

**Joanna M. Dziadkowiec**

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie  
e-mail: dziadkoj@uek.krakow.pl

---

## JAKOŚĆ POSIŁKÓW SERWOWANYCH PRZEZ LOKALE GASTRONOMICZNE KIERUJĄCE OFERTĘ DO ZMOTORYZOWANYCH PODRÓŻNYCH – BADANIA KONSUMENCKIE

---

## QUALITY OF MEALS SERVED BY ROADSIDE DINING FACILITIES FOR DRIVERS – CONSUMER SURVEY

---

DOI: 10.15611/nit.2017.2.03

JEL Classification: D12, L83

**Streszczenie:** Usługi gastronomiczne kierowane do zmotoryzowanych podróżnych (*roadside dining facilities*) to jeden z najrzadziej badanych segmentów polskiego rynku gastronomicznego. W przeciwieństwie do krajów o rozwiniętej sieci drogowej, gdzie obsługę gastronomiczną ruchu drogowego cechuje wysoki stopień standaryzacji, w Polsce obsługę zmotoryzowanym podróżnym zapewniają z reguły niewielkie lokale oferujące posiłki o zróżnicowanej i niejednorodnej jakości. Celem opracowania było zbadanie, w jaki sposób konsumenci postrzegają jakość posiłków serwowanych przez lokale należące do tego segmentu. W badaniu wzięło udział 1455 respondentów, którzy skorzystali z usług gastronomicznych, podróżując drogą łączącą Kraków i Zakopane (tzw. Zakopianką). Uzyskane wyniki wskazują, że zmotoryzowani turyści najczęściej odwiedzają restauracje, lokale typu *fast food* oraz bistra na stacjach paliw. Jakość posiłków serwowanych przez restauracje została oceniona najwyższej w odniesieniu do wszystkich trzech determinant jakości żywności, tj. jakości zdrowotnej, walorów sensorycznych oraz dyspozycyjności. Jakość zdrowotna i dyspozycyjność została oceniona wyżej w przypadku usług gastronomicznych stacji paliw niż w przypadku lokali *fast food*.

**Słowa kluczowe:** usługi gastronomiczne, turyści zmotoryzowani, jakość posiłków, jakość usług gastronomicznych.

**Summary:** The roadside dining facilities sector is a dynamically growing segment of food service market in Poland. Foodservices for car travelers are provided mostly by small restaurants offering varied meals, but there are also built rest areas along the highways, which are typical for countries with a developed road network. The purpose of the study was to survey how consumers perceive quality of services offered by different types of roadside dining facilities. The survey involved 1455 respondents who visited dining outlets situated along the road connecting Krakow and Zakopane (called *Zakopianka*). The results show that tourists travelling by cars visit restaurants, fast food outlets and bistros at gas stations the most often. The quality of meals served by restaurants is perceived as better than the quality of

dishes offered by fast food outlets and gas stations in all surveyed determinants (food healthy quality, sensory values and convenience). Food healthy quality and convenience were rated higher in the case of food services provided by gas stations than in fast food restaurants.

**Keywords:** roadside dining facilities, car travellers, food quality, foodservice quality.

## 1. Wstęp

Usługi gastronomiczne kierowane do zmotoryzowanych podróżnych (*roadside dining facilities*) to jeden z najrzadziej badanych i opisywanych segmentów polskiego rynku gastronomicznego. W krajach o dobrze rozwiniętej sieci drogowej obsługa gastronomiczna ruchu drogowego organizowana jest w formie dużych kompleksów nastawionych na zwiększenie przepustowości, np. dużych lokali samoobsługowych o bogatej ofercie oraz lokali typu *fast food*, z reguły z opcją *drive through* (zakup posiłków bez konieczności wysiadania z samochodu). W Polsce ruch tranzytowy jest nadal w początkowym, choć dynamicznym stadium rozwoju – w latach 2010-2015 wybudowano i oddano do eksploatacji blisko 800 kilometrów nowych odcinków autostrad, dróg ekspresowych oraz obwodnic [Opoczyński 2016], później jednak tempo rozwoju sieci drogowej spadło. Obecnie Program Budowy Dróg Krajowych został zrealizowany w około 80% w odniesieniu do autostrad, ale tylko w 30% w przypadku dróg ekspresowych [Raport... 2017]. Ponadto rozwój sieci drogowej dotyczy głównie infrastruktury komunikacyjnej, natomiast budowa miejsc obsługi podróżnych odkładana jest w czasie – często przy nowo budowanych drogach nie ma nie tylko punktów gastronomicznych, ale nawet stacji paliw. W związku z tym w Polsce nadal dominuje model, w którym obsługę gastronomiczną zmotoryzowanym podróżnym zapewniają przede wszystkim niewielkie lokale oferujące posiłki w zróżnicowanej i niejednorodnej jakości [Orłowski 2007]. Powoduje to niepewność konsumentów, ale z drugiej strony umożliwia wykorzystanie dojazdu do miejsca docelowego do zdobywania nowych doświadczeń kulinarnych, które często stanowią pierwszy kontakt z kulturą danego regionu.

