

Marta Derek

Uniwersytet Warszawski
Wydział Geografii i Studiów Regionalnych
Zakład Geografii Turyzmu i Rekreacji
m.derek@uw.edu.pl

**KIERUNKI ROZWOJU USŁUG GASTRONOMICZNYCH
W WARSZAWSKIEJ DZIELNICY ŚRÓDMIEŚCIE**

**Trends and Developments in Eating Establishments
in Warsaw's Borough of Śródmieście**

Słowa kluczowe: Warszawa, dzielnica Śródmieście, usługi gastronomiczne, etniczne lokale gastronomiczne

Keywords: Warsaw, the borough of Śródmieście, eating establishments, ethnic food

WPROWADZENIE

W geografii turystyki obiekty i usługi gastronomiczne są traktowane jako część zagospodarowania paraturystycznego (Page 1995; Kowalczyk 2000; Kowalczyk, Derek 2010). Korzystają z nich bowiem nie tylko turyści, ale także, w coraz szerszym zakresie, mieszkańcy. Dotyczy to zwłaszcza miast, gdzie ze względu na styl i tempo życia coraz częściej w życiu rodzinnym odchodzi się od samodzielnego przygotowywania posiłków na rzecz konsumpcji w lokalach gastronomicznych (Faracik 2007). Z kolei dla turystów urządzenia i usługi żywieniowe są jednym z podstawowych elementów zagospodarowania turystycznego miasta. Jak zauważa O. Rogalewski (1974, s. 58) „odpowiednia baza żywieniowa jest, oprócz bazy noclegowej, niezbędnym warunkiem rozwoju turystyki”.

Oferta kulinarna obiektów gastronomicznych bywa także walorem turystycznym miasta. Jedzenie jest bowiem nie tylko potrzebą fizjologiczną, ale także umożliwia bliższe poznanie i zrozumienie miejsc, do których turyści się udają. A zatem nie tylko oglądają oni miejsca, które odwiedzają, ale także je smakują, poszerzając i wzbogacając tym samym swoje turystyczne doświadczenie. Chętnie korzystają także z możliwości doświadczenia smaków potraw

wywodzących się z innych tradycji kulinarnych. Przejawem tych tendencji jest popularność w miastach licznych lokali z kuchnią etniczną. Jak zauważa M. Mika (2007, s. 223), dzisiejsza kuchnia tworzy nowe formy i smaki, mieszając doświadczenia kulinarne różnych kultur świata. „Jest wytworem kulturowego tygła wielkich aglomeracji, którego nadrzędną zasadą kulinarna jest ‘brak sztywnych reguł’. Tworzy więc własną, nową ‘jakość’, która z kolei jest przyczyną podejmowania podróży do miast w celu doświadczenia oferowanych w nich doznań smakowych”. Restauracje z kuchnią etniczną cieszą się zainteresowaniem nie tylko wśród turystów, ale także mieszkańców. Są bowiem namiastką podróży – choć nie fizycznej, to przynajmniej „zmysłowej”: można dzięki nim poczuć egzotyczne smaki bez wyjazdów w egzotyczne strony świata. C. M. Hall i in. (2003, s. 329) zauważają, że w ten sposób to, co niegdyś było obce, zagraniczne, dziś stało się „nasze”, lokalne.

Warszawa jest najliczniej odwiedzanym przez turystów miastem w Polsce. W dzielnicy Śródmieście¹ koncentrują się różnego rodzaju usługi, m.in. administracja publiczna i gospodarcza, handel, szkolnictwo i nauka, kultura, ochrona zdrowia czy komunikacja. Pełni ona także funkcję turystyczną – znajduje się w niej ponad połowa wszystkich miejsc hotelowych miasta (Derek i in. 2013), jak również większość atrakcji turystycznych².

Celem niniejszego artykułu jest określenie kierunków rozwoju usług gastronomicznych w dzielnicy Śródmieście. Pokazane zostaną najważniejsze zmiany w zakresie wielkości i struktury bazy gastronomicznej, jakie zaszły w ciągu ostatnich 20 lat. Szczególna uwaga zostanie zwrócona na lokalizację i rodzaj obiektów serwujących dania kuchni innych narodów. Choć Warszawę, ze względu na brak dzielnic etnicznych, trudno porównywać do dużych metropolii Europy Zachodniej, jak Paryż, Londyn, Amsterdam czy Berlin, gdzie lokale z kuchnią etniczną są elementem atrakcyjności turystycznej, to jednak duża popularność takich obiektów stawia pytanie o to, czy są jakieś prawidłowości dotyczące ich rozmieszczenia.

ZMIANY W WIELKOŚCI I STRUKTURZE OBIEKTÓW GASTRONOMICZNYCH

Badania rozwoju i lokalizacji usług gastronomicznych w Warszawie prowadzone były przez wielu autorów (Cetnarska, Kowalczyk 1995; Rokicka-Donica

¹ Dzielnica Śródmieście rozumiana jest w niniejszym tekście zgodnie z granicami administracyjnymi.

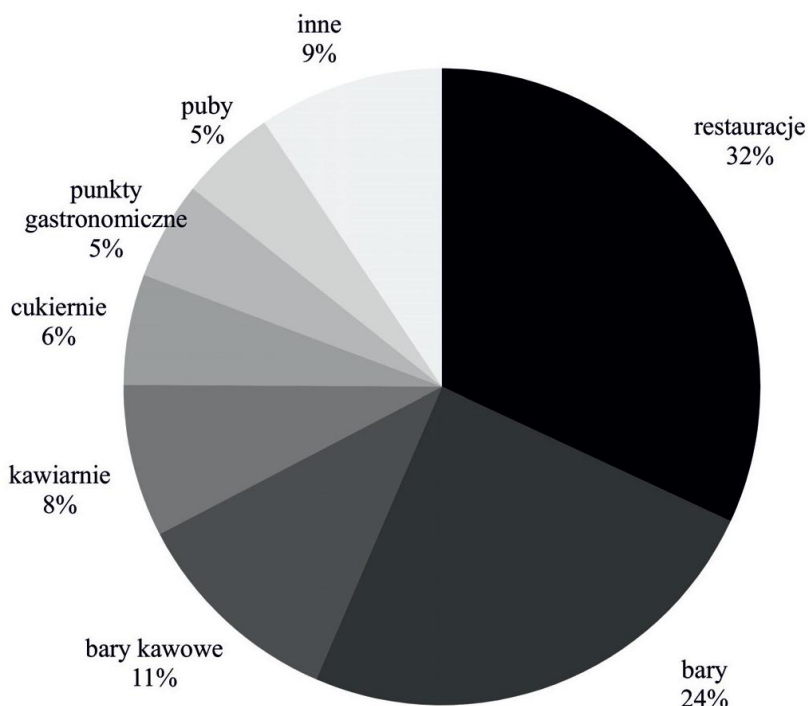
² Z badań ruchu turystycznego wynika, że oprócz Muzeum Powstania Warszawskiego i pałacu w Wilanowie najczęściej odwiedzane atrakcje turystyczne w Warszawie leżą w dzielnicy Śródmieście (Raport..., 2012).

