

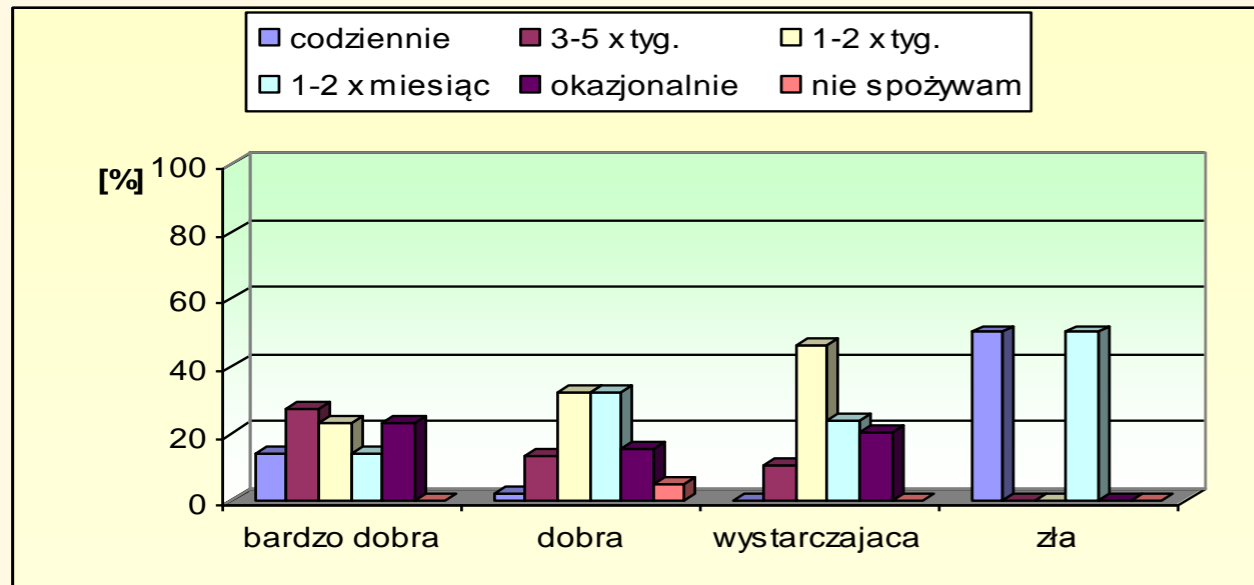
CZĘSTOŚĆ SPOŻYCIA GOTOWYCH DAŃ OBIADOWYCH PRZEZ STUDENTÓW UWM W OLSZTYNIE

Mirosława Karpińska-Tymoszczyk, Marzena Danowska-Oziewicz, Anna Draszanowska,
Lidia Antoniak, Karolina Kozak

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie, Katedra Żywienia Człowieka

CEL BADAŃ

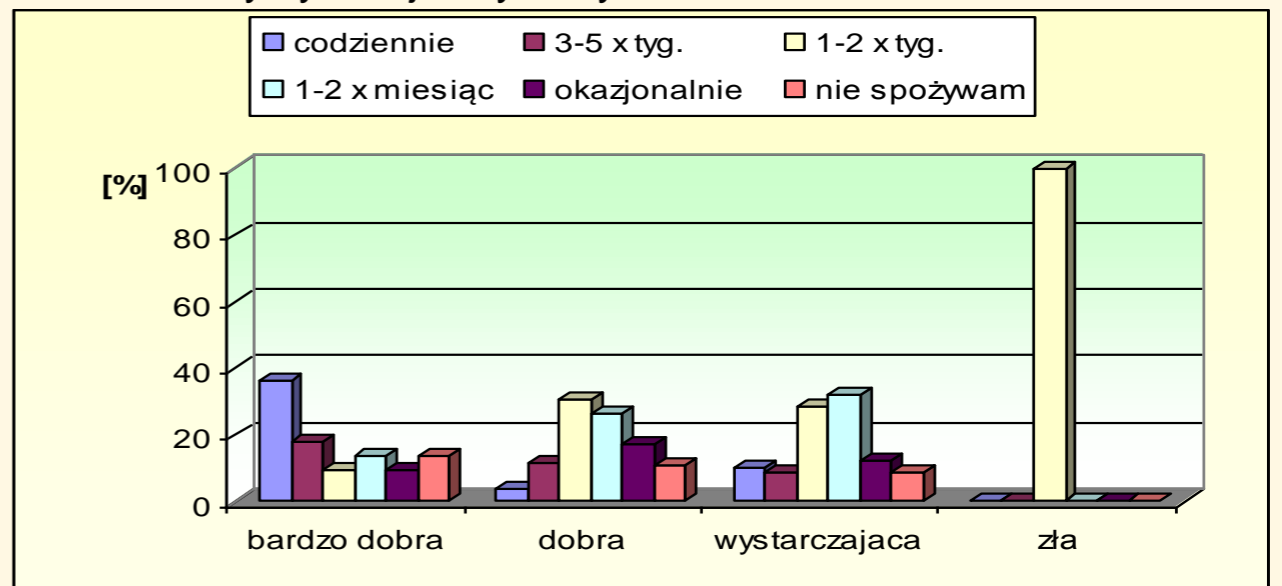
Przedmiotem badań była analiza wpływu czynników socjoekonomicznych na spożycie dań obiadowych przez studentów Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie.



