

Artur Gluchowski, Ewa Rasińska, Ewa Czarniecka-Skubina
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Rynek usług gastronomicznych w Polsce na przykładzie Warszawy

Streszczenie

Celem pracy jest przedstawienie rynku usług gastronomicznych w Warszawie jako przykładu współczesnej gastronomii w Polsce. Przeglądu rynku dokonano na podstawie danych statystycznych, dostępnej literatury naukowej, przewodników kulinarnych i badań własnych. Uwzględniono dane w ujęciu ilościowym, strukturę i lokalizację zakładów gastronomicznych w mieście, jak również specyfikę funkcjonujących obiektów. Liczba wszystkich placówek gastronomicznych w Warszawie na początku 2017 roku wyniosła 9473. Zlokalizowane były głównie w Śródmieściu i na Mokotowie. Najwięcej (116) lokali w przeliczeniu na 1 km² znajdowało się w dzielnicy Śródmieście. Duże zróżnicowanie potrzeb konsumentów sprawia, że jest tu różnorodność rodzajów lokali gastronomicznych, tradycyjnych i reprezentujących najnowsze trendy. W Warszawie znajdziemy lokale gastronomiczne prowadzone przez osobowości znane z programów TV bądź wyróżnione w przewodnikach kulinarnych, co świadczy o wysokim poziomie usług.

Słowa kluczowe: gastronomia, rynek warszawski, usługi.

Kody JEL: L83

Wstęp

W okresie PRL (lata 1947-1988), gdy gospodarka była centralnie kierowana, polska gastronomia należała do najmniej rozwiniętego segmentu rynku usług. Po 1989 roku nastąpiły dynamiczne zmiany rynku gastronomicznego. Przyczyniło się do tego wiele czynników:

- przemiany społeczno-gospodarcze kraju (swoboda gospodarcza, zmiana modelu rodziny, wzrost żywienia osób starszych i singli),
- czynniki ekonomiczne (wzrost zamożności mieszkańców),
- zmiany stylu życia (większa dbałość o zdrowie, rozwój turystyki i różnych form aktywności w czasie wolnym, spotkania towarzyskie w gastronomii).

Przemiany spowodowały zmiany własnościowe, strukturalne, rodzajowe i jakościowe bazy gastronomicznej. Do zmian przyczyniły się światowe trendy z zakresu zarządzania (franchising, sieci lokali), finansów, marketingu (dodatkowe usługi, promocje) oraz nauk o żywności i żywieniu (dania: prozdrowotne, dietetyczne, wegetariańskie, etniczne, regionalne, molekularne, ekologia itp.) (Ozimek 2013; Milewska, Prączko, Stasiak 2017).

Wzrosło znaczenie gastronomii i zapotrzebowanie na usługi gastronomiczne w Polsce. Częstość korzystania konsumentów z usług gastronomicznych nie jest jednak duża. Tylko

15% ankietowanych (n=1000) korzystało z nich regularnie, 24% – 1-3 razy w miesiącu, a 35% sporadycznie. Częściej korzystają mieszkańcy dużych aglomeracjach miejskich (Raport 2015; Raport 2016). Wynika to z ich większego zaangażowania w pracę zawodową, braku czasu, zmiany stylu życia i rezygnacji z posiłków domowych na korzyść gastronomii (Milewska, Prączko, Stasiak 2017). Z tego względu gastronomia na terenie Warszawy może być przykładem współczesnej gastronomii w Polsce.

Celem pracy jest przedstawienie rynku usług gastronomicznych w Warszawie, w którym łączą się tradycja i nowoczesność.

Metodyka badań

Przeгляdu rynku usług gastronomicznych w Warszawie dokonano na podstawie danych statystycznych GUS, dostępnej literatury naukowej, przewodników kulinarnych i badań własnych na podstawie wtórnych źródeł informacji (stron internetowych placówek gastronomicznych). Uwzględniono zarówno dane ilościowe, strukturę i rozmieszczenie (lokalizację) w mieście oraz specyfikę zakładów gastronomicznych.

Omówienie wyników

Usługi gastronomiczne w Polsce

W okresie 1950-2015 w Polsce liczba zakładów gastronomicznych wzrosła z 7281 do 68 342 (GUS 1951-2016). Największy przyrost liczby placówek gastronomicznych nastąpił w latach 1989-2005, a w 2005 roku zarejestrowano ich najwięcej – 92 072. Po 2005 roku liczba placówek zmniejszyła się z uwagi m.in. na recesję gospodarczą. Ograniczyło to liczbę osób spożywających posiłki poza domem (Raport 2009).

W 2016 roku w Polsce było zarejestrowanych 69 195 placówek gastronomicznych (por. tabela 1), w większości prywatnych (98,3%). W strukturze placówek, restauracje, bary i punkty gastronomiczne stanowiły po około 30%, a stołówki – 6,2% (GUS 2017).