Przy drogach wyższej kategorii, tj. autostradach i drogach ekspresowych, rozporządzeniem ministra infrastruktury zostały wprowadzone jednolite standardy w zakresie obsługi podróżnych, w tym także w zakresie organizacji usług gastronomicznych [Rozporządzenie z 16 stycznia 2002]. Przyjęte rozwiązania zbliżają Polskę do standardów stosowanych w krajach o dobrze rozwiniętej sieci drogowej i w przyszłości spowodują prawdopodobnie większą unifikację oraz standaryzację usług gastronomicznych oferowanych zmotoryzowanym podróżnym. W chwili obecnej jednak większość dróg w Polsce to drogi o niższych kategoriach, nieobjęte ww. uregulowaniami. Wzdłuż tych dróg działają różnorodne obiekty gastronomiczne, najczęściej są to restauracje z pełną obsługą (rzadziej samoobsługowe lub z częściową obsługą), lokale typu *fast food*, bary samoobsługowe, zewnętrzne punkty gastronomiczne oraz bistra na stacjach paliw [Dziadkowiec 2016a].

Potencjalni klienci lokali usytuowanych wzdłuż dróg, podobnie jak korzystający z usług gastronomicznych w innych sytuacjach konsumpcyjnych, poszukują przede wszystkim posiłków odpowiedniej jakości, adekwatnych do ich wymagań. Z punktu widzenia konsumenta jakość, w tym jakość żywności, to wynik oczekiwań związanych z zakupem i użytkowaniem produktu. Jakość to przewidywany stopień jednorodności i niezawodności, przy możliwie niskich kosztach i dopasowaniu do wymagań rynku [Deming 1982], a także stopień, w jakim zbiór inherentnych właściwości obiektu spełnia wymagania [PN-ISO 9000:2015-10]. Żywność pożądanej jakości to żywność, która jest bezpieczna dla konsumenta, ma odpowiednie cechy sensoryczne, odznacza się odpowiednią wartością odżywczą, cechuje się wysokim stopniem wygody w użyciu (np. jest funkcjonalnie opakowana) oraz ma odpowiednią wartość rynkową o właściwej relacji między ceną a kosztem produkcji [Kijowski 2004]. Najczęściej jakość artykułów żywnościowych jest definiowana jako stopień zdrowotności, atrakcyjności sensorycznej i dyspozycyjności w szerokim konsumenckim i społecznym zakresie, istotny tylko w granicach możliwości wyznaczonych przewidzianymi dla tych produktów surowcami, technologią i ceną [Sikora, Strada 2005]. Na jakość usług gastronomicznych, oprócz jakości samej serwowanej żywności, składają się także takie czynniki, jak: atrakcyjność wizualna budynku i sali jadalnej, wygląd personelu, czysta i komfortowo urządzona sala jadalna, rozsądny czas i niezawodność obsługi czy wsparcie i poczucie bezpieczeństwa odczuwane przez klientów [Stevens i in. 1995; Cha i in. 2004; Kim i in. 2010; Dziadkowiec, Rood 2015].

W przypadku obiektów oferujących obsługę podróżującym samochodami zostały zidentyfikowane także inne czynniki. Specyfika obiektów usytuowanych przy trasach tranzytowych wynika z tego, że z reguły są odwiedzane niejako „przy okazji” przemierzania się do miejsca docelowego, bardzo rzadko natomiast są celem samym w sobie. W porównaniu z typowymi miejscami świadczenia usług gastronomicznych, takimi jak regiony turystyczne czy miasta, dużo większego znaczenia nabierają tutaj elementy otoczenia zewnętrznego. Bliska odległość od drogi, wygodny, dobrze oznakowany zjazd, dostępność miejsc parkingowych czy zachęcający wygląd budynku i otoczenia to często główne elementy decydujące o wyborze lokalu. Duże znaczenie ma także przewidywana szybkość i sprawność obsługi, ponieważ duża część konsumentów traktuje posiłek w trakcie podróży jako przerwę niezbędną, jednak opóźniającą dotarcie do celu [Jakle, Scully 1999; Ariffin i in. 2012]. Kluczowe znaczenie ma jednak bezpieczeństwo zdrowotne posiłków spożywanych w trakcie podróżowania [Nowicki 2009]. Pewność konsumenta, że spożywane w podróży jedzenie mu nie zaszkodzi, jest często dużo ważniejsza niż cechy sensoryczne potraw, takie jak zapach, konsystencja, a nawet smak. Potencjalne problemy zdrowotne po spożyciu posiłku są dla podróżujących na tyle uciążliwe, że są skłonni zdecydować się na posiłek, który oceniają jako bezpieczny dla zdrowia, nawet jeśli pod innymi względami odpowiada ich preferencjom w mniejszym stopniu [Dziadkowiec 2016b].