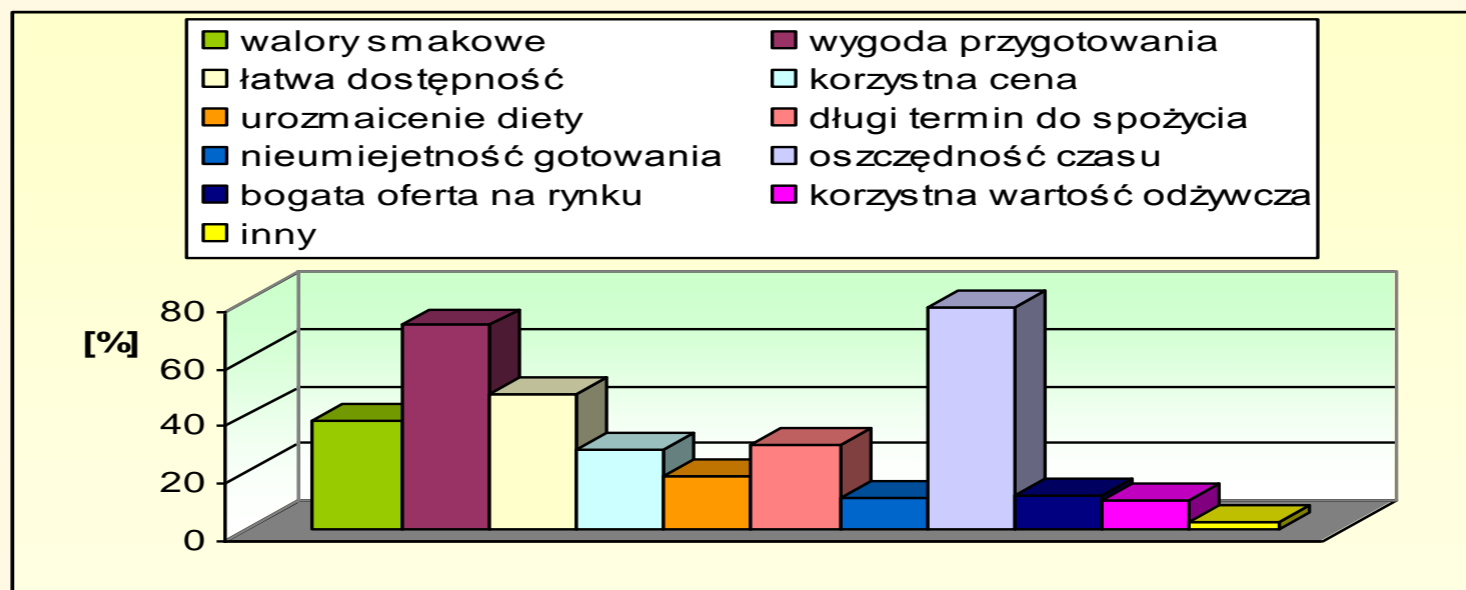
Rys. 1 Częstość spożycia mrożonych dań obiadowych w zależności od sytuacji materialnej respondentów

