

SÚ SLOVENSKÉ REŠTAURÁCIE OCHOTNÉ ZAPÁJAŤ SA DO KRÁTKYCH POTRAVINOVÝCH REŤAZCOV?

ARE SLOVAK RESTAURANTS WILLING TO JOIN SHORT FOOD SUPPLY CHAINS?

Lucia Laginová¹ , Jana Jarábková¹ 

¹ Fakulta európskych štúdií a regionálneho rozvoja, Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre, Trieda Andreja Hlinku 2, 949 76 Nitra, Slovenská republika

Abstrakt

Reštaurácie ako súčasť krátkych potravinových reťazcov predstavujú priamy odbyt lokálne produkovaných potravín. V porovnaní s individuálnou spotrebou domácností prinášajú viaceré výhody pre farmárov, predovšetkým vyššiu spotrebu objemu produktov. Cieľom príspevku je na základe hypotetického rozhodnutia reštaurácií otestovať ich preferencie zapojenia sa do krátkych potravinových reťazcov, organizačného modelu a formy distribúcie lokálnych potravín, typu vzdialenosti a ceny vybraných druhov komodít. Do prieskumu je zahrnutých celkom 158 reštaurácií, z ktorých 44% je zapojených do KPR. Výsledky prieskumu pomôžu detailnejšie odhaliť rozhodovacie procesy reštaurácií pri voľbe organizačného modelu KPR a formulovať opatrenia pre zvýšenie ochoty ich zapojenia.

Kľúčové slová: krátke potravinové reťazce, reštaurácie, organizačné modely

Abstract

Restaurants, as part of short food supply chains, represent a direct sale of locally produced food. Compared to individual household consumption, they bring several advantages for farmers, especially higher consumption of product volume. The aim of the paper is to test, on the basis of a hypothetical decision of restaurants, their preferences for involvement in short food chains, the organizational model and form of distribution of local food, the type of distance and the price of selected types of commodities. A total of 158 restaurants are included in the survey, of which 44% are involved in SFSC. The results of the survey will help reveal in more detail the decision-making processes of restaurants when choosing an organizational model of SFSC and formulate measures to increase their willingness to participate.

Keywords: short food supply chains, foodservice establishments, organizational model

Úvod

Cieľom príspevku je na základe hypotetického rozhodnutia reštaurácií otestovať ich preferencie zapojenia sa do krátkych potravinových reťazcov (ďalej len KPR), organizačného modelu a formy distribúcie lokálnych potravín, vzdialenosti a ceny vybraných druhov komodít. Zameriavame sa na základné faktory, ktoré ovplyvňujú umiestnenie stravovacích zariadení. Lokalizácia týchto podnikov

závisí od viacerých charakteristík dopytu a ponuky v danej oblasti, ako sú napríklad objem dopytu, hustota obyvateľstva a ich kúpna sila (Yang, Roehl, Huang, 2017; Parsa a kol., 2015). Pre podniky zapojené do KPR môže byť poloha dôležitá najmä v oblastiach s vyššou hustotou obyvateľov, čo zvyšuje zákaznícku základňu a dopyt po produktoch miestneho a regionálneho pôvodu. Na druhej strane, výskum (Kiss a kol., 2020; Feldmann, Hamm,

2015) poukazuje na to, že zákazníci vo vidieckych oblastiach častejšie preferujú produkty lokálneho pôvodu. Viaceré štúdie zároveň preukázali pozitívny vzťah medzi výškou príjmu a záujmom o potraviny z miestnych zdrojov (Kiss a kol., 2020; Berg, Preston, 2017; Feldmann, Hamm, 2015). Vo vedeckej literatúre (Laginová a kol., 2023, Pugas a kol., 2023), ktorá sa venuje krátkym potravinovým reťazcom a miestnym potravinovým systémom sa uvádzajú reštaurácie ako jeden z článkov v distribučnom modeli lokálnych potravín. Ich zapojenie do KPR je ovplyvňované viacerými faktormi, ktoré pôsobia pozitívne alebo naopak negatívne. Pugas a kol. (2023) uvádza, že na rozhodovanie reštaurácií odobrať lokálne produkty, majú vplyv najmä cena, garancia doručenia produktov, kvalita produktov, potreba doručenia na miesto alebo priamo do prevádzky a primerané platobné podmienky.

V záujme dosiahnutia cieľa sme stanovili nasledujúce výskumné otázky:

1. Do akej miery sú gastronomické zariadenia zapojené do krátkych potravinových reťazcov a ako ovplyvňuje gastronomické zameranie reštaurácie ich zapojenie do KPR?
2. Aké formy logistiky lokálnych potravín uprednostňujú stravovacie zariadenia?
3. Ako vzdialenosť dodávateľov a ceny lokálnych potravín ovplyvňujú rozhodovanie gastronomických zariadení pri výbere dodávateľov z krátkych potravinových reťazcov?
4. Aký podiel lokálnych produktov priamo od výrobcov využívajú gastronomické zariadenia zapojené do KPR a aké druhy komodít preferujú?

Krátke potravinové reťazce, miestne potravinové systémy a reštaurácie ako ich súčasť

Základnou a často citovanou vlastnosťou KPR vo vedeckej literatúre je, že predstavujú určitú formu siete, v ktorej potraviny putujú od výrobcu ku spotrebiteľovi s cieľom znížiť počet sprostredkovateľov (Todorovic a kol., 2018). Európsky parlament a Európska rada v nariadení č. 1305/2013, definuje KPR ako dodávateľský reťazec, ktorý má obmedzený počet hospodárskych subjektov a je zameraný na spoluprácu, miestny hospodársky rozvoj a zahŕňa úzke geografické a sociálne vzťahy medzi producentmi, spracovateľmi a spotrebiteľmi.

Definovať miestny potravinový systém (MPS) je, v porovnaní s KPR, zložitejšie. V odbornej verejnosti neexistuje totiž konsenzus o tom, čo možno považovať za „lokálne“ a toho čo tvorí miestny potravinový systém. Väčšina definícií je „založená na všeobecnej predstave o tom, odkiaľ pochádzajú miestne potraviny“ (Dunne a kol., 2011; Roy, Ballantine, 2020), zdôrazňuje sa vzdialenosť medzi miestom výroby a miestom predaja (European Parliamentary Research Service, 2016). Dôležité je geografické vymedzenie MPS, ktoré môže byť vnímané tiež diferencovane – od lokálnej

úrovne, cez regionálnu až celoštátnu pre rôzne typy potravín. V správe Joint Research Centre (JRC) 2013 sa uvádza, že miestny potravinový systém je taký systém, v ktorom sa potraviny vyrábajú, spracúvajú a predávajú v rámci vymedzenej geografickej oblasti (v závislosti od zdroja, v okruhu 20 až 100 km). Okrem geografickej blízkosti (fyzická lokalita, vzdialenosť medzi výrobou a spotrebou potravín) môže byť miestny potravinový systém založený na vzťahovej blízkosti (napr. úzky vzťah medzi aktérmi v rámci potravinového systému) a blízkosti v hodnotách (napr. miesto pôvodu, sledovateľnosť, čerstvosť a kvalita).

Väčšina autorov popisuje krátke dodávateľské reťazce ako hlavnú formu distribučných kanálov používaných v MPS. Charakteristickou črtou je pritom znížený počet sprostredkovateľov medzi výrobcami a spotrebiteľmi. Napriek tomu je nevyhnutné rozlišovať medzi KPR a MPS, pretože KPR nemusí byť lokálny a MPS nemusí nevyhnutne zahŕňať KPR (Enthoven, Van den Broeck, 2021).