Celem niniejszego opracowania było zbadanie, w jaki sposób jakość posiłków serwowanych przez lokale należące do tzw. *roadside dining facilities* (gastronomia

przydrożna, lokale usytuowane wzdłuż dróg, placówki gastronomiczne kierujące ofertę do zmotoryzowanych podróżnych) postrzegana jest przez podróżnych korzystających z tych usług.

## 2. Materiał i metody

Narzędziem badawczym w prowadzonych badaniach był kwestionariusz pochodzący z czteroczynnikowego modelu jakości usług gastronomicznych przeznaczonych dla zmotoryzowanych podróżnych. Zgodnie z modelem czynnikami determinującymi wymagania wobec lokali z kategorii *roadside dining facilities* jest czystość i higiena, sprawność obsługi i bezpieczeństwo, jakość lokalu i otoczenia oraz relacja cena–ilość [Dziadkowiec 2016b]. Do analizy w niniejszym opracowaniu zostały wykorzystane kryteria odnoszące się do różnych aspektów związanych z jakością posiłków (w sumie 11 zmiennych z 30), które zostały przyporządkowane do trzech czynników determinujących jakość żywności. Te czynniki to wartość sensoryczna, dyspozycyjność oraz jakość zdrowotna żywności, na którą składa się bezpieczeństwo zdrowotne i wartość odżywcza [Kołożyn-Krajewska, Sikora 2010]. Respondenci oceniali stopień swojego zadowolenia z poszczególnych aspektów składających się na usługę gastronomiczną w skali 5-stopniowej, gdzie 1 oznacza całkowity brak zadowolenia (w ogóle niezadowolony), a 5 pełne zadowolenie (całkowicie zadowolony).

Badania prowadzone były w okresie lipiec-sierpień 2016 r., geograficznym obszarem badawczym była wybrana droga o dużym znaczeniu turystycznym, tzw. Zakopianka, łącząca Kraków i Zakopane. Obecnie Zakopianka składa się z kilku odcinków o różnych kategoriach (droga krajowa nr 7, droga ekspresowa nr 7 oraz droga główna ruchu przyspieszonego DK7), docelowo na całej długości ma być przebudowana i dostosowana do standardu drogi ekspresowej. Badania prowadzone były w pobliżu atrakcji turystycznych Podhala (stacje kolejek na Kasprowy Wierch i Gubałówkę, Krupówki, Park Zdrojowy w Rabce-Zdroju oraz baseny termalne w Białce Tatrzańskiej i Bukowinie Tatrzańskiej), ankietowano co 10 osobę pojawiającą się w tych miejscach. Grupą docelową były osoby, które skorzystały z usług gastronomicznych podczas podróży Zakopianką i dotarły do miejsca docelowego nie później niż 1 dobę przed badaniem. Badania przeprowadzono metodą indywidualnych bezpośrednich wywiadów kwestionariuszowych (PAPI), wzięło w nich udział w sumie 1455 respondentów.

W badaniach uczestniczyli przedstawiciele wszystkich województw w Polsce, najliczniej reprezentowane były trzy województwa: małopolskie (21,9%), śląskie (18,1%) i mazowieckie (14,4%). Wśród badanych kobiety stanowiły 49,6%, natomiast mężczyźni 50,4%, najliczniej byli reprezentowani respondenci z przedziałów wiekowych 35-49 lat (27,5%) oraz 25-34 lata (26,0%). Większość respondentów (40,5%) miała wykształcenie wyższe, 34,2% – wykształcenie średnie, natomiast 25,3% – wykształcenie zawodowe lub podstawowe.

