



Študentská vedecká aktivita

**Vnímanie kávy slovenskými spotrebiteľmi a ich preferencie pri výbere kávy
a spôsob jej konzumácie**

Diana Ferencová

Sekcia: 2

Konzultant: Ing. Simona Šályová

Banská Bystrica
2016

OBSAH

ÚVOD	3
1. KÁVA A JEJ PRÍBEH.....	4
1.1. Káva ako rastlina	4
1.1.1. Druhy kávy.....	5
1.1.2. Zber a spracovanie kávy.....	7
1.1.3. Spotreba kávy samotnými spotrebiteľmi a jej cena	9
1.2. Z plantáže do pražiarne.....	10
1.3. Príprava kávy	11
1.3.1. Espresso.....	12
1.3.2. Alternatívne spôsoby prípravy kávy.....	12
1.4. Kávová kultúra vo svete	15
1.5. Kávová kultúra na Slovensku	18
1.6. Spotrebiteľ a jeho nákupné správanie	19
2. EMPIRICKÁ ČASŤ.....	21
2.1. Cieľ, objekt a predmet skúmania, výskumné metódy	21
2.2. Výskumné otázky	21
2.3. Metodika skúmania.....	22
2.4. Identifikačné údaje respondentov	23
2.5. Výsledky kvantitatívneho výskumu	25
2.6. Výsledky kvalitatívneho výskumu	34
2.7. Návrhy v oblasti zvýšenia úrovne kávovej kultúry na Slovensku.....	40
ZÁVER.....	43
ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY	44
PRÍLOHY	46

ÚVOD

Čo je to vlastne káva? Káva je vlastne semiačko ovocia, podobného višni, rozdelené na dve časti, ktoré putovalo dlhou cestou a prešlo niekoľkými zmenami, než sa dostalo k nám v takej podobe, ako ho my poznáme. Je to druhá najpredávanejšia komodita na svete čo znamená, že skoro každý z nás ju konzumuje vo veľkom množstve. Káva nás hneď po ráne povzbudí, pretože obsahuje kofeín, ktorý je pre človeka veľkým prínosom. Kofeín má nielenže povzbudivé účinky, ale predchádza aj žlčovým kameňom, má diuretický účinok, stimuluje prácu mozgu a znižuje riziko Parkinsonovej choroby. Obsahuje aj antioxidanty, ktoré sú rozhodujúce pri prevencii rakoviny, srdcovocievnych ochorení a mnoho ďalších chorôb.

V našej práci sa zameriame na preskúmanie postojov a preferencií slovenských spotrebiteľov v oblasti výberu kávy a spôsobu pitia kávy a na základe týchto zistení navrhujeme súbor opatrení na zvýšenie úrovne kávovej kultúry na Slovensku. Naša spoločnosť sa potrebuje vzdelávať v tejto oblasti a preto je rozvíjanie kávovej kultúry nevyhnutné. Iné krajiny už spravili krok vpred, no Slovensko sa stále nevie prebudiť z vplyvov udávaných komunizmom a vtedajších trendov, spôsobov života či tradícií. Chceme rozširovať kávovú kultúru a vzdelanie v našej spoločnosti, pretože káva, nie je LEN káva. Káva nie je len doplnok, nápoj ani práca, je to zábava a jej poslaním je prinášať ľuďom pôžitok z pitia správne pripravenej kávy. Treba informovať ľudí aby sa z nich stali labužníci a naučiť ich ako si majú kávu správne pripraviť a vychutnať.

Prečo káva nie je len káva? Možno si to ani neuvedomujeme, ale všetko sa točí okolo nej. Káva je po rope druhou najvyhľadávanejšou komoditou sveta, ktorá dáva prácu viac ako 25 miliónom ľudí a preto je aj značným stimulom pre ekonomiku. Po tomto produkte je obrovský dopyt a jejospotreba je najvyššia v priemyselných ekonomikách. Celosvetovo je káva hodnotená na 100 miliárd dolárov, čo ju stavia pred zlato, zemný plyn či cukor a kukuricu. Ročne sa celosvetovo vypije až 500 miliárd šálok tohto nápoja. Znamená to, že tento produkt dáva ľuďom prácu, je prínosom pre ekonomiku, znižuje nezamestnanosť, zvyšuje ekonomický rast, na trhu vytvára dopyt aj ponuku a to najdôležitejšie, prináša spotrebiteľom zdravie, pôžitok a radosť.

1. KÁVA A JEJ PRÍBEH

Táto časť práce je zameraná na priblíženie príbehu kávy, od dozretia zrnka na kávovníku až po vychutnanie si šálky kávy v obľúbenej kaviarni. Káva je komodita rozšírená po celom svete, ktorá ovplyvnila spoločnosť rôznym spôsobom v mnohých krajinách. Káva je našou vášňou a preto v tejto časti práce vychádzame predovšetkým z vlastných vedomostí o káve a skúseností s ňou.

1.1. Káva ako rastlina

Cesta kávy sa začína na zelenej plantáži. Kávové plantáže nájdeme od nížin až po vysoké horské oblasti, kde pestujú veľmi kvalitné kávy. Druhy kávy a jej odrody spoločne so zemepisnou dĺžkou a šírkou, podnebím a pôdou ovplyvňujú rôzne chuťové profily kávy. Na jej kvalitu má taktiež vplyv i spôsob spracovania a starostlivosť farmárov. Na tejto dlhej ceste kávy sa podpíšu neskôr aj pražiarne a baristi. Vďaka perfektne pripravenej šálke espressa poznáme, čo sa dialo na plantáži a ako káva bola spracovaná.