Distribučné kanály v MPS sú organizované rôznymi spôsobmi, na základe rôznych typov dohôd o predaji medzi výrobcami a kupujúcimi, rôznymi formami interakcie medzi spotrebiteľmi a výrobcami a rôznymi úrovňami záväzku spotrebiteľov (Enthoven, Van den Broeck, 2021).

Svoje miesto v KPR a MPS majú aj podniky poskytujúce stravovacie služby (reštaurácie, bufety a cateringové spoločnosti), ktoré pôsobia v oblasti výroby a distribúcie jedál a nápojov. Tieto stravovacie zariadenia predstavujú aktérov v potravinovom systéme a vytvárajú agregovaný dopyt po väčších objemoch potravín v porovnaní s individuálnou spotrebou domácností (Pugas a kol. 2023; Paciarotti a kol., 2022). Rast objemu dopytu po potravinách vyprodukovaných v rámci KPR súčasne podporuje rozšírenie výroby potravín miestnymi alebo regionálnymi producentmi a vytvára väčší priestor pre adaptáciu viacerých fariem na udržateľnejší spôsob výroby. Enthoven a Van den Broeck (2021) považujú stravovacie zariadenia za významnú súčasť miestnych potravinových systémov, ktoré sú založené na zmluvnom základe medzi výrobcou a zariadením a blízkej interakcii medzi producentom a spotrebiteľom. Roy a kol. (2017) zdôrazňujú význam osobných vzťahov a budovania dôvery medzi farmármi a prevádzkovateľmi reštaurácií pre ich motiváciu nakupovať miestne potraviny. Existencia osobných vzťahov a silného sociálneho kapitálu poskytuje farmárom ekonomické príležitosti prostredníctvom odbytkísk priameho marketingu, ako je napr. priamy predaj do reštaurácií.

Faktory, ktoré majú vplyv na zapojenie reštaurácií do KPR skúmali Pugas a kol. (2023), Paciarotti a kol. (2022) a Roy, Ballantine (2020). Za významné sa v literatúre považujú predovšetkým cena, rozmanitosť, pravidelnosť a objem dodávok potravín. Roy a Ballantine (2020) skúmali motívy a bariéry, ktoré vnímajú reštaurácie pri nákupe lokálnych potravín u sprostredkovateľov. Zistili, že reštaurácie

považujú za motivačné faktory cenu, pohodlnosť nákupu u sprostredkovateľa, konzistentnosť dodávky a dôveru v dodávateľa. Naopak za bariéry považujú nekonzistentnú kvalitu produktov, schopnosť dodržať termíny dodania a kolísanie cien.

Distribučnými modelmi KPR, ktoré sú založené na koordinácii aktivít v KPR prostredníctvom miestneho potravinového centra sa zaoberali Hyland, Macken-Walsh (2022) a Paciarotti a kol. (2022). Miestne potravinové centrá majú schopnosť zvýšiť príležitosť pre producentov potravín participovať na KPR a poskytovať spotrebiteľom (individuálnym i reštauráciám) väčšiu škálu produktov. S ich fungovaním sa spájajú mnohé ďalšie výhody pre stravovacie zariadenia – podpora distribúcie produktov prostredníctvom online platforiem, zabezpečenie dopravných a skladovacích služieb, pokrytie potrebných objemov produktov ap. Kinneer (1997) definuje miestne potravinové centrum ako uzol resp. „prekládkovú platformu“, kde sa prijímajú a konsolidujú potravinové produkty od rôznych dodávateľov a následne sa doručujú do konečných destinácií t.j. reštaurácií. Hyland, Macken-Walsh (2022) rozlišujú rôzne typy potravinových centier v závislosti od ich funkcií a rozsahu.

Metodika

Cieľom príspevku je na základe hypotetického rozhodnutia reštaurácií otestovať ich preferencie zapojenia sa do krátkych potravinových reťazcov, organizačného modelu a formy distribúcie lokálnych potravín, typu vzdialenosti a ceny vybraných druhov komodít. Výskum čerpá z primárnych údajov získaných prostredníctvom online dotazníkového prieskumu medzi slovenskými stravovacími zariadeniami. Vzhľadom na komplexitu KPR výskumný dizajn kombinuje kvantitatívne aj kvalitatívne metódy. Dotazník bol navrhnutý tak, aby zachytil skúsenosti stravovacích zariadení týkajúce sa ich zapojenia do KPR, spoluprácu v rámci dodávateľských reťazcov, vnímané výhody, prekážky a motivácie pre ich účasť, ako aj hypotetické rozhodovanie, na základe ktorého zisťujeme záujem stravovacích zariadení odoberať kvalitné lokálne suroviny v závislosti od ceny a logistiky.

Použitá data sú súčasťou širšie formulovaného dotazníkového prieskumu zameraného na zmapovanie zapojenia komerčných stravovacích zariadení do krátkych potravinových reťazcov, identifikáciu štruktúr lokálnych potravinových sietí a hypotetického záujmu stravovacích zariadení o nákup lokálnych potravín v podmienkach Slovenska. Otvorené otázky boli zahrnuté, aby umožnili respondentom podeliť sa s informáciami o ich zapojení, štruktúre spolupráce, motiváciách a vnímaných výhodách a bariérach. Využívame údaje o stravovacích zariadeniach (napríklad umiestnenie prevádzky, počet zamestnancov, typy ekonomických činností), štruktúre existujúceho dodávateľského reťazca (existujúci dodávatelia, logistické možnosti a potreby, kritériá obstarávania),

zapojení do KPR a MPS a súvisiacich vnímaných výhodách a bariérach. Dotazníkový prieskum bol distribuovaný do stravovacích zariadení na Slovensku. Kontaktné údaje na tieto prevádzky boli získané z verejne dostupnej online databázy stravovacích zariadení. Z celkového počtu 3876 e-mailových adries bolo 832 neplatných. Po konzultáciách s 3 odborníkmi na cestovný ruch, gastronómiu a potravinárstvo bol dotazník odoslaný stravovacím zariadeniam. Dotazník bol distribuovaný elektronicky prostredníctvom služby Google Forms. Údaje sa zbierali od marca 2024 do mája 2024. Dotazník správne vyplnilo 158 respondentov. Pri zohľadnení platných e-mailových adries bola miera návratnosti 5,19%. Z hľadiska regionálneho rozdelenia je vo vzorke nadhodnotený Nitriansky kraj, podpriemerne zastúpený Bratislavský a Košický kraj.

Pre určenie či je stravovacie zariadenie zapojené do krátkych potravinových reťazcov považovali za rozhodujúcu odpoveď na otázku „v akom organizačnom modeli krátkeho potravinového reťazca participujú“. Respondenti si mohli zvoliť jeden alebo alebo viaceré z ponúknutých organizačných modelov:

- komunitou podporované poľnohospodárstvo (spotrebiteľia alebo zariadenia si priamo „predplácajú“ pravidelné dodávky miestne vyprodukovaných potravín priamo od farmárov),
- predaj na farme a samozber (distribúciu potravín priamo od poľnohospodárskeho producenta na jeho farme),
- farmárske trhy (miesta, kde poľnohospodári, drobní výrobcovia a remeselníci predávajú svoje čerstvé produkty a výrobky priamo spotrebiteľom),
- priamy predaj potravinovým družstvám (nákup od miestnych farmárov a producentov vo veľkom, teda za výhodnejšiu cenu, a potom potraviny distribuovať svojim členom),
- debničkový predaj (donáška čerstvých potravín od poľnohospodára priamo spotrebiteľovi),
- mestské farmy a komunitné záhrady (pestovanie potravín v rámci urbanizovaného priestoru na priamu spotrebu),
- farmárske obchody (priamy predaj produktov a produkcie z farmy v maloobchodnej predajni).

