а три чверті охоплюють господарства з площею до 20 га. Найбільше господарств розташовано на землях Зальцбурга та Сирії [4].

У Німеччині 52% площі екологічних угідь займають постійні зелені угіддя, 44% орні ґрунти, а решту – спеціальні угіддя [23, 12]. Найбільше площі, яка екологічно обробляється, – на землях Баварії, Бранденбурга та Маклембурга – Близькому Помор'ї. Найбільше екологічних господарств розташовано в Маклембурзі – Близькому Помор'ї, Бранденбурзі та Бадені-Віртемберзі [12, 1]. Як повідомляє Міністерство Сільського Господарства (BMELN), незважаючи на кризу 2008 р., зазначено подальше зростання кількості екологічних господарств на 6,1%, а площі екологічних угідь – на 5% [14, 1].

У Польщі кількість екологічних господарств та господарств, що перебувають у процесі переходу, становила 15206 га (станом на 2008 р.). Порівняно з попереднім роком, відбулося зростання кількості сільськогосподарських працівників на 28%, або 3336 одиниць, у 2009 р. – 11887. Згідно з доповіддю GISIPAR, найбільше їх є у Малопольському, Підкарпатському, Люблінському та Мазовецькому воєводствах. Лише в цих чотирьох воєводствах розташовано 47% усіх контрольованих господарств у Польщі [16, 1]. Детальні дані, що стосуються кількості господарств вищезазначених країн, показані в табл. 1.

Таблиця 1

Кількість екологічних господарств у Європі в 2009 р.

Країна	Кількість господарств	Питома вага господарств, %	Площа угідь, га	Питома вага сільськогосподарських угідь, %
Ліхтенштейн	39	28	1 048	29,68
Австрія	19 997	9,30	372 026	13,36
Швейцарія	6 199	10,20	116 641	11,00
Німеччина	18 703	відсутність даних	865 336	5,11
Польща	11 887	0,07	285 878	1,85

Джерело: Organic Agricultural Land Worldwide 2005-2007, FiBL, IFOAM, SOEL 2007-2009 <http://www.organic-world.net/fileadmin/documents/data-sheets-public/1-1-global-development-by-country-ha-percent-ex5.xls>.

Примітка: * – дані 2001 року. The World of Organic Agriculture – Statistics and Future Prospects 2003.

Як впливає з нашого дослідження, проведеного у 2009 р., серед польських екологічних сільськогосподарських працівників 60% респондентів відчуває вплив фінансової кризи, що виражено зростанням витрат на виробництво, зокрема на паливо, електроенергію, зростанням кредитних відсотків та зниженням цін на сільськогосподарські продукти.

Після обчислення обороту екопродуктів у країні, який припадає на одного жителя, виявилось, що швейцарці витрачали у 2000 р. в середньому 373 злотих та посідали, з точки зору витрат на екологічні продукти харчування, друге місце в Європі після Данії, а австрійці значно менше – 192 злотих (третє місце). Інформація, що стосується 2002 р., вказує на подальше зростання витрат на екологічні продукти харчування у Швейцарії, які в середньому становили у 2002 р. 414 злотих на одну людину. Найновіші дані показують, що витрати поляків є значно меншими, зокрема на сертифіковані продукти харчування – від 56 до 86 разів, ніж жителів досліджуваних європейських країн (див. табл. 2).

Таблиця 2

Розмір ринку екологічних продуктів харчування в Польщі та вибраних європейських країнах у 2008 році

Країна	Обороти (млн євро)	Обороти на жителя (євро)	Питома вага екологічних продуктів харчування	Питома вага споживачів екологічно чистої продукції
Ліхтенштейн	3	86	–	–
Австрія	530	64	5,4	72
Швейцарія	1,44**	–	–	73*
Німеччина	4 600	56	–	74
Польща	20	1	0,16	20

Джерело: Zahlen, Daten, Fakten: Die Bio-Branche 2008, BOELW, Berlin 2008, E. Klingbacher, A. Pohl, Ökologischer Landbau in Österreich 2008, «Ринок екологічних продуктів харчування» Sixty Two International Consultants www.sixtytwo.biz/pl/_organicfood1-pl.htm. Bio-Lebensmittel in Österreich. Ergebnis einer repräsentativen Konsumentenbefragung. Markant Market Research. Presseaussendung, 2002, с. 2, Richter T.: Black Box Biokonsum. Konsumententrends, -profile und -einstellung, FiBL, Frick 2003, с. 10, Kuehnert H. i in.: Nachfrage nach Öko-Lebensmitteln – Veränderungen durch BSE? BIOGUM – Forschungsbericht/BIOGUM-Research Papier FG Landwirtschaft 1/2002 Universität Hamburg, Żakowska-Biemans S.: Соціоекономічний профіль споживачів екологічних продуктів харчування. SERiA, Warszawa-Poznań-Koszalin 2008, t. V, z. 1, с. 223–227. Zahlen und Daten Biolandbau, Biolandbau in der Schweiz, in Europa und weltweit, www.bioaktuell.ch.