1995; Kaczorek, Kowalczyk 2003; Brożek 2007). Badano między innymi wielkość i strukturę bazy gastronomicznej (w tym przede wszystkim w dzielnicy Śródmieście), zakłady z kuchnią etniczną oraz lokalizację usług gastronomicznych. Niniejsza praca wpisuje się w ten nurt badań nad zagospodarowaniem turystycznym Warszawy. Badania, których celem była inwentaryzacja obiektów gastronomicznych na terenie warszawskiego Śródmieścia z uwzględnieniem cech takich, jak rodzaj obiektu oraz (ewentualnie) typ kuchni etnicznej przeprowadzone zostały w październiku 2013 roku³. Klasyfikację obiektów gastronomicznych przeprowadzono z wykorzystaniem kategorii rodzajowych zawartych w opracowaniu poświęconemu Krakowowi pod redakcją W. Kurka i M. Miki (2008, s. 145-146). Inwentaryzacji poddano następujące obiekty: restauracje, pizzerie, kawiarnie, cukiernie, bary, bary kawowe, bary mleczne, puby i drink bary, herbaciarnie, kluby, winiarnie i punkty gastronomiczne.

Przeprowadzone badania wykazały obecność ogółem 1084 zakładów gastronomicznych na terenie dzielnicy Śródmieście. Najliczniejszą grupę tworzyły restauracje (rozumiane jako obiekty gastronomiczne z obsługą kelnerską, dysponujące szeroką ofertą gastronomiczną), które stanowiły 32% obiektów (ryc. 1). Wyniki te potwierdzają pogląd J. Sali (2011), że restauracje są najbardziej rozpowszechnionym typem zakładów gastronomicznych w aglomeracjach miejskich, odgrywając przy tym ważną rolę w upowszechnianiu miejskiego stylu życia. Ich liczba na badanym obszarze sukcesywnie wzrasta – o ile w 1994 roku było ich 114, w 2003 roku – 210, to w październiku 2013 roku już 346 (wzrost o dwie trzecie w stosunku do 2003 roku i trzykrotny stosunku do 1994 roku; tabela 1). Choć średnia dynamika wzrostu ich liczby w ostatnim dziesięcioleciu była nieco niższa aniżeli w latach 1994-2003, to udział restauracji w ogólnej liczbie obiektów gastronomicznych w Śródmieściu Warszawy wciąż wzrasta.

Jedną czwartą zinwentaryzowanych zakładów gastronomicznych (266 obiektów; 24%) stanowiły bary, za które uważa się obiekty gastronomiczne bez obsługi kelnerskiej, o ograniczonym zakresie oferty gastronomicznej, dysponujące miejscami siedzącymi w pomieszczeniu zadaszonym czynnym przez cały rok (Brożek 2007; Kurek, Mika 2008). Przyrost barów w ciągu ostatnich dziesięciu lat nie był jednak tak duży jak w poprzedniej dekadzie – ich liczba wzrosła w stosunku do 2003 roku o 20% (tabela 1).

³ Inwentaryzacja obiektów gastronomicznych na terenie Śródmieścia Warszawy przeprowadzona została w dniu 18 października 2013 roku przez studentów III roku gospodarki przestrzennej na Wydziale Geografii i Studiów Regionalnych Uniwersytetu Warszawskiego (rok akademicki 2013/2014) w ramach ćwiczeń z przedmiotu zagospodarowanie turystyczne. Autorka artykułu serdecznie dziękuje wszystkim studentom za zaangażowanie i aktywny udział w ćwiczeniach. Dziękuję także dr Katarzynie Dudzie-Gromadzie za pomoc w przeprowadzeniu ćwiczeń.



Ryc. 1. Struktura obiektów gastronomicznych w warszawskiej dzielnicy Śródmieście w 2013 roku (opracowanie własne na podstawie badań terenowych)

Fig. 1. Types of eating establishments in Warsaw's borough of Śródmieście in 2013 (Author's own research)

Tabela 1. Zmiany w strukturze obiektów gastronomicznych w warszawskiej dzielnicy Śródmieście w latach 1994-2013

Table 1. Percentage change in types of eating establishments in Warsaw's borough of Śródmieście 1994-2013

Rodzaj obiektu gastronomicznego <i>Types of eating establishments</i>	1994		2003		2013		Przyrost/ spadek (w %)	
	liczba <i>number</i>	% obiektów %	liczba <i>number</i>	% obiektów %	liczba* <i>number</i>	% obiektów* %	2003 (1994=100%)	2013 (2003=100%)
Restauracje <i>Restaurants</i>	114	29,2	210	32,0	346	35,7	84	65
Bary <i>Bars</i>	93	23,8	222	33,8	266	27,5	139	20
Bary kawowe i kawiarnie <i>Cafes and cafe bars</i>	109	27,9	107	16,3	202	20,8	-2	89

Puby i drink bary <i>Pubs and drink bars</i>	36	9,2	56	8,5	75	7,7	56	34
Kluby <i>Clubs</i>	0	0,0	11	1,7	36	3,7		227
Pizzerie <i>Pizzerias</i>	25	6,4	23	3,5	17	1,8	-8	-26
Bary mleczne <i>"Milk bars"</i>	10	2,6	14	2,1	14	1,4	40	0
Herbaciarnie <i>Tea-houses</i>	0	0,0	8	1,2	7	0,7		-12
Winiarnia <i>Wine-bars</i>	4	1,0	6	0,9	6	0,6	50	0
RAZEM / <i>Total</i>	391	100,0	657	100,0	969	100,0	68	47

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Rokicka-Donica 1995, Brożek 2007 oraz badania własne

UWAGA: Aby porównać wyniki przeprowadzonych badań z wcześniej prowadzonymi badaniami na temat rozmieszczenia obiektów gastronomicznych w centrum Warszawy należało dokonać pewnych agregacji w zbiorze danych. Przede wszystkim badania prowadzone w 1995 i 2003 roku (Rokicka-Donica 1995, Brożek 2007) uwzględniały wyłącznie obiekty, które posiadały siedzące miejsca konsumenckie, dostępne przez cały rok w pomieszczeniu zamkniętym. Z tego względu w porównaniach nie uwzględniono zinwentaryzowanych w 2013 roku punktów gastronomicznych oraz cukierni. Aby uzyskać możliwość pełnego porównania ta ostatnia kategoria została usunięta także z wcześniejszych prac. Tam bowiem inwentaryzowano wyłącznie cukiernie z miejscami siedzącymi, podczas gdy w przytaczanych badaniach cukiernie były rozpatrywane łącznie (miejsca siedzące i niesiedzące).