Tabela 1

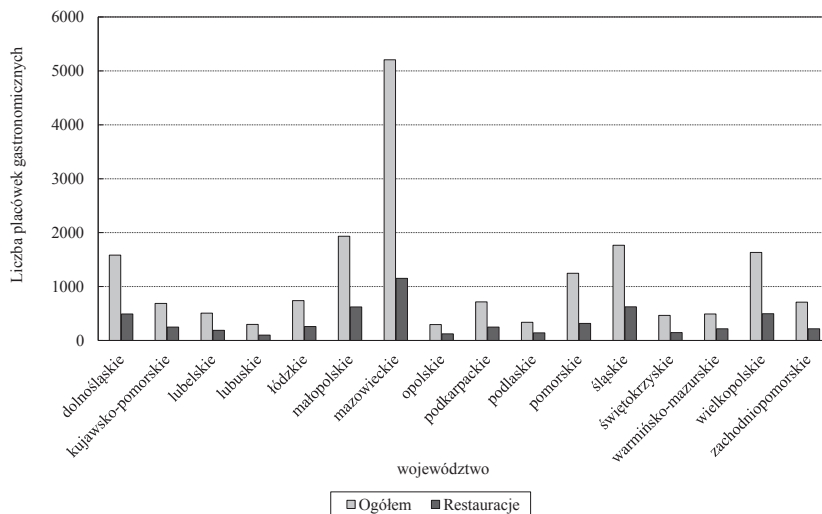
Struktura placówek gastronomicznych w Polsce w 2016 roku

Rodzaj placówek	Liczba	%
Restauracje	20 018	28,9
Bary	20 844	30,1
Stołówki	4 250	6,2
Punkty gastronomiczne	24 083	34,8
Ogółem	69 195	100

Źródło: GUS (2017).

Wykres 1

Placówki gastronomiczne w Polsce według województw



*Przedsiębiorstwa, w których zatrudnienie przekraczało 9 osób.
Źródło: GUS (2016).

Tabela 2

Wydatki miesięczne na usługi mieszkańców Polski według województw

Województwo	Średnie wydatki miesięczne na 1 osobę (w PLN)	
	ogółem	w tym na restauracje i hotele
Dolnośląskie	1 178,66	64,49
Kujawsko-pomorskie	1 022,54	31,66
Lubelskie	971,28	37,53
Lubuskie	1 118,3	46,58
Łódzkie	1 146,23	46,81
Małopolskie	985,77	43,24
Mazowieckie	1 370,71	72,17
Opolskie	1 102,99	49,36
Podkarpackie	922,32	26,84
Podlaskie	1 003,43	35,49
Pomorskie	1 058,53	41,55
Śląskie	1 136,42	37,43
Świętokrzyskie	903,17	33,01
Warmińsko-mazurskie	904,91	28,61
Wielkopolskie	959,2	36,77
Zachodniopomorskie	1106,62	45,89

Źródło: GUS (2016).

Najwięcej placówek gastronomicznych znajduje się w województwie mazowieckim (por. wykres 1). Dane statystyczne uwzględniają jednak tylko obiekty zatrudniające powyżej 9 pracowników, tj. 18 611, co stanowi ok. 27% wszystkich placówek w Polsce.

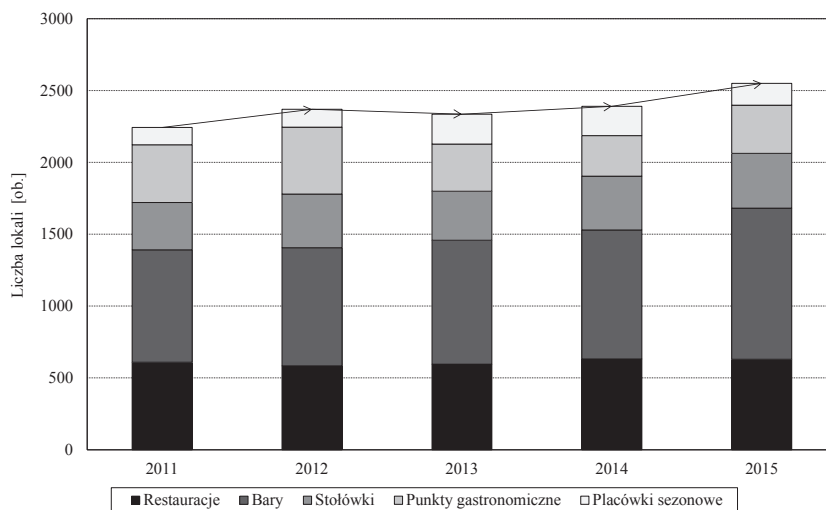
Polscy konsumenci w 2015 roku w miesięcznych wydatkach – 1091,19 zł/osobę, na restauracje i hotele przeznaczali 45,36 zł (4,2%). Największe wydatki (72,17 zł) ponosili na ten cel mieszkańcy województwa mazowieckiego – 5,3% (por. tabela 2). W okresie 2012-2015 wydatki na restauracje i hotele wzrosły z 2,8 do 4,2%, co świadczyć może o wzroście zainteresowania Polaków usługami gastronomicznymi (GUS 2016).

Usługi gastronomiczne w Warszawie - dane ilościowe

Liczba wszystkich placówek gastronomicznych w Warszawie na początku 2017 roku wyniosła 9473 i znacząco różniła się od tej w 2011 roku – 7447 obiektów (*Baza Danych Lokalnych* 2017). W latach 2011-2017 liczba lokali wzrosła o 21,4%, przy czym największy wzrost zaobserwowano na przełomie lat 2015/2014 (6,7%) (por. wykres 2). W 2012/2013 odnotowano spadek liczby, gdyż wiele lokali otwartych przed mistrzostwami Europy EURO 2012, nie poradziło sobie z konkurencją (*Rocznik Statystyczny Warszawy 2012-2016*).

Wykres 2

Struktura lokali gastronomicznych w Warszawie (2011-2015)



Źródło: Rocznik Statystyczny Warszawy (publikacje z lat 2012- 2016).

