

GANNA LEVYTSKA, BARBARA KOWRYGO

ZNACZENIE USŁUG GASTRONOMICZNYCH W ŻYWIENIU LUDNOŚCI W POLSCE

THE IMPORTANCE OF FOOD SERVICES IN NUTRITION OF THE POLISH POPULATION

Katedra Organizacji i Ekonomiki Konsumpcji
Wydział Nauk o Żywieniu Człowieka i Konsumpcji, SGGW
02-776 Warszawa, ul. Nowoursynowska 159c
e-mail: barbara.kowrygo@sggw.pl
Kierownik: *dr hab. W. Laskowski*

Ze względu na znaczny wzrost sektora gastronomicznego celem pracy była ocena znaczenia tych usług w żywieniu ludności Polski. Stwierdzono, iż mimo postępu w poziomie i strukturze usług gastronomicznych przeciętna polska rodzina przeznacza na żywienie poza domem jedynie około 5 % swoich wydatków na żywność, kilka razy mniej, niż w krajach wysokorozwiniętych.

Słowa kluczowe: sektor usług gastronomicznych, uwarunkowania rozwoju, udział usług gastronomicznych w żywieniu ludności.

Key words: food service sector, development conditions, share of food service in nutrition.

WSTĘP

Procesy społeczno-ekonomiczne zachodzące we współczesnym świecie, mają bezpośredni wpływ na kształtowanie się zapotrzebowania na usługi i dobra konsumpcyjne. W ostatnim dziesięcioleciu ubiegłego stulecia oraz w pierwszych latach obecnej dekady notuje się radykalną zmianę ogólnego modelu konsumpcji, polegającą przede wszystkim na wzroście znaczenia usług, w tym usług gastronomicznych. Mając powyższe na uwadze, celem niniejszej pracy jest ocena znaczenia tych usług w żywieniu ludności Polski.

MATERIAŁ I METODYKA

Podstawę analizy stanowiły wtórne źródła empiryczne, zaczerpnięte ze statystyki ogólnej [3, 6] oraz z budżetów gospodarstw domowych z lat 2000-2004 [1]. Posłużono się również raportami IRWiK w Warszawie oraz informacjami z sieci Internet. Do oceny zebranego materiału zastosowano metodę porównawczą.

WYNIKI I DYSKUSJA

Uwarunkowania wzrostu zapotrzebowania na usługi żywienia poza domem

Wśród typowych uwarunkowań rozwoju usług gastronomicznych wyodrębnić należy czynniki makro- i mikroekonomiczne. Pierwsza grupa czynników jest związana ze strukturą gospodarki narodowej. Do drugiej grupy należą głównie dochody i wydatki gospodarstw domowych, w tym na żywność, a także warunki społeczne i kulturowe oraz zmiany zachodzące w stylu i organizacji życia.

Uwarunkowania makroekonomiczne

Podstawowym makroekonomicznym czynnikiem bezpośrednio wpływającym na wielkość dochodów konsumentów jest produkt krajowy brutto (PKB) w przeliczeniu na osobę. W 2004 r. wskaźnik ten w Unii Europejskiej wyniósł średnio 22 400 PPS EUR/osobę i był wyższy o 13,1 % od notowanego w 2000 r. [6]. Spośród państw należących do Unii Europejskiej najniższy w 2004 r. PKB/osobę odnotowano w Polsce i na Łotwie - odpowiednio 9 600 i 10 500 PPS EUR, co stanowiło około 43 % i 47 % wartości przeciętnej dla wszystkich krajów członkowskich. Mimo znacznych różnic należy podkreślić pozytywne tendencje. Wzrost PKB/osobę w Polsce w latach 2000-2004 był zbliżony do poziomu przeciętnego dla UE i wyniósł 15,4 %, co wskazuje na stopniowe zwiększanie zamożności polskiego społeczeństwa. Potwierdzają to dane GUS, z których wynika, iż przeciętne miesięczne wynagrodzenie Polaków w 2005 r. w odniesieniu do 2000 r. wzrosło prawie o 25 %.