Примітки: * – частка домашніх господарств;

** – у мільярдах швейцарських франків, дані за 2008 р.

Аналізуючи дані щодо зміни розміру оборотів екологічних продуктів харчування в Німеччині впродовж останніх дев'яти років, можна простежити тенденцію до зростання (див. табл. 3). Хоч у 2008 р., порівняно з попереднім роком, помітним є зростання оборотів на понад 9%, проте воно є найменшим упродовж останніх п'яти років. Можливо, це уповільнення зростання є певною ознакою економічної кризи.

Таблиця 3

Розмір оборотів екологічних продуктів харчування в Німеччині у 2000–2008 рр.

Рік	Обороти, млн євро	Відносна величина змін, %
2000	2,1	–
2001	2,7	28,5
2002	3,0	11,1
2003	3,1	3,3
2004	3,5	12,9
2005	3,9	11,4
2006	4,6	18,0
2007	5,3	15,2
2008	5,8	9,4

Джерело: Deutschland: Hamm, Uniwersitaet Kassel, ZMP <http://de.statista.com>.

Продаж екопродуктів у досліджуваних країнах здійснюють через традиційні магазини (наприклад, супермаркети з окремими секціями), спеціальні магазини безпосередньо в господарстві, на локальному ринку, ярмарку чи через систему доставки до клієнтів.

У Ліхтенштейні, Швейцарії та Австрії продаж екопродуктів здійснюють головним чином через традиційні канали дистрибуції. У Швейцарії, наприклад, ця частка становить 69% і означає продаж через традиційні торгові мережі – головним чином, Соор і Migros, які дають у цій країні аж 75% обороту екологічних продуктів. В Австрії ж торгівля екологічними продуктами ведеться переважно через домінуючу мережу Billa Merkur та SPAR-Gruppe [18, 6–11]. У Німеччині переважає продаж через канали дистрибуції – 45% через спеціальні магазини і 17% становить безпосередній продаж. Добре відлагоджений безпосередній продаж має зараз Ліхтенштейн, а у Швейцарії та Австрії цей показник характеризується дещо меншим значенням. Так, у Швейцарії ця частка становить 7%, а в Австрії – 15% [27, 73–93; 1, 23–28]. Слід, однак, зазначити, що безпосередній продаж деяких продуктів залишається надалі важливим каналом дистрибуції. Господарство є головним постачальником і виробником екологічно чистого м'яса, м'ясних виробів,

фруктів та овочів для 38–40% австрійських домашніх господарств, які декларують придбання екологічних продуктів харчування [1, 23–28].

У Польщі ж домінуючою формою продажу екологічних сільськогосподарських продуктів є саме безпосередній продаж, тобто безпосередньо в господарстві, на локальному ринку, ярмарку або шляхом системи доставок до клієнтів. Існує також близько 100 спеціальних магазинів із так названими натуральними продуктами харчування, які містяться в асортименті, атестованому місцевими організаціями, що сертифікують екологічні сільськогосподарські продукти [2, 25]. Окремі екологічні продукти є також доступними в деяких торгових мережах.

Екологічні сільськогосподарські виробники можуть встановлювати, як правило, вищі ціни за продані продукти, ніж виробники, які мають традиційні господарства, хоча, слід зазначити, що ціни на деякі екологічні продукти харчування надалі встановлюються на такому ж рівні, що й на відповідні традиційні продукти. Зростання цін на екологічні продукти харчування спричинене, на думку споживачів, головним чином, збільшенням затрат праці на екологічне виробництво, більшою продуктивністю методів, невеликим масштабом виробництва, коротшою придатністю продуктів для споживання та меншим доступом до екологічних продуктів на ринку. Слід зазначити, що вищий рівень цін асоціювався у споживачів із кращою якістю продуктів [8, 4]. Польські екологічні сільськогосподарські працівники, порівняно із сільськогосподарськими працівниками інших країн, мали найвищі ціни на всі групи продуктів, що зумовлено ситуацією слабозвинутого попиту та формуванням каналів дистрибуції, зокрема продажем їх через традиційні канали дистрибуції [2, 25].