W latach 2011-2015 zmianie uległa struktura podziału lokali gastronomicznych. W ogólnej liczbie zakładów najczęściej było barów (34,7-41,3%) i restauracji (24,6-27,2%). Mniejszy był udział punktów gastronomicznych (11,8-19,6%), stołówek (14,6-15,8%) i placówek se-

zonowych (5,3-8,9%). W tym okresie liczba barów wzrosła o 34,5%; placówek sezonowych o 26,7%; a restauracji o 3,4% (*Rocznik Statystyczny Warszawy 2012-2016*).

Liczba zakładów gastronomicznych w Warszawie na tle województwa mazowieckiego wyróżnia się. W 2015 roku w stolicy ponad połowę wszystkich w województwie, stanowiły restauracje (55%), bary (70%) i stołówki (71%) i ok. 1/5 – punkty gastronomiczne (por. tabela 3).

Tabela 3

Placówki gastronomiczne w Warszawie na tle województwa mazowieckiego

Rodzaj placówki	Liczba placówek (2015)	
	województwo mazowieckie	Warszawa
Restauracje	1 151	630 (54,7%*)
Stołówki	537	381 (70,9%*)
Bary	1 507	1 052 (69,8%*)
Punkty gastronomiczne	2 011	335 (16,7%*)
Ogółem	5 206	2 398 (46,0%*)

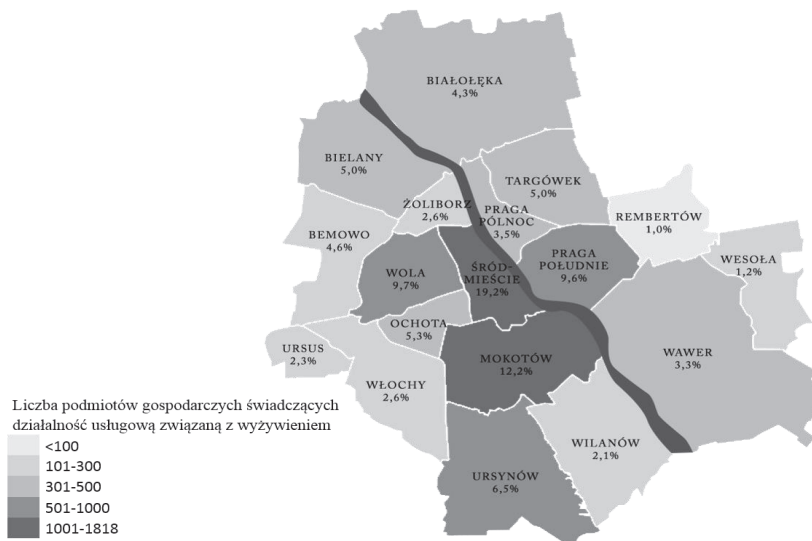
*Udział w placówkach gastronomicznych województwa mazowieckiego.
Źródło: *Rocznik Statystyczny Warszawy* (2016).

Tak więc Warszawa może być dobrym reprezentantem usług gastronomicznych w Polsce.

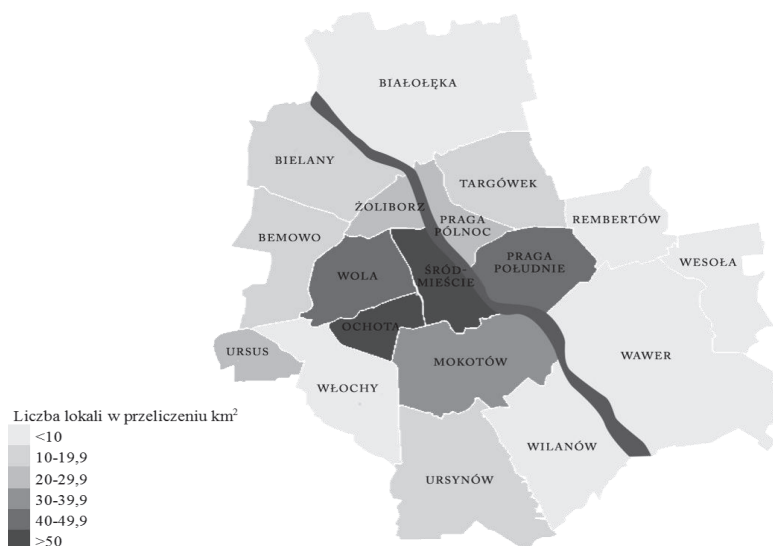
Lokalizacja placówek gastronomicznych w Warszawie

W warszawskiej infrastrukturze gastronomicznej w ostatnich 20 latach oprócz 15-krotnego zwiększenia liczby przedsiębiorstw, nastąpił rozwój bazy gastronomicznej w dzielnicach poza Centrum. Najwięcej zarejestrowanych przedsiębiorstw gastronomicznych znajduje się w Śródmieściu (19,2%) i na Mokotowie (12,2%). Lokalizacja zakładów w Śródmieściu wynika z faktu, że znajduje się tam ponad połowa wszystkich miejsc hotelowych, większość atrakcji turystycznych oraz obiekty symboliczne, reprezentacyjne i administracyjne. Obszar ten jest zagospodarowany przestrzennie, skupia wiele miejsc pracy i położony jest w środku układu różnych rodzajów komunikacji (Śleszyński 2004; Derek i in. 2013). W 2017 roku po ok. 10% lokali gastronomicznych znajduje się na Woli i Pradze Południe. W porównaniu z latami 2011 (505 lokali) i 1994 (17 obiektów) zwiększyła się liczba placówek w rozwijającej się dzielnicy Ursynów – 618 (6,5%). Dotyczy to również dzielnicy Targówek, w której w 1994 roku było 15, w 2011 roku – 427, a w 2017 roku – 471 placówek (Cetnarska, Kowalczyk 1995; Derek i in. 2013). Najmniejszą bazę gastronomiczną (94 placówki, 1%) ma Rembertów.

