

**Maria Zajączkowska**

Katedra Ekonomii i Polityki Gospodarczej SGGW

## **Podaż i spożycie kawy w Polsce w latach 1950–1995**

### **Miejsce kawy w gospodarce**

Kawa należy do grupy artykułów spożywczych określanych powszechnie używkami. Przez to pojęcie rozumie się pewną grupę produktów pochodzenia rolniczego wytwarzanych w Polsce i świecie, a szczególnie w krajach tropikalnych, oddziaływających pobudzająco na system nerwowy bądź trawienny człowieka. Są to: kawa, herbata, kakao, różne przyprawy, spirytus, wódki, wino, piwo, wyroby tytoniowe i wiele innych specyficznych produktów.

Użytki najogólniej dzielą się na: wyroby alkoholowe, tytoniowe, kawę, herbatę, kakao, produkty przyprawowe i inne. Udział ich w strukturze spożycia jest różny w zależności od kraju i jego położenia geograficznego, tradycji żywieniowych, ogólnej kultury ludności, religii, zamożności społeczeństwa, rozwoju handlu zagranicznego i innych czynników.

Kawa jest produktem krajów tropikalnych. Rośnie w Afryce, Azji, Ameryce Południowej, w strefie międzyzwrotnikowej, w tak zwanym pasie kawowym, w temperaturze 17–21°C, wymaga obfitych opadów (tab. 1).

Główni eksporterzy kawy z 36 krajów oraz podstawowi ze względu na rozmiary zakupów importerzy w liczbie 17. tworzą światową organizację kawy – wywierają wpływ na funkcjonowanie międzynarodowego rynku kawy.

Uprawa kawy odbywa się w zróżnicowanych warunkach glebowych, na różnych wysokościach, co powoduje, że gatunki (odmiany) kawy mają swoje specyficzne właściwości. Znanych jest obecnie w świecie 80 odmian kawy, dominują jednak dwie: arabika i robusta.

Arabika to typ kawy najdłużej uprawiany i stanowi około 70% kawy dostarczanej na rynek. Arabika rośnie na terenach wyżynnych i górskich 600–1800 metrów n.p.m. i w zależności od wysokości poprawia się jakość ziarna.

Robusta uprawiana jest w strefie tropikalnej, na plantacjach położonych znacznie niżej, jest bardziej odporna i mniej wymagająca od arabiki. Szybciej osiąga plonowanie krzewów. Daje około 25% światowej produkcji.

Kawa odmiany arabika zawiera dwukrotnie mniej kofeiny od robusty. W Polsce konsumenci preferują robustę.

Tabela 1.

Główni producenci i zbiory kawy w latach 1979–1995 w tys. ton

Wyszczególnienie	1979– –1981	1985	1990	1995	
					udział w produkcji światowej w %
Produkcja światowa	5 286	5 940	6 100	5 442	100,0
Brazylia	1 475	1 911	1 465	1 069	19,6
Kolumbia	740	676	845	780	14,3
Indonezja	295	314	413	400	7,4
Meksyk	228	308	440	246	4,5
Uganda	112	210	141	220	4,0
Ekwador	82	121	135	197	3,6
Etiopia	192	170	204	195	3,6
Indie	126	196	120	170	3,1
Gwatemala	179	162	202	160	2,9
Kostaryka	106	155	151	153	2,8
Salwador	183	119	156	151	2,8
Wybrzeże Kości Słoniowej <sup>1)</sup>	298	277	286	148	2,7

<sup>1)</sup>Ponadto 6 krajów wykazuje zbiory powyżej 1,5% udziału w produkcji światowej.

Źródło: Rocznik Statystyczny GUS 1996.

Producenci ziarna kawowego mają swoje tradycyjne metody uprawy, a szczególnie palenia kawy.