Диференціація цін екологічних та традиційних продуктів харчування формується по-різному, залежно від виду продуктів. За досліджуваний період найбільшу різницю ціни на рівні виробників зазначено щодо картоплі. Так, у Німеччині різниця становила 300%, в Австрії – 280%). Це спричинено тим, що ціна звичайної картоплі, особливо у 2000 р., утримувалася на дуже низькому рівні, а ціни екологічно чистої картоплі утримувались упродовж кількох років на наближеному рівні [4, 64–67]. Найменша різниця цін на рівні виробників спостерігається щодо молока (Німеччина – 10%, Швейцарія – 10–12%, Австрія – 18%), що впливає насамперед з того, що пропозиція на цей продукт значно не відрізнялась від попиту [25, 66].

Із попередніх досліджень, проведених в екологічних господарствах східних воєводств Польщі, впливає, що сільськогосподарські виробники екологічних продуктів встановлювали ціни в середньому на 12% вищі, ніж на традиційно виготовлені продукти [20, 154]. Подібних висновків у своїх подальших дослідженнях дійшла й С. Жаковска-Біеманс [25, 110], яка відзначає ціни, вищі на 10%–30%. В інших польських дослідженнях різниця рівня ціни в середньому між екологічними продуктами харчування, порівняно з неекологічними, становила для картоплі 90%, моркви – 51%, пшеничного борошна – 99% та молока – 15% [21, 220].

Особливої уваги заслуговує той факт, що в певних районах Польщі (наприклад, у Куявсько-Поморському воєводстві) сільськогосподарські виробники екологічної продукції, які співпрацюють між собою, спільно визначають рівень цін на екологічні продукти [13].

З точки зору виробника, важливим є також те, як формується різниця цін у наступних ланках каналів дистрибуції. Це позначається на кінцевій ціні продукту та, без сумніву, має вплив на його попит. Диференціація цін на рівні споживача є дуже великою і коливається в різних країнах для різних продуктів від 10% (молоко – Швейцарія) до 150% (фрукти – Німеччина) [5, 31–38].

Порівнюючи різницю цін на рівні виробника і споживача, можна зазначити різницю в однакових групах продуктів. Щодо збіжжя, то різниця цін на рівні виробника є найчастіше більшою (Німеччина – 134%, Австрія – 100%), ніж на рівні споживача (Німеччина – 86%, Австрія – 20–30%). Це пояснюється тим, що витрати сировини у випадку таких продуктів, як хліб, мають невелику частку в загальних витратах на виробництво. По-іншому виглядає ситуація щодо свіжих фруктів та овочів. Загалом різниця цін на рівні споживача тут вища (наприклад, Німеччина – рівень виробника 50%, рівень споживача 20%–150%), що впливає насамперед із того, що ці продукти імпортовані і тому дорожчі [5, 31–38]. Крім цього, помітно вищим є відношення щодо фруктів та овочів порівняно з іншими продуктами. Це зумовлено, зокрема, високими націнками, особливо на роздрібному рівні, де витрати дистрибуції, пов'язані з їх низькою тривалістю та торговим ризиком, є високими [10, 76–81]. У Польщі середня цінова різниця овочів коливалася в межах від понад 30% до понад 170%, найбільша – для буряків (172,4%), а найменша – для петрушки (32,7%) [11, 6–8]. Ціни на екологічно чисті яблука були вищі на 71%, водночас на імпортні фрукти – в середньому на 118% (найбільше лимони – 138%) [10, 76–81].