Ako sme už spomenuli, jej cesta sa začína práve na kávovej plantáži, kde sú vysadené kávovníky. Kávovník je strom, je to aj veľmi rozšírená rastlina, ktorá rastie v celom tropickom a subtropickom pásme. Na svete existuje zhruba 80 druhov kávovníka. Medzi najznámejšie patrí Arabika a Robusta. Kávovníky potrebujú teplejšiu a stálejšiu klímu a preto sa pestujú v oblastiach okolo rovníku. Kávovníky nemajú radi priame svetlo ani veľký chlad. Pri ostrom slnečnom žiarení a chlade začínajú listy kávovníka tmavnúť. Arabiku nájdeme najčastejšie v Strednej a Južnej Amerike, čiastočne aj v Afrike a Austrálii. Robusta sa pestuje hlavne v Ázii, čiastočne v Afrike a v Južnej Amerike. Druhy kávy sa potom delia na jednotlivé odrody. Tie väčšinou dostávajú meno podľa plantáže a oblasti, kde ju farmári vypestovali. Každá odroda má svoju zvláštnu a špecifickú chuť (Veselá, 2010).

Kto by chcel do kávy investovať musí si uvedomiť, že káva je stimulačným prostriedkom, ktorého dopyt je neelastický, čiže nezávisí od zmien príjmu spotrebiteľov. Investori, ktorí v káve vidia príležitosť a chcú by to tejto komodite alokovať kapitál, mali by svoju pozornosť zamerať na počasie a politické dianie v dvoch najväčších producentoch kávy a tým sú Brazília a Vietnam. Dôležitou oblasťou sú aj príjmy spotrebného sektora, pretože aktuálna kríza v eurozóne ľudí núti skôr šetriť ako si dopriať dúšky kvalitnej kávičky. Napriek tomu sa netreba o spotrebu tejto komodity obávať, keďže existujú jasné signály, že spotreba kávy v rýchlo sa rozvíjajúcich krajinách naberá na intenzite. Príkladom je

nástup kávovej kultúry do Číny, ktorá sa na celosvetovom dopyte minulý rok podieľala 20 % (<http://www.investicne.sk/2012/09/03/ako-investovat-do-kavy/>).

1.1.1. Druhy kávy

Na svete poznáme niekoľko druhov kávy. Niektoré z nich používame na technické účely no a s inými odrodami sa stretávame každý deň. Najznámejšie sú Arabika a Robusta (Veselá, 2010).

Arabika

Arabiku zaraďujeme medzi tie lepšie a kvalitnejšie kávy a práve preto tvorí zhruba 75% svetovej produkcie. Rastie vo vyšších nadmorských výškach medzi 600 až 1800 m.n.m. Tento kávovník je náročnejší na pestovanie, prvú úrodu môže mať až po 6 rokoch. Rastlina dorastá do výšky 3-5 metrov a nevádi jej zmena počasia. Pestuje sa v ideálnej teplote medzi 15-24°C. Arabika obsahuje oveľa menšie percento kofeínu ako Robusta. Chuť Arabiky sa vyznačuje svojou kyslosťou ale veľmi záleží na odrode a na iných ďalších faktoroch, ktoré chuť ovplyvňujú.

Arabika Typica je základný druh Arabiky z ktorej sa vyvinuli ďalšie odrody. Pochádza z Etiópie a rástla na prvých kávových plantážach v Jemene. Typica má kónický tvar a rovný kmeň, dorastá do výšky zhruba 4 metrov. Typica má veľmi nízku produkciu ale za to excelentnú kvalitu.

Arabiku Bourbon vysadili Francúzi uprostred indického oceánu na ostrove Réunion okolo roku 1708. Bourbon produkuje 30% viac kávy než Typica ale jej úroda je menšia než u ostatných odrôd. Má relatívne malé plody, ktoré rastú husto pri sebe. Čerešne rýchlo zrejú a pri dažďoch alebo vetru ľahko a rýchlo opadávajú. Kvalita tejto kávy je excelentná a veľmi podobná Typice. Jej čerešne majú často žltú ale i červenú farbu.

Arabika Caturra je mutácia odrody Bourbon a vyšľachtili ju v Brazílii okolo roku 1930 vedľa mesta Caturra. Má vysokú produkciu a zároveň vysokú kvalitu. Vyžaduje ale veľmi dôkladnú starostlivosť a hnojenie. Jej chuť sa vyznačuje výraznou kyslosťou s jemným telom.

Arabika Mundo Nuovo je prírodný hybrid medzi Typicou a Bourbonom. Túto odrodu objavili v Brazílii. Je to silná a odolná odroda s vysokou produkciou, ale zreje o niečo neskôr než ostatné odrody.

Arabika Maragogype, mutácia *Typica*, ktorá taktiež bola nájdená v Brazílii. Je to veľká a vysoká rastlina s nízkou produkciou. Jej zrná sa vyznačujú najväčšou veľkosťou a preto Maragogype radíme medzi najväčšie kávové zrná na svete.

Arabiku Pacamaru vyšľachtili v roku 1958 v El Salvadore a poznáme ju podľa výraznej kvetinovej arómy s korenenými tónmi. Telo má veľmi jemné.