Na ziemi polskiej kawa w postaci ziarna trafiła po zwycięstwie Jana III Sobieskiego pod Wiedniem, za sprawą Franciszka Kulczyckiego. Otrzymał on od króla za zasługi wojenne prawo przejęcia zapasów kawy ze zdobytych obozów tureckich i utworzenia w Wiedniu pierwszej kafeterii, a następnie pijalni w Warszawie. Zapoczątkowało to spożycie tego napoju w miastach, w kręgach bogatego mieszczaństwa i w bogatych dworach szlacheckich, a następnie wśród innych stanów. Kawa staje się popularna w okresie panowania Augusta II.

W Polsce, wyłączając wyroby alkoholowe i tytoniowe, kawa, herbata i obecnie również kakao zajmują wśród używek miejsce wiodące. Statystyka masowa GUS w okresie PRL nie traktowała przez wiele lat tych produktów jako znaczących i często były one traktowane łącznie, bez odrębnej pozycji liczbowej dla każdego spośród nich. Kawę, herbatę i kakao umieszczano w jednej pozycji wspólnie pod określeniem „używki, przyprawy i pozostałe artykuły żywnościowe”.

Nieujmowanie tych dóbr rozdzielnie wynikało ze świadomego kształtowania ich podaży na bardzo niskim poziomie, a co za tym idzie małego spożycia w całym prawie powojennym okresie, aż po lata dziewięćdziesiąte. Zakup kawy na giełdach światowych bądź w konkretnych krajach wymagał w warunkach gospodarki nakazowo-rozdzielczej decyzji centralnego planifikatora co do przeznaczenia określonej ilości środków dewizowych na ten cel oraz wyboru kierunków jej importu i konkret-

nych rodzajów marek kawy. Użytki w hierarchii dóbr koniecznych do importu zajmowały końcowe pozycje.

O zakupie kawy na rynkach światowych nie decydował zatem popyt, który w Polsce znacznie przewyższał jej podaż przy stałych przez lata cenach detalicznych (tab. 2). W gospodarce centralnie planowanej w poszczególnych okresach, a nawet w niektórych regionach kraju kawa była dostępna dla ludności sporadycznie bądź wcale.

Począwszy od roku 1990, gdy powstawały warunki do funkcjonowania gospodarki rynkowej, podaż kawy stała się zależna od preferencji konsumentów. Jej spożycie wzrosło kilkakrotnie.

Pokazanie zmian, które wystąpiły w wielkościach podaży i spożycia kawy ma obecnie istotne znaczenie. Konsumentci przeznaczają na zakup tych używek coraz większe kwoty. Kawa stanowi wśród towarów kupowanych w supermarketach po roku 1993 powyżej 6% ich globalnej sprzedaży. Zajmuje szóstą pozycję wśród wartościowo ujętych dóbr spożywczych. Lokuje się za alkoholem, papierosami, napojami nie zawierającymi alkoholu, wyrobami cukierniczymi i czekoladowymi oraz produktami typu fast food.

Obrót kawą został opodatkowany 22% stawką VAT, co daje znaczący wpływ do budżetu państwa.

## Podaż kawy w Polsce

Import kawy do Polski w latach 1950–1995 zwiększył się szesnastokrotnie (tab. 2). Jednak dopiero w połowie lat sześćdziesiątych przekroczył on wielkość sprzed II wojny światowej, która wynosiła w 1938 roku 6,1 tys. ton.

Pomiędzy poszczególnymi okresami 5-letnimi wzrost podaży kawy wykazywał znaczne wahania. I tak, największy przyrost importu kawy notuje się pomiędzy rokiem 1960 a 1970 i następnie już w okresie działania mechanizmów gospodarki rynkowej po roku 1990. Liczby dotyczące wwozu kawy do Polski w latach dziewięćdziesiątych nie są pełne. Część tego artykułu trafiała na rynek krajowy nieewidencjonowana, w ramach indywidualnego przywozu bądź przemytu. Rozmiary tego zjawiska nie są znów tak małe.

Po roku 1991 dostawy kawy zależą już wyłącznie od chłonności rynku krajowego, a elastyczność popytu zależy od zmiany poziomu cen detalicznych kawy bądź dochodów konsumentów.