* liczba i udział poszczególnych rodzajów obiektów we wszystkich obiektach gastronomicznych różnią się od danych przedstawionych na ryc. 1, gdyż nie wszystkie zinwentaryzowane obiekty mogły być uwzględnione w porównaniach (zob. wyjaśnienie szczegółowe powyżej).

Szczególnym rodzajem restauracji i barów są lokale specjalizujące się w daniach kuchni polskiej. Badania wykazały, że były to przede wszystkim restauracje (58 obiektów; 17% wszystkich restauracji w centrum); w mniejszym stopniu bary (6 obiektów; zob. tabela 2). Zdecydowana większość była zlokalizowana przede wszystkim na Starym Mieście oraz przy Trakcie Królewskim (ryc. 2). Są to obszary miasta szczególnie popularne wśród turystów przyjeżdżających do Warszawy, zwłaszcza wśród turystów zagranicznych. Jak pokazują badania ruchu turystycznego w Warszawie Stare Miasto odwiedza 36% turystów polskich, a jednocześnie aż 56% obcokrajowców i 53% turystów zaliczanych do Polonii (Raport..., 2012).

Jedną z tendencji rozwoju gastronomii warszawskiego centrum jest znaczący przyrost kawiarni i barów kawowych. Kawiarnia, zgodnie z określeniem zaproponowanym przez W. Kurka i M. Mikę (2008), to obiekt gastronomiczny

z obsługą kelnerską, w której podstawę oferty gastronomicznej stanowią wyroby cukiernicze, ciepłe i zimne napoje oraz wyroby alkoholowe, najczęściej nisko-procentowe. Definicja ta bliska jest rozumieniu kawiarni przez J. Salę (2011). W definiowaniu kawiarni sprawą dyskusyjną jest kwestia obsługi kelnerskiej – w rozumieniu potocznym kawiarnia nie jest bowiem rozumiana jako lokal gdzie usługa ta jest konieczna. Lokale, których podstawą oferty gastronomicznej jest szeroki wybór kaw, napojów kawowych oraz wyrobów cukierniczych i przekąsek, jednak bez obsługi kelnerskiej, nazwano barami kawowymi. J. Sala (2011) zwraca uwagę, że w takich obiektach klienci mogą ponadto zakupić ekspresy kawowe, kubki oraz inne produkty związane z kulturą picia kawy. Barów kawowych jest w Śródmieściu Warszawy nieco więcej niż tradycyjnych kawiarni (odpowiednio: 117 i 85). Ponad jedną trzecią z nich (37%) stanowią bary należące do trzech dużych sieci: Coffeeheaven (w 2010 roku przejętej przez firmę Costa Limited – 22 obiekty), Green Caffé Nero – 13 obiektów oraz Starbucks – 9 barów.

Kawiarnie i bary kawowe stanowią łącznie 19% obiektów gastronomicznych w centrum Warszawy. Porównując ich liczbę z poprzednimi latami (w pracach K. Rokickiej-Donicy oraz M. Brożek obiekty te potraktowane były łącznie, i stąd – dla celów porównawczych – zostały one w tabeli 1 zsumowane) widać, że o ile w latach 1994-2003 ich liczba praktycznie się nie zmieniła, o tyle w okresie 2003-2013 ich wzrost wyniósł aż 85%. W 1992 roku J. Sala pisał, że choć tradycyjnym miejscem lokalizacji kawiarni było centrum miasta, to „stałe podnoszenie się cen działek budowlanych i czynszów, przy relatywnie niezbyt wysokim poziomie rentowności kawiarni sprawiają, że kawiarnie przegrywają w walce konkurencyjnej o lokalizację w centrum na rzecz zakładów szybkiego żywienia, barów, restauracji, luksusowych sklepów” (Sala 1992, s. 100). Wydaje się, że w okresie 2003-2013 tendencja ta została nie tylko zatrzymana, ale wręcz odwrócona – to kawiarnie w centrach miast zaczynają wypierać luksusowe sklepy. Spostrzeżeniami na ten temat dzielił się w wywiadzie prasowym właściciel czwartej największej sieci barów kawowych w Warszawie Green Caffé Nero – A. Ringer: „Do czasów kryzysu za [...] pewniaka [gwarantującego płacenie czynszu przez 10 lat – przyp. M.D.] uchodziły banki, a okazało się, że teraz zwalniają lokale. Zwalniają się też lokale po aptekach, po biurach podróży, po gastronomii. I my te lokale przejmujemy. (...) Kryzys spowodował, że w kawiarniach pojawili się nowi klienci. Ci, którzy dawniej chodzili na biznesowe *lunche*, dziś spotykają się z klientami w kawiarni przy kawie i kanapce. Oszczędzają na wydatkach. Ten biznes w porównaniu z innymi jest odporny na kryzys” (zob. Naszkowska 2013).

Wzrost liczby kawiarni i barów kawowych, czemu towarzyszy ekspansja tzw. „sieciowek”, jak Costa czy Starbucks, jest tendencją obserwowaną także w innych miastach Polski. Warto jednak podkreślić, że wraz z dynamicznym rozwojem barów kawowych zmienia się także sposób spędzania wolnego czasu

w tego typu obiektach. M. Szymula (2012, s. 35) cytując dyrektora zarządzającego Tchibo Coffee Service Polska Sp. z o.o., podaje: „zauważamy (...), że polski styl picia kawy powoli zmierza w kierunku, w którym liczy się szybka obsługa oraz dobrej jakości produkt podawany w opcji na wynos”. Inną widoczną tendencją jest to, że przybywa osób, które do kawiarni/baru kawowego przychodzą samotnie (Szymula 2012), co z kolei może nie współgrać z definiowaniem kawiarni jako miejsc spotkań towarzyskich (Sala 2011). Do nowych trendów zauważalnych na rynku warszawskich kawiarni i barów kawowych można też zaliczyć szczególną w ostatnich latach popularność obiektów oferujących oprócz napojów i deserów także świeże pieczywo, często wypiekane na miejscu. Jednym z pierwszych takich lokali był otwarty w 2008 roku na Nowym Świecie 64 lokal „Cafe Vincent”, gdzie oprócz kawy można delektować się także świeżymi croissantami oraz wypiekanymi na miejscu bagietkami i chlebami. Takich miejsc powstaje w ostatnim czasie coraz więcej (zob. Pietraszek 2013).