Respondenci w trakcie badania zadeklarowali, że korzystali ze wszystkich rodzajów usług gastronomicznych dostępnych wzdłuż pokonywanej trasy, tj. z restauracji, lokali *fast food*, usług małej gastronomii oferowanych przez stacje paliw oraz barów. Największą popularnością cieszyły się restauracje (58,0%), na kolejnych miejscach znalazły się lokale *fast food* (25,8%) i bistra na stacjach paliw (16,2%). Odsetek korzystających z innych lokali był niewielki, z barów i punktów gastronomicznych skorzystało około 10% badanych.

### 3. Wyniki i ich omówienie

Czteroczynnikowy model jakości usług gastronomicznych dla zmotoryzowanych podróżnych składa się z 30 zmiennych, które są najistotniejsze z punktu widzenia klientów tych usług, 11 z nich odnosi się bezpośrednio do jakości serwowanej żywności i potraw z niej przyrządzanych. Po przyporządkowaniu tych kryteriów do poszczególnych determinant decydujących o jakości (jakość zdrowotna, walory sensoryczne i dyspozycyjność) żywności można zaobserwować, że osoby podróżujące samochodami, korzystając z usług gastronomicznych, największą uwagę zwracają na jakość zdrowotną spożywanych posiłków – aż 6 zmiennych dotyczy tego właśnie aspektu. Pozostałe determinanty (walory sensoryczne i dyspozycyjność) reprezentowane są odpowiednio przez 3 i 2 kryteria. Potwierdza to wyniki wcześniejszych badań – osoby podróżujące często wolą spożyć posiłek mniej odpowiadający im pod względem smaku, jeśli potrawa, którą preferują, budzi wątpliwości co do bezpieczeństwa zdrowotnego [Dziadkowiec 2016b].

Respondenci oceniali trzy rodzaje lokali gastronomicznych, tj. restauracje (które na badanym terenie w przeważającej części mają charakter karczm regionalnych lub stylizowanych na regionalne), lokale typu *fast food* oraz bistra na stacjach paliw. Na badanym obszarze działają stacje paliw Orlen, BP, Statoil (obecnie pod nazwą Circle K), Lotos i Arge oraz lokale *fast food* tylko jednej marki, tj. McDonalds. W opinii respondentów najwyższą jakość posiłków oferowały restauracje – średnia ocena wyniosła 3,41 (w skali 1-5). Lokale *fast food* zostały ocenione na 2,90, natomiast bistra na stacjach paliw na 3,16 (tab. 1) – co jest dość zaskakujące ze względu na to, że dla stacji paliw usługi gastronomiczne są jedynie działalnością uzupełniającą. Należy jednak podkreślić, że uzyskane oceny są stosunkowo niskie – ocena 3 w zastosowanej skali oznacza, że zadowolenie klientów było „przeciętne” czy też „średnie”.

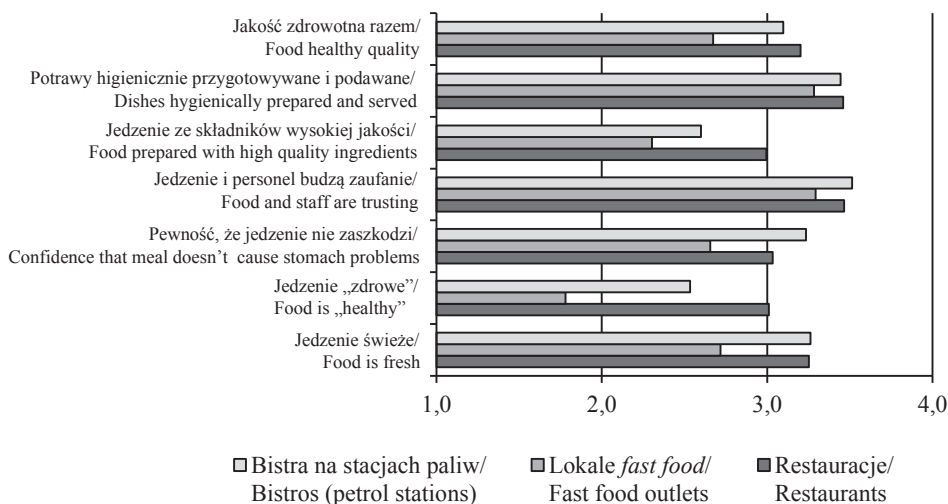
Bezpieczeństwo zdrowotne spożywanych posiłków zostało ocenione na 3,2 w przypadku restauracji, 2,67 w przypadku lokali *fast food* i 3,10 dla stacji paliw (tab. 1). Analizując szczegółowe wyniki dla poszczególnych zmiennych, można zaobserwować, że stopień bezpieczeństwa zdrowotnego na stacjach paliw i w restauracjach był oceniany w większości na zbliżonym poziomie, natomiast lokale *fast food* w przypadku wszystkich zmiennych uzyskały oceny niższe od konkurentów (rys. 1).