Arabika Geisha patrí v posledných rokoch medzi najžiadanejšie odrody kávovníkov. V roku 1931 ju objavili v lesoch v juhozápadnej Etiópii. Farmári ju pestujú vo vyšších nadmorských výškach. Tento kávovník dorastá do väčších výšok. Geishu poznáme podľa jej sladkosti a tónov lesného ovocia.

Robusta

Pokiaľ bežne nakupujeme v supermarketoch, tak si kupujeme práve Robustu, ktorá patrí medzi tie lacnejšie a menej kvalitné kávy. Robusta rastie v nižších nadmorských výškach, a to v 200 až 600m.n.m. Kávovník môže dorastať do výšky 13-15 metrov a pre ideálne pestovanie si vyžaduje teplejšiu a stabilnejšiu klímu s teplotou 24-29°C. Robusta je ale omnoho menej náročná na pestovanie než Arabika. Svoju prvú úrodu máva po 2 až 3 rokoch. Ako rastlina je Robusta omnoho odolnejšia voči chorobám a obsahuje 3 krát viac kofeínu ako Arabika. Chuť Robusty je nezameniteľná, pretože má často horkú chuť. Pri Robuste cítime i veľmi silné a zemité telo. Chemicky má úplne inú štruktúru ako Arabika a preto má aj inú chuť. Veľký rozdiel medzi Arabikou a Robustou môžeme spozorovať už u samotných zrníek. Zrnko Arabiky je ploché a oválne a väčšinou má uprostred zrnka ryhu zahnutú do tvaru S. Zrníčko Robusty je vypuklejšie a má okrúhly tvar a je horšej kvality.

Výberová káva

Každý z nás dáva prednosť inej chuti. Niektorí majú rád výrazné kyslé chute Arabiky a iní pije radšej viac horkú kávu, najčastejšie zmes. Pokiaľ chodíme nakupovať len do obchodného domu alebo do potravín, kupujeme bežnú kávu, to znamená predovšetkým Robustu. Tá je omnoho lacnejšia než Arabika preto sa s ňou stretneme na každom kroku. Výberovú kávu kúpime v špecializovaných obchodoch alebo v coffee shope. Len tam zoženieme čerstvú a kvalitnú kávu. Výberová káva musí spĺňať množstvo dôležitých kritérií. Na začiatku záleží hlavne na mieste kde sa takáto káva pestuje. Obsah živín v pôde a počasie veľmi silno ovplyvňuje chuťový profil kávy. Ďalej je dôležitý spôsob zberu pri ktorom sa zbierajú jednotlivé zrelé kávové čerešne. Nazbieranú kávu potom farmári spracovávajú

suchým alebo mokrým spôsobom. Už takáto zelená káva prechádza rôznymi testami kvalitou a triedením a nakoniec degustáciou a až po upražení smeruje do našej šálky. Pre výberovú kávu existuje aj špeciálne ocenenie, CUP OF EXCELLENCE. Získavajú ho farmári z rôznych plantáží po svete za chuť určitej úrody. Vzorky rôznych odrôd káv hodnotí degustačná porota. Existujú tisíce rôznych druhov výberovej kávy. Často sa táto káva pestuje na malých plantážach. Všeobecne platí že pri vyššej nadmorskej výške je kvalita kávy väčšia, pretože má dlhší čas na zrenie. Vo vyšších polohách sú totiž teploty nižšie a tým pádom kávové čerešne zrejú dlhšie čo spôsobuje komplexnejší obsah cukru a vyššiu kyslosť.

1.1.2. Zber a spracovanie kávy

Po dozretí plodov kávovníka prichádza na rad zber. Zber tvorí najväčšiu časť z výslednej ceny za zelenú kávu. Doba zberu závisí na zemepisnej polohe. Z krajín okolo rovníka, kde je veľmi stabilná klíma sa káva zbiera behom celého roka. Na sever od rovníka prebieha zber väčšinou od septembra do decembra a na juhu hlavne v apríli až do mája. Zber začína v nižších nadmorských výškach, pretože tam kávové zrná zrejú omnoho rýchlejšie. Potom farmári postupujú do vyšších polôh. Kávy z nižších polôh sú lacnejšie a tým pádom aj menej kvalitné. Vo vyšších polohách zrejú kávové čerešne pomalšie a preto obsahujú viac cukru a majú viac času na vstrebanie ho do zrn. Celý zber v rôznych polohách trvá okolo 6 až 8 týždňov. Existuje aj niekoľko možností ako kávové zrná pozbierať (Veselá, 2010).

Ručný zber: Výberovú kávu zbierajú farmári hlavne týmto spôsobom, čiže ručne. Zbieranie jednotlivých plodov trvá dlhšie než u ostatných metódach zberu. Preto je takto zbieraná káva drahšia, ale je samozrejme kvalitnejšia. Pri tomto spôsobe zberu farmári nepoškodzujú ani kávovníky, ani zelené ešte nezrelé plody. Dokonca obmedzia možnosť pozbierania zlých plodov, ktoré potom môžu veľmi jednoducho skaziť celú úrodu. Farmári dobre zrelé a kvalitné plody presne poznajú a takto zaručia naozajstnú kvalitu kávy. Farmári postupne otrhávajú jeden kávovník niekoľkokrát v rozmedzí 8 až 10 dní, keď postupne dozrievajú aj plody, ktoré na začiatku ešte neboli úplne zrelé. Túto metódu využívajú hlavne v Strednej a Južnej Amerike, Etiópií, Keni a v Indii.