UKŁAD DOŚWIADCZENIA

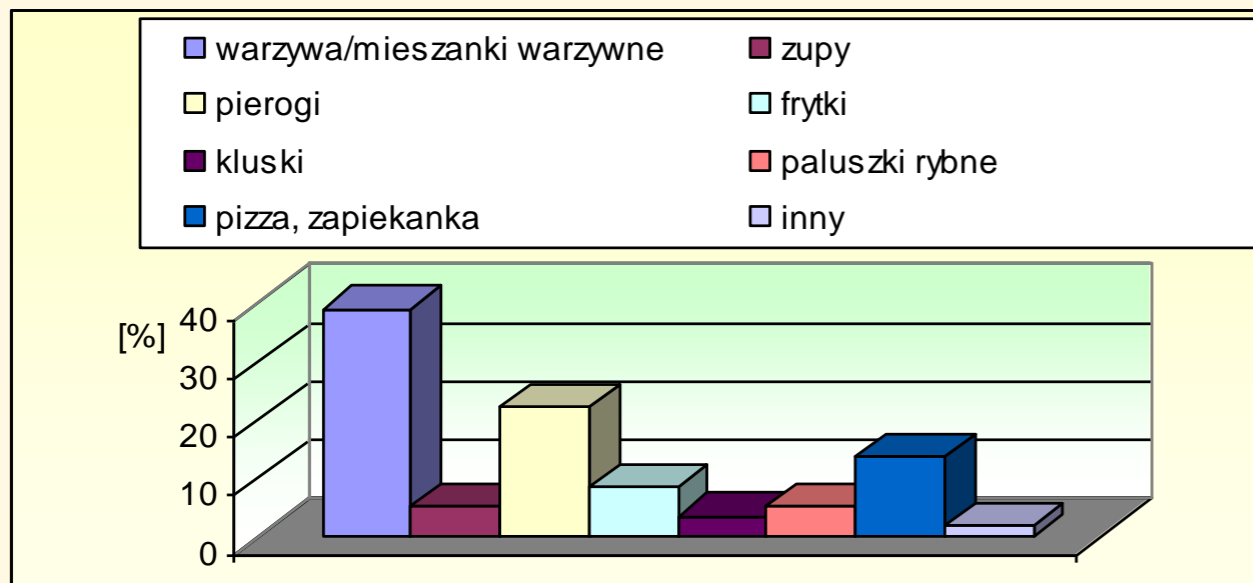
Badania przeprowadzono w 2012 r. wśród 194 studentów z trzech wydziałów Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie: Nauki o Żywności, Biologii oraz Kształtowania Środowiska i Rolnictwa. Jako narzędzie badawcze wykorzystano kwestionariusz ankiety. Wyniki poddano analizie statystycznej z wykorzystaniem testu Chi-kwadrat.



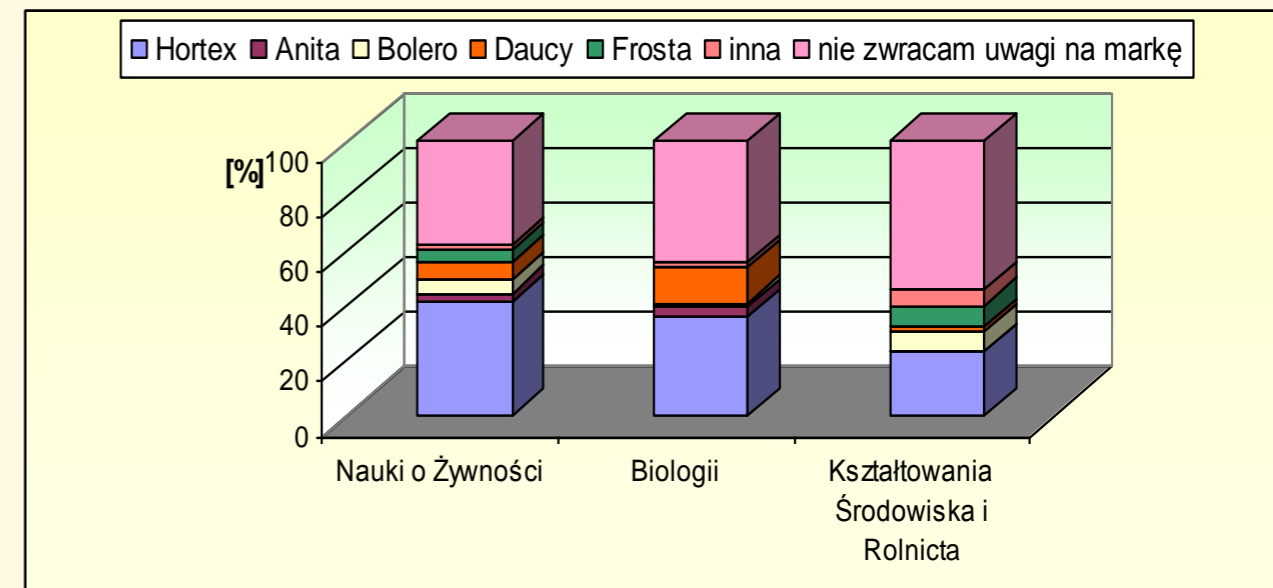
Rys. 2 Częstość spożycia chłodzonych dań obiadowych w zależności od sytuacji materialnej respondentów