**Tabela 1.** Jakość posiłków serwowanych przez lokale gastronomiczne usytuowane wzdłuż Zakopianki w opinii konsumentów  
**Table 1.** Quality of meal served by roadside dining facilities located along Zakopianka – consumer researches

Zmienna/Variable	Restauracje/Restaurants			Lokale <i>fast food</i> / Fast food outlets			Bistra na stacjach paliw/ Bistros (petrol stations)		
	$\chi$	SD	Me	$\chi$	SD	Me	$\chi$	SD	Me
Jakość zdrowotna/Food healthy quality									
Jedzenie świeże/Food is fresh	3,25	0,96	3	2,72	1,10	3	3,26	1,08	3
Jedzenie „zdrowe”/Food is „healthy”	3,01	1,04	3	1,78	0,94	2	2,53	1,28	2
Pewność, że jedzenie nie zaszkodzi/Confidence that meal doesn't cause stomach problems	3,03	1,02	3	2,66	1,16	3	3,24	1,14	4
Jedzenie i personel budzą zaufanie/Food and staff are trusting	3,46	0,85	3	3,29	1,05	3	3,51	0,92	4
Jedzenie ze składników wysokiej jakości/Food prepared with high quality ingredients	3,00	1,06	3	2,30	1,13	2	2,60	1,25	3
Potrawy higienicznie przygotowywane i podawane/Dishes hygienically prepared and served	3,46	1,01	4	3,28	1,11	3	3,44	0,90	4
<b>Jakość zdrowotna razem/Food healthy quality</b>	<b>3,20</b>			<b>2,67</b>			<b>3,10</b>		
Walory sensoryczne/Sensory values									
Potrawy smaczne/Food is tasty	3,87	0,85	4	3,26	1,10	4	3,30	1,03	4
Jedzenie wygląda atrakcyjnie/Dishes look attractive	3,78	0,92	4	3,65	1,06	4	3,50	0,92	4
Temperatura jedzenia odpowiednia/Food temperature is adequate	3,78	0,80	4	3,49	0,86	4	3,74	0,98	4
<b>Walory sensoryczne razem/Sensory values</b>	<b>3,81</b>			<b>3,47</b>			<b>3,51</b>		
Dyspozycyjność/Convenience									
Porcje odpowiedniej wielkości/Appropriate size of portions	3,27	1,00	3	2,74	1,07	3	3,05	0,97	3
Szeroki wybór potraw/Wide range of dishes	3,61	0,94	4	2,70	1,18	2	2,58	1,33	2
<b>Dyspozycyjność razem/Convenience</b>	<b>3,44</b>			<b>2,72</b>			<b>2,81</b>		
<b>Jakość posiłków razem</b>	<b>3,41</b>			<b>2,90</b>			<b>3,16</b>		

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

Source: own study.



Rys. 1. Jakość zdrowotna posiłków w opinii konsumentów

Fig. 1. Food healthy quality – consumer research

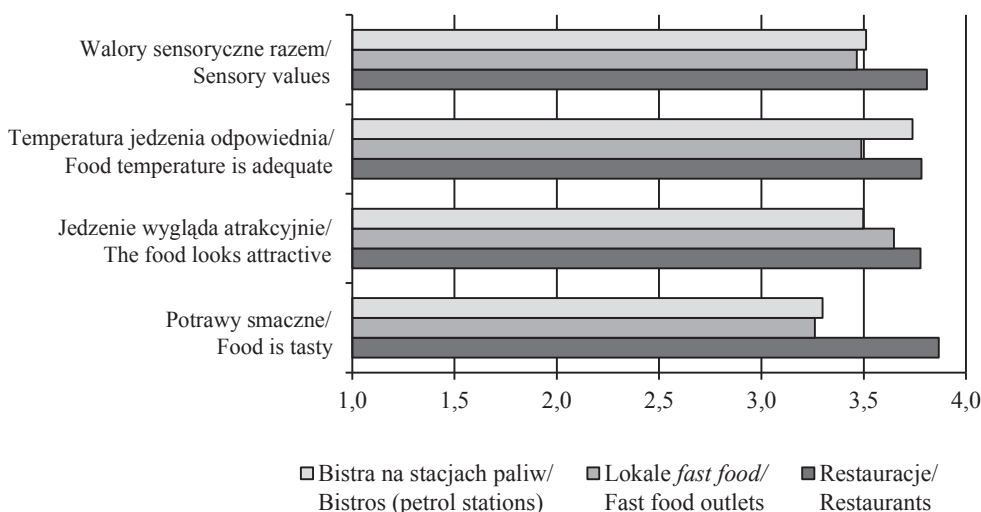
Źródło: opracowanie własne.