Pozostałe rodzaje obiektów mają mniejsze znaczenie w strukturze zakładów gastronomicznych na badanym obszarze. Cukiernie, punkty gastronomiczne, puby, kluby, drink bary, pizzerie, bary mleczne, herbaciarnie i winiarnie stanowią w sumie 25% wszystkich obiektów (ryc. 1). Spośród wymienionych kategorii w latach 2003-2013 wzrost zaobserwować można wśród lokali rozrywkowych – największy, aż trzykrotny, wśród klubów, oraz mniejszy (o 34%) w przypadku pubów i drink barów.

LOKALE GASTRONOMICZNE Z KUCHNIĄ ETNICZNĄ

Jadłodajnie oferujące kuchnie innych narodów nie są w miastach niczym nowym (już w średniowieczu we Lwowie można było spotkać jadłodajnie ormiańskie, a w Warszawie, Krakowie czy Pradze szynki żydowskie), jednak z reguły były one odwiedzane przez mieszkańców z danej grupy etnicznej. Dopiero druga połowa XX wieku przyniosła prawdziwy fenomen kuchni etnicznej, a szerokie zainteresowanie nią pojawiło się wśród osób spoza konkretnej grupy narodowościowej (Kowalczyk, Derek 2010). Występowanie restauracji serwujących dania innych narodów było początkowo związane z dużymi skupiskami imigrantów, lecz z czasem coraz więcej takich lokali powstawało w dzielnicach centralnych i rejonach chętnie odwiedzanych przez turystów. Zakłady z kuchnią etniczną otwierać zaczęli także obywatele krajów Europy Zachodniej powracający z coraz liczniejszych wyjazdów egzotycznych. Krajem, w którym różne kuchnie etniczne rozwinęły się na największą skalę, są Stany Zjednoczone Ameryki Północnej (Sala 2011). Interesującym studium opisującym kształtowanie się różnych etnicznych tradycji kulinarnych w tym państwie jest praca D. Gabacci (1998).

Liczne badania związane z lokalizacją zakładów gastronomicznych w miastach wykazywały, że obiekty z kuchnią etniczną najczęściej występują w dzielnicach centralnych (por. Kowalczyk, Derek 2010), gdzie skierowane są do różnorodnych grup konsumentów: osób przychodzących na zakupy, a przy okazji korzystających z usług gastronomicznych; tych, którzy przybywają do centrum przede wszystkim w celach żywieniowych; klientów różnych instytucji centralnych (banków, instytucji ubezpieczeniowych, administracji), a także turystów zwiedzających zlokalizowane w śródmieściu muzea i zabytki, studentów szkół wyższych oraz pracowników zatrudnionych w centrum (Sala 1992). Badania prowadzone za granicą znajdują też potwierdzenie w polskich miastach. Na przykład w Krakowie w 2008 roku aż 23% wszystkich lokali gastronomicznych koncentrowało się w obrębie samego Starego Miasta (Piziak 2011). Co ciekawe, w dzielnicy tej sieć gastronomiczna w latach 90. XX wieku rozwijała się szybciej niż sieć handlowa (Górka 2004).

Obecnie, jak zauważa A. Kowalczyk (2000), zakłady gastronomiczne specjalizujące się w daniach kuchni etnicznej coraz częściej są lokalizowane nie tylko w dzielnicach centralnych, ale także w innych rejonach chętnie odwiedzanych przez turystów. Autor ten podaje przykład Hagi, gdzie oprócz koncentracji w historycznym centrum miasta obiekty z kuchnią etniczną występują także w położonej nad morzem turystyczno-uzdrowiskowej części dzielnicy Scheveningen. Z kolei zainteresowanie turystów lokalami z kuchnią etniczną wskazano w badaniach prowadzonych w Amsterdamie – P. Terhorst i H. Erkuş-Öztürk (2013) przeprowadzili wywiady z 50 turystami zwiedzającymi miasto i wykazali, że podstawowymi kryteriami, jakimi respondenci kierowali się przy wyborze restauracji, były: niska cena, lokalizacja w pobliżu hotelu, oraz właśnie kuchnia etniczna.

Według badań prowadzonych przez A. Kaczorek i A. Kowalczyka (2003) w Warszawie w roku 2001 były 422 takie obiekty, z czego 130 znajdowało się na terenie dzielnicy Śródmieście. Cytowani autorzy, powołując się na badania prowadzone przez H. Cetnarską i A. Kowalczyka (1995), zauważyli, że w ciągu 7 lat liczba tych lokali wzrosła prawie dziesięciokrotnie. Podali także, że udział placówek oferujących potrawy innych kuchni stanowił ok. 20% wszystkich otwartych zakładów gastronomicznych w Warszawie.

Badania prowadzone w 2013 roku wykazały istnienie 191 obiektów z kuchnią etniczną na terenie Śródmieścia Warszawy, w tym 131 restauracji i 60 barów (bez kuchni polskiej)⁴. Oznacza to, że aż 38% wszystkich śródmiejskich restauracji oraz 23% barów stanowiły obiekty serwujące dania kuchni etnicznych. W sumie obiekty te podawały dania 30 różnych narodów (tabela 2).

⁴ W przeciwieństwie do badań prowadzonych przez A. Kaczorek i A. Kowalczyka (2003) oraz M. Brożek (2007) w niniejszych badaniach restauracje i bary z kuchnią międzynarodową oraz kuchnią fusion nie zostały potraktowane jako lokale z kuchnią etniczną.

Tabela 2. Liczba restauracji i barów serwujących dania kuchni etnicznych oraz kuchni polskiej na terenie warszawskiej dzielnicy Śródmieście w 2013 roku.

Table 2. Restaurants and bars serving ethnic food or Polish cuisine in Warsaw's borough of Śródmieście (2013).