Zwiększenie się dochodów ludności znajduje odzwierciedlenie w wartości sprzedaży dóbr konsumpcyjnych i usług, między innymi sprzedaży artykułów żywnościowych oraz usług gastronomicznych. W latach 1995-2004 sprzedaż żywności z tych źródeł zwiększyła się w zbliżonym stopniu, odpowiednio o 140 % oraz o 139,8 %. Mimo stosunkowo wysokich wartości obu wskaźników udział żywności dostępnej w sieci gastronomicznej w sprzedaży żywności ogółem był niewielki i wahał się w badanym okresie w granicach 11-12 % [3].

Uwarunkowania mikroekonomiczne

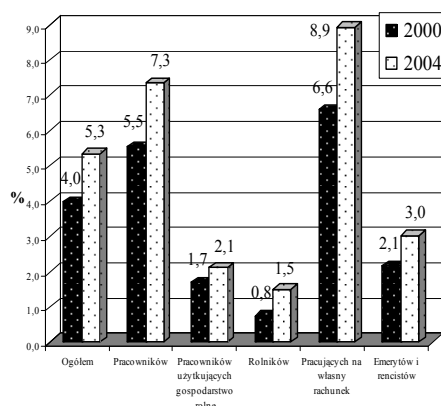
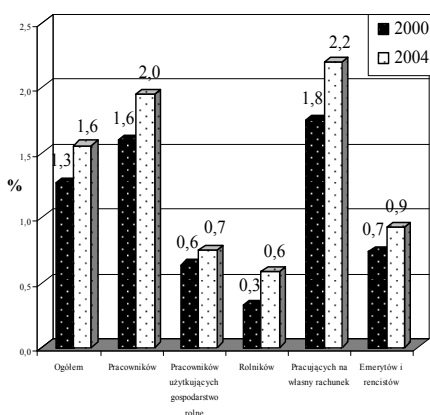
Wpływ na kształtowanie się proporcji między żywieniem w placówkach gastronomicznych i tradycyjnym w domu wywierają dwie podstawowe kategorie – podaż popyt. Charakterystykę strony podaźowej należy rozpocząć od zaznaczenia, że jeszcze kilkanaście lat temu poziom i jakość usług gastronomicznych w Polsce był niezadowolający. Usługi te cechowały się między innymi nienajlepszą jakością posiłków, małym ich urozmaiceniem, niewielką możliwością wyboru, niską kulturą obsługi. Już w krótkim okresie po upowszechnieniu reguł gospodarki rynkowej sytuacja w znacznej mierze się poprawiła. Nastąpił wyraźny wzrost liczby placówek gastronomicznych z ponad 60 tys. w 1995 r. do około 90 tys. w 2004 r., tj. o 48 %. Blisko 97 % ogółu tych placówek stanowi obecnie własność prywatną, a polski konsument może zaspokoić swoje najróżniejsze potrzeby żywieniowe w licznych typach zakładów gastronomicznych, oferujących potrawy z różnych stron świata oraz zróżnicowany poziom obsługi i cen. Mimo widocznych obecnie przeobrażeń we wszystkich aspektach działalności, sektor gastronomiczny w Polsce podlega dalszym zmianom, pojawiają się nowe typy usług, a gastronomicy polscy śledzą światowe tendencje i wdrażają je w kraju. Na tle krajów Unii Europejskiej-15 Polska ma najniższą gęstość sieci gastronomicznej. W 2003 roku na 10

tys. mieszkańców przypadało około 12 punktów gastronomicznych, podczas gdy w Hiszpanii i w Belgii było ich 50, we Włoszech - 40, w Wielkiej Brytanii i Francji po 30, w Niemczech - 25, a w Holandii - 20 [8].

Rozwój usług gastronomicznych związany jest również ze stroną popytową, tj. konsumentem i jego gospodarstwem domowym. Już od kilku lat obserwuje się wyraźne zmiany w stylu życia polskiego społeczeństwa. Generalnie życie jest dużo szybsze, niż na przykład w latach 50-60, a nawet 80-90 ubiegłego wieku. Wśród szczegółowych determinant transformacji stylu życia można wskazać na:

- zmianę struktury demograficznej ludności: wzrasta udział 1- i 2-osobowych gospodarstw domowych. W latach 1989-2002 liczba tej pierwszej grupy zwiększyła się o 38,4 %, drugiej o 6,7 %, natomiast gospodarstw 3-4-osobowych zmniejszyła się o 5,0 %.
- przedłużenie się życia, tak zwane „population greying” oraz wzrost liczby ludzi w wieku poprodukcyjnym. W latach 2000-2004 odnotowano zwiększenie się liczby osób w wieku 70-74 lata o 2,4 %, w przedziale 75-79 lata o 11,8 %, w wieku zaś 80-84 lata - o 50,3 %. Jednocześnie ogólny stan ludności w badanym okresie uległ zmniejszeniu o 0,26 %.
- generalny wzrost angażowania się w pracę. Udział Polaków pracujących 20-29 godzin tygodniowo zmniejszył się z 8,3 % w 2000 r. do 7,7 % w 2004 r., natomiast pracujących 50 godzin i więcej wzrósł z 16,2 % do 16,8 %.
- wzrost poziomu wykształcenia i kwalifikacji ludności. Według danych GUS liczba studentów szkół wyższych w latach 1995-2005 wzrosła 2,5-krotnie, absolwentów - 4-krotnie, słuchaczy studiów podyplomowych - 2,5-krotnie, a uczestników studiów doktoranckich - 3-krotnie.
- zwiększenia aktywności kobiet. Przykładowo procent zatrudnionych kobiet w roku 1995 stanowił 46,7 %, w roku 2004 zaś powiększył się do 47,2 %.

Wszystkie przedstawione wyżej aspekty wraz z zaznaczoną tendencją wzrostu dochodów wpływają na obniżenie odsetka spożycia posiłków w domu na korzyść odżywiania się poza



Źródło: opracowanie własne na podstawie: Budżety gospodarstw domowych w 2000 r. i 2004 r. GUS Warszawa 2001 i 2005

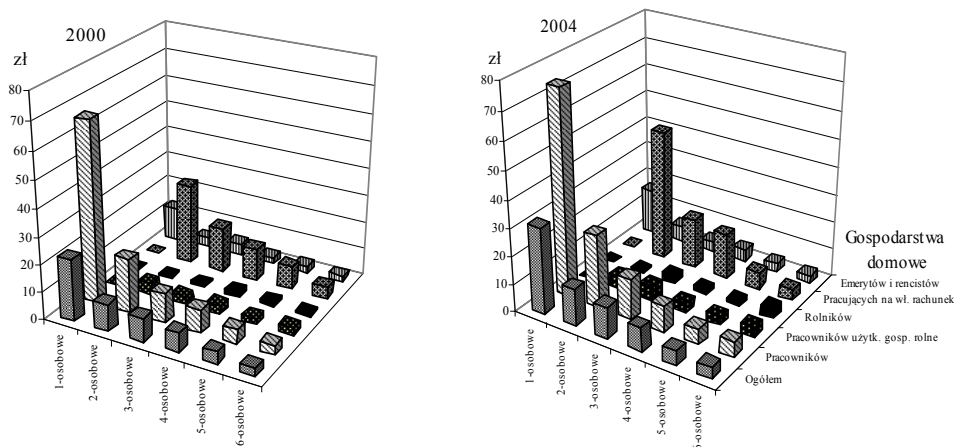
Ryc. 1. Udział wydatków na żywność w placówkach gastronomicznych w wydatkach ogółem oraz w wydatkach na żywność polskich gospodarstw domowych w latach 2000 i 2004 (w %)

domem. Jednocześnie nie można pominąć faktów, które przemawiają za utrzymaniem tradycyjnego sposobu żywienia, jak: rozwój produkcji i asortymentu sprzętu AGD, rozszerzenie dostępności i oferty rynkowej produktów o wysokim stopniu przygotowania do spożycia (żywności wygodnej), które skracają czas oraz wysiłek związany z przyrządzaniem posiłków w domu.