Source: own study.

Wszystkie kategorie lokali najwyżej oceniane były pod względem higieny przygotowywania i serwowania potraw (odpowiednio: 3,46; 3,28; 3,44), respondenci wykazali także dość wysoki stopień zaufania, zarówno do serwowanego pożywienia, jak i do personelu (odpowiednio: 3,46; 3,29; 3,51). W przypadku restauracji najniżej (około 3) ocenione zostały trzy kryteria: serwowanie jedzenia, które jest „zdrowe”, używanie składników wysokiej jakości oraz pewność, że spożywany posiłek nie spowoduje kłopotów żołądkowych podczas dalszej podróży. W przypadku dwóch z wymienionych kryteriów, pomimo dość niskich ocen, restauracje świadczą usługę na poziomie wyższym od konkurentów, stacje paliw zaś okazały się liderem w przypadku serwowania „pewnego” jedzenia, które konsumentom nie zaszkodzi (3,24).

Respondenci odwiedzający lokale *fast food* uznali, że serwowane tam jedzenie raczej nie jest „zdrowe” (1,78), oceny poniżej 3 zostały także wystawione za świeżość składników używanych do przygotowania posiłków (2,72), ich jakość (2,30) oraz pewność, że spożyty posiłek nie zaszkodzi (2,66). Najsłabszymi stronami stacji paliw okazała się natomiast niepewność co do jakości składników podawanych potraw (2,60) oraz to, że jedzenie nie jest „zdrowe” (2,53). Podsumowując, należy stwierdzić, iż wyniki potwierdziły, że żywność typu *fast food* (a za taką można również uznać dania serwowane na stacjach paliw) uważana jest za „niezdrową”, jednocześnie jednak wysoko oceniany jest jej stopień bezpieczeństwa zdrowotnego – klienci wierzą, że standaryzacja pozwala na wyeliminowanie potencjalnych błędów i niebezpieczeństw, zanim produkt trafi do klienta.

Determinanta jakości żywności, jaką są walory sensoryczne, była w badaniu reprezentowana tylko przez trzy kryteria – smak i wygląd potraw, a także temperaturę podania. Brak takich elementów, jak zapach, barwa czy konsystencja, wynika z konstrukcji modelu czteroczynnikowego, w skład którego weszły tylko zmienne o najwyższej istotności definiujące jakość badanej usługi. Wyniki uzyskane w badaniu dla walorów sensorycznych prezentowane są na rys. 2.



Rys. 2. Walory sensoryczne posiłków w opinii konsumentów

Fig. 2. Sensory values – consumer research

Źródło: opracowanie własne.

Source: own study.

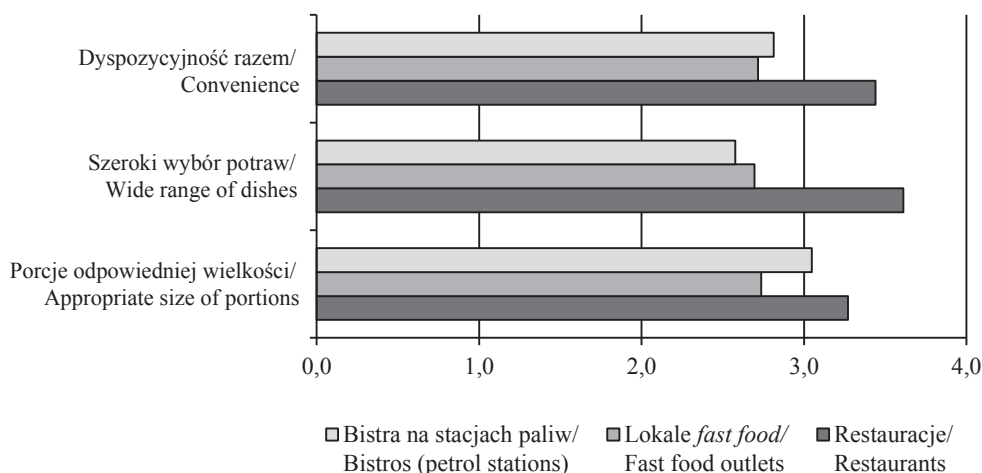
W przypadku walorów sensorycznych, zgodnie z przewidywaniami, zdecydowanym liderem okazały się restauracje (3,81), choć należy zauważyć, że oceny, które uzyskały lokale *fast food* i bistra na stacjach paliw, są także dość wysokie (odpowiednio: 3,47; 3,51). Pomimo więc, że potrawy typu *fast food* zostały dość nisko ocenione pod względem jakości zdrowotnej, należy podkreślić, że odpowiadają preferencjom smakowym dużej grupy konsumentów.