Na základe získaných údajov sme identifikovali celkom 49 stravovacích zariadení zapojených do KPR. Na preskúmanie vplyvu vzdialenosti dodávateľov a ceny lokálnych potravín na rozhodovanie gastronomických zariadení pri výbere dodávateľov v KPR sme využili experiment s hypotetickou voľbou. V rámci dotazníkového prieskumu sme vyzvali respondované reštaurácie k hypotetickej voľbe medzi rôznymi ponúkanými variantmi riešení logistiky a rozdielnymi cenami lokálnych produktov a produktov bežne dostupných u veľkodistribútora (s neidentifikovaným lokálnym pôvodom). V experimente boli použité reálne ceny produktov v čase realizácie prieskumu. Pre zvýšenie

objektivity sme do experimentu zahrnuli 5 komodít – hovädzie mäso, vajcia, zemiaky, zelenina a víno a pri každej komodite sme uviedli cenu lokálneho produktu a veľkoobchodnú cenu (Metro).

Výsledky

Stravovacie zariadenia a ich zapojenie do KPR na Slovensku

Cieľom tejto časti je poskytnúť hlbší pohľad na výsledky týkajúce sa zapojenia stravovacích zariadení do krátkych potravinových reťazcov a do akej miery ovplyvňuje gastronomické zameranie reštaurácií ich zapojenie do krátkych potravinových reťazcov.

Na základe dostupnej databázy stravovacích zariadení sme analyzovali ich priestorovú lokalizáciu na úrovni lokálnej územnej jednotky LAU 2 (obce). Z hľadiska distribúcie základného súboru podľa LAU 2 môžeme konštatovať, že reštaurácie sa koncentrujú prevažne v okresných mestách v Západnej a Severozápadnej časti Slovenska. Ide o koncentráciu do miest (v porovnaní s vidieckymi obcami). Najväčšie zastúpenie má Bratislava, kde sa nachádza až 431 prevádzok z celkového počtu. Ďalej nasledujú Košice s počtom prevádzok 180, Žilina 128, Banská Bystrica 119 a Prešov 104. V ostatných obciach a mestách bolo lokalizovaných menej ako 100 prevádzok, pričom najmenší počet 1 sme identifikovali vo obciach južného a východného Slovenska (Obr. 1).

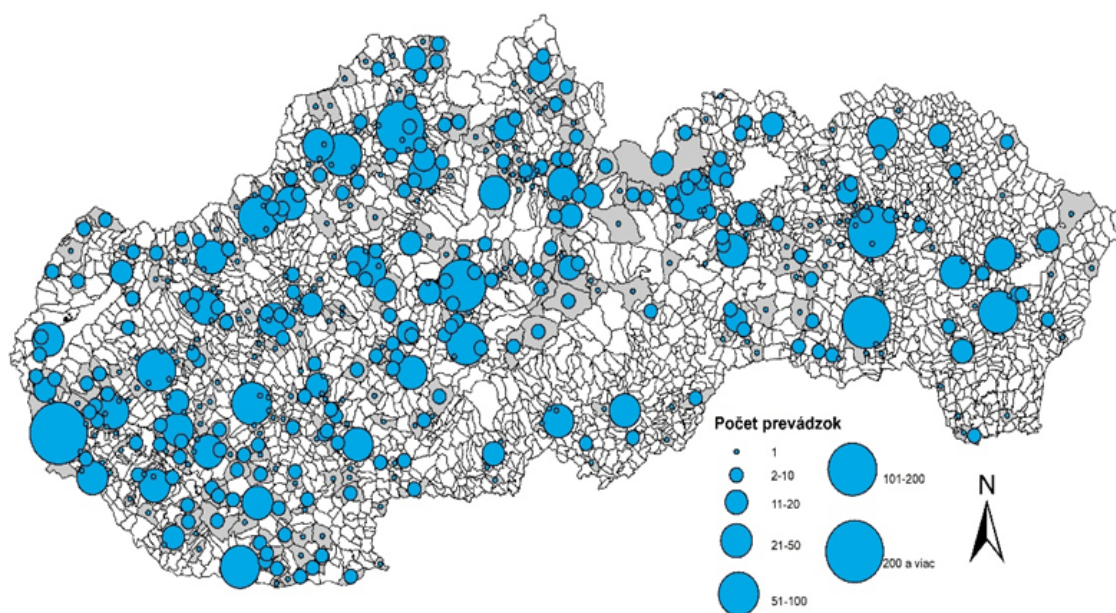
Vyššia koncentrácia stravovacích zariadení v hlavnom meste a v krajských mestách súvisí s veľkosťou populácie v týchto mestách. Vyšší počet obyvateľov miest vytvára väčší dopyt po stravovacích službách. Mestské oblasti ponúkajú lepšie

podnikateľské príležitosti pre reštaurácie vďaka hustejšiemu osídleniu, väčšiemu počtu turistov a viac rozvinutej infraštruktúre. V porovnaní s mestami, vidiecke obce, ktoré majú často menej obyvateľov, nedokážu zabezpečiť dostatočný dopyt na udržanie väčšieho počtu prevádzok. Reštaurácie v menších obciach môžu byť tiež limitované nižšími príjmami obyvateľov, obmedzenými turistickými atrakciami alebo menšou dostupnosťou zdrojov. Tento faktor sa najviac prejavuje v oblastiach južného a východného Slovenska, kde je menej rozvinutá ekonomická aktivita a nižšia hustota obyvateľstva. Celkovo sa teda rozloženie reštaurácií odráža nielen demografiu, ale aj na hospodársky potenciál daných lokalít.