Najwięcej lokali w przeliczeniu na 1 km² (por. rysunek 2), znajduje się w dzielnicy Śródmieście (116,5 obiektów). Mniej znajduje się na Ochocie (51,4), Woli (47,4) i Pradze-Płd.

Rysunek 1**Lokalizacja zakładów gastronomicznych w Warszawie (stan na 31.01.2017)**

Źródło: na podstawie danych Mazowieckiego Ośrodka Badań Regionalnych (2017).

Rysunek 2**Liczba placówek gastronomicznych w Warszawie na 1 km²**

Źródło: jak w rysunku 1.

(40,4), a najmniej w peryferyjnych dzielnicach Wawer (<4 obiekty/km²), Rembertów (4,9), Wesoła (5,0), Wilanów (5,5) i Białołęka (5,6). Wzrost liczby placówek gastronomicznych w dzielnicach peryferyjnych miasta świadczy o wzroście znaczenia usług gastronomicznych, z których korzystają nie tylko turyści, ale również mieszkańcy miasta.

Rodzaje lokali gastronomicznych w Warszawie

Rynek usług gastronomicznych stanowią segmenty: barów *fast food* i sprzedaży na wynos, restauracji i kawiarni, pubów, punktów gastronomicznych, gastronomii hotelowej, gastronomii w obiektach handlowych, segment usług gastronomicznych dla podróżujących (Bombol, Dąbrowska 2003). Oprócz obiektów stacjonarnych i sezonowych są obiekty okazjonalne (targi, jarmarki itp.).

Warszawski rynek gastronomiczny również podlega segmentacji. Dość licznie reprezentowany jest segment restauracji i kawiarni. Są to lokale o różnym standardzie, zarówno bary kawowe, restauracje typu casual dining, jak i ekskluzywne. W tym segmencie znajdują się restauracje etniczne (z kuchnią narodową), regionalne (np. z ofertą kuchni warszawskiej), tematyczne (np. naleśnikarnie, burgerownie, z ofertą wegetariańską, dietetyczne).

Na podstawie wtórnych źródeł informacji na grupie 1000 zakładów gastronomicznych zlokalizowanych w Warszawie i analizy „Przewodnik po restauracjach” (Nowak 2010) wykazano, że restauracje etniczne oferują dania kuchni ze wszystkich kontynentów (por. tabela 4). Najliczniej reprezentowane były lokale oferujące dania kuchni europejskiej (w tym polskiej) i azjatyckiej. Wiele placówek (225) oferowało zarówno dania polskie, jak i inne europejskie. Najmniej liczne były lokale z kuchnią afrykańską.

Polacy stają się bardziej otwarci na poznawanie kuchni innych narodów. Do zainteresowania kuchnią etniczną przyczynia się jej popularyzacja w mediach, zwłaszcza w telewizji, na blogach internetowych i w kolorowych magazynach oraz turystyka.

Według raportu pt. *Polska na talerzu 2016*, preferencje kulinarne Polaków to: kuchnia polska (78%), włoska (74%), amerykańska (53%), regionalna (47%), chińska/wietnamska (38%), śródziemnomorska (27%), japońska (20%), wegetariańska (17%), tajska i hinduska (po 13%), eko/bio (9%) i wegańska (8%). Wśród lokali, najpopularniejsze były pizzerie (70%), restauracje (52%) i zakłady *fast food* (61%), a w dalszej kolejności lokale z kebabami (45%), bary/ puby (42%), zakłady serwujące zapiekanki (27%) i burgery (24%) (Raport 2016).

Na rynku warszawskim funkcjonuje wiele obiektów gastronomii systemowej. Najwięcej z nich oferuje pizzę, gdyż jest ona popularna wśród polskich konsumentów. Są to: Da Grasso, Telepizza, Gruby Benek, Dominium Pizza, Pizzeria Biesiadowo (por. tabela 5).

Wśród wymienianych największych sieci lokali typu fast food wymienić można McDonald's, KFC, Subway (por. tabela 5). Kebaby, zapiekanki i burgery to również dania lubiane przez Polaków. Konkuruje z nimi coraz popularniejsza gastronomia mobilna. Według Global Food Service, w Polsce w 2015 roku było zarejestrowanych 300 *food truck*-ów. Szacuje

się, że wydatki na tego rodzaju posiłki będą rosnąć 30% rocznie. Na razie regularnie w food truckach jada 12% badanych (n=1000), wybierając: kebaby, burgery, hot dogi i zapiekanki (Dominiak 2016; Raport 2016).

Tabela 4

Rodzaje etnicznej oferty w placówkach gastronomicznych w Warszawie

Kontynent	Rodzaj kuchni	Liczba zakładów oferujących dania etniczne)*	
		badania własne 2017	Nowak 2010
Europa	angielska	4	3
	bałkańska	5	11
	czeska	8	-
	francuska	53	11
	grecka	10	7
	hiszpańska	27	9
	niemiecka i austriacka	5	3
	polska	296	-
	portugalska	-	1
	rosyjska	6	3
	turecka	26	4
	węgierska	4	--
	włoska	260	70
	Ogółem	704	122
Azja	azjatycka	18	34
	indyjska, lankijska, nepalska	45	16
	japońska (w tym sushi)	122	35
	gruzińska, mongolska, ormiańska	3	5
	Ogółem	188	90
Ameryka	amerykańska	7	6
	argentyńska	1	3
	brazylijska	2	1
	meksykańska	8	6
	Ogółem	18	16
Afryka	bez wskazania kraju	1	2
Bliski Wschód	libańska	2	-
	żydowska	6	13
Różne	międzynarodowa	81	117
Ogółem		1000	360

*Uwzględniono najbardziej znane i posiadające strony internetowe.
Źródło: badania własne na podstawie wtórnych źródeł informacji.