Із досліджень, проведених німецькими вченими у 2001 р., випливає, що 80% опитаних допускає вищі ціни на екологічні продукти, звідси близько 50% споживачів схвалює вищу на 10% ціну на екологічний продукт. Різницю ціни на 50% та вище допускають лише 3–10% споживачів [9]. Подальші дослідження, проведені в Німеччині, показали, що споживачі є дуже вразливими на різні типи відхилень у виробництві екологічних продуктів харчування і не схвалюють значно вищих цін. Упродовж досліджень, проведених у червні 2008 р. в Німеччині (Intitut fuer Demoskopie Allenbach), безпосередньо після викриття нітрогену та гормонів в екологічних кормах, вищі ціни схвалювали лише 32% анкетованих. За іншими німецькими дослідженнями, незалежно від ринкової ситуації, споживачі схвалюють зростання цін тільки до 20% [22]. Цікаву інформацію одержали німецькі порівняльні дослідження, які показали зменшення кількості осіб, для яких вища ціна була основною перешкодою в закупівлі екологічних продуктів (спад на 6%) [17]. Водночас польські споживачі, порівняно з німецькими, значно рідше схвалюють вищу ціну [26, 223–227]. Дослідження, проведені в Польщі, показали, що 42,6% споживачів схильні схвалити вищу ціну на екологічні сільськогосподарські

продукти. Однак чимало авторів підкреслюють, що питання щодо схвалення вищих цін в екологічному сільському господарстві нерозривно пов'язане з ознайомленням споживачів із засадами виробництва екологічних сільськогосподарських продуктів харчування та переконаннями щодо використання ними справжніх дієтичних та оздоровчих цінностей.

Таблиця 4

Рівень цін на екологічні продукти відносно звичайних продуктів у досліджуваних європейських країнах (%)

Країна/рік	Різниця цін на рівні виробників					Різниця цін на рівні споживачів				
	овочі	збіжжя	молоко	картопля	фрукти	овочі	збіжжя	молоко	картопля	фрукти
Швейцарія 1998	30–70	40	10–12	50	40–45	40–80	40–50	10	50	50–60
2000	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Австрія 1998	–	100	20–30	100–120	–	–	20–30	25–30	50–100	–
2000	–	170	18	280	–	–	–	27	34	–
Німеччина 1998	50	100	15	200	50	20–100	20–150	25–80	50–100	20–150
2000	–	134	10	300	–	–	86	56	147	–

Джерело: Власне опрацювання на основі: Hamm U., Michalsen J., Halpin D. 2002. [W:] Żakowska-Biemans S., Gutkowska K.: Rynek żywności ekologicznej w Polsce i w krajach Unii Europejskiej. Wyd. SGGW, Warszawa 2003; Hamm U., Michalsen J.: Die Vermarktung von Oekolebensmitteln. Oekologie und Landbau, nr 1(113)/2000, s. 31–38.

Отже, оцінюючи стан та перспективи розвитку ринку екологічних продуктів у Польщі на фоні вибраних європейських країн, слід зазначити, що:

1. Ринок сертифікованих екологічних продуктів у Польщі лише формується і є значно меншим, ніж у досліджуваних європейських країнах. Найбільше витрачають на екологічні продукти харчування жителі Ліхтенштейну, зокрема у 86 разів більше, ніж поляки. Менша зацікавленість у нашій країні цією категорією продуктів харчування впливає, ймовірно, з відсутності відомостей про позначення екологічних продуктів, якість традиційних продуктів харчування, менше усвідомлення цінності здорових екологічних продуктів та споживчої здатності польських споживачів.

2. Частка екологічних господарств та екологічних площ у Польщі, порівняно з досліджуваними країнами, є меншою, що зумовлено, найвірогідніше, більшими технологічно-правовими вимогами щодо екологічного сільськогосподарського виробництва, зокрема обмеженнями в застосуванні синтетичних засобів виробництва, пізнішою появою місцевих правових положень та меншим попитом з боку польських споживачів.

3. Динаміка змін кількості господарств та розміру оборотів екологічних продуктів харчування у вибраних європейських країнах дає змогу стверджувати наявність тенденції до зростання, хоча, слід зауважити, що, наприклад, у Німеччині настало певне уповільнення цього процесу, що може бути спричинене світовою економічною кризою. Беручи до уваги рівень цін на екологічні продукти, у подальшій перспективі можна очікувати певного припинення споживання екологічних продуктів харчування.