Restauracje w przypadku wszystkich trzech czynników zbliżyły się do oceny 4, co oznacza, że klienci byli dość zadowoleni z jakości posiłków, które spożyli – najwyższej oceniony został smak potraw (3,87), tylko nieco niżej ich wygląd oraz temperatura (3,78). W przypadku smaku potraw pozostałe rodzaje lokali nie mogą konkurować z restauracjami – uzyskały ocenę o około pół punktu niższą (odpowiednio: 3,23 i 3,30). Z badań wynika także, że wygląd posiłków serwowanych na stacjach paliw jest najmniej atrakcyjny (3,50), jednak z reguły ich temperatura jest odpowiednia (3,74). Odmiennie kształtuje się sytuacja w przypadku lokali *fast food* – konsumentom zdarzało się otrzymać posiłek o niewłaściwej temperaturze (3,49)



częściej niż w bistrach, natomiast wygląd spożywanych posiłków uznali za dość atrakcyjny (3,65).

Ostatnią determinantą jakości uwzględnioną w badaniu była dyspozycyjność, reprezentowana przez dwa kryteria: wybór potraw oraz wielkość porcji. Wyniki zaprezentowano na rys. 3.



Rys. 3. Dyspozycyjność w opinii konsumentów

Fig. 3. Convenience – consumer researches

Źródło: opracowanie własne.

Source: own study.

Analizując wykres, można zauważyć, że lokale *fast food* i bistra są oceniane podobnie i stosunkowo nisko (odpowiednio: 2,72, 2,81), natomiast restauracje spełniły oczekiwania klientów w stopniu zadowalającym (3,44). Restauracje ponownie wyprzedziły konkurentów, oferując szeroki wybór potraw (3,61) oraz porcje raczej zadowalającej wielkości (3,27). Najmniejszy wybór dań (2,58) i przeciętną wielkość porcji (3,05) oferowały stacje paliw, lokale *fast food* otrzymały zaś ocenę około 2,7 w przypadku obu tych kryteriów. Wyniki potwierdzają, że badane kategorie lokali koncentrują się w swoich działaniach na różnych obszarach determinujących jakość usługi gastronomicznej – restauracje nastawione są przede wszystkim na jakość (w tym także dyspozycyjność) żywności, lokale serwujące gotowe dania zaś – raczej na dyspozycyjność obsługi związanej z jej szybkością i sprawnością.

#### 4. Podsumowanie i wnioski

Specyfika sektora *roadside dining facilities* wynika głównie ze swoistej sytuacji konsumpcyjnej, w jakiej znajdują się potencjalni klienci. Proces decyzyjny osób w trakcie podróży przebiega w odmienny sposób niż w przypadku korzystania z usług

gastronomicznych w życiu codziennym. Przemieszczanie się własnym samochodem daje możliwość podejmowania spontanicznych decyzji oraz zmiany planów na bieżąco. Zdarza się, że osoby, które wcześniej zaplanowały wizytę w restauracji, spożywają szybki posiłek podczas tankowania na stacji paliw. Osoby, które w życiu codziennym nie korzystają z lokali *fast food*, w trakcie podróży często zmieniają swoje zachowania, doceniając takie elementy, jak standardowa jakość potraw i szybkość obsługi. To sprawia, że wszystkie lokale, niezależnie od kategorii, stanowią dla siebie bezpośrednią konkurencję.

Z przeprowadzonych badań wynika, że:

1. Najpopularniejszymi lokalami gastronomicznymi należącymi do omawianego sektora są restauracje, lokale typu *fast food* oraz bistra na stacjach paliw.

2. Jakość posiłków serwowanych w ww. rodzajach lokali jest średnia i wynosi około 3 w przypadku lokali *fast food* i gastronomii na stacjach paliw oraz 3,4 w przypadku restauracji.

3. Jakość zdrowotna serwowanych posiłków, reprezentowana przez 6 kryteriów, najniżej została oceniona w przypadku lokali *fast food* (poniżej 3), restauracje oraz bistra uzyskały zaś oceny nieco powyżej 3.

4. Walory sensoryczne (ocenione na około 4) to zdecydowanie najmocniejszy atut restauracji. Oceny pozostałych lokali również były dość wysokie (około 3,5), można więc stwierdzić, że konsumenci byli raczej zadowoleni ze smaku i innych walorów sensorycznych posiłków, które spożyli.