Rodzaj oferowanej kuchni	Restauracje	Bary	Razem
<i>Types of cuisine</i>	<i>Restaurants</i>	<i>Bars</i>	<i>Total</i>
Kuchnia polska <i>Polish cuisine</i>	58	6	64
Kuchnie innych narodów, w tym: <i>Establishments serving ethnic food, by cuisine:</i>	131	60	191
włoska / <i>Italian</i>	37	1	38
japońska / <i>Japanese</i>	25	5	30
turecka i arabska / <i>Turkish and Arab</i>	0	20	20
azjatycka / <i>Asian</i>	6	12	18
wietnamska / <i>Vietnamese</i>	5	12	17
francuska / <i>French</i>	8	1	9
indyjska / <i>Indian</i>	7	0	7
meksykańska / <i>Mexican</i>	7	0	7
tajska / <i>Thai</i>	3	3	6
amerykańska / <i>American</i>	3	3	6
chińska / <i>Chinese</i>	3	2	5
hiszpańska / <i>Spanish</i>	4	0	4
inne kuchnie etniczne* <i>/ other ethnic cuisines</i>	23	1	24
Pozostałe obiekty <i>Other eating establishments</i>	157	200	357
RAZEM / Total	346	266	612

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań terenowych

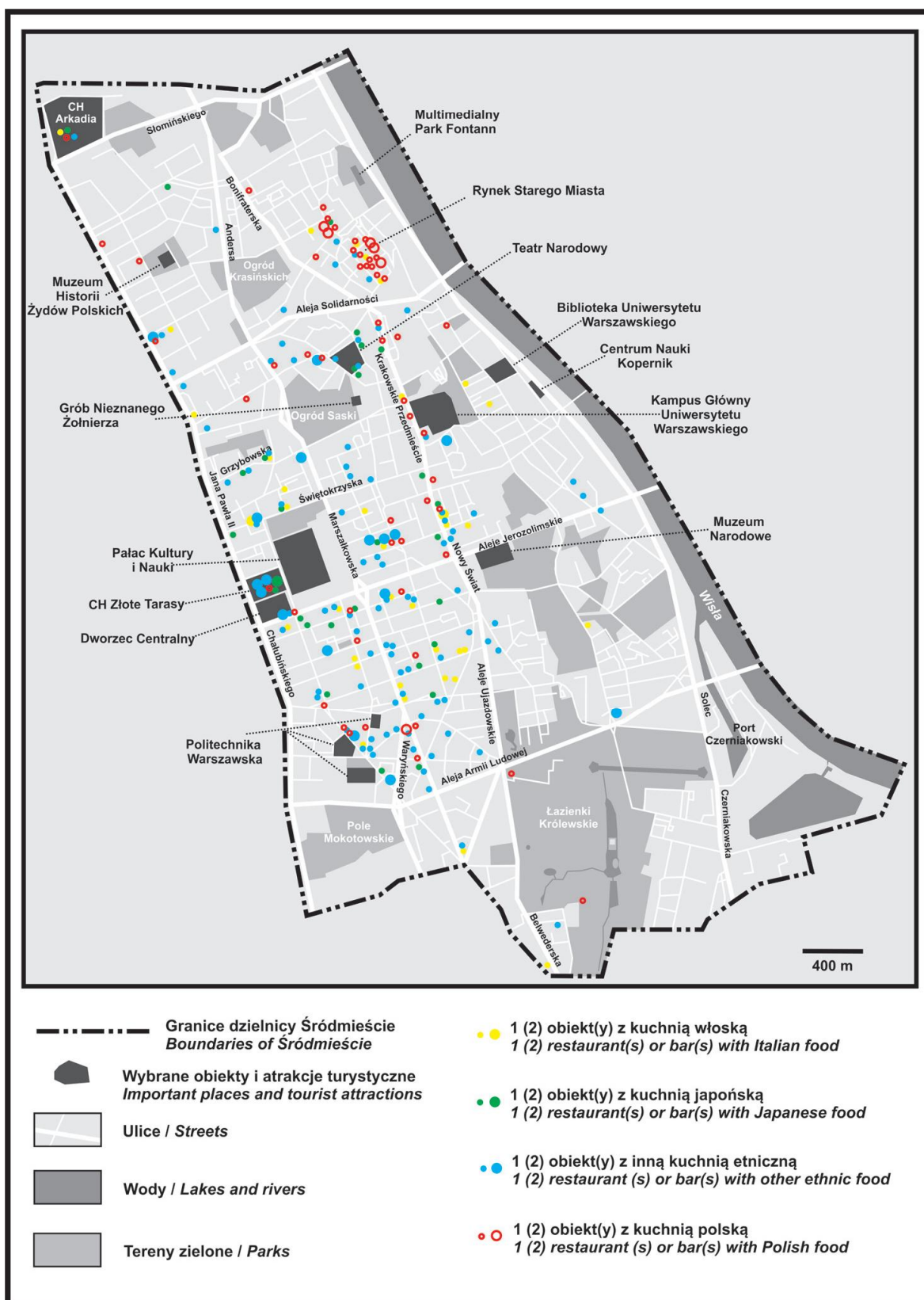
*1 lub 2 lokale serwujący kuchnie: bałkańską, bułgarską, gruzińską, libańską, rosyjską, niemiecką, argentyńską, brazylijską, czeską, flamandzką, galicyjską, grecką, japońsko-koreańską, jemeńską, nepalską, nigeryjską, ukraińską i węgierską.

Lokale z kuchnią etniczną koncentrowały się przede wszystkim w rejonie południowej części Śródmieścia (ryc. 2). Na obszarze ograniczonym Al. Jeruzolimskimi, ul. Chałubińskiego i Al. Niepodległości, Trasą Łazienkowską i Al. Ujazdowskimi zlokalizowana była ponad jedna trzecia wszystkich obiektów.