W grupie placówek sieciowych są również restauracje casual dining, takie jak Sphinx i TGI Fridays. Oferują one w przystępnej cenie smaczne, dobrej jakości posiłki.

Tabela 5

Wybrane sieci lokali funkcjonujące w Warszawie

System gastronomiczny	Liczba placówek	
	w Polsce*	w Warszawie*
McDonald's	388	66
<i>AmRest</i> , w tym:	393	67
– KFC	223	20
– Pizza Hut	81	19
– Burger King	36	9
– Starbucks	53	19
TelePizza	120	21
<i>Sfinks Polska</i> , w tym:	109	20
– Sphinx	93	16
– Chłopskie Jadło	13	3
– WOOK	2	0
– Pub Lolek	1	1
Pizzerie Da Grasso	175	21
Pizzerie Gruby Benek	50	2
Pizzerie Dominium Pizza	70	22
Pizzerie Biesiadowo	100	15
Subway	128	24
Green Way	30	1
Kawiarnie Grycan	140	24
Coffeheaven	137 kawiarni	68
(obecnie Costa Coffee)	250 kawomatów	27
Empik Cafe	43	7
(obecnie So!Coffee)		
Cafe Nescafe	21	4
Kawiarnie A.Blikle	29	16
W biegu Cafe	13	7
Pijalnia Czekolady E.Wedel	26	9
Pożegnanie z Afryką	15	3
Mount Blanc	20	0

*Stan na 30.07.2017.

Źródło: jak w tabeli 4.

W Warszawie, oprócz barów i tradycyjnych kawiarni zorientowanych na różne grupy społeczne (artyści, studenci, rodzice z dziećmi itp.), rozwija się też rynek kawiarni sieciowych (por. tabela 5), światowych i polskich marek (np. Starbucks, A. Blikle, W biegu Cafe). Mimo że Warszawa posiada rozwiniętą bazę gastronomiczną, to brakuje produktu regionalnego ściśle z nią łączonego, tak jak ma to miejsce np. w Toruniu (pierniki), Poznaniu (rogale

świętomarcińskie) i Krakowie (bajgle). Niektóre produkty charakteryzują się dużym potencjałem, np. pączki od Bliklego, florentynki, kremówki czy Tort z Cafe Bristol, „wuzetka”. W 2009 roku opracowano recepturę nowego ciastka warszawskiego „Zygmuntówka” (Cech Rzemiosł Spożywczych w Warszawie 2017).

Warszawa jest miejscem interesującym kulinarnie. Warszawskie lokale gastronomiczne zdają się być miejscem spotkania różnych kultur i smaków, a zwłaszcza otwartym na nowości.

Znajdziemy tu lokale z kuchnią fusion, łączącą elementy różnych kuchni świata, z kuchnią molekularną i wegetariańską (por. tabela 6). Rośnie oferta dań prozdrowotnych i dietetycznych, w tym niskokalorycznych, z ograniczoną ilością tłuszczu i soli. Według badań przeprowadzonych wśród 4000 konsumentów, w 8 krajach świata (USA, Wlk. Brytania, Niemcy, Chiny, Rosja, Brazylia, Turcja, Polska), zaczyna być widoczne dążenie ludzi do zdrowszego trybu życia i do dokonywania świadomych wyborów podczas spożywania posiłków poza domem (Report World menu 2011). Przyczynia się do tego znakowanie żywniowe placówek gastronomicznych i kart menu.

Konsument w warszawskich restauracjach ma możliwość spróbowania dań z egzotycznych zakątków świata i z polskiej tradycji. Funkcjonują obiekty tematyczne specjalizujące się w pierogach (pierogarnie) i naleśnikach (naleśnikarnie) (por. tabela 6).

Tabela 6

Warszawskie zakłady gastronomiczne tematyczne

Oferta tematyczna	Liczba zakładów*
Kuchnia fusion	52
Kuchnia molekularna	2
Burgerownie	24
Pierogarnie	12
Naleśniarnie	8
Kuchnia wegetariańska	291
Lokale z kuchnią bezglutenową	14**

*Stan na 30.06.2017; ** <http://www.celiakia.pl>

Źródło: jak w tabeli 4.

Niewiele obiektów oferuje dania kuchni warszawskiej (np. flaki z pulpetami, pyzy), ze względu na brak ciągłości historycznej i kulturowej miasta powstałej wskutek wojny i socjalizmu (Hebda 2012). Rozwój gastronomii, podobnie jak innych sektorów gospodarczych nastawiony jest na różnych odbiorców. Niezależnie od lokali nowatorskich funkcjonuje rynek smakoszy. Dla osób, które lubią kuchnię tradycyjną, na rynku warszawskim są lokale z ofertą takich dań, jak: tatar, śledzie, ozory w galarecie, bryzole, zrazy, de volaille, schabowy i gulasz, podroby, rosół z makaronem, dudki (płucka) w białym barszczu, cynaderki w sosie, ozorki wieprzowe, flaki wołowe i wątróbkę. Dania te nawiązują do przedwojennych lokali i PRL-u.