Česanie: Je ďalšia možnosť ručného zberu tzv. stripping. Farmári si zoberú do ruky celý konár. Začínajú od kmeňu kávovníka a až po okraj konára strhnú všetky plody, ktoré sú na konári zrelé naraz do obrovského koša. Táto metóda je rýchlejšia, ale už nie je veľmi obozretná k samotným kávovníkom. Zbytočne tak zbierajú i zelené, nezrelé plody. Nazbierané plody preto musia ešte farmári vytriediť. Strippingom zbierajú kávové plody hlavne v Brazílii.

Strojový zber: Využíva sa vo veľkých množstvách na kávových plantážach v nižších nadmorských výškach, kde je rovná pôda. Stroj na zber kávy vyzerá ako kombajn, ale má radlice po stranách, ktorými kávu zbiera. Tento špeciálny stroj jazdí cez kávovníky alebo medzi riadkami vysadených kávovníkoch a strháva všetky kávové višne i listy. Tento spôsob má také isté výsledky ako stripping, len je o niečo rýchlejší. Je veľmi nešetrný ku kávovníkom a k samotným plodom. Ešte k tomu aj zbytočne strháva zelené plody, ktoré mohli ešte ďalej zrieť. Tento spôsob zberu je omnoho lacnejší než ručný, ale je veľmi drastický. Využívajú ho najmä v Brazílii a v Austrálii.

Nazbierané kávové čerešne farmári na plantážach ďalej spracovávajú. Spracovanie kávového zrna má veľký vplyv na chuť kávy, ale i na jej cenu. Existujú dve metódy spracovania kávy a to suchým alebo mokrým spôsobom.

Suché spracovanie: Táto metóda je jednoduchšia a finančne menej náročnejšia než metóda spracovania mokrým spôsobom. Je to taktiež i najstaršia metóda spracovania kávy. Kávové zrnká ihneď po zbere roztrúsia po zemi alebo na betónových podlahách a to rovnomerne tak, aby ku všetkým zrnkám sa dostal vzduch a slnečné lúče. Pôsobením týchto faktorov kávové zrná postupne schnú. Farmári musia plody pravidelne obracať a prehrabávať, aby všetky zrníčka uschli rovnomerne. Na noc plody prikrývajú, aby sa k nim nedostala vlhkosť a zrnká nezačali fermentovať. Na niektorých plantážach ručne prehrabávajú kávové zrníčka, niekde zase traktorom, inde za pomoci koňa. Priebeh sušenia trvá až 1 mesiac od odtrhnutia z kávovníka. Na niektorých plantážach preto používajú mechanické sušičky aby urýchlili proces sušenia. Po usušení nasleduje zbavenie sa kávovej šupky pomocou lúpacích strojov. Kávové zrnká majú po olúpaní ešte jednu vrstvu – pergamen. Zrná znova triedia podľa veľkosti a kvality. Túto prácu zastávajú hlavne ženy. Zrníčka kávy, ktoré farmári spracujú touto metódou majú silnejšie a výraznejšie telo. Rôzne látky sa zo šupky a dužiny behom mesiaca postupne uvoľňujú a preniknú do samotného zrnka. V takej káve nájdeme napr. sladké, medové, orieškové a čokoládové chute. Usušené kávové zrnká po vylúpaní mesiac až dva odpočívajú a potom putujú do celého sveta.

Mokrú spracovanie: Tento spôsob spracovania je omnoho náročnejší než suchý, ale vo výsledku je z neho získaná často oveľa kvalitnejšia káva. Vďaka niekoľkým postupom behom spracovania, dochádza k výberu naozaj kvalitných zŕn veľmi šetrným spôsobom. Mokrý spôsob využívajú na plantážach pre kvalitnejšie zrná hlavne arabiky. Kávové čerešne sú najskôr premývané vodou v špeciálnych nádržiach, kde sa oddeľujú ľahké a nedozreté plody od zrelých a ťažkých plodov. Ihneď po premytí vo vodných kadiach a selekcií sa pri tomto spôsobe spracovania odstraňuje vrchná šupka a časť dužiny. Dôležité je aby k odlupnutiu

prišlo do 24 hodín od zberu. Neskôr šupka s dužinou prischnú k zrnkám a nejde ich už tak ľahko odstrániť, dokonca pri lúpaní môže dôjsť k poškodeniu samotného zrna. Olúpané zrná putujú do ďalších nádrží tzv. kvasných. V zrnách v kvasných nádržiach prebieha proces, ktorý nazývame fermentácia. Je to proces, pri ktorom enzýmy uvoľňujú zostávajúcu lepkavú vrstvu. Dĺžka fermentácie môže trvať až 36 hodín. Pokiaľ by fermentácia trvala príliš dlho, zrnká by mohli začať hniť. Zopár zrníček vie pokaziť celú várku. Po tomto procese spracovania sa potrebujú kávové zrná usušiť. Obsahujú ešte zhruba 50% vlhkosti a tú je treba znížiť aby sa zrnká mohli dobre uskladniť a nesplesnivieť pri tom. Zrnká sa následne sušia asi 14 dní. Na veľkých plantážach zrnká sušia pomocou stroja a teplého vzduchu. Druhou možnosťou je sušenie na slnku. Zrnká po spracovaní rozmiestnia na betónových podlahách tak isto, ako pri suchom spôsobe. Proces spracovania touto metódou je oveľa náročnejší a ešte k tomu sa pri ňom spotrebuje obrovské množstvo vody. Na 1 kg zelenej kávy spotrebujú farmári 130-150 l vody. Nádrže musia pracovníci každý deň dôkladne čistiť a stále meniť vodu. Preto si tento spôsob nemôžu dovoliť na všetkých plantážach. Kávy spracované mokrým spôsobom chutia veľmi sviežo, ovocne, kvetovo a oveľa viac kyslejšie, než u kávy spracovanej suchým spôsobom.