Przed transformacją gospodarki, tzn. do roku 1990, w obrocie handlowym wyróżnić można było 3–4 rodzaje kawy, głównie ziarnistej. Pod koniec lat sześćdziesiątych wyprodukowano w Polsce kawę rozpuszczalną, ale w ilościach znikomych w stosunku do potrzeb konsumentów.

**Tabela 2.**

Podaż, spożycie i ceny kawy w Polsce w latach 1950–1995

Wyszczególnienie	Jednostka miary	Lata													
		1950	1955	1960	1965	1970	1975	1980	1985	1989	1990	1991	1993	1995	
Import kawy <sup>1)</sup>	tys. ton	0,7	1,0	3,9	15,4	34,5	30,8	37,0	35,7	47,6	21,1	70,0	85,3	97,4	
Cena kawy <sup>2) 3)</sup>	w złotych za 1 opakowanie 100-gramowe	39,0	39,0	25,0	25,0	40,0	40,0	60,0	320	•	0,38	0,39	0,75	2,13	
Liczba 100-gramowych opakowań kawy możliwych do nabycia za 1 przeciętną miesięczną płacę	liczba opakowań 100-gramowych	14	26	62	75	56	89	101	63	127	284	461	521	248	
Spożycie kawy	w kg na 1 mieszkańca	0,01	0,03	0,11	0,27	1,05	0,76	0,82	0,60	0,72	0,96	1,20	1,56	1,56	

<sup>1)</sup>Lata 1950–1985 import surowego ziarna kawowego; lata 1989–1995 import kawy surowej palonej oraz substytutów.

<sup>2)</sup>Lata 1990–1995 ceny po denominacji w skali 1 : 10 000.

<sup>3)</sup>W latach 1950–1975 kawa „Super”, 1980–1985 „Ekstra Selekt”.

Źródło: Roczniki Statystyczne GUS.

W latach dziewięćdziesiątych struktura rodzajowa podaży kawy na rynku krajowym zmieniła się. Około 80% stanowiła już kawa mielona, w tym próżniowo pakowana. Kawa ziarnista natomiast stała się przedmiotem zakupu ze strony mniejszej grupy konsumentów, głównie znawców i smakoszy, oraz dużych zakładów żywienia bądź przemysłu, którym opłaca się własny przemiał.

Do połowy roku 1989 głównym importerem surowego ziarna kawowego dla kilkudziesięciu uspołeczniczonych palarni było państwowe przedsiębiorstwo „AGROS”. Obecnie na rynku kawy działa w Polsce około 150 małych palarni, głównie o zasięgu lokalnym, i kilka renomowanych firm zagranicznych. Moc przerobowa małych zakładów-palarni znacznie przekracza obecny popyt na kawę mieloną.

Import kawy do Polski stopniowo wzrastał w całym okresie PRL. Wyjątek stanowią lata 1982–1983, gdy nastąpił znaczny jego spadek wskutek restrykcji gospodarczych nałożonych na Polskę po wprowadzeniu stanu wojennego. W latach 1990–1991 również zmniejszył się import, co wiązało się z gwałtownym przestawieniem gospodarki z nakazowej w kierunku rynkowej (tab. 2), likwidacją sieci sklepów uspołeczniczonych, spadkiem realnych dochodów i innymi przyczynami. Szybka prywatyzacja handlu hurtowego i detalicznego doprowadziła już w roku 1992 do znacznego wzrostu podaży różnych rodzajów, gatunków i marek kawy, popyt na nią zmienia się według reguł wolnego rynku.

W okresie ostatnich 45 lat zmieniały się kierunki geograficzne, z których kawa była sprowadzana do Polski.

Do roku 1980 przeciętnie około 50% surowego ziarna kawowego pochodziło z Brazylii, a w roku 1980 wyjątkowo nawet 70%. Była to bardzo dobra gatunkowo kawa. Niestety, z biegiem czasu zmniejszono import kawy z tego kraju. W latach 1981–1990 ziarno kawowe było kupowane w Szwajcarii, a mniejsze jego ilości w Meksyku, Kolumbii, Austrii, RFN, Francji, Wielkiej Brytanii.