Mimo widocznych zmian w zakresie różnorodności i jakości usług gastronomicznych oraz przeobrażeń o charakterze społecznym i ekonomicznym, przeciętna polska rodzina przeznaczająca na żywienie poza domem niewielką część swoich dochodów. Przykładowo w 2000 r. żywienie w placówkach gastronomicznych stanowiło jedynie 1,3 % ogółu wydatków gospodarstw domowych oraz 4 % wydatków na żywność (ryc. 1). W roku 2004 sytuacja uległa nieznacznej zmianie: udział wydatków na żywienie w tych placówkach wyniósł 1,6 % ogółu wydatków oraz 5,3 % wydatków na żywność. W badanym okresie w największym stopniu korzystały z usług gastronomicznych gospodarstwa pracujących na własny rachunek. W 2000 roku udział tych usług stanowił 1,8 % wydatków ogółem oraz 6,6 % wydatków na żywność, w 2004 roku zaś odpowiednio 2,2 i 8,9 %. Najniższym poziomem wydatków na żywienie poza domem charakteryzowały się gospodarstwa domowe rolników, oraz pracowników użytkujących gospodarstwo rolne.

Zupełnie odmienną sytuację obserwuje się w krajach wysokorozwiniętych. Przykładowo w Stanach Zjednoczonych już w 1955 r. wydatki gospodarstw domowych na żywienie poza domem stanowiły 25,5 % ogólnych wydatków na żywność, w roku 2000 wskaźnik ten wzrósł do 48,3 %, a w 2004 roku - do 50,4 % [2].

W Polsce występują stosunkowo znaczne dysproporcje w wydatkach na żywienie w placówkach gastronomicznych w zależności od liczby osób w gospodarstwie domowym. Najwyższe wydatki na ten cel odnotowane są w budżetach 1-osobowych gospodarstw domowych, tzw. singli, zwłaszcza z grupy pracowników (ryc. 2).



Źródło: opracowanie własne na podstawie: Budżety gospodarstw domowych w 2000 r. i 2004 r. GUS Warszawa 2001 i 2005

Ryc. 2. Przeciętne miesięczne wydatki na żywienie w placówkach gastronomicznych na 1 osobę w polskich gospodarstwach domowych w latach 2001 i 2004 (w zł)

Znaczny wpływ na sposób zabezpieczania potrzeb żywieniowych Polaków mają tradycje i zwyczaje, związane z przygotowaniem i spożyciem posiłków. Badania TN OBOP (2003) dowodzą, że społeczeństwo polskie w kwestiach żywienia jest raczej konserwatywne. Polacy w wieku 15 lat i więcej najbardziej cenią sobie kuchnię polską. Ponad 90 % z nich zapytanych o ulubione potrawy wskazało właśnie na rodzime potrawy. Kolejne najczęściej wymieniane kuchnie to: włoska (27 %) i orientalna (17 %), grecka wskazana została przez co dwunastego Polaka, a meksykańska przez co czternastego. Swojej ulubionej kuchni nie ma lub nie potrafiło wskazać 4 % Polaków [7].

Potrawy kuchni polskiej zazwyczaj spożywane są w domu. Tak odpowiedziało aż 98 % badanych. Dania kuchni polskiej chętnie spożywają także u znajomych i przyjaciół (14 %) oraz w restauracji (5 %). Zwolennicy potraw włoskich i orientalnych najczęściej konsumują je w domu (54 %), co trzecia osoba - w restauracji bądź w mniejszych lokalach gastronomicznych, np. w pubie lub barze. Jak wynika z badań GfK Polonia (2004), aż 61 % respondentów twierdzi, że nie jada posiłków poza domem. Kobiety nawet częściej niż mężczyźni jedzą wyłącznie w domu (67 % wobec 56 %). Najczęściej odwiedzanymi placówkami gastronomicznymi są pizzerie (17 %), co dziesiąty Polak (11 %) posila się w placówkach fast food, a 10 % jada w restauracjach.

Biorąc pod uwagę spożywanie posiłków w restauracjach i barach przez konsumentów z nowych krajów Unii Europejskiej należy stwierdzić, iż w Polsce spożywanie posiłków poza domem deklaruje około 40% populacji, podczas gdy w Czechach aż 76%. Zróżnicowana jest też struktura częstotliwości odwiedzania punktów gastronomicznych. Raz w tygodniu posiłki poza domem konsumuje 4% Polaków, 4% Węgrów oraz 11% Czechów, natomiast raz lub kilka razy w miesiącu robi to 13% mieszkańców Polski, 14% Węgiei i aż 25% Czech [8].