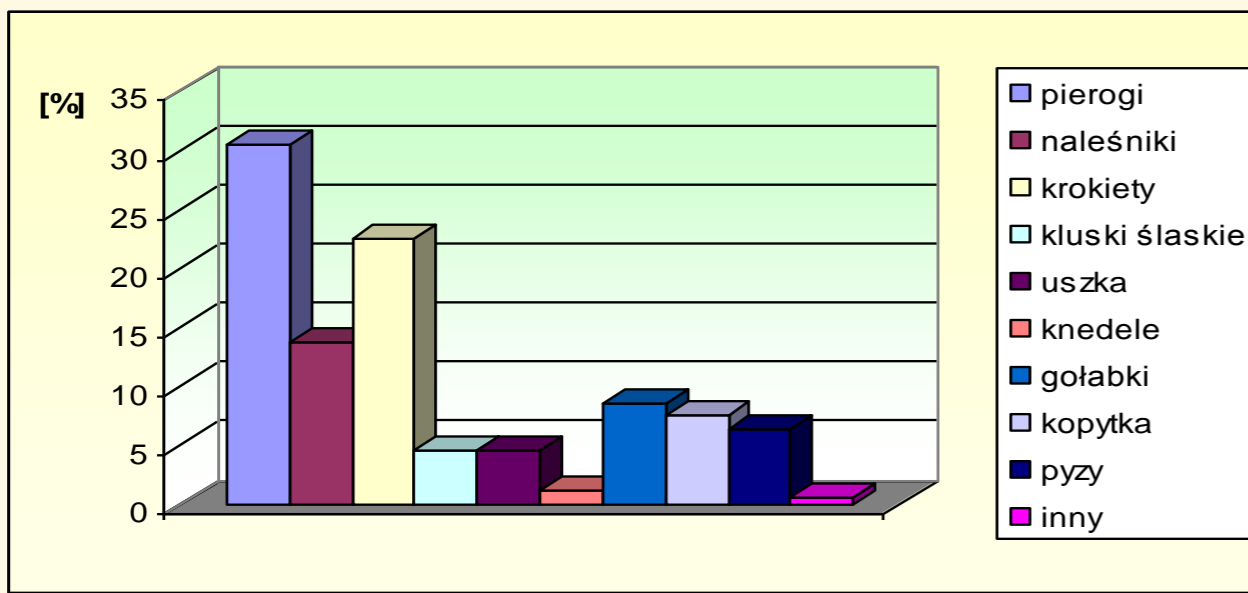
Rys. 3 Czynniki decydujące o spożyciu gotowych dań obiadowych przez respondentów ogółem