Od roku 1980 rozpoczyna się import ekstraktu kawy naturalnej – tak zwanej kawy rozpuszczalnej. W roku 1980 wynosił on 320 ton, z czego 250 ton pochodziło z Brazylii. Skok importu (wyjątkowo) nastąpił w 1982 roku i osiągnął 990 ton, jednak w poprzedniej dekadzie przeciętnie rocznie nie przekraczał 500 ton. Również i w tym przypadku zmienił się kierunek importu z brazylijskiego m.in. na kubański.

Od roku 1989 rozpoczął się wzmożony reimport kawy palonej – około 4000 ton rocznie, głównie z Niemiec i Austrii.

Po roku 1990 zwiększyła się liczba eksporterów ziarna kawowego do Polski. Znaczne jego ilości zaimportowano z nowych kierunków – Indonezji, Wietnamu, Wybrzeża Kości Słoniowej, Ugandy.

Import zarówno surowego ziarna kawowego, jak i kawy palonej do Polski z dużej liczby krajów ma swoje dobre i złe strony. Stronę pozytywną stanowi to, że jeden kraj nie może występować w roli monopolisty i dyktować cen. Negatywnym zaś skutkiem jest pogoń za niższą ceną zakupu kawy, w wyniku czego importerzy

często zmieniają dostawców. Może to spowodować i powodowało, że dobra jakość importowanej kawy na naszym rynku nie będzie utrwalana, a masowi konsumenci nie będą mogli przyzwycząć się do wybranego gatunku przeciętnie kupowanej kawy o lepszych cechach.

Z badań rynku prowadzonych przez Indicator<sup>1)</sup> wynikało, że w roku 1995 popularność wybranych marek kawy naturalnej, mielonej wśród konsumentów przedstawiała się następująco:

Marka kawy	popularność wśród kupujących kawę mieloną (w %)
Jacobs	22,8%
Tchibo	22,4
Prima	10,7
Astra	5,6
Pedros	5,4
Fort	3,0
Inne	30,1, w tym wg popularności kupowanej marki kawy: Selekt, Celmar, Sahara Elite, Mokka, Leopard, Sati, Alvorada Wiener Kaffee, Coffee Arabica, Aromat i inne.

Źródło: Indicator 1995.

Popularność zakupu określonej marki kawy palonej, mielonej zmieniała się w Polsce po roku 1989 dość często. Wpłynęła na to, nieznaną przedtem, wzmożona reklama w massmediach, promocyjne ceny, różne dodatkowe zachęty w postaci nagród, sponsorowanie znanych imprez sportowych, kulturalnych i innych, nagłaśnianie działalności charytatywnej itp.

W odróżnieniu od krajów rozwiniętych i tych o tradycji gospodarki rynkowej, przeciętny polski konsument nie jest jeszcze znawcą walorów określonej marki kawy. Szybciej reaguje kierunkiem zakupu na reklamę, opakowanie, promocję niż na cechy jakościowe i specyficzne walory danej, konkretnej marki kawy.

Na rynkach regionalnych kształtują się preferencje poszczególnych marek kawy. Na przykład na Wybrzeżu szczególnie dobrze sprzedaje się MK Caffee, a na Śląsku bardzo mocno palona kawa firmy Celmer, w Wielkopolsce dużym wzięciem cieszy się kawa Astra i Prima, a w Krakowskim marki firmy Union Caffee – Sahara i Pedros. Na całym obszarze kraju w przypadku kawy palonej mielonej królują potentaci kawowi światowych firm Jacobs i Tchibo, a przy rozpuszczalnej również Nescafe.