Polscy konsumenci zaczynają coraz częściej doceniać walory usług gastronomicznych. Dopasowując się do współczesnego stylu życia, odwiedzają restauracje, bary, kawiarnie i inne placówki. Dodatkowo, podaż sektora pozwala korzystać z usług placówek gastronomicznych według możliwości, preferencji i gustu.

PODSUMOWANIE

Obecnie w Polsce stwierdza się wzrost zapotrzebowania na usługi gastronomiczne, chociaż ich udział w wydatkach gospodarstw domowych w dalszym ciągu znacznie odbiega od krajów wysoko rozwiniętych. Wobec tej tendencji należy liczyć się z dalszym rozwojem gastronomii oraz upowszechnianiem udziału tego typu usług w codziennym sposobie odżywiania się społeczeństwa.

Ze względu na wzrost wiedzy dotyczącej zależności między żywnością, stanem odżywiania i stanem zdrowia prognozuje się wzrost popularności placówek gastronomicznych w ofercie których znajdują się dania wegetariańskie, niskotłuszczowe, dietetyczne. Podaż posiłków o wskazanych charakterystykach będzie pełniła również rolę elementu edukacji żywieniowej, a także będzie sprzyjać zachowaniu sprawności i zdrowia społeczeństwa.

G. Levytska, B. Kowrygo

ZNACZENIE USŁUG GASTRONOMICZNYCH W ŻYWIENIU LUDNOŚCI W POLSCE

Streszczenie

Ze względu na znaczny wzrost sektora usług gastronomicznych celem pracy była ocena znaczenia tych usług w żywieniu ludności Polski. Na kanwie materiałów wtórnych przedstawiono uwarunkowania rozwoju usług gastronomicznych, wśród których wyodrębniono czynniki makro- i mikroekonomiczne. Stwierdzono, iż mimo znacznego postępu w poziomie i strukturze usług nie pełnią one takiej roli jak w krajach wysokorozwiniętych. Przeciętna polska rodzina przeznaczająca na żywienie poza domem jedynie nieznacznie ponad 5 % swoich wydatków na żywność. Przewiduje się dalszy wzrost sektora, a szczególnie placówek oferujących dania wegetariańskie, niskotłuszczowe i dietetyczne.

G. Levytska, B. Kowrygo

THE IMPORTANCE OF FOOD SERVICES IN NUTRITION OF THE POLISH POPULATION

During last years the fast development of food service sector is noticed. In relation to this fact the purpose of this paper was to evaluate the importance of food services in the nutrition of the Polish population. It was stated on the basis of secondary data that inspire of development in the level as well as in service structure the mass feeding don't play such role as in the high developed countries. On average the Polish family spend on this purpose only about 5 % of they food budget. In conclusion the continuation of food service was predicted development especially in the area of vegetarian, low fat and dietetic food.

PIŚMIENNICTWO

1. Budżety gospodarstw domowych w 2000 r. i 2004 r. GUS, Warszawa 2001 i 2005.
2. Food market structures: food service of USA. Food and alcoholic beverages: Total expenditures, 2005 (<http://www.ers.usda.gov>)
3. Mały Rocznik Statystyczny 2005. GUS Warszawa 2005
4. *Masłowski A.*: (2005), Usługi gastronomiczne w krajach wysoko rozwiniętych (na przykładzie niektórych krajów Unii Europejskiej i Stanów Zjednoczonych). Wyższa Szkoła Handlu i Finansów Międzynarodowych im. *F. Skarbka*, Warszawa, str. 3-11
5. *Masłowski A.*: (2005), Rynek usług gastronomicznych w Polsce – uwarunkowania i kierunki rozwoju. Rynek i Konsumpcja, raporty z badań – 2000, IRWiK, Warszawa, str. 201-210
6. Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej 2004. GUS, Warszawa 2005
7. Ulubione kuchnie Polaków, Badania TN OBOP, 2003 (<http://www.hotelarze.pl>)
8. Wyniki badań GfK Polonia, 2004 (<http://www.rcie.rzeszow.pl/plyta3>)
9. http://www.stat.gov.pl/opracowania_zbiorcze/kwartalnik/2005