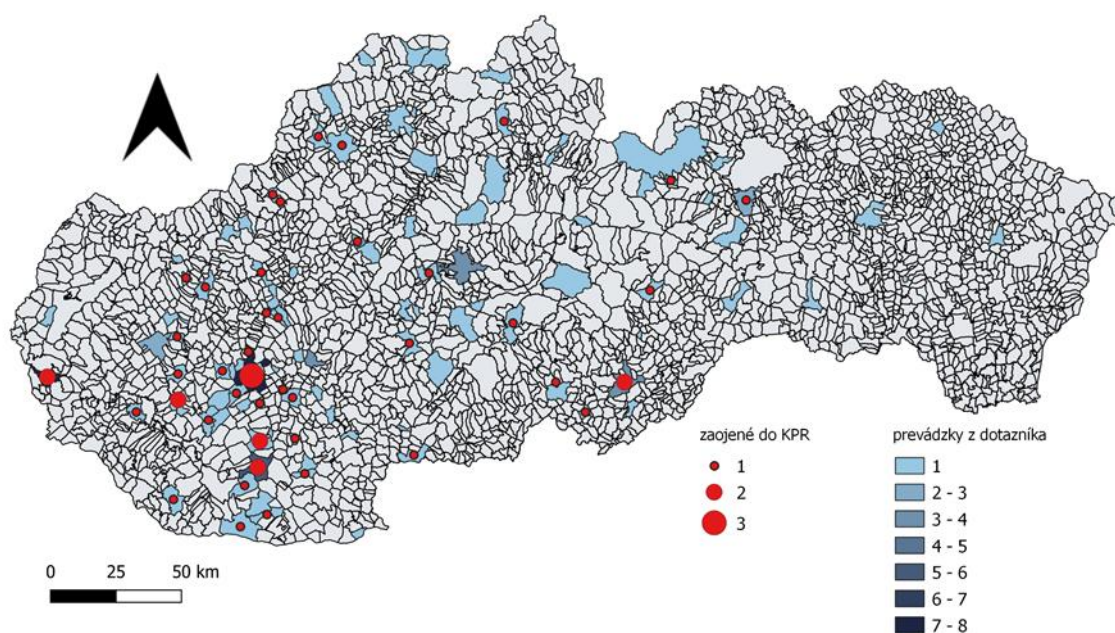
Na základe odpovedí z dotazníkového prieskumu sme identifikovali 158 stravovacích zariadení, z ktorých 49 uviedlo, že sú zapojené do KPR. Ich priestorovú lokalizáciu na úrovni LAU 2 (obce) znázorňuje Obr. 2, kde sú zariadenia zapojené do KPR vyznačené červenou farbou.

Z celkového počtu (49) stravovacích zariadení zapojených do KPR, 41 prevádzkuje slovenskú kuchyňu a 8 ponúka iný typ kuchyne. Na druhej strane, zo 109 zariadení, ktoré uviedli, že nie sú súčasťou krátkych potravinových reťazcov, 79 ponúka jedlá slovenskej kuchyne a 30 inej kuchyne (Obr. 3). Väčšina stravovacích zariadení sa zameriava na slovenskú kuchyňu (75,3%) a stredoeurópsku kuchyňu (45,6%), čo zodpovedá miestnym kulinárskym tradíciám. Populárne sú tiež talianska a americká kuchyňa, ktoré sú ponúkané v 34,2% (talianska) a 20,3% (americká) zariadení.

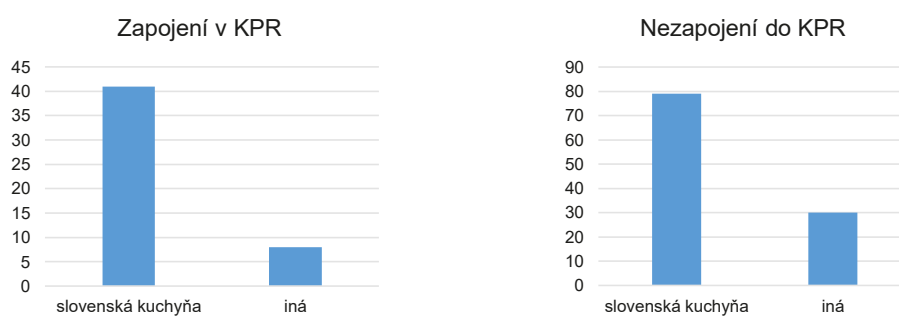
Reštaurácie zapojené do krátkych potravinových reťazcov sú vo väčšej miere orientované na slovenskú kuchyňu z dôvodu, ktorý súvisí



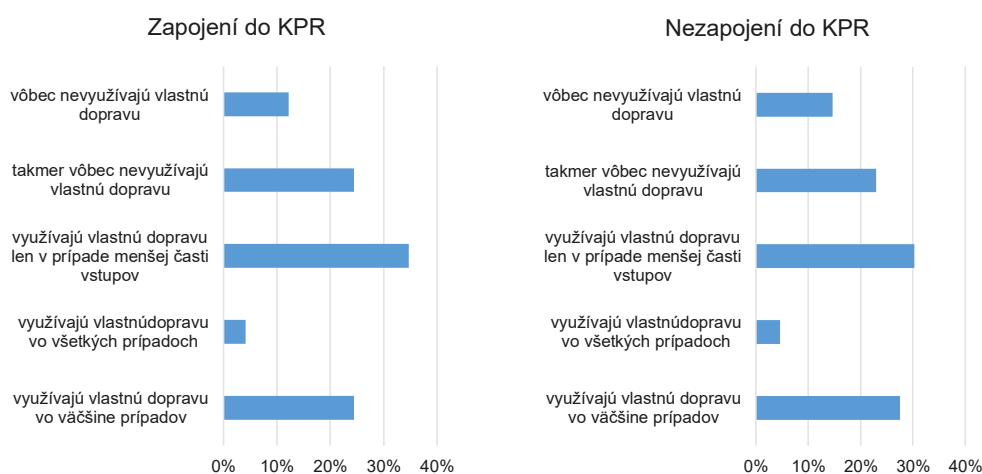
Obr. 1: Lokalizácia stravovacích zariadení na území SR podľa LAU 2
Zdroj: vlastné spracovanie (program ArcGis)



Obr. 2: Lokalizácia stravovacích zariadení na území SR podľa dotazníka.
Zdroj: vlastné spracovanie (program ArcGis)



Obr. 3: Orientácia stravovacích zariadení podľa ponúkaného typu kuchyne
Zdroj: vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu (2024)



Obr. 4: Využívanie vlastnej dopravy pri obstaraní tovaru
Zdroj: vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu (2024)

s charakterom tradičnej slovenskej gastronómie a jej preferenciou pre lokálne suroviny. Slovenská

kuchyňa sa tradične opiera o suroviny, ktoré sú bežne dostupné na miestnom trhu, ako sú zemiaky,

kapusta, mäso, syry a ďalšie produkty typické pre slovenské regióny. Reštaurácie tak môžu ponúknuť čerstvé a sezónne potraviny priamo z blízkeho okolia. Slovenská kuchyňa zvyčajne menej využíva exotické alebo importované suroviny v porovnaní s inými kuchyňami, ktoré môžu vyžadovať ingrediencie zo vzdialených krajín. Reštaurácie s inou kuchyňou, ako napríklad talianskou, ázijskou či medzinárodnou, môžu byť viac závislé na nákupe od vzdialenejších dodávateľoch.

Zapojenie stravovacích zariadení do KPR a preferované logistické formy lokálnych potravín