Gusty konsumentów dotyczą nie tylko typu, gatunku i marki kawy, ale i sposobu jej parzenia. W odróżnieniu od krajów Unii Europejskiej, aż 80% Polaków stwierdza, że napój parzy „po turecku” zalewając kawę wrzątkiem. Licząc się z takim sposo-

<sup>1)</sup>Centrum Badań Marketingowych. Indicator.

bem przygotowywania napitku producenci dostarczają kawę odpowiednio przygotowaną – drobniej mieloną. I tak, firma Tchibo w swojej ofercie serwuje 6 rodzajów kawy, m.in. Tchibo Mocca, Tchibo Family i inne – dostosowane do metod parzenia kawy w Polsce.

Chociaż Polacy w porównaniu z krajami Europy zachodniej, a nawet środkowej pili w okresie PRL znacznie mniej kawy, to były to jednak przednie gatunki tego napitku, głównie pochodzące z Brazylii. Przedmiotem konsumpcji była przede wszystkim kawa mielona. Zmieniło się to radykalnie po roku 1990. Z badań reprezentatywnej próby Polaków przeprowadzonych w roku 1995 wynikało, że: 50% konsumentów pije wyłącznie kawę mieloną, 19% – kawę mieloną, cappuccino i rozpuszczalną, 5% – głównie gorsze gatunki kawy mielonej, 3% – wyłącznie kawę rozpuszczalną, 3% – głównie cappuccino, 20% – nie pije kawy (Źródło: Indicator 1995).

Renomowane firmy zagraniczne, jak i część przedsiębiorstw z kapitałem mieszanym zwiększa krąg swoich odbiorców. Inwestują one w Polsce w palarnie kawy, produkcję opakowań, reklamę itp. Na przykład firma Tchibo zainwestowała w palarnię kawy w Markach k. Warszawy doprowadzając do zdolności produkcyjnej 20 tys. t rocznie, a plany przewidują dalszą rozbudowę zakładów, aby mogły one dostarczać do 50 tys. t tej używki rocznie.

Zdolności produkcyjne w palarniach kawy z krajowym kapitałem wynosiły w połowie 1996 r. 75 tys. ton rocznie. Konkurencja ze światowymi potentatami dostawców kawy nie jest łatwa. Małe palarnie z krajowym kapitałem mają na ogół niewielki krąg odbiorców, głównie w bliskiej odległości od przedsiębiorstwa.

Od połowy lat dziewięćdziesiątych rynek kawy od strony popytu powoli „uspokaja się”. Konsumenty przestają żywiołowo reagować wzmożonym zakupem określonej marki kawy w ślad za jej reklamą w środkach masowego przekazu, szczególnie w TV. Wiodące firmy światowe ponoszą w Polsce mniej więcej podobne wydatki na promocję swoich wyrobów związanych z kawą, co równoważny ich oddziaływanie na konsumenta kawy.

W połowie lat dziewięćdziesiątych powstają wyspecjalizowane sklepy zajmujące się wyłącznie sprzedażą kawy i akcesoriami związanymi z jej parzeniem. W Krakowie ma swój początek franchisingowa sieć sklepów detalicznej sprzedaży kawy pod nazwą „Pożegnanie z Afryką”, identyczne sklepy powstały również w 13. miastach Polski i oferują około 80 rodzajów różnych mieszanek kawy.

## Ceny i spożycie kawy

Ceny kawy w Polsce w okresie gospodarki nakazowo-rozdzielczej zmieniały się bardzo powoli, przeciętnie 1 raz w ciągu 5–10 lat (tab. 2). Ich poziom nie powodował równoważenia podaży i popytu.

Relatywnie kawa była tania, ale też z tego powodu, przy ograniczonej podaży, nie było jej w sklepach w sprzedaży ciągłej. Powstał czarny rynek kawy z cenami znacznie wyższymi i groźbą kar wobec sprzedających i kupujących.

W roku 1982 detaliczna cena kawy zostaje podniesiona. W latach 1982–1990 pogarszają się relacje pomiędzy płacami a cenami kawy (tab. 2). Znaczna poprawa stosunku przeciętnych płac do ceny kawy następuje po roku 1991.