Zjawisko to tłumaczyć można przede wszystkim charakterem tego miejsca. Teren ten w dużej mierze nie został zniszczony w czasie II drugiej wojny światowej, wskutek czego udział mieszkań w budynkach powstałych do 1944 roku jest tu największy na całym obszarze centralnym w lewobrzeżnej Warszawie (Śleszyński 2004). Jak zaznaczają A. Kowalczyk i R. Szkup (2005), w okresie powojennym tworzono w tej części Warszawy dzielnicę rządowo-biurową, która w intencjach ówczesnych władz miała być czymś w rodzaju CBD (*central business district*; powstały tu wówczas gmachy ministerstw rolnictwa, budownictwa i przemysłu hutniczego, Komisji Planowania, centrali handlu zagranicznego „Metalexport” itd.; Kowalczyk, Szkup 2005). W pierwszej dekadzie po transformacji w Śródmieściu południowym powstało sporo nowoczesnej powierzchni biurowej o charakterze komercyjnym (Śleszyński 2004). Obecnie, oprócz funkcji mieszkaniowej, na obszarze tym mieści się wiele biur i gmachów administracji rządowej (m.in. ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Rozwoju Regionalnego, Nauki i Szkolnictwa Wyższego), a także kilka budynków Politechniki Warszawskiej (w tym gmach główny). Koncentruje się tu także największa liczba przedsiębiorstw w porównaniu z innymi częściami Śródmieścia (Śleszyński 2006). Zatem z wielu zlokalizowanych tu restauracji i barów z kuchnią etniczną korzystać mogą nie tylko mieszkańcy, ale także liczni pracownicy pobliskich biur. Kuchnia etniczna jest tu zresztą zróżnicowana, i pracownicy ci w ramach przerwy na obiad (czy raczej jak zachęcają same lokale – na *lunch*) mogą od poniedziałku do piątku jeść potrawy z przeróżnych tradycji kulinarnych. Wspomaga ich w tym coraz powszechniej dostępne tzw. „menu lunchowe”, a więc oferowanie gościom, obok standardowej oferty z karty, także jednego lub dwóch dań, codziennie innych, w cenie wyraźnie niższej niż te oferowane z karty, które można skosztować w określonych godzinach (np. 13:00-15:00). Obecność „menu lunchowego” w wielu restauracjach pokazuje, że lokale te wychodzą ze swoją ofertą naprzeciw trendowi jedzenia poza domem, „na mieście”.

Badania wykazały, że miejscami koncentracji lokali z kuchnią etniczną są także centrum handlowe Złote Tarasy (9 lokali; co ciekawe w drugim śródmiejskim centrum handlowym – Arkadia – były tylko 3 takie obiekty); rejon ulic Zgoda, Szpitalna i Chmielna; okolice Teatru Narodowego oraz Nowy Świat między Alejami Jerozolimskimi a Ordynacką. Po kilka zakładów z kuchnią etniczną znajdowało się także w zachodniej części Śródmieścia, w pobliżu biurowców i hoteli przy ulicach Grzybowskiej oraz Świętokrzyskiej. Natomiast stosunkowo niewiele z nich (9) zlokalizowanych było w obrębie Starego Miasta – tam jednak zdecydowanie dominowały lokale z kuchnią polską, o czym mowa była wyżej.

Najbardziej popularnym typem kuchni etnicznej występującym w centrum Warszawy jest kuchnia włoska (38 obiektów; 20% wszystkich lokali etnicznych), przy czym należy dodać, że nie uwzględnionych tu zostało jeszcze 17 obiektów zaklasyfikowanych jako pizzerie. Już w badaniach prowadzonych w roku 2003



Ryc. 2. Rozmieszczenie lokali z kuchnią etniczną i z kuchnią polską w warszawskiej dzielnicy Śródmieście w 2013 roku (opracowanie własne na podstawie badań terenowych)
Fig. 2. Spatial distribution of restaurants and bars serving ethnic food or Polish cuisine in Warsaw's borough of Śródmieście in 2013 (Author's own research)

kuchnia ta była najbardziej popularna (nie licząc lokali z kuchnią międzynarodową) w tym rejonie Warszawy (26 obiektów; Brożek 2007). Dominacja kuchni włoskiej nie jest specyfiką ani „warszawską” (w obrębie dzielnicy staromiejskiej w Krakowie w 1999 roku wśród restauracji prowadzących kuchnie zagraniczne też dominowały restauracje włoskie; Górka 2004), ani nawet polską – kuchnia ta jest bowiem bardzo popularna na świecie. J. Sala (2011) zauważa, że należy ona, obok kuchni francuskiej, do najbardziej renomowanych kuchni europejskich. Przykładowo, A. Kowalczyk (2005) cytuje wyniki badań kwestionariuszowych przeprowadzonych w 2002 roku z udziałem około 500 000 Amerykanów (metodą online na zlecenie fachowego czasopisma amerykańskiego *Food & Wine*), z których wynikało, że wśród Amerykanów kuchnia włoska jest najbardziej popularna.

Nieco mniejszą, choć też znaczącą popularnością, cieszyły się w Warszawie lokale serwujące dania kuchni japońskiej. Jeszcze w 2003 roku obiekty takie były w centrum zaledwie 4 (Brożek 2007), zaś w 2013 – aż 30 (16% wszystkich obiektów z kuchnią etniczną; do tego jedna restauracja z kuchnią japońsko-koreańską). Właściciel jednej z restauracji japońskich w wywiadzie dla „Poradnika Restauratora” z 2008 roku stwierdził, że w latach 2003-2008 na terenie Warszawy i w okolicach powstało ponad 120 „miejsc sushi” (Ignacionek 2008). Można zatem mówić o prawdziwym fenomenie zainteresowania kuchnią z Kraju Kwitnącej Wiśni, wynikającym nie tyle z dużej diaspory japońskiej w Warszawie, ale ze swoistej mody. Jak bowiem stwierdzono w toku prowadzonych badań, zaledwie w sześciu z trzydziestu lokali kucharz lub właściciel był Japończykiem, zaś w kolejnych trzech kucharze byli Koreańczykami. Aż w 13 zakładach ustalono, że ani właściciel, ani kucharz nie ma związków z Japonią⁵.

Do popularnych w dzielnicy śródmiejskiej kuchni etnicznych należą też kuchnie turecka i arabska (20 barów serwujących kebab) oraz wietnamska i azjatycka (bary, rzadziej restauracje); zob. tabela 2. Lokale serwujące dania wymienionych wyżej kuchni były w większości prowadzone przez migrantów – jak udało się ustalić, w 17 na 20 barów z kebabem właścicielem lub kucharzem była osoba pochodząca z krajów arabskich, Turcji lub (w jednym przypadku) z Afganistanu. Sytuacja taka wystąpiła w 15 z 17 lokali z kuchnią wietnamską oraz w 13 z 18 lokali z kuchnią azjatycką (byli to także głównie Wietnamczycy). Można więc założyć, że to właśnie w tych lokalach serwowana była najbardziej „autentyczna” kuchnia etniczna, przygotowywana przez lub pod nadzorem przedstawicieli danej kultury (dla porównania jedynie w 13 z 38 obiektów z kuchnią włoską właściciel i/lub kucharz był Włochem).