Do tradycji należą też bary mleczne. Znane były już w Warszawie w końcu XIX wieku i w okresie międzywojennym, zasłynęły jednak te z PRL-u. Pomysł barów szybkiej obsługi, serwujących proste potrawy (pierogi, naleśniki, kluski, kasze, potrawy z ziemniaków i nabiału) powstał w 1948 roku. W 1955 roku w Polsce było ponad 500 barów mlecznych. W 2011 roku, brytyjski dziennik „The Guardian”, za jedyne kulinarne miejsce warte polecenia w Gdańsku uznał bar mleczny „Turystyczny”, działający od połowy lat 50. (Kochanowski 2013). W Warszawie obecnie jest ich 16 (badania własne).

W Polsce, podobnie jak w Europie, segment barów alkoholowych jest jeszcze mało rozwinięty, chociaż ich udział pod względem sprzedaży w Polsce to 18,4%. Znaczny odsetek (42%) konsumentów (n=1000) wskazuje, że odwiedza bary/puby (Raport 2016).

Segment punktów gastronomicznych jest bardzo rozdrobniony i nie zbiera się danych statystycznych w tym zakresie, dlatego trudno ocenić, w jaki sposób rozwija się on w Polsce.

We współczesnej Warszawie coraz większego znaczenia nabiera segment gastronomii w obiektach handlowych (*food court*). Na terenie Warszawy funkcjonuje 19 centrów handlowych. Znajdują się w okolicy dworców PKP i w pobliżu biurów. Wśród osób korzystających z ich usług są więc osoby przyjezdne i pracujące w pobliżu (miejsce lunchu i spotkań biznesowych) oraz klienci centrum handlowego. Liczba lokali gastronomicznych na terenie centrów wynika z ich lokalizacji i wielkości centrum, i wynosiła od 14 do 32 placówek gastronomicznych. Są to kawiarnie, bary kawowe, cukiernie, lodziarnie, herbaciarnie, bary przekąskowe (kanapkowe, sałatkowe) i restauracje. Wśród restauracji część należy do sektora QSR (Quick Service Restaurants): McDonald's, Pizza Hut, KFC, Dominium Pizza, Burger King (Czarnecka-Skubina i in. 2011).

W Warszawie są także lokale gastronomiczne wyróżnione w przewodnikach kulinarnych bądź prowadzone przez osoby znane z programów telewizyjnych. Są wśród nich te z kuchnią modernistyczną (Gault & Millan Polska 2016; Michelin 2016). Należą do nich np. Platter (Karol Okrasa – programy „Kuchnia z Okrasą” i „Smaki czasu z Karolem Okrasą”); Bistro de Paris (Michel Moran – program MasterChef), AleGloria (Magda Gessler – program „Kuchenne rewolucje”), AtelierAmaro (Wojciech Modest Amaro – programy „Hell's Kitchen” i „TopChef”); Sowa & Przyjaciele (Robert Sowa – program „Mój przepis na...” i „Życie od kuchni”); u Kucharzy (Adam Gessler – program „Wściekle Gary”), Mała Polana Smaków (Andrzej Polan – program „Doradca Smaku”) (Strony internetowe restauracji 2017).

Lokale gastronomiczne wyróżnione w przewodnikach kulinarnych

Warszawskie lokale gastronomiczne są wyróżnione w różnych przewodnikach kulinarnych. W przewodniku Michelin (2016; 2017) na 52-53 wyróżnione restauracje ponad 50% znajduje się w Warszawie, w tym „Atelier Amaro” i „Senses” otrzymały prestiżową gwiazdkę (bardzo dobra restauracja w swojej kategorii). Wśród restauracji polecanych w tym przewodniku, największy odsetek serwuje kuchnię nowatorską (36%), międzynarodową (28%), polską (18%) i etniczną (18%). W przewodniku Gault & Millau Polska (2016) wśród 390 restauracji – 101 (25,9%) mieściło się w Warszawie, a w Poland 100 Best Restaurants (2016) – 18%.

W rankingu Gault & Millau (2016) inspektorzy oceniali w punktach (max. 20) rodzaj serwowanej kuchni i typ lokalu. Najwięcej wyróżnionych lokali oferowało kuchnię etniczną (32,7%), międzynarodową i polską (po 18,8%). Mniejszy był udział lokali typu bistro (15,8%), lokali z kuchnią nowatorską (10,9%) i restauracji rybnych (3%). Lokale oceniono w zakresie 11-11,8 pkt. (bistra – 11, restauracje rybne – 11,2; z kuchnią etniczną – 11,3; kuchnię polską – 11,5 i międzynarodową – 11,8 pkt.). Najlepiej oceniono zakłady z kuchnią nowatorską (14,7 pkt.). Ze względu na charakter obiektu, najczęściej wyróżniono lokali o swobodnym charakterze (43,6%), po 19,8% lokali eleganckich bądź biznesowych, ok. 13% rodzinnych i 10,9% miejsc romantycznych lub bistro. Najlepiej oceniono restauracje eleganckie (13,2 pkt.), pozostałe w zakresie 11-11,3 pkt.

Dokonano przeglądu oferty na przykładzie 10 restauracji wyróżnianych w przewodnikach (por. tabela 7). Wszystkie wymienione w nich restauracje wykorzystują elementy kuchni modernistycznej, która polega na tworzeniu dań z użyciem nowych urządzeń, technik i niestosowanych dotąd surowców. Wykorzystywana jest wiedza z zakresu chemii żywności i fizyki oraz techniki znane z technologii żywności lub laboratorium. W nagrodzonych restauracjach nie funkcjonuje stała karta menu, dania są serwowane w postaci menu degustacyjnego, charakteryzują się nietypowymi połączeniami smakowymi i kreatywnością. Ponad połowa restauracji bazuje na polskich składnikach, a polskie dania p rezentowane są w nowoczesnej formie. Wykorzystanie elementów kuchni molekularnej połączone jest z nietypową prezentacją dań. Szefowie kuchni oprócz zachwycenia smakiem, chcą wzbudzić emocje i stymulować inne zmysły, tworząc kulinarny spektakl (Głuchowski, Czarniecka-Skubina 2016; Strony internetowe restauracji 2017).