W warunkach działania mechanizmu rynkowego bardzo szybko wystąpiła pełna równowaga pomiędzy popytem na kawę a jej podażą. Cena detaliczna natychmiast reaguje poprzez zmianę swojego poziomu na zmiany w rozmiarach popytu i podaży.

Roczne spożycie kawy w Polsce przeciętnie na osobę w gospodarstwie domowym wyniosło w roku 1995 1,56 kg (tab. 3). Pomiedzy poszczególnymi dekadami, począwszy od 1950 roku, wzrost odbywał się nierównomiernie. W dziesięcioleciu 1950–1960 spożycie kawy na mieszkańca było śladowe (tab. 3). Znaczne zwiększenie cechuje lata 1966–1970 – gdy to nastąpiło potrojenie jej konsumpcji.

Od roku 1970 aż po rok 1991 obserwuje się stagnację w rocznej ilości wypijanej kawy przez statystycznego mieszkańca. W całym dwudziestoleciu 1970–1989 nie przekroczyło ono 1 kg rocznie. Występowały lata spadku, nawet poniżej poziomu 0,5 kg (1982–1983), gdy wskutek wprowadzenia stanu wojennego, a następnie restrykcji gospodarczych ze strony wielu krajów nałożonych na Polskę import kawy został drastycznie ograniczony. Znaczący wzrost spożycia kawy nastąpił dopiero po roku 1991.

Bardziej szczegółowa analiza przeciętnego, rocznego spożycia kawy w różnych typach gospodarstw domowych w latach 1979–1995 pozwala na pewne wnioski (tab. 3):

- w roku 1995 wypijano więcej kawy we wszystkich typach gospodarstw;
- największy wzrost spożycia wystąpił w gospodarstwach rolników i pracowników użytkujących gospodarstwa rolne;
- najmniejszy – w gospodarstwach pracowniczych.

W warunkach gospodarki rynkowej – to znaczy po roku 1989:

- emeryci i renciści oraz pracujący na własny rachunek piją więcej kawy od innych grup ludności;
- najmniej kawy spożywają rolnicy, a następnie utrzymujący się z niezarobkowych źródeł;
- spożycie kawy stabilizuje się. Występują jednak pewne wahania w poziomie jej spożycia w gospodarstwach pracowników użytkujących gospodarstwo rolne, a nieznacznie spada ono u pracujących na własny rachunek.

Z porównania danych dotyczących spożycia kawy na 1 mieszkańca w Polsce i krajach Unii Europejskiej wynika, że znacznie odbiegamy od tego poziomu. Przeciętnie na przykład w Niemczech (RFN) już dziesięć lat wcześniej (w latach 1984–1986) wypijano 8-krotnie więcej kawy, a we Francji 6-krotnie, w Hiszpanii 3,5 razy więcej niż w Polsce. Obecnie różnice te nieznacznie się tylko zmniejszyły.



Tabela 3.

Roczne spożycie kawy w Polsce na 1 osobę w gospodarstwach domowych w latach 1979–1994 (w kilogramach)

Lata	Przeciętnie w gospodar- stwie domowym	Gospodarstwa domowe							
		razem	pracowników		pracowni- ków użytku- jących gospo- darstwo rolne	rolników	pracujących na własny rachunek	emerytów i rencistów	utrzymu- jących się z niezarob- kowych źródeł
			w tym: na stanowiskach	robotni- czych					
1979	0,72	0,93	0,88	1,00	0,34	0,25	•	0,89	•
1980	0,82	1,04	0,99	1,13	0,38	0,30	•	1,01	•
1981	0,68	0,86	0,80	0,95	•	0,23	•	0,91	•
1982	0,45	0,54	0,51	•	0,23	0,16	•	0,60	•
1984	0,48	0,60	0,48	0,60	0,24	0,12	•	0,48	•
1985	0,60	•	0,60	0,72	•	0,36	•	•	•
1986	0,48	0,60	0,72	0,72	0,36	0,24	•	0,60	•
1987	0,48	0,60	0,48	0,72	0,36	0,24	•	0,60	•
1988	0,60	0,60	0,60	0,72	0,36	0,36	•	0,72	•
1989	0,72	0,84	0,72	0,96	0,48	0,36	•	0,72	•
1990	0,96	0,96	0,96	1,08	0,60	0,60	•	1,08	•
1991	1,20	1,32	1,32	1,32	0,84	0,72	•	1,44	•
1992	1,32	1,32	1,32	1,44	0,84	0,84	•	1,56	•
1993	1,56	1,56	1,56	1,68	1,08	1,08	1,80	1,80	1,20
1994	1,56	1,56	1,56	1,56	1,20	1,08	1,68	1,80	1,20
1995	1,56	1,56	1,44	1,56	1,20	1,08	1,56	1,80	1,08