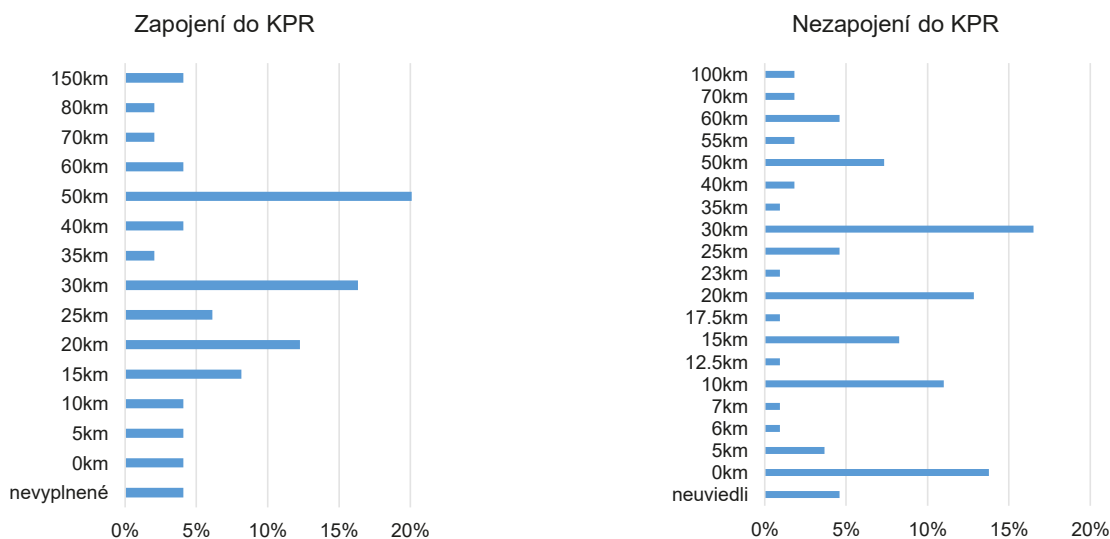
Ďalšie výsledky poskytujú hlbší pohľad na spôsoby, akými reštaurácie získavajú a distribuujú lokálne potraviny. Interpretácia výsledkov umožní lepšie porozumieť, do akej miery podniky využívajú lokálne zdroje a aké formy logistiky uprednostňujú pri zabezpečovaní surovín pre svoje prevádzky.

Takmer štvrtina stravovacích zariadení zapojených do KPR (49) (24,49%), sa spolieha na vlastnú dopravu pri väčšine svojich nákupov. Predpokladáme, že dôvodom je flexibilita v časovaní alebo v kvalite nakupovaných produktov. Len malé percento (približne 4%) zariadení používa výlučne vlastnú dopravu. Najväčšia skupina zariadení (takmer 35%) využíva vlastnú dopravu iba pre menšiu časť svojich zásob. Tieto podniky pravdepodobne kombinujú vlastnú dopravu s externými dodávateľmi, pričom vlastnú dopravu využívajú len pre vybrané alebo špecifické produkty. 24,49% zariadení uvádza, že takmer vôbec nepoužíva vlastnú dopravu. Tieto podniky sú v tom prípade závislé na externých dodávateľoch pre prepravu tovaru, čo môže byť výsledkom snahy znížiť prevádzkové náklady alebo využiť dodávateľov, ktorí ponúkajú dopravu ako súčasť

služieb. Približne 12% zariadení vôbec nevyužíva vlastnú dopravu, čo znamená, že úplne závisia na externých dopravcoch a dodávateľoch.

Výsledky pri skupine stravovacích zariadení, ktoré nie sú zapojené do KPR (109) ukazujú, že takmer 28% stravovacích zariadení sa spolieha na vlastnú dopravu pri väčšine svojich nákupov. Iba 4,59% zariadení používa výlučne vlastnú dopravu pri všetkých nákupoch. Najväčšia skupina zariadení (30,28%) uvádza, že vlastnú dopravu využívajú len pre menšiu časť vstupov. Približne 23% zariadení takmer vôbec nevyužíva vlastnú dopravu, čo naznačuje vyššiu závislosť na externých dodávateľoch. Asi 15% zariadení vôbec nepoužíva vlastnú dopravu, čo znamená, že sú plne závislé na externých dodávateľských a prepravných službách.

Najväčšia skupina zariadení (22,45%) je ochotná precestovať až 50 km za kvalitnými slovenskými potravinami. To naznačuje pomerne veľkú flexibilitu pri cestovaní za kvalitnými lokálnymi produktmi a ochotu ísť mimo bezprostredného okolia, ak je to potrebné. Druhá najčastejšia vzdialenosť, ktorú sú zariadenia ochotní cestovať, je 30 km (16,33%). Toto môže indikovať, že zariadenia preferujú nákupy v strednom okruhu, ktorý stále poskytuje prístup k lokálnym farmám alebo producentom. Viac ako 12% zariadení považuje za prijateľné cestovať do 20 km, čo naznačuje, že uprednostňujú kratšiu vzdialenosť. Niektoré zariadenia preferujú kratšie vzdialenosti, ako 15 km (8,16%) alebo 25 km (6,12%), čo môže byť spojené s dostupnosťou lokálnych producentov v ich blízkom okolí. V menšom rozsahu sú prevádzkovatelia reštaurácií ochotní cestovať dlhšie vzdialenosti ako 60 km, 70 km, alebo 80 km (každá vzdialenosť rovnaké zastúpenie t.j. 2,04%). Tieto prípady poukazujú pravdepodobne na spotrebu špeciálnych produktov, ktoré nie sú bežne dostupné



Obr. 5: Najvyššia vzdialenosť, ktorú sú stravovacie zariadenia ochotné merať za potravinami
Zdroj: vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu (2024)

Formy logistiky stravovacích zariadení v KPR



Obr. 6: Formy logistiky stravovacích zariadení v KPR

Zdroj: vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu (2024)

bližšie. Niektoré zariadenia (4,08%) uprednostňujú výhradne lokálnych producentov, ktorí môžu dodať potraviny bez nutnosti cestovania. Menšia časť zariadení (spolu 12,24%) preferuje veľmi krátke vzdialenosti, do 5–10 km, čo môže odrážať prítomnosť miestnych dodávateľov produktov.

Zariadenia, ktoré nie sú zapojené do krátkych potravinových reťazcov, uprednostňujú kratšie vzdialenosti pre nákup potravín, pričom väčšina je ochotná cestovať maximálne do 30 km. V porovnaní s reštauráciami zapojenými do KPR, vyššie percento nezapojených zariadení (13,76%) nie je ochotné cestovať vôbec, čo môže byť spôsobené obmedzenou dostupnosťou produktov lokálne. Len malá časť zariadení je pripravená cestovať dlhšie vzdialenosti (nad 50 km), čo svedčí o ich obmedzenej kapacite zvyšovať logistické náklady na nákup bio-produktov.

Až 27,06% stravovacích zariadení v KPR využíva nákup produktov od sprostredkovateľov, ako sú sklady alebo veľkosklady kvalitných biopotravín. To môže znamenať, že tieto zariadenia uprednostňujú centralizované nákupné zdroje, kde majú prístup k rôznym produktom na jednom mieste, čo zjednodušuje logistiku a znižuje časové náklady. 18,82% stravovacích zariadení nakupuje potraviny vo farmárskych obchodoch alebo u špeciálnych predajcov. Rovnaké percento stravovacích zariadení nakupuje priamo od miestnych výrobcov a farmárov, čo naznačuje úzku spoluprácu s lokálnymi producentmi. Respondované stravovacie zariadenia tiež často využívajú tradičné tržnice a trhy (17,65%), ktoré sú miestami, kde sa sústreďujú lokálni pestovatelia a producenti. To poskytuje podnikateľom flexibilitu pri nákupe čerstvých surovín. Niektoré zariadenia (8,24%) sú súčasťou spotrebných družstiev alebo komunitou podporovaného poľnohospodárstva,

kde sa dodávky potravín organizujú kolektívne. Malé percento zariadení (2,35%) sa spolieha na tzv. schému debničkového predaja, kde sa predplatitelia pravidelne zásobujú čerstvými potravinami priamo od farmárov alebo združených producentov. Len 2,35% uviedlo, že na nákup potravín využíva samozber (napr. ovocie alebo zeleninu). Nákup priamo od farmárov alebo výrobcov bez sprostredkovateľa využíva len 1,18% respondentov.