1.1.3. Spotreba kávy samotnými spotrebiteľmi a jej cena

Spotreba kávy vo svete stále rastie, avšak vzhľadom na meniacu sa klímu budú milovníci kávy potrebovať ďalšiu Brazíliu, najväčšieho producenta a vývozcu tejto komodity, aby sa vyhli nedostatku obľúbeného nápoja. Tieto vyjadrenia vypovedali zástupcovia tohto priemyslu, ktorí sa zišli v Miláne na Svetovom fóre pre kávu. Rastúca spotreba, ktorú v poslednom období ťahajú najmä rozvíjajúce sa trhy, spôsobuje, že globálna produkcia bude musieť v nasledujúcom desaťročí vzrásť o ďalších približne 40 až 50 miliónov 60-kilogramových vriec kávy. To je viac, než predstavuje celková úroda v Brazílii. K rastúcej spotrebe sa navyše pridávajú ďalšie dva nepriaznivé faktory. Tými sú klimatické zmeny a ceny komodity, ktoré odrádzajú farmárov od zvyšovania rozlohy kávových plantáží (TASR, 2015, <http://ekonomika.sme.sk/c/8024186/spotreba-kavy-rastie-v-dosledku-zmeny-klimy-hrozi-jej-nedostatok.html>).

Ešte v auguste švajčiarska spoločnosť Volcafé uviedla, že v sezóne 2015/2016 by schodok v produkcii kávy mal dosiahnuť okolo 3,5 milióna vriec. V predchádzajúcej sezóne deficit predstavoval 6,4 milióna vriec, keď produkciu kávy v Brazílii v roku 2014 zasiahlo dlhotrvajúce sucho. Výsledkom bol rast cien kávy Arabica na newyorskej burze o 50 %. Od roku 2015 sa ceny o 27 % znížili, najmä po tom, ako kurz brazílskej meny oproti doláru

prudko klesol. To zvýšilo záujem o export kávy z Brazílie. Celosvetová spotreba kávy by podľa analytikov mala do roku 2020 vzrásť približne o tretinu na 200 miliónov vriec. Na porovnanie, tento rok je produkcia ustálená na úrovni 144 miliónov vriec. Analytici však nevylučujú dosiahnutie rovnováhy na trhu, a to zhruba do roku 2030, ale len v prípade, že malí farmári budú schopní dovedy zvýšiť svoju produktivitu (TASR, 2015, <http://www.teraz.sk/ekonomika/spotreba-kavy-rastie-v-dosledku-zmeny/158784-clanok.html>).

Trh s kávou je cyklický a cenu kávy ovplyvňuje počasie spoločne s investíciami. Vďaka počasiu a investíciám na trhu môže vzniknúť prebytok tejto poľnohospodárskej komodity. Vtedy cena klesne. Ak po sebe bude nasledovať niekoľko rokov, kedy bude cena kávy nízka, farmári sa prestanú káve venovať. Spoločne so zlým počasím dôjde k nedostatku na trhu, čo vyvolá rast cien a znova sa o produkt zvýši záujem. Burzovú cenu kávy totiž výrazne ovplyvňuje práve počasie, od ktorého závisí úroda tejto plodiny. Čo sa týka importu, vo svete najviac kávy dováža USA s dodávkou presahujúcou dva milióny šesťdesiatkilových balení mesačne. Priemerný Američan podľa najnovších zistení vypije denne až tri kávy. V Európe najviac kávy dovážajú Nemci, za nimi Taliani a v tesnom závесе Belgičania. Na Slovensku sa za posledný štvrtrok minulého roka vývoz zvyšoval, čo dokazuje, že Slováci pijú kávy stále viac. Stále však nestačíme na našich českých susedov. Napriek tomu, že nemáme veľký trh, dovážame však kávy stále viac (TASR, 2011, <http://www.investicne.sk/2011/09/23/trh-s-kavou-skrys-pred-recesiou/>).

1.2. Z plantáže do pražiarne

Praženie je proces, pri ktorom zrnko mení svoju štruktúru. Vyžaduje si to veľké skúsenosti a vedomosti. Praženie kávy nie je vôbec jednoduché. Každá káva potrebuje inú teplotu a inú dĺžku praženia. Teplota praženia sa v priebehu tohto procesu mení. Pražiar u každej kávy najskôr upraží malé množstvo na malej pražičke. V tejto malej pražičke proces praženia prebieha zhruba 8 až 12 minút. Takáto upražená káva sa následne degustuje. Výslednú chuť kávy ovplyvňuje teplota, prívod vzduchu, rýchlosť pohybu zrna v pražičke a doba praženia. Pražiar musí pre kávu nájsť ten najlepší profil, čo znamená nájsť ideálny postup teploty a času. A práve v tomto je to kúzlo. S profilovaním káv musíme mať dlhoročné skúsenosti, inak veľa kávy vyjde na zmar. V tejto modernej dobe avšak proces praženia robia počítače. Pražiar v priebehu celého praženia kávu stráži, podľa potreby prispôsobuje teplotu, množstvo vzduchu a dĺžku praženia. Kávu hodnotíme podľa farby a vône. Vôňa je naozaj veľmi dôležitá. Pražička sa skladá z niekoľkých dôležitých častí. Hore má lievnik, cez ktorý pražiar sype zelenú kávu. Pražičky existujú aj malé aj veľké, podľa toho tvorí objem kávy