Źródło: Budżety gospodarstw domowych GUS.

Podobną do polskiej ilość kawy wypija się w krajach bałtyckich, na Ukrainie i w Rosji, w Czechach i Słowacji. Znacznie więcej na Węgrzech.

Na podstawie analizy rynku kawy można przewidzieć zmiany, które mogą wystąpić w kształtowaniu się popytu. Globalny popyt na kawę zmieniać się będzie w zależności od przyrostu dochodów ludności. Cena kawy, o ile nie będzie wzrastać skokowo – tak na przykład jak w roku 1994 – stanowi obecnie przeszkodę do wzrostu spożycia w grupach dochodowych poniżej średniej krajowej płacy. Jeszcze przez pewien czas występować w Polsce będzie zarówno wysoka dochodowa, jak i cenowa elastyczność popytu na kawę.

Konsumenci przesuwają się będą w kierunku kawy ziarnistej, mielonej lepszej jakości. W Polsce dominują na rynku kawy firmy o renomie światowej, które rozszerzają zarówno ofertę jak i zapewniają dopływ lepszych gatunków kawy. Wypierają one z rynku firmy mniejsze, które często utrzymują się dzięki zakupom w świecie kawy gorszej jakości i tym samym niższym kosztom.

Stopniowo wzrasta spożycie kawy rozpuszczalnej. Konsumenci wykazują większe przyzwyczajenie po roku 1993 do określonej jednej marki kawy.

Na zwiększenie spożycia kawy wpływ będzie miało powstawanie wyspecjalizowanych sklepów i stoisk w marketach.

Rynek kawy będzie się stabilizował i powiększał. Wskazuje na to strategia wiodących firm, które stale rozszerzają asortyment oferowanych produktów, dopasowując go do zwyczajów i gustów konsumentów w Polsce.

## Literatura

- HRANKOWSKI H., 1976: *Kawa. Surowiec i technologia*. WNT, Warszawa.  
 RUN L., 1995: *Legenda, historia, anegdota*. Receptariusz. Wrocław.  
 PAWLICKI J., 1996: Czarna rozpacz producentów. *Gazeta Wyborcza* z 25 stycznia.  
 Popyt, podaż i obroty kawą (tura V, VI, VII). Centrum Badań Marketingowych Indicator, 1995, 1996.  
 Budżety gospodarstw domowych z lat 1979–1995. GUS, Warszawa.

## Supply and Consumption of Coffee in Poland in the Years 1950–1995

### Abstract

The consumption of coffee in Poland in the last 35 years increased 14 times. Between 1989 and 1995 it doubled. In the centrally planned economy, the supply of coffee was determined by the government planning office regardless of the fact that the demand was not met.

Until the end of the seventies better quality coffee beans /arabica/ were imported from Brazil. From the beginnings of the nineties the quality of imported coffee

worsened. In market economy the supply of coffee is determined by the demand. Since 1993 the coffee market has become stabilized while the demand has shifted in the direction of better quality coffee sorts.

Apart from the world brands /such as Jacobs, Tchibo, and others/ 140 small coffee roasting firms exist on the market. Poles prefer ground coffee. More coffee is consumed in the households of the retired people, whereas the least in those of farmers. On the average, in 1996 slightly over one and a half kilogram was consumed per person annually.