



**PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA
IM. STANISŁAWA PIGONIA W KROŚNIE**

PREFERENCJE KONSUMENTÓW W ZAKRESIE ZAKUPU I SPOŻYCIA HERBATY

**IMIĘ I NAZWISKO: MAŁGORZATA MICHALCZYK
KIERUNEK: TOWAROZNAWSTWO IV**

PROMOTOR: DR INŻ. MAŁGORZATA ŹRÓDŁO-LODA

KROSNO 2018



CEL I ZAKRES PRACY

- Głównym celem pracy było określenie i analiza preferencji konsumentów w zakresie zakupu i spożycia herbaty.
- Zakres pracy obejmuje:
 - część teoretyczną,
 - część badawczą.

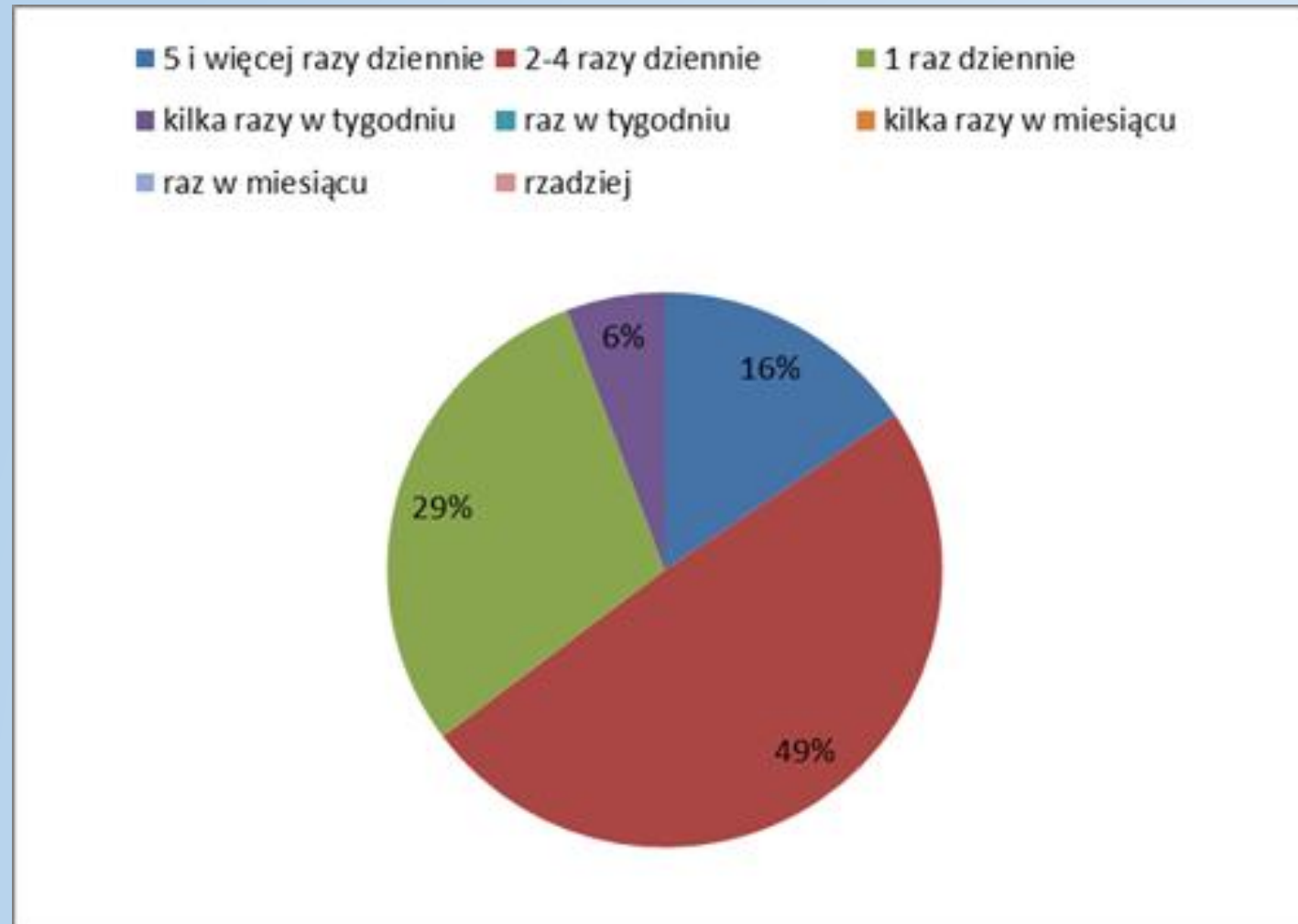
MATERIAŁ



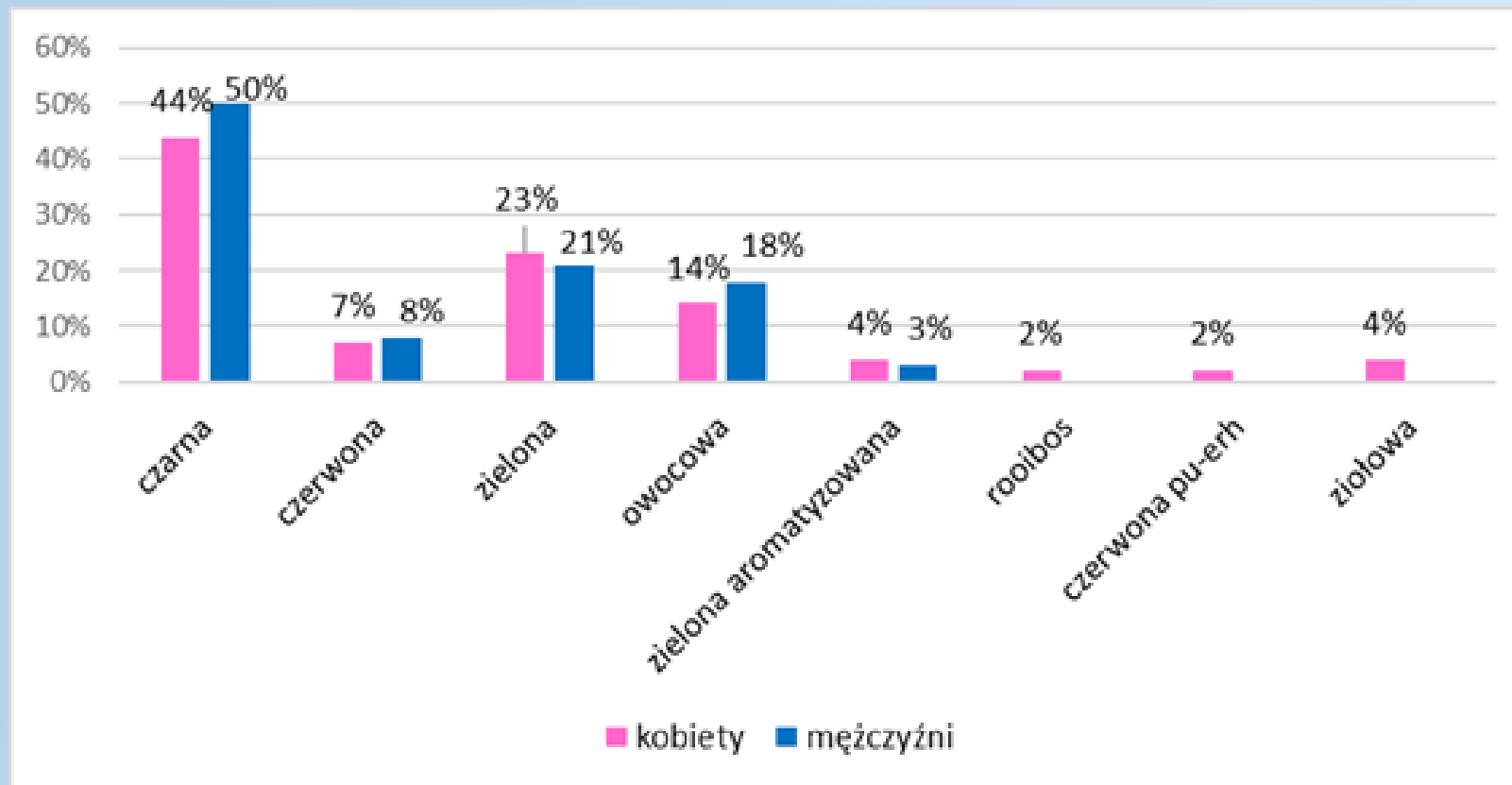
METODY



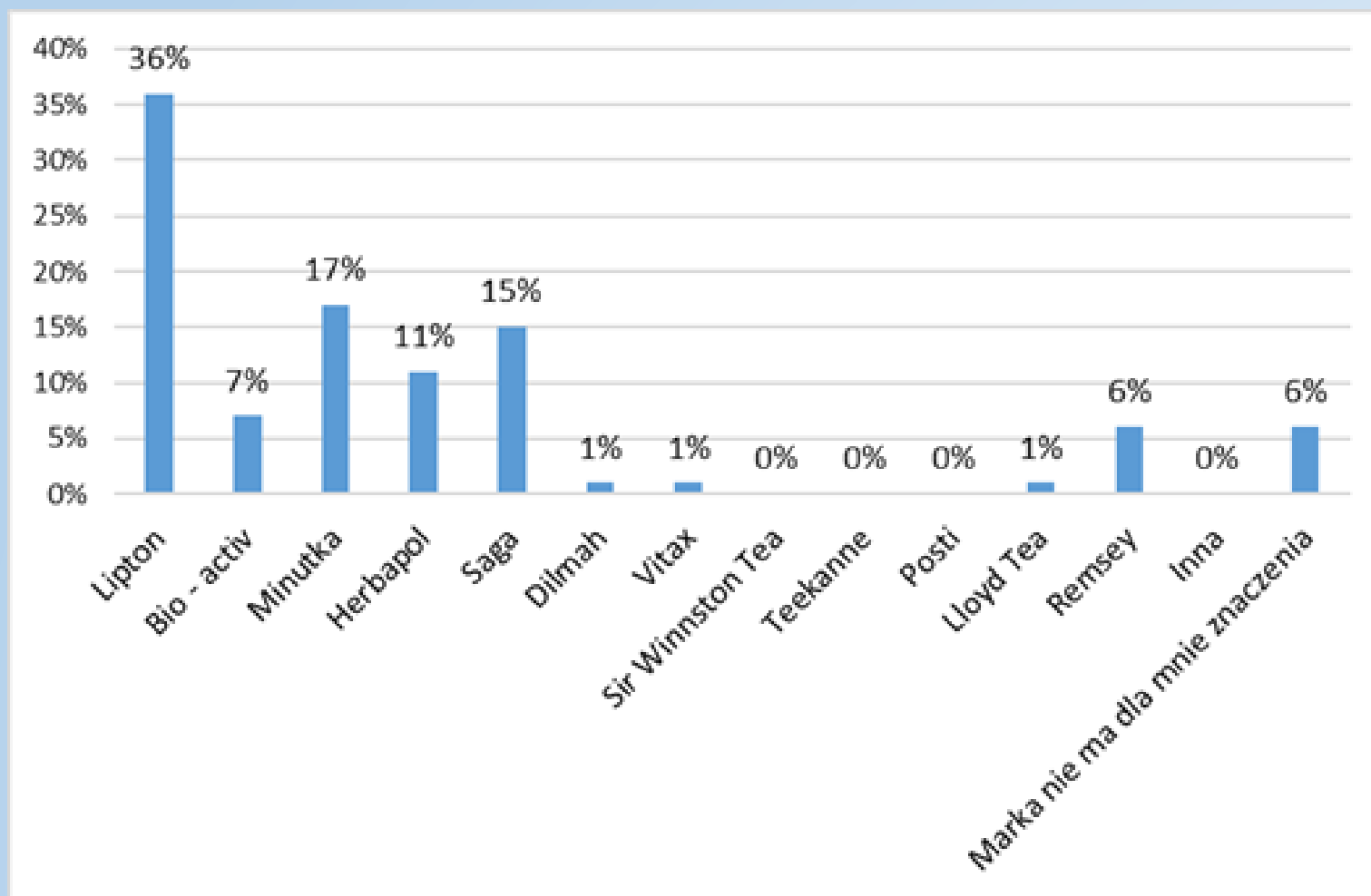
Częstotliwość picia herbaty wśród respondentów



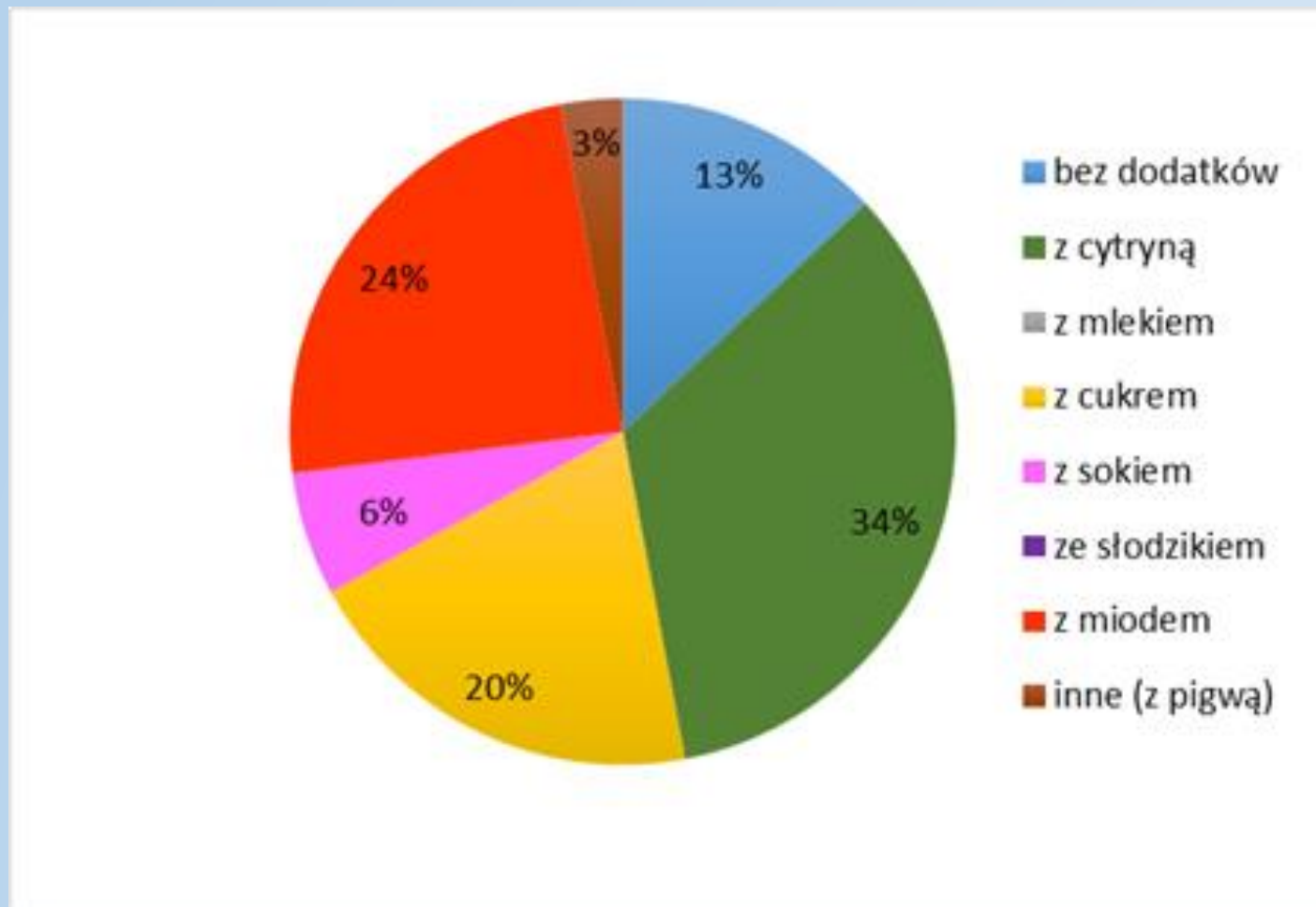
Ulubiona herbata wśród respondentów



Najczęściej kupowane marki herbat



Dodatki, z którymi respondenci najczęściej piją herbatę



PODSUMOWANIE

- Blisko połowa respondentów pije herbatę 2-4 razy dziennie.
- Herbata, którą respondenci piją codziennie, to herbata czarna.
- Najczęściej kupowanymi markami herbat są Lipton, a następnie Minutka i Saga.
- Respondenci najchętniej kupują herbaty ekspresowe w torebkach.
- Głównym miejscem zakupu herbat są supermarkety/hipermarkety.
- Najpopularniejszymi dodatkami do herbaty są: cytryna, miód i cukier.
- Blisko 1/3 ankietowanych parzy herbatę w czasie od 1 do 3 minut.
- Powody picia herbaty, to przede wszystkim jej smak/aromat i przyzwyczajenie.
- Najczęstsze okoliczności picia herbaty: w trakcie spotkań z rodziną, w trakcie spożywania posiłków
- Najważniejszymi kryteriami wyboru herbaty są smak, cena, aromat i przyzwyczajenie.