nasypanej do pražičky. Ešte predtým než sa do nej nasypú zelené kávové zrná, musí byť pražička zahriata. Zelené zrnká putujú do bubnu, ktorý sa točí po celú dobu praženia. Vďaka nemu pražička upraží všetky zrnká rovnomerne. V bubne sa zrnká pražia horúcim vzduchom a teplom. Celý tento proces trvá 10 až 15 minút. Zrnká pri pražení stratia časť svojej hmotnosti, pretože sa z nich odparuje voda. Okrem straty hmotnosti, zrnká začnú meniť farbu zo zelenej na hnedú. Po zhruba 9 minútach budeme počuť puknutie kávového zrna nazývaný crack. K tomuto puknutiu dochádza lebo zrnko zväčšuje svoju veľkosť. Až po prvom cracku je káva použiteľná a v zrnku sa začínajú diať dôležité chemické procesy. Objavujú sa cukry, ktoré sa postupne skaramelizujú a taktiež postupne ustupuje kyslosť. Pri ideálnom pražení ucítite vo výslednej káve chuť samostatnej odrody. Po ďalších 5 minútach počujeme druhé puknutie tzv. second crack. Pokiaľ sa zrnká pražia dlhšie než do druhého puknutia, sú potom prepálené. Prepražená káva chutí horko a cítime len silu praženia, žiadne pôvodné a originálne chute odrody kávy. V severných krajinách dávajú prednosť jemne praženejkáve a proces praženia zastavujú chvíľku po prvom cracku. Oproti tomu Taliani a Španieli nechávajú dôjsť kávové zrná až do momentu druhého cracku.

V skratke by sa dalo povedať, že pri svetlom pražení je výraznejšia kyslá chuť, pri strednom stupni sú to sladké a čokoládové tóny a pri tmavom pražení je to zase výrazná horká chuť. Upražené kávové zrnko sa musí hneď schladiť v chladiči. Zrnká sa musia rýchlo schladiť, aby v nich už ďalej neprebiehali chemické procesy. Pri chladení sa zo zrníek vyparuje dokonalá vôňa. Po schladení zrnká putujú do špeciálnych tankov, kde sa káva musí niekoľko dní odležať.

1.3. Príprava kávy

Kávové zrnká sú skoro na konci svojej dlhej cesty. Teraz čakajú len na to, aby sme mohli čo najlepšie využiť ich potenciál. Existuje niekoľko spôsobov, ako to urobiť a ako si ich správne pripraviť.

Ďalším krokom po upražení kávy je jej mletie. Je to veľmi podstatný moment, pretože tým ovplyvníme všetok ďalší postup a hlavne správnu extrakciu kávy. Pred každou prípravou musíme kávu správne pomlieť. Jedine správnou hrubosťou namletej kávy docielime naozaj kvalitnú kávu. Ako už všetci vieme, jednou z vlastností zrníek kávy je pohlcovať vlhkosť a všetky okolité pachy. Preto by sme si mali kupovať kávu v menších baleniach a vždy čerstvú. Po otvorení obalu začína hneď pracovať. Čím dlhšie zostane balenie otvorené, tým viac káva stráca svoju arómu a kvalitu. Kyslík a čiastočne i svetlo patria medzi najväčších nepriateľov upraženej kávy.

1.3.1. Espresso

Espresso je emulzia rôznych tukov a olejov a má hustejšiu konzistenciu. Klasické a pravé espresso existuje len jedno. Pre mnoho ľudí znamená espresso veľká šálka plná vody. Stále viac ľudí už ale vie, že espresso je len taká malá šálka, naplnená do polovice. Označenie takejto šálky ako piccolo nie je správne. Pokiaľ prideme do Talianska a objednáme si piccolo, nikto vám nebude rozumieť. Espresso poznáme podľa krásnej krémovej peny na povrchu vysokej niekoľko milimetrov. Kréma je orieškovo-čokoládovo sfarbená. Podľa farby tejto peny je poznať, ako bola káva upražená a čo všetko prebiehalo pri extrakcii. Mala by byť hladká, bez veľkých bubliniek a po rozhrnutí lyžičkou by sa mala vrátiť späť. S espressom sa spája aj jeho vôňa, ktorá sa vyznačuje čokoládovými, karamelovými, ovocnými či kvetinovými tónmi. Veľmi záleží na odrode alebo zmesi. Espresso má svoje telo a pri ochutnaní cítite rozmanité tóny. Každá káva chutí úplne inak. Chuť je veľmi individuálna a záleží na odrode, či na stupni praženia. Hlavné chute sú sladkosť, horkosť a kyslosť a veľmi dôležitá je vyrovnanosť medzi nimi. Chuť a vôňu espresso ovplyvňuje taktiež šálka do ktorého kávu pripravujeme. Plnosť espresso docielime nahriatymi šálkami. Porcelánové a hrubostenné šálky krásne držia teplo. Teplota šálky má vplyv i na množstvo krémovej peny na povrchu espresso. Intenzívna aróma vzniká v zaoblených šálkach odkiaľ nemôže hneď utiecť. Z rovných alebo veľmi otvorených šálkach aróma vyprchá rýchlejšie. Espresso má svoje presné parametre, podľa ktorých ho musíme pripraviť aby to bolo to pravé espresso. V Taliansku dokonca existuje aj Národný inštitút kávy, ktorý určil presné parametre pre jeho prípravu. Espresso pripravujeme zo 7-8 gramov čerstvo pomletej kávy, má objem 25-35 ml a tečie od 20 do 30 sekúnd. Medzi ďalšie parametre patrí tlak, ktorý má mať 9 barov a teplota vody, ktorá má byť v rozmedzí 90-95°C. Klasické espresso je úplným základom pre všetky ostatné kávy a nápoje z neho pripravené. Termín espresso vznikol zo slova express ako nápoj, ktorý servírujeme zákazníkovi hneď po jej príprave (Veselá, 2010).