Tabela 7

Charakterystyka wybranych nowatorskich restauracji w Warszawie

Restauracja	Stale menu	Menu degustacyjne	Polskie surowce	Kuchnia modernistyczna	Awangardowy sposób prezentacji
Atelier Amaro*	-	+	+	+	+
Senses*	-	+	+	+	+
Tamka 43	+	+	+	+	+
Nolita	+	+	-	+	+
Salto	+	+	-	+	+
Concept 13	+	-	+	+	+
La Rotisserie	+	+	-	+	+
L'enfant Terrible	+	+	-	+	+
Opasły Tom	+	+	+	+	+
ELIXIR	+	-	+	+	+

*Lokal z gwiazdką przewodnika Michelin (2016).

Źródło: opracowanie własne na podstawie stron internetowych restauracji (2017).

Restauracje z kuchnią nowatorską są często prowadzone przez osoby znane z telewizji, przez co stają się celem wizyt konsumentów podążających za miejscami uznawanymi za „trendy”. W dobie konsumpcjonizmu możliwość zaspokojenia podstawowych potrzeb głodu i pragnienia dla klienta zdaje się być niewystarczająca. Funkcja rozrywkowa gastronomii pozwalająca na zaspokojenie potrzeb wyższego rzędu staje się bardzo istotna i dlatego znane restauracje stanowią atrakcyjny produkt turystyczny m. st. Warszawy.

Podsumowanie

1. Rynek usług w Polsce dynamicznie rozwija się, a rynek warszawski jest jego dobrym reprezentantem. Warszawa to ważne miejsce rozwoju i lokalizacji gastronomii. Przyczynia się do tego duża liczba potencjalnych konsumentów: stałych mieszkańców, znaczny odsetek osób dojeżdżających, a także turystów. Jest tu różnorodność rodzajów lokali gastronomicznych, tradycyjnych i reprezentujących najnowsze trendy.
2. Rynek usług gastronomicznych w Warszawie dynamicznie rośnie i podlega segmentacji ze względu na zróżnicowanie potrzeb konsumentów i lokalizację placówek. Wiele segmentów, jak np. punkty gastronomiczne, trudno scharakteryzować, gdyż nie ma zebranych danych statystycznych jakościowych, jedynie są dane ilościowe. Ten segment jest popularny wśród konsumentów ze względu na ceny.
3. W gastronomii warszawskiej zarysowuje się rozwój restauracji i barów. Segment ten reprezentują głównie restauracje etniczne i placówki sieciowe (restauracje, bary, kawiarnie). Wśród kuchni etnicznych dominuje kuchnia europejska i azjatycka, co wynika z preferencji kulinarnych Polaków.
4. Duża konkurencja motywuje właścicieli np. restauracji i kawiarni do znacznej kreatywności, przejawiającej się w bogatym i różnorodnym menu oraz nietypowych usługach dla konsumentów. W Warszawie znajdziemy restauracje prowadzone przez osobowości znane z programów telewizyjnych bądź wyróżnione w przewodnikach kulinarnych, co świadczy o wysokim poziomie usług.
5. Wydaje się, że na dalszy rozwój tego rynku będzie wpływać zamożność społeczeństwa, zwiększający się popyt na usługi gastronomiczne oraz zmiany zwyczajów żywieniowych wyrażające się wzrostem popularności oryginalnych form usług gastronomicznych, zmianą i rozwojem struktury bazy gastronomicznej.

Bibliografia

- Baza Danych Lokalnych* (2017), <http://www.gus.pl> [dostęp: 09.02.2017].
- Bombol M., Dąbrowska A. (2003), *Czas wolny: konsument, rynek, marketing*, K.E. Liber, Warszawa.
- Cech Rzemiosł Spożywczych w Warszawie* (2017), <http://www.crs.waw.pl/kom.htm> [dostęp: 30.03.2017].
- Cetnarska H., Kowalczyk A. (1995), *Infrastruktura turystyczna i paraturystyczna*, (w:) *Warszawa jako centrum turystyczne*, Uniwersytet Warszawski, Biuro Zarządu m. st. Warszawy, Wydział Kultury Fizycznej i Turystyki, Warszawa.