Література

1. Biologische Landwirtschaft in Oesterreich. BMLFUW in Wien, September 2005, 4, ueberarbeitet Auflage, 23–28.
2. Gutkowska K., Żakowska-Biemans S. (2001) :Systemy dystrybucyjne na rynku żywności z rolnictwa ekologicznego w krajach Unii Europejskiej i w Polsce. SERiA, Warszawa-Poznań-Białystok, tom III, zeszyt 4, 25.
3. Gruener Bericht 2001 (2002), BMLFUW, Wien.
4. Hamm U., Gronefeld F., Halpin D.: Analysis of the European market for organic food. Scholl of Management and Buissnes. The University of Wales Aberystwyth 2002. [W:] Żakowska-Biemans S., Gutkowska K.: Rynek żywności ekologicznej w Polsce i w krajach Unii Europejskiej. Wyd. SGGW, Warszawa 2003.
5. Hamm U., Michelsen J.: Die Vermarktung von Oekolebensmitteln, Oekologie und Landbau, nr 1(113)/2000.
6. Koreleska E. *Rolnictwo ekologiczne w Polsce i innych krajach europejskich*. X Kongres Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu: *Obszary wiejskie i gospodarka żywnościowa w przededniu integracji z Unią Europejską*. Roczniki Naukowe SERiA, t. V, zeszyt 1, s. 115–119, Warszawa – Poznań – Koszalin, wrzesień 2003.
7. Koreleska E. (2006): *Funkcjonowanie i rozwój gospodarstw ekologicznych*, Praca doktorska, Maszynopis, SGGW Warszawa.
8. Koreleska E. (2009): *Cena produktów rolnictwa ekologicznego jako narzędzie marketingu, w recenzjach*.

9. Kuehnert H. i in.: Nachfrage nach Oeko-Lebensmitteln – Veraenderungen durch BSE? BIOGUM-Forschungsbericht/BIOGUM-Research Papier FG Landwirtschaft 1, Universitaet Hamburg 2002.
10. Łuczka-Bakuła W.: Porównanie cen ekologicznych oraz konwencjonalnych warzyw i owoców, Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu, t. VIII, z.3., Poznań 2006, s. 76–81.
11. Łuczka-Bakuła W., Smoluk-Sikorska J.: Porównanie poziomu cen warzyw ekologicznych i konwencjonalnych. Journal of Research and Applications in Agricultural Engineering 2008, Vol 53(4), 2008, s. 6–8.
12. Meldung der Kontrollstellen nach Verordnung (EG) 834/2007 zum Stichtag 31. Dezember 2008.
13. Metera D., Bednarek A. (red.): Marketing produktów ekologicznych w północno-wschodniej Polsce. Fundacja IUCN Polska, Warszawa 1999.
14. Oekolandbau trotz der Wirtschaftskrise, Pressemitteilung des BMELV.
15. Organically managed land, share of total agricultural land und organic producers 2007.
16. Producenci ekologiczni w 2008 r, IJHARS, s. 1.
17. Regelmessige Verbraucherbefragung: Oekobarometer. EMNID Forschung, 2004. [w:] Oekolandbau in Deutschland. [http:// www.soel.de](http://www.soel.de)
18. Richter T., Reuter K., Allerstrofer H. (2002): Biomaerkte – von den Nachbarn lernen. Oekologie und Landbau 121, 1/2007, 6–11.
19. Rozporządzenie Rady nr 834/2007 z dnia 28 czerwca 2007 r. w sprawie produkcji ekologicznej i znakowania produktów ekologicznych (Dz.U.L. 189 z 20.07.2007 r, s.1)
20. Runowski H.: Ograniczenia i szanse rolnictwa ekologicznego. Wyd. SGGW, Warszawa 1996
21. Tyburski J., Żakowska-Biemans S.: Wprowadzenie do rolnictwa ekologicznego. Wyd. SGGW, Warszawa 2007.
22. Wie viel Bio wollen die Deutschen? ZMP Forschung, 2008.
23. Zahlen, Daten, Fakten: Die Bio-Branche 2008, BOELW, Berlin 2008.
24. Zusammenfassender Medientext, Bio Suisse Medienkonferenz vom 25.03.2003 in Bern.
25. Żakowska-Biemans S., Gutkowska K.: Rynek żywności ekologicznej w Polsce i w krajach Unii Europejskiej. Wyd. SGGW, Warszawa 2008.
26. Żakowska-Biemans S.: Socjoekonomiczny profil konsumentów żywności ekologiczne. SERiA Warszawa-Poznań-Koszalin 2008 V (3), 223–227.

-
27. Yussefi M., Willer H. (2003): The World of Organic Agriculture-Statistics and Future Prospects 2008 3–93.
 28. Hamm U., Michelsen J.: Die Vermarktung von Oekolebensmitteln. Oekologie und Landbau, nr 1(113)/2000, s. 31–38.

Стаття надійшла до редакції 19 лютого 2010 р.