1.3.2. Alternatívne spôsoby prípravy kávy

Chemex

Je v zásade upravená Erlenmeyerová nádoba z borosilikátového skla spojená s lievikom do tvaru presýpacích hodín. Tento prostý a čistý design je dielom doktora Petra Schumbohma, ktorý ho svetu predstavil v roku 1940 v USA. Behom 3 rokov si nový vynález vydobyl miesto v prestížnej kolekcii moderného designu MOMA a bol uvedený i na stránkach amerického časopisu Times. Peter Schumbohn sa narodil v Nemecku, kde vyštudoval chémiu

a psychológiu na Berlínskej univerzite. V 30. rokoch emigroval do USA na Manhattan, kde získal povest' veľkého bohéma a excentrika, ktorý viedol hédonistický život, no predovšetkým, neustále vymýšľal nové vynálezy. Jeho nápady vznikali vedecky a v laboratóriu. Počas celej kariéry skonštruoval 300 zaujímavých vynálezov, ktoré však mali len malú šancu na úspech.

Chemex krásne vyzerá a veľmi ľahko sa čistí. Od ostatných kávovarov a prístrojov sa líši tým, že do neho vkladáme papierový filter. Úzku časť chemexu rozdeľuje drevená časť pripevnená koženou šnúrkou. Práve preto sa chemex tak príjemne drží a ešte k tomu sa nepopálime o teplú kávu. Do vrchnej časti sa vkladá filter s kávou. Chemex je naozaj veľmi nenáročná metóda na prípravu dobrej kávy (Veselá, 2010; <http://www.filtrovanakava.cz/chemex/>).

French press

Americký excentrik Benjamin Thompson navrhol v roku 1806 prvú verziu svojho francúzskeho kávovaru. French press funguje na princípe oddelenia vzniknutého sedimentu od samotného nápoja. Ale za prvým oficiálnym patentom french pressu tak ako ho poznáme dnes však prekvapivo nestál Francúz ale Talian z Milána. Bol to Attilio Calimani, ktorý použil v roku 1929 pre výrobu svojho french pressu kombináciu kovu a skla. Prvé dochované správy o príprave kávy vo french presse, ktorá sa dá porovnať s tou dnešnou sa objavili v prvej polovici 19. storočia a pochádzali z francúzskeho regiónu Provence. Behom 4 rokov sa jeho patent dočkal komerčnej verzie v podaní Faliera Bondanini. Pod značkou Melior bol uvedený na milánskom medzinárodnom veľtrhu a okamžite slávil úspech. Metóda prípravy kávy vo french pressu patrí medzi tie najjednoduchšie. Niektoré kávy pri príprave vo french presse dokonca vyniknú oveľa viac než pri iných spôsoboch prípravy. Na výrobu kávy potrebujeme viac nahrubo namletú kávu. Kávu vo french presse by sme mali zalievať vodou ktorá má 92 až 96°C. Chut' ovplyvňuje taktiež doba extrakcie ktorá nesmie presiahnuť 3 až 4 minúty (<http://www.frenchpress.cz/>).

Aeropress

Za vynálezom aeropressu stojí pán Alan Adler z americkej spoločnosti Aerobie. Ten v roku 2005 prišiel na trh s patentom jednoduchého aparátu, pomocou ktorého ide skoro kdekoľvek pripraviť vysoko kvalitnú kávu. Aeropress je vyrobený z polykarbonátu, je praktický, nerozbitný, ľahký, nenáročný na údržbu a predovšetkým veľmi lacný. Káva z aeropressu je filtrovaná pomocou vzduchu cez malý papierový filter. Aeropress je veľmi

podobný French pressu s tým rozdielom, že tu hrá svoju rolu práve tlak a filtrácia cez papierový filter. Aeropress sa skladá z niekoľkých častí. Z plastového valca, piestu a sitka s papierovým filtrom. Káva z aeropressu má plnšie telo a silnejšiu chuť než káva z french pressu ale zároveň nie je tak výrazne silná ako káva z vacuum potu. Extrakcia v aeropresse trvá do 2 minút takže sa do výsledného nápoja nestihne rozpustiť príliš kofeínu a taktiež len malé množstvo spálených karamelov. Preto káva z aeropressu nie je horká a môžeme si ju vychutnať aj viackrát za deň. Pri extrakcii tlačíme pomaly na piest, ktorý vytvára mierny tlak a práve vďaka tomu prebieha extrakcia kávy. Kávu extrahujeme cez veľmi kvalitný papierový filter. Vďaka tomuto filtru nepadajú do kávy žiadne nečistoty. Nápoj pripravený v aeropresse chutí veľmi vyrovnane pretože všetka pomletá káva je po celú dobu extrakcie v kontakte s vodou. Príprava kávy cez tento spôsob je obrovská zábava a preto si ho zamilovalo kopec baristov a svoju zručnosť v príprave kávy cez tento spôsob si dokazujú na Majstrovstvách Slovenska odkiaľ postupujúci sa zúčastní Majstrovstiev sveta (<http://www.aeropress.cz/>).