- Czarniecka-Skubina E., Lipa P., Andrejko D. (2011), *Gastronomia w centrach handlowych - współczesne miejsce spędzania wolnego czasu*, (w:) Czarniecka-Skubina E., Nowak D., Mogiła-Lisowska J. (red.), *Żywność i żywienie w turystyce i rekreacji*, WSHGiT, Warszawa.
- Derek M., Duda-Gromada K., Kosowska P., Kowalczyk A., Madurowicz M. (2013), *Problemowe i problematyczne ABC turystyki w Warszawie*, „Prace Geograficzne”, nr 134.
- Dominiak I. (2016), *Food truck, czyli piekło na kółkach*, <http://www.newsweek.pl> [dostęp: 24.01.2017].
- Gault & Millau Polska (2016), *Przewodnik po restauracjach, hotelach i produktach regionalnych*, Warszawa.
- Głuchowski A., Czarniecka-Skubina E. (2016), *Kuchnia modernistyczna w gastronomii*, „Zeszyty Naukowe WSTiJO w Warszawie. Turystyka i Rekreacja”, nr 17(1).
- GUS (1951-2016), *Rocznik statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej*, Warszawa.
- GUS (2016), *Rocznik Statystyczny Województw 2016*, GUS, Warszawa.
- GUS (2017), *Mały Rocznik Statystyczny 2017*, Warszawa.
- Hebda A. (2012), *Warszawskie podróże kulinarne. Komunikacja podróży kulinarnych w materiałach reklamowych i recenzjach kulinarnych*, „Turystyka Kulturowa”, nr 3.
- Kochanowski J. (2013), *Bar mleczny*, „Biuletyn IPN”, nr 5, [pamięć.pl](http://pamiec.pl).
- Mazowiecki Ośrodek Badań Regionalnych* (2017), Urząd Statystyczny, Warszawa.
- Michelin (2016), *Main Cities of Europe – Restaurants & Hotels*.
- Milewska M., Prączko A., Stasiak A. (2017), *Podstawy gastronomii. Od żywności do turystyki kulinarnej*, PWE, Warszawa.
- Nowak M. (red.) (2010), *Przewodnik po restauracjach, Warszawa pełną gębą 2010-2011*, Agora, Warszawa.
- Ozimek I. (2013), *Jakość usług gastronomicznych a ochrona konsumenta w Polsce*, SGGW, Warszawa.
- Poland 100 Best Restaurants* (2016), Przewodnik, Creative Agency Eventic, Warszawa.
- Raport (2009), *Rynek punktów gastronomicznych w Polsce 2009*, Sondaż dla „Rzeczypospolitej”, GfK Polonia.
- Raport (2015), *Polska na talerzu 2015*, Raport firmy Macro Cash & Carry.
- Raport (2016), *Polska na talerzu 2016*, Raport firmy Macro Cash & Carry.
- Report World menu (2011), <http://www.unileverfoodsolutions.pl> [dostęp: 20.02.2017].
- Rocznik Statystyczny Warszawy* (2012; 2013; 2014; 2015; 2016), Urząd Statystyczny w Warszawie.
- Śleszyński P. (2004), *Kształtowanie się zachodniej części centrum Warszawy*, „Prace Geograficzne”, IGiPZ PAN, Warszawa.
- <http://atelieramaro.pl/> [dostęp: 30.03.2017].
- <http://www.eterrible.pl/> [dostęp: 30.03.2017].
- http://www.likusrestauracje.pl/pl/Restauracja_Concept_13 [dostęp: 30.03.2017].
- <http://rotisserie.pl/> [dostęp: 30.03.2017].
- <http://www.tamka43.pl/> [dostęp: 30.03.2017].
- <http://www.restauracjaelixir.pl/> [dostęp: 30.03.2017].
- <http://kregliccy.pl/opaslytom/> [dostęp: 30.03.2017].
- <http://saltorestarant.pl/pl/> [dostęp: 30.03.2017].
- <http://sensesrestaurant.pl> [dostęp: 30.03.2017].

<http://www.nolita.pl/> [dostęp: 30.03.2017].

http://www.celiakia.pl [dostęp: 30.06.2017].

The Catering Services Market in Poland on the Example of Warsaw

Summary

The aim of the paper is to present the market for catering services in Warsaw as an example of present gastronomy in Poland. The market review was made on the basis of statistics, available scientific literature, culinary guides, and own analyses. Quantitative data, the structure and location of the city's catering establishments, as well as the specifics of the existing facilities were taken into account. The total number of catering establishments in Warsaw at the beginning of 2017 amounted to 9,473. They were located mainly in Śródmieście and Mokotów. Most of establishments, 116 per 1km², were located in the downtown district. Great diversity of consumer needs causes that there are a variety of types of eating places which are traditional or representing new trends. In Warsaw, we can find those places managed by personalities from the TV programmes or highlighted in culinary guides, which prove a high level of services.

Key words: catering services, Warsaw market, services.

JEL codes: L83

Рынок услуг общепита в Польше на примере Варшавы

Резюме

Цель работы – представить рынок услуг общественного питания в Варшаве в качестве примера современного общепита в Польше. Обзор рынка провели на основе статистических данных, доступной научной литературы, кулинарных справочников и собственных исследований. Учили данные в количественном выражении, структуру и размещение заведений общепита в городе, а также специфику действующих объектов. Число всех заведений общепита в Варшаве в начале 2017 г. составило 9473 единицы. Они в основном находились в центральном районе и в районе Мокотув. Больше всего (116) заведений в пересчете на 1 км² было в центральном районе столицы, Средместье (польск. Śródmieście). Большая дифференциация потребностей потребителей приводит к тому, что здесь выступает разновидность заведений общепита, традиционных и представляющих новейшие тренды. В Варшаве есть заведения общепита, управляемые личностями, известными по телевидению, или завоевавшие призы кулинарных справочников, что свидетельствует о высоком уровне услуг.

Ключевые слова: общественное питание, варшавский рынок, услуги.

Коды JEL: L83

Artykuł nadesłany do redakcji w maju 2017 roku

© All rights reserved

Afiliacja:

mgr inż. Artur Głuchowski

mgr inż. Ewa Rasińska

dr hab. Ewa Czarniecka-Skubina

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Wydział Nauk o Żywieniu Człowieka i Konsumpcji

ul. Nowoursynowska 159C

02-776 Warszawa

e-mail: artur_gluchowski@sggw.pl

e-mail: ewa_rutkowska@sggw.pl

e-mail: ewa_czarniecka_skubina@sggw.pl