5. Dyspozycyjność spożywanej żywności, reprezentowana przez 2 kryteria, najniżej (poniżej 3) została oceniona w przypadku lokali *fast food*, najwyżej zaś w przypadku restauracji (około 3,4).

6. Z przeprowadzonych analiz wynika, że konsumenci nastawieni na spożywanie żywności dobrej jakości powinni w trakcie podróży korzystać przede wszystkim z usług restauracji.

7. Nowym spostrzeżeniem jest, że jakość posiłków oferowanych przez lokale *fast food* została oceniona niżej niż w przypadku stacji paliw, dla których usługi gastronomiczne są jedynie działalnością uzupełniającą.

## Literatura

- Ariffin H.F., Bibon M.F., Abdullah R., 2012, *Restaurant's atmospheric elements: what the customer wants*, Social and Behavioral Sciences, nr 48, s. 380-387.
- Cha Y.S., Kwak T., Hong W., 2004, *The analysis of customers satisfaction on foodservice quality according to the types of foodservice*, Journal of Korean Diet Association, nr 10(3), s. 309-321.
- Deming W.E., 1982, *Quality, Productivity and Competitive Position*, MIT, Cambridge.
- Dziadkowiec J., Rood A.S., 2015, *Proposing a Restaurant Preference Behavior Model (RPB)*, [w:] *Interdisciplinary Approach to Quality*, Nowicki P., Sikora T. (red.), Cracow University of Economics, s. 51-66.

- Dziadkowiec J.M., 2016a, *Rynek usług gastronomicznych skierowanych do osób podróżujących samochodami – stan obecny i perspektywy*, Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach nr 255, s. 156-165.
- Dziadkowiec J.M., 2016b, *Wymagania osób podróżujących samochodami wobec wybranych usług gastronomicznych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Kraków.
- Jakle J.A., Sculle K.A., 1999, *Fast Food: Roadside Restaurants in the Automobile Age*, The John Hopkins University Press, Baltimore.
- Kijowski J., 2004, *Integracja systemów zarządzania jakością i bezpieczeństwem zdrowotnym żywności w normach międzynarodowych*, [w:] Witrowa-Rajchert D., Nowak D. (red.), *Metody zapewnienia jakości i bezpieczeństwa w przetwórstwie żywności*, SGGW, s. 11-26.
- Kim W., Ok C., Canter D., 2010, *Contingency variables for customer share of visits to full-service restaurant*, International Journal of Hospitality Management, nr 29, s. 136-147.
- Kołóżyn-Krajewska D., Sikora T., 2010, *Zarządzanie bezpieczeństwem żywności. Teoria i praktyka*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa.
- Nowicki P., 2009, *Poziom zapewnienia jakości świadczonych usług przez sieć barów bistro w opinii klientów*, Żywność. Nauka. Technologia. Jakość, nr 2(63), s. 154-166.
- Opczyński K., 2016, *Synteza wyników GPR 2015 na zamiejsciej sieci dróg krajowych*, Generalna Dyrekcja Dróg Krajowych i Autostrad, <https://www.gddkia.gov.pl/pl/2551/GPR-2015> (data dostępu 12.02.18)
- Orłowski D., 2007, *Baza gastronomiczna jako ważny element zagospodarowania turystycznego*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Ekonomiczne Problemy Turystyki, nr 466(9), s. 203-208.
- PN-EN ISO 9000:2015- 10. Systemy zarządzania jakością – Podstawy i terminologia.
- Raport: 25 lat budowy autostrad w Polsce*, 2017, Multiconsult Polska, dostępny na: [https://multiconsult-polska.com/wp-content/uploads/2017/12/25\\_lat\\_budowy\\_autostrad\\_w\\_polsce\\_final.pdf](https://multiconsult-polska.com/wp-content/uploads/2017/12/25_lat_budowy_autostrad_w_polsce_final.pdf) (data dostępu: 12.02.18)
- Rozporządzenie Ministra Infrastruktury z dnia 16 stycznia 2002 r. w sprawie przepisów techniczno-budowlanych dotyczących autostrad płatnych.
- Sikora T., Strada A., 2005, *Safety and Quality Assurance and Management Systems in Food Industry: An Overview*, The Food Industry in Europe, Agricultural University of Athens, Athens, s. 85-95.
- Stevens P., Knutson B., Patton M., 1995, *DINESERV: A tool for measuring service quality in restaurants*, Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, nr 36(2), s. 56-60.