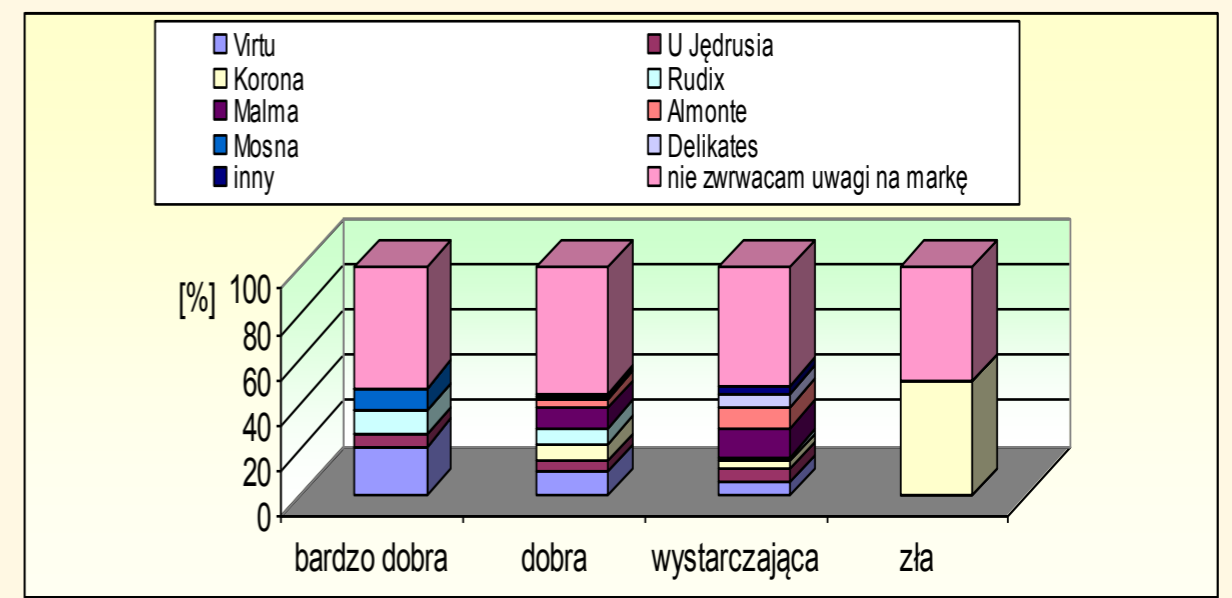
Rys. 4 Preferowany rodzaj gotowych dań mrożonych przez respondentów ogółem



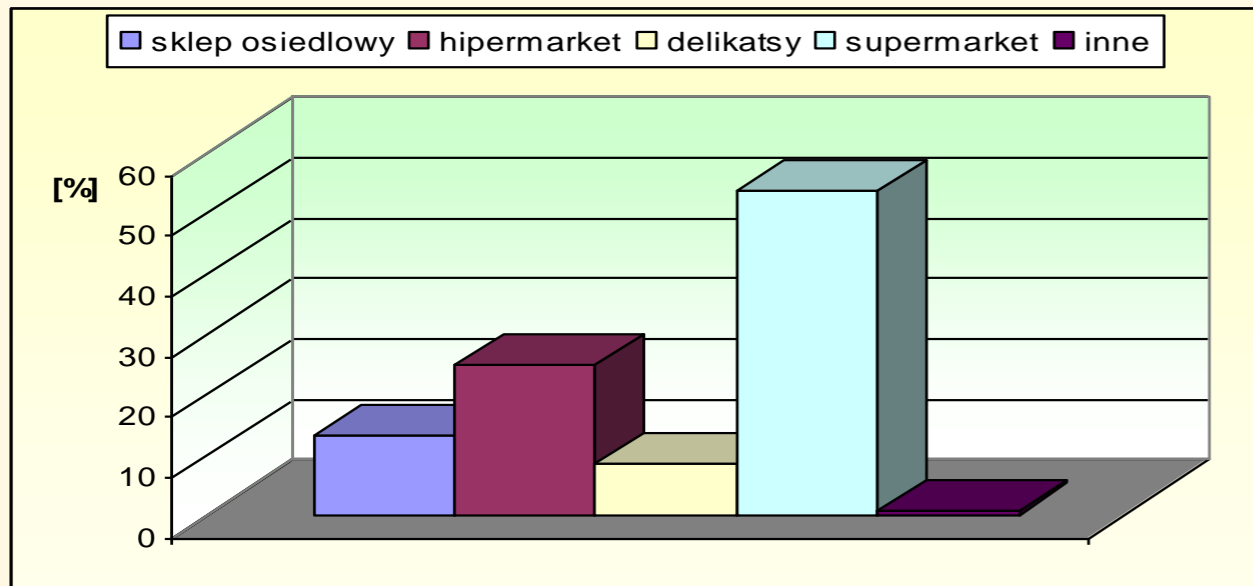
Rys. 5 Preferowana marka gotowych dań mrożonych w zależności od wydziału studiów respondentów