Vplyv vzdialenosti dodávateľov a ceny lokálnych potravín na rozhodovanie gastronomických zariadení pri výbere dodávateľov v rámci krátkych potravinových reťazcov

Enthoven a Van den Broeck (2021) uvádzajú, že spotrebitelia sú ochotní zaplatiť prirážku za lokálne potraviny v porovnaní s „nelokálnymi“. Roy a Ballantine (2017) upozorňujú, že vyššia cena za lokálne produkty sa môže prejaviť v cenách na jedálnom lístku a stať sa tak prekážkou pri ich využití v príprave jedla v reštaurácii, na druhej strane sú často zákazníci ochotní zaplatiť viac a kompenzovať tieto ceny. Pri zaistení logistiky produktov je rozhodujúca vzdialenosť dodávateľa, zabezpečenie dopravy a spôsob nákupu (priamo/cez sprostredkovateľa). Napríklad Pugas a kol. (2023) uvádzajú, že pre mnohé gastronomické zariadenia je zabezpečenie doručenia lokálnych produktov do prevádzky veľmi dôležité, pretože vlastná doprava by pre reštauráciu znamenala dodatočné náklady na pracovnú silu. Ako teda ovplyvňujú cena lokálnych produktov, vzdialenosť producentov a spôsob dopravy rozhodovanie gastronomických zariadení pri výbere dodávateľov z krátkych potravinových reťazcov? Z výsledkov realizovaného experimentu vyplýva, že v závislosti od komodity sú reštaurácie pripravené využívať vlastnú dopravu najmä na

Tab. I: Záujem reštaurácií odoberať lokálne suroviny v závislosti od ceny a možností logistiky (v %)

Varianta	Preferencia ceny a logistiky (výber varianty zo strany reštaurácií)					
	VL 10 km	VL 50 km	VL nad 50 km	VS	MT	SPR
hovädzie mäso (sviečkovica) v cene 18,90 €/kg, oproti 12 €/kg vo veľkoobchode Metro	20,9	14,6	3,8	16,5	13,9	39,9
vajcia L z voľného výbehu 10 ks v cene 3,99 € oproti 1,50 € vo veľkoobchode Metro	27,2	4,4	1,3	13,9	17,1	36,1
akostné odrodové víno z regiónu 0,7L v cene 20 €, oproti zahraničnému vínu podobnej kvality v cene 10 € vo veľkoobchode Metro	18,4	8,2	5,1	11,4	9,5	41,8
bio zemiaky od farmára v cene 6 €/5 kg, oproti 3,42 €/5 kg vo veľkoobchode Metro	22,2	6,3	1,3	10,1	16,5	37,3
zmes čerstvej zeleniny (polievková) od farmára v cene 3,99 €/kg oproti 1,80€/kg vo veľkoobchode Metro	26,6	8,2	4,4	19,6	17,1	37,3

Zdroj: vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu (2024)

Pozn.

VL 10 km = vlastná logistika do vzdialenosti 10 km

VL 50 km = vlastná logistika do vzdialenosti 50 km

VL nad 50 km = vlastná logistika vo vzdialenosti nad 50 km

VS = prostredníctvom veľkoskladu lokálnych potravín

MT = Miestna tržnica

SPR = doručovanie potravín sprostredkovateľom

zaistenie dodávok lokálnych surovín na krátke vzdialenosti t.j. do 10 km (18,4–27,2% reštaurácií) a súčasne akceptujú vyššiu cenu lokálneho produktu. S rastúcou vzdialenosťou, výrazne klesá ochota gastronomických zariadení zabezpečovať dodávky vlastnou dopravou. Vo vzdialenosti nad 50 km by bolo len 1,3–5,1% reštaurácií ochotných zabezpečovať dodávky lokálnych produktov od farmárov vlastnou dopravou. Pre reštaurácie zaujímavou logistickou alternatívou by boli aj miestne tržnice a veľkosklady lokálnych produktov. Navyše preferovanou alternatívou bola forma doručenia lokálnych produktov sprostredkovateľom (36,1–41,8% reštaurácií), a to pri všetkých sledovaných komoditách. Tento výsledok poukazuje na potrebu zapájať do KPR aj sprostredkovateľov, ktorí prispievajú k zvýšeniu komfortu logistiky (zaistenie dopravy, objednávkový systém, požadované objemy produktov, plynulosť dodávok ap.) pre gastronomické zariadenia.

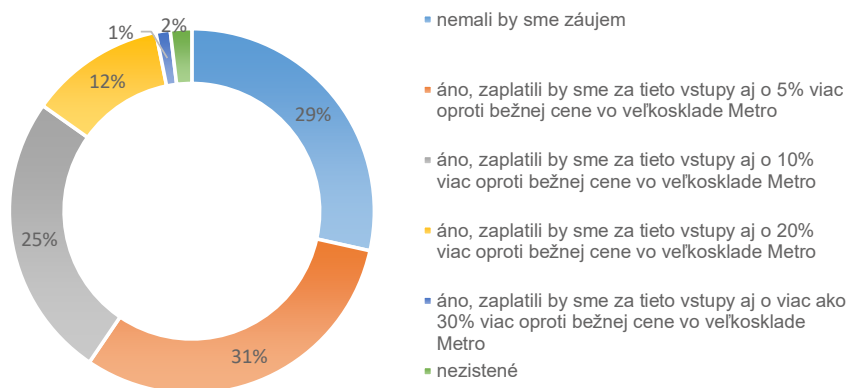
V tejto súvislosti sme v rámci prieskumu zisťovali aj záujem reštaurácií o služby miestneho potravinového centra. Potravinové centrá úspešne fungujú napr. v Írsku (Larder 360), Belgicku (Distrikempen) a Holandsku (Boerchappen) (Hyland, Macken-Walsh, 2022). Vystupujú ako sprostredkovateľské organizácie alebo podniky, ktoré zaisťujú manažment dodávateľského reťazca a poskytujú logistickú a organizačnú platformu na agregáciu a distribúciu potravinových produktov s identifikovaným zdrojom od miestnych a regionálnych producentov, veľkoobchodným nákupcom (inštitúciám, firmám poskytujúcim stravovacie služby), reštauráciám,

hotelom maloobchodným predajniam a koncovým spotrebiteľom (Berti, Mulligan, 2016). V praxi sa potravinové centrá klasifikujú v závislosti od funkcií a rozsahu napr. modely priamej spotreby, modely farmy a firmy alebo hybridné modely (Hyland, Macken-Walsh, 2022). Pre zásobovanie reštaurácií sú vhodné najmä „modely farmy a firmy“, ktoré spájajú farmárov a producentov potravín s väčšími podnikmi. Úlohou MPC je v tomto prípade agregovať produkty a produkciu od producentov potravín, pripraviť ich na dodanie väčším subjektom a nakoniec riadiť dodanie produktov. Z výsledkov nami uskutočneného prieskumu vyplynulo, že 29% reštaurácií nemá záujem o služby miestneho potravinového centra. Nezáujem o MPC deklarujú predovšetkým reštaurácie, ktoré nie sú zapojené do KPR (22%). Podstatná väčšina (69%) respondovaných reštaurácií prejavila záujem o služby MPC. Ich záujem však s potenciálnym rastom cien dodávaných produktov logicky klesá (Obr. 8). Až 31% reštaurácií by zaplatilo za lokálne produkty dodané MPC o 5% viac ako za produkty v bežnej cene z veľkoobchodu Metro, 25% reštaurácií by zaplatilo o 10% viac a ďalších 12% reštaurácií o 20% viac. Výsledky prieskumu naznačujú, že miestne potravinové centrá sú reštauráciami na Slovensku vnímané veľmi pozitívne, vzhľadom na ich schopnosť zabezpečiť širokú škálu produktov, väčšie množstvá produktov, plynulé zásobovanie a dopravné služby. Za lokálne produkty dodávané MPC sú reštaurácie ochotné zaplatiť vyššiu cenu.