⁵ Studenci prowadzący badania mieli zadanie wejść do każdego z lokali etnicznych i spytać, jaki jest związek właściciela i kucharza z daną kuchnią etniczną. Nie udało się tego ustalić dla wszystkich badanych obiektów gastronomicznych, dlatego dane przedstawiane w artykule mają jedynie charakter poglądowy.

Warto podkreślić, że gdyby zsumować wszystkie obiekty, w których przygotowywane są dania pochodzące z kontynentu azjatyckiego (kuchnie japońska, japońsko-koreańska, wietnamska, azjatycka, indyjska, tajska, chińska, nepalska, libańska, jemeńska; bez kuchni arabskiej i tureckiej) okazałoby się, że to właśnie dania z krajów tego kontynentu są w Śródmieściu Warszawy najbardziej popularne (46% wszystkich lokali z kuchnią etniczną).

PODSUMOWANIE

Usługi gastronomiczne odgrywają w miastach niezwykle istotną rolę, wykraczającą dalece poza zaspokajanie głodu mieszkańców i przybyszów (zob. np. Law 1993). Można uznać, że potwierdzeniem ich funkcji dla rozwoju miasta jest chociażby uwzględnienie usług żywieniowych w planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym czy też we wprowadzaniu funkcji gastronomicznej na tereny poddawane rewitalizacji. Nie do przecenienia jest jej rola w kreowaniu atmosfery spędzania czasu wolnego. W niektórych koncepcjach planistycznych, jak chociażby koncepcja *festival market place*, jest ona jednym z podstawowych elementów wprowadzanego programu funkcjonalnego, mając wytworzyć „magię miejsca” na terenie poddawanych przekształceniom (Lorens 2006, s. 97; zob. też: Law 1993; Kowalczyk, Derek 2012).

Zdaniem T. N. Clarka (2003) gastronomia może także być rozpatrywana jako jeden z walorów (powabów; ang. *amenity*) miasta dla ludzi, którzy poszukują odpowiedniego miejsca do życia i pracy. Dla nich „restauracja to coś więcej niż tylko danie na talerzu” (Clark 2003, s. 104); obecność restauracji zmienia otoczenie i wyróżnia jedne miejsca od innych.

Jednak w Warszawie, podobnie jak w innych polskich miastach, przez kilkadziesiąt lat usługi gastronomiczne wyglądały zupełnie inaczej niż w krajach Europy Zachodniej. Okres PRL-u skutecznie ukształtował nawyki żywieniowe Polaków, którzy przez kilkadziesiąt lat z reguły jedli po prostu w domach. Choć w stolicy istniało w tamtym czasie wiele znanych restauracji (jak chociażby „wskrzyszona” ostatnio „Kameralna”), to jednak sposób funkcjonowania gastronomii w Warszawie był w ówczesnym czasie nieporównywalny z obyczajami panującymi w miastach Europy Zachodniej. Fakt, że rynek restauracji po 1989 roku zaczął się rozwijać praktycznie od początku, jest – obok wzrostu zamożności społeczeństwa i zmian w stylu życia – z pewnością jednym z powodów stałego i wciąż dynamicznego rozwoju obiektów i usług gastronomicznych w centrum Warszawy. Wzrost ten dotyczy w szczególności obiektów rozrywkowych, jak kawiarnie, bary kawowe i kluby, a także restauracji.

W Śródmieściu Warszawy wzrosła liczba lokali serwujących dania kuchni etnicznych. Jednak mimo popularności tych zakładów w centrum miasta (31%

wszystkich barów i restauracji) Warszawa nie jest miejscem, gdzie obiekty te stanowiłyby atrakcje turystyczne dla turystów, zwłaszcza zagranicznych. Lokalizacja tych obiektów pokazuje, że służą one przede wszystkim warszawiakom, a zwłaszcza osobom pracującym w dzielnicy Śródmieście, czego dowodem jest ich obecność głównie w obrębie Śródmieścia południowego, a więc tam, gdzie koncentrują się biura, ministerstwa, wyższe uczelnie, itp. Pod tym względem trudno porównywać Warszawę z innymi miastami zachodnioeuropejskimi czy północnoamerykańskimi, gdzie etniczna gastronomia stanowi jeden z walorów turystycznych. W Warszawie walorem takim, głównie dla turystów zagranicznych, mogą być lokale serwujące rodzimą kuchnię polską, które znajdują się przede wszystkim w najbardziej turystycznej części stolicy.

Literatura

- Brożek M., 2007, *Zmiany w przestrzennym zróżnicowaniu bazy gastronomicznej w dzielnicy Warszawa-Śródmieście na przestrzeni lat 1994-2003*, maszynopis pracy magisterskiej, Uniwersytet Warszawski, Wydział Geografii i Studiów Regionalnych.
- Cetnarska H., Kowalczyk A., 1995, Infrastruktura turystyczna i paraturystyczna, [w:] W. Żakowski (red.), *Warszawa jako centrum turystyczne: raport o stanie turystyki*, Uniwersytet Warszawski, Wydział Geografii i Studiów Regionalnych, Biuro Zarządu Miasta Stołecznego Warszawy, Wydział Kultury Fizycznej i Turystyki, Warszawa, 23-46.
- Clark T.N., 2003, Urban Amenities: Lakes, Opera, and Juice Bar: Do They Drive Development?, [w:] T.N. Clark (red.), *The City as an Entertainment Machine*, Research in Urban Policy, Elsevier, Kidlington, 9, 101–140.
- Derek M., Duda-Gromada K., Kosowska P., Kowalczyk A., Madurowicz M., 2013, Problemowe i problematyczne ABC turystyki w Warszawie, *Prace Geograficzne*, 134, 7-36.
- Faracik R., 2007, Usługi gastronomiczne, [w:] W. Kurek (red.), *Turystyka*, Wyd. Nauk. PWN, Warszawa, 159-164.
- Gabaccia D.R., 1998, *We Are What We Eat. Ethnic Food and the Making of Americans*, Wyd. Harvard University Press, Cambridge, Londyn.
- Górka Z., 2004, *Krakowska dzielnica staromiejska w dobie społeczno-ekonomicznych przemian Polski na przełomie XX i XXI wieku. Użytkowanie ziemi i funkcje*, Wyd. Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Hall C.M., Sharples L., Smith A., 2003, The experience of consumption or the consumption of experiences? Challenges and issues in food tourism, [w:] C.M. Hall, L. Sharples, R. Mitchell, N. Macionis, B. Cambourne (red.), *Food tourism around the world. Development, management and markets*, Butterworth-Heinemann, Oxford-Burlington, 314-335.
- Ignacionek E., 2008, Sushi – pomysł na biznes, *Poradnik Restauratora*, 10, <http://www.poradnikrestauratora.com.pl/archiwum/pazdziernik-10-2008,Kultura---Sushi---pomysl-na-biznes,Rok-2008,17,72.html> (04.01.2013).