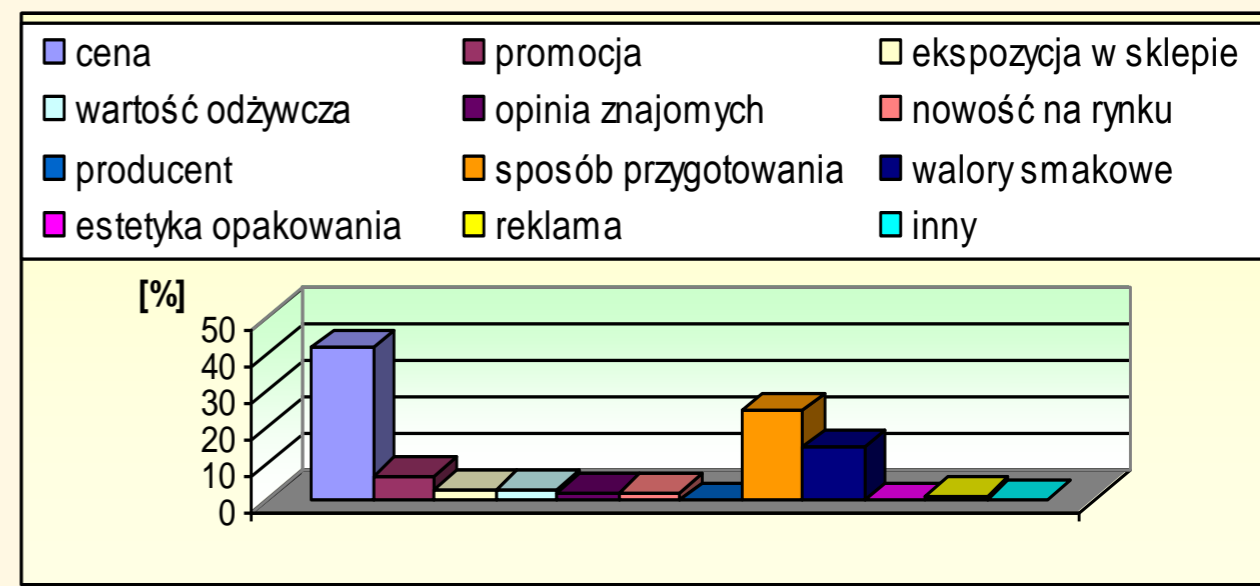
Rys. 6 Preferowany rodzaj chłodzonych dań obiadowych przez respondentów ogółem



Rys. 7 Preferowana marka chłodzonych dań obiadowych w zależności od sytuacji materialnej respondentów



Rys. 8 Preferowane miejsce zakupu gotowych dań obiadowych przez respondentów ogółem



Rys. 9 Czynniki decydujące o zakupie dań gotowych przez respondentów ogółem



Rys. 10 Odpowiedź respondentów na pytanie czy oferta gotowych dań obiadowych na rynku jest wystarczająca

PODSUMOWANIE WYNIKÓW

- ➔ Wykazano, że im lepsza była sytuacja materialna ankietowanych tym większa częstość spożycia gotowych dań obiadowych.
- ➔ O spożyciu gotowych dań obiadowych decydował brak czasu na przygotowanie tradycyjnych posiłków oraz łatwość ich przygotowania.
- ➔ Zakupu gotowych dań obiadowych ankietowani najczęściej dokonywali w supermarkecie lub hipermarkecie. Na decyzję zakupu dań obiadowych najczęściej wpływały takie czynniki jak: cena, sposób przygotowania oraz walory smakowe.
- ➔ Spośród mrożonych dań obiadowych respondenci najchętniej kupowali warzywa lub mieszanki warzywne marki Hortex.
- ➔ Z chłodzonych dań obiadowych największą popularnością wśród ankietowanych cieszyły się pierogi, naleśniki i krokiety. Większość respondentów o bardzo dobrej, dobrej i dostatecznej sytuacji materialnej nie deklarowała przywiązania do marki chłodzonych dań obiadowych, a połowa osób najgorzej sytuowanych wybierała produkty marki Korona.