Lokálne potraviny v stravovacích zariadeniach

Z hľadiska objemu lokálnych produktov, ktoré využívajú reštaurácie pri príprave jedál sme predpokladali, že podniky zapojené v KPR budú

mať na celkovom objeme surovín potrebných na prípravu jedál zastúpený vyšší podiel lokálnych produktov. Tento predpoklad a potvrdil. Výsledky výskumu poukazujú na vyšší podiel lokálnych produktov nakupovaných priamo od producentov



Obr. 7: Záujem o služby miestneho potravinového centra

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu (2024)

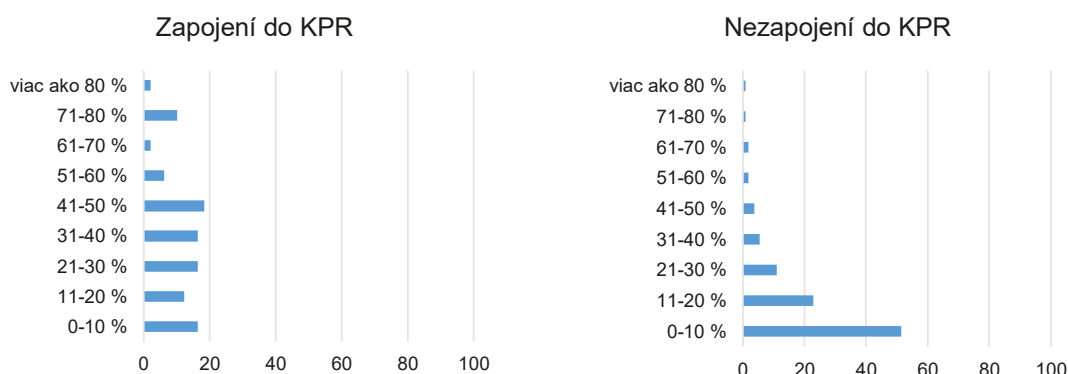
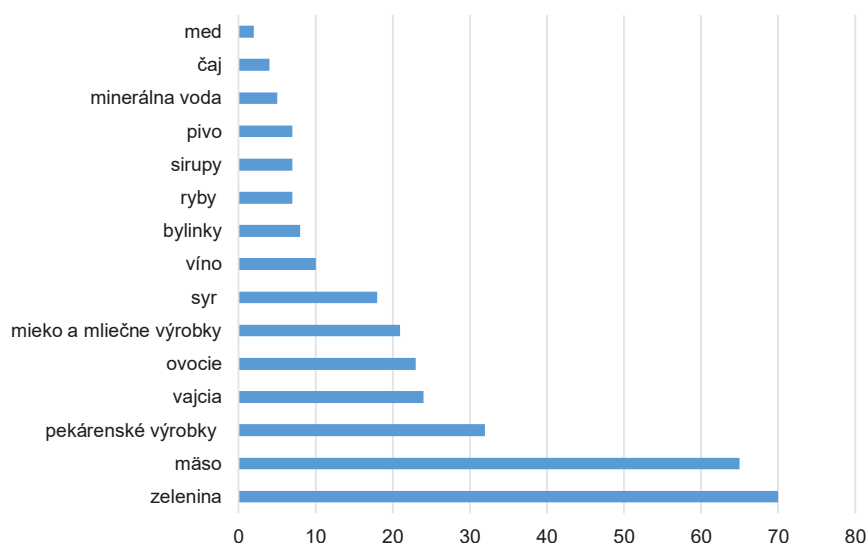


Fig. 8: Podiel vstupov do výroby jedla nakupovaných priamo od producentov

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu (2024)



Obr. 9: Preferencia nakupovaných komodít od slovenských producentov

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe dotazníkového prieskumu (2024)

u reštaurácií zapojených do KPR. Táto skupina vykazuje vyšší podiel vstupov do výroby jedla vo všetkých sledovaných kategóriách s podielom viac ako 21%. Silne sú zastúpené reštaurácie s podielom používaných lokálnych produktov 21–30%, 31–40% a 41–50%. 10, 2% reštaurácií zapojených v KPR uvádza až 71–80% podiel lokálnych surovín, ktoré používa vo svojej kuchyni. Naopak, v reštauráciách nezapojených do KPR je podiel nakupovaných

produktov od producentov nízky (prevažuje skupina reštaurácií, ktorá odoberá 0–10% produktov priamo od lokálnych producentov).

Z komodít, ktoré reštaurácie od slovenských producentov frekventovane odoberajú patria k najviac preferovaným zelenina, mäso a pekárenské výrobky. Ďalšie produkty, ktoré odoberajú reštaurácie od slovenských producentov ilustruje Obr. 9.