- Kaczorek A., Kowalczyk A., 2003, Modele lokalizacji usług gastronomicznych na obszarach miejskich, *Prace i Studia Geograficzne*, 32, 191-203.
- Kowalczyk A., 2000, *Geografia turystyki*, Wyd. PWN, Warszawa.
- Kowalczyk A., 2005, Turystyka kulinarna – ujęcie geograficzne, *Turyzm*, 15, 1-2, 163-186.
- Kowalczyk A., Derek M., 2010, *Zagospodarowanie turystyczne*, Wyd. PWN, Warszawa.
- Kowalczyk A., Derek M., 2012, Zmiany w zagospodarowaniu przestrzennym centrów wielkich miast związane z turystyką i rekreacją, *Turystyka i Rekreacja*, 8, 17-30.
- Kowalczyk A., Szkup R., 2005, Czynniki lokalizacji hoteli w Warszawie, w: A. Matczak (red.), *Lokalizacja hoteli w krajowych metropoliach Europy Środkowo-Wschodniej*, Wyd. Łódzkie Towarzystwo Naukowe, Łódź, 45-60.
- Kurek W., Mika M., 2008, *Waloryzacja przestrzeni miejskiej Krakowa dla potrzeb turystyki. Raport końcowy*, Uniwersytet Jagielloński, Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej, Kraków.
- Law C.M., 1993, *Urban Tourism. Attracting Visitors to Large Cities*, Wyd. Mansell, Londyn – Nowy Jork.
- Lorens P., 2006, *Tematyzacja przestrzeni publicznej miasta*, Wyd. Politechniki Gdańskiej, Gdańsk.
- Mika M., 2007, Formy turystyki poznawczej, [w:] W. Kurek (red.), *Turystyka*, Wyd. PWN, Warszawa, 198-232.
- Naszkowska K., 2013, Prezes od kawiarni, *Gazeta Wyborcza* z 20.09.2013, dodatek *Wysokie Obcasy*, dostęp elektroniczny: http://www.wysokieobcasy.pl/wysokie-obcasy/1,96856,14555716,Prezes_od_kawiarni.html?as=4 (28.12.2013).
- Page S., 1995, *Urban Tourism*, Routledge, London.
- Pietraszek M., 2013, Własna kawiarnia? To nie bułka z masłem!, *Poradnik Restauratora*, 10 (170), 20-21.
- Piziak B., 2011, Baza gastronomiczna – wielkość, struktura i rozkład przestrzenny, [w:] M. Mika (red.), *Kraków jako ośrodek turystyczny*, Wyd. Instytutu Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego, 181-198.
- Raport: badanie ruchu turystycznego w Warszawie w roku 2012*, 2012, Ipsos Sp. z o.o., przygotowany dla Urzędu Miasta Stołecznego Warszawy, Warszawa.
- Rogalewski O., 1974, *Zagospodarowanie turystyczne*, Wyd. Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa.
- Rokicka-Donica K., 1995, *Przestrzenne zróżnicowanie bazy gastronomicznej w dzielnicy Warszawa-Śródmieście*, maszynopis pracy magisterskiej, Uniwersytet Warszawski, Wydział Geografii i Studiów Regionalnych.
- Sala J., 1992, *Gastronomia w aglomeracjach miejskich. Determinanty i kierunki rozwoju*, Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Monografie, 110, Kraków.
- Sala J., 2011, *Marketing w gastronomii*, Wyd. PWE, Warszawa.
- Szymuła M., 2012, Radość płynąca z kawy, *Poradnik Restauratora*, 9, 157, 32-35.
- Śleszyński P., 2004, *Kształtowanie się zachodniej części centrum Warszawy*, Prace Geograficzne, 196, Wyd. Instytut Geografii i Przestrzennego Zagospodarowania PAN.
- Śleszyński P., 2006, *Przedsiębiorstwa w przestrzeni Warszawy*, Atlas Warszawy, 9, Wyd. Instytut Geografii i Przestrzennego Zagospodarowania PAN, Warszawa.
- Terhorst P., Erkuş-Öztürk H., 2013, *Segmentation of Restaurants for Tourists and Locals in a Tourist-Historic City: the Case of Amsterdam*, wystąpienie na konferencji

Marketing Places and Spaces. Shifting Tourist Flows. 5th Advances in Tourism Marketing, 2-4 października 2013 r., Vilamoura.

Summary

Eating establishments were always thought of as either secondary elements of tourism or as just important tourist facilities (Page 1995; Kowalczyk 2000; Kowalczyk, Derek 2010). Nowadays, however, restaurants, bars, cafes etc. have also become tourist attractions in their own right, and in urban areas too. Their development and localisation have been discussed in tourism literature.

This paper explores the phenomenon of the development of eating establishments in Warsaw's central borough, Śródmieście. The specific objects of this study are to: investigate how the development of eating establishments has been changing for the past 20 years and what are its latest trends, to identify the main ethnic cuisines served in the restaurants and bars and to investigate the spatial distribution of ethnic food within the city centre.

In order to achieve these goals a database of ethnic restaurants and bars was constructed. The establishments were identified while conducting fieldwork in October 2013 with the support of the students of the Faculty of Geography and Regional Studies. The results of the study were compared to similar research undertaken in 1994, 2001 and 2003 (Rokicka-Donica 1995; Kowalczyk, Kaczorek 2003; Brożek 2007), so we can see the latest trends and developments of eating establishments in the central part of Warsaw.

The research undertaken has shown there were a total of 1084 eating establishments in Śródmieście. Restaurants, bars and cafes were the most numerous (32%, 24% and 19% respectively; see Fig. 1). The increase in clubs and cafes is an especially important trend (see Table 1).

In the paper particular attention is given to establishments serving ethnic food and Polish cuisine. Ethnic restaurants and bars are very popular in Warsaw, even though – unlike many European metropolises – it is not rich in ethnic diversity and ethnic districts. The research shows a total of 64 establishments serving Polish cuisine in the central borough of Warsaw. They were located mainly in the most important tourist area, The Old Town. There were 191 ethnic restaurants and bars, constituting 31% of all eating establishments in the borough. The biggest concentration of them was in the business part of the borough (Fig. 2). It illustrates that establishments serving ethnic food are predominantly used by workers and local residents.