Vacuum pot

Vlastný vývoj tohto nového typu kávovaru bol úzko spojený s meniacim sa pohľadom na kávu ktorá už na konci 17. storočia pomaly prestáva byť výhradne exkluzívnou surovinou na kráľovských palácoch, ale dostáva sa aj do bežných domácností. Tento rozkvet zapríčinil medzinárodný obchod a rozšírenie pestovania kávy do celého sveta. Madame Vassieux z Lyonu, ktorá v roku 1842 si patentovala Vacuum Pot, ktorého design bol skoro nerozoznateľným od dnešných modelov. Iba okrasné ornamenty boli vynechané v prospech funkčnosti. „Francúzsky balón“, ako bol autorkou podľa tvaru pomenovaný, sa okamžite stal populárny a vyhľadávanou súčasťou každého salónku. Behom nasledujúceho storočia sa vákuové kávovary stali najpoužívanejšou modernou metódou prípravy kávy na svete. V roku 1835 si patentoval pán Loeff z Berlína prvý sklenený vákuový kávovar.

Veľkej obľube sa teší hlavne v Japonsku. Príprava kávy vo vacuum pote patrí medzi tie najefektívnejšie spôsoby a zároveň pripraví veľmi kvalitnú kávu. Tento kávovar sa skladá z dvoch sklenených baniek, ktoré spojuje trubica a oddeľuje filter. Niektoré vacuum poty majú sklenený filter. Má výhodu v tom, že ho nemusíte nikdy vymieňať ale horšie sa s ním pracuje. Druhou možnosťou sú látkové filtre, naktore sa môžeme viac spoľahnúť (<http://www.vacuumpot.cz/historie.html>).

1.4. Kávová kultúra vo svete

Prvé kaviarne sa objavili v Mekke už v stredoveku a rýchlo sa rozšírili do celého arabského sveta. Okrem pitia kávy sa v týchto podnikoch hral šach, vymieňali sa novinky alebo sa počúvala hudba spievalo sa a tancovalo. V kaviarňach sa dohadovali obchody, ale robila sa tam aj politika. Nečudo, že sa stali čoskoro trňom v oku vládcov a boli zakazované. Zákazy sa opakovali a striedali s povoleniami. Niektorí panovníci kaviarne aj zdaňovali. Keď sa káva rozšírila aj do Európy, tiež sa stala terčom zákazov najmä cirkvi, ktorá tento nápoj považovala za nekresťanský. Až keď kávu ochutnal pápež Klement VIII na začiatku 17. storočia, zachutila mu a udelil káve milosť. Kaviarne sa postupne rozšírili po celej Európe, najmä vo veľkých mestách. Neboli to čisté obchody ako dnes, ale preplnené, zafajčené, hlučné podniky plné kávovej vône. Ešte aj vonku ste cítili vôňu praženej kávy. Kultúra pitia kávy je v Európe odlišná. Preto existujú rôzne zvyky a tradície v daných krajinách pri konzumovaní kávy (<http://www.cafepoint.sk/blog/pestra-kavova-kultura-odolava-retazcom>):

Viedeň

Vo Viedni prvú kaviareň otvoril poľský dôstojník Jerzy Franciszek Kultzycki v roku 1683 tesne po tom, ako hlavné mesto Rakúska ohrozovali Turci. Legenda hovorí, že vojaci našli po ustupujúcich Turkoch vrecia so zvláštnymi zrnami, o ktorých si mysleli, že sú potrava pre ťavy a chceli ich spáliť. Vrecia sa dostali do rúk Kultzyckému, ktorý žil v Turecku a kávu spoznal. Čoskoro si otvoril vo Viedni kaviareň. Jeho podnik bol úspešný a on na káve zarobil. Zaviedol napríklad sladenie kávy a pridávanie mlieka do tohto nápoja, čo sa neskôr stalo základom slávnej Viedenskej kávy.

Dnes vo Viedni nájdete množstvo kaviarní, ale typická viedenská je taká, kde sa povalujú noviny, ku káve dostanete pohár vody na tácke a ešte nejakú sladkosť navyše. Klasické Viedenské kávové podniky majú stoličky od Thoneta a podávajú jablkovú štrúdlu či lineckú tortu.

Taliansko

Do Talianska priniesli kávu Benátčania už v 17. storočí. Odvtedy sa kávová kultúra v tejto krajine rozvinula a vyváža sa do celého sveta. Taliani vypijú ročne 33 miliárd šálok kávy čo na jedného človeka vyjde spotreba na cca 600 šálok. Kávová kultúra je tu veľmi rozvinutá a počet rodinných pražiarní a kaviarní je enormný. Práve Taliansko dalo svetu pojem talianske espresso, cappuccino či ristretto. Prvé profesionálne prístroje na prípravu espressa na

svete boli vyrobené začiatkom 20.storočia v Miláne. V roku 1945 vynášiel Talian A. Gaggia pákový prístroj. Príprava espressa