Zhrnutie

Výsledky realizovaného prieskumu poukazujú na zvýšenú koncentráciu stravovacích zariadení v urbanizovanom priestore v porovnaní s vidieckym prostredím. Domnievame sa, že dôvodmi sú vyšší dopyt po stravovacích službách v mestách (vďaka hustejšiemu osídleniu), ako aj vyšší počet návštevníkov a rozvinutá infraštruktúra v mestách. Z celkového počtu 158 respondovaných reštaurácií deklaruje 49 zariadení svoje zapojenie do KPR. Významná časť z nich (84%) sa zameriava na slovenskú gastronómiu. Dospeli sme k názoru, že gastronomické zameranie na slovenskú kuchyňu môže mať vplyv na zapojenie sa reštaurácie do KPR najmä vzhľadom na používanie lokálnych a regionálnych surovín pri príprave tradičných jedál. Výskum naviac potvrdil, že podiel lokálnych produktov nakupovaných priamo od producentov u reštaurácií zapojených do KPR je vyšší ako v nezapojených zariadeniach. Slovenské reštaurácie frekventovane odoberajú od slovenských producentov najmä zeleninu, mäso a pekárenské výrobky. Reštaurácie zapojené do KPR využívajú pri nákupe potravín rôzne formy logistiky. Najviac preferovanou formou je nákup potravín od sprostredkovateľa (27,06% reštaurácií). Výhodou tejto formy je široká škála produktov, možnosť nakupovať väčšie množstvá produktov na jednom mieste, garancia dodania produktu, jednoduchá logistika, ktorá šetrí prevádzkovateľovi čas. Ďalšie preferované formy nákupu lokálnych potravín pre reštaurácie sú nákup priamo u predajcov z dvora a vo farmárskych obchodoch (rovnaké preferencie 18,82%) a nákupy na miestnej tržnici príp. iných trhoch (preferuje 17,65% reštaurácií). Pri nákupe potravín využíva 24,5% reštaurácií zapojených do KPR vlastnú dopravu vo väčšine prípadov, takmer 35% reštaurácií v menšom rozsahu, 24,9% nevyužíva vlastnú dopravu takmer vôbec a približne 12% využíva výlučne externého dodávateľa. Výsledky prieskumu naznačujú, že zariadenia zapojené do KPR sú pri nákupe produktov flexibilné. 22,45% z nich je pripravených cestovať za produktmi 50 km, 16,33% reštaurácií do 30 km a 12% do 20 km. Na preskúmanie vplyvu vzdialenosti dodávateľov a ceny lokálnych potravín na rozhodovanie gastronomických zariadení pri výbere dodávateľov v KPR sme využili experiment s hypotetickou voľbou. Z výsledkov vyplynulo, že reštaurácie sú ochotné využívať vlastnú dopravu na zaistenie dodávok produktov na kratšie vzdialenosti a so zväčšujúcou sa vzdialenosťou ich ochota používať vlastnú dopravu klesá. Zároveň akceptujú vyššiu cenu lokálnych produktov v porovnaní s rovnakými produktami dostupnými u veľkoobchodníkov. Medzi sledovanými komoditami sú vo výsledkoch isté rozdiely (napr. pri hovädzom mäse sme zaznamenali vyššiu ochotu cestovať na väčšiu vzdialenosť, než pri komodite vajcia alebo zemiaky). Pre reštaurácie zaujímavou logistickou alternatívou sú aj miestne tržnice a veľkosklady lokálnych produktov. Naviac preferovanou alternatívou bola forma doručenia lokálnych produktov sprostredkovateľom (36,1–41,8% reštaurácií), a to pri všetkých sledovaných komoditách. Aj experiment s hypotetickou voľbou potvrdil, že sprostredkovateľ predstavuje pre reštaurácie vyššiu formu logistického komfortu. Vo viacerých krajinách plnia úlohu sprostredkovateľa a zároveň koordinátora MPS miestne potravinové centrá (Hyland, Macken-Walsh, 2022). Pomáhajú prepojiť farmárov a producentov potravín s reštauráciami a ďalšími spotrebiteľmi. MPC agregujú produkty od producentov potravín, pripravujú ich na dodanie stravovacím zariadeniam a koordinujú ich doručenie (Berti, Mulligan, 2016). Výsledky prieskumu preukázali, že až 69% všetkých reštaurácií by malo záujem o služby MPC a to aj napriek vyššej cene lokálnych produktov, ktoré by dodávali. V tejto súvislosti sa domnievame, že budovanie a podpora miestnych potravinových centier môže významne napomôcť rozvoju miestnych potravinových systémov a pozitívne motivovať stravovacie zariadenia zapájať sa do ich fungovania. MPC tak súčasne podporuje miestnych producentov, prináša im pridanú hodnotu a pre všetkých zúčastnených aktérov i zdieľanú hodnotu, keďže spolupráca prináša vzájomné výhody (Berti, Mulligan, 2016).

Podakovanie

Táto práca bola podporená Agentúrou na podporu výskumu a vývoja na základe Zmluvy č. APW-21-0099.

Literatura

- BERG, N., PRESTON, K. L. 2017. Willingness to pay for local food? Consumer preferences and shopping behaviour at Otago Farmers Market. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*. 103, 343–361.
- DUNNE, J. B., CHAMBERS, J. K., GIOMBOLINI, K., SCHLEGEL, S. 2011. What does 'local' mean in the grocery store? Multiplicity in food retailer's perspectives on sourcing and marketing local foods. *Renewable Agriculture and Food Systems*. 26(1), 46–59.
- ENTHOVEN, L., VAN DEN BROECK, G. 2021. Local food systems: Reviewing two decades of research. *Agricultural Systems*. 193, 103226.
- EUROPEAN PARLIAMENTARY RESEARCH SERVICE. 2016. *European Commission's 2016 Work Programme*. European Parliament [cit. 2024-10-15]. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2016/573927/EPRS_BRI\(2016\)573927_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2016/573927/EPRS_BRI(2016)573927_EN.pdf)
- EUROPEAN UNION. 2013. *EU Regulation No 1305/2013 of the European Parliament and of the Council*. Maastricht: Netherlands European Union.
- FELDMANN, C., HAMM, U. 2015. Consumers' perceptions and preferences for local food: A review. *Food Quality and Preference*. 40(A), 152–164.
- HYLAND, J. J., MACKEN-WALSH, Á. 2022. Multi-Actor Social Networks: A Social Practice Approach to Understanding Food Hubs. *Sustainability*. 14(3), 1894.
- JOINT RESEARCH CENTRE. 2013. *Annual Activity Report – Joint Research Centre (JRC)*. European Commission [cit. 2024-10-15]. https://commission.europa.eu/document/download/f097e1d5-82ad-4023-aad7-e98e03df2a3b_en?filename=activity-report-2013-dg-jrc_april2014_en.pdf
- KINNEAR, E. 1997. Is there any magic in cross-docking? *Supply Chain Management: An International Journal*. 2(2), 49–52.
- KISS, K., RUSZKAI, C., SZŰCS, A., KONCZ, G. 2020. Examining the Role of Local Products in Rural Development in the Light of Consumer Preferences-Results of a Consumer Survey from Hungary. *Sustainability*. 12(13), 5473.
- LAGINOVÁ, L., HRIVNÁK, M., JARÁBKOVÁ, J. 2023. Organizational Models of Alternative Food Networks within the Rural-Urban Interface. *Administrative Sciences*. 13(9), 193.
- MULLIGAN, C., BERTI, G. 2016. Competitiveness of Small Farms and Innovative Food Supply Chains: The Role of Food Hubs in Creating Sustainable Regional and Local Food Systems. *Sustainability*. 8(7), 616.
- PACIAROTTI, C., MAZZUTO, G., TORREGIANI, F., FIKAR, C. 2022. Locally produced food for restaurants: a theoretical approach for the supply chain network design. *International Journal of Retail and Distribution Management*. 50(13), 164–183.
- PARSA, H. G., VAN DER REST, J.-P. I., SMITH, S. R., PARSA, R. A., BUJISIC, M. 2015. Why Restaurants Fail? Part IV: The Relationship between Restaurant Failures and Demographic Factors. *Cornell Hospitality Quarterly*. 56(1), 80–90.
- PUGAS, A., ROVER, O., MARTINELLI, S., TEODOLINO, F. 2023. A trajectory of social innovations for the direct purchase of organic food by food services: a case study in Florianópolis, Brazil. *Frontiers in Sustainable Food Systems*. 7, 1102891.
- ROY, H., BALLANTINE, P. W. 2020. Preferences and attitudes toward locally produced food sourcing in wholesale distributors: Restaurant and chef perspectives. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. 45, 544–558.
- ROY, S. K., BALAJI, M. S., SADEQUE, S., NGUYEN, B., MELEWAR, T. C. 2017. Constituents and consequences of smart customer experience in retailing. *Technological Forecasting and Social Change*. 124, 257–270.
- TODOROVIC, V., MASLARIC, M., BOJIC, S., JOKIC, M., MIRCETIC, D., NIKOLICIC, S. 2018. Solutions for More Sustainable Distribution in the Short Food Supply Chains. *Sustainability*. 10(10), 3481.
- YANG, Y., ROEHL, W. S., HUANG, J.-H. 2017. Understanding and projecting the restaurantscape: The influence of neighborhood sociodemographic characteristics on restaurant location. *International Journal of Hospitality Management*. 67, 33–45.

Kontaktní adresa autora

Ing. Lucia Laginová: xlaginova@uniag.sk,  <https://orcid.org/0000-0002-0170-4267>

doc. Ing. Jana Jarábková: jana.jarabkova@uniag.sk,  <https://orcid.org/0000-0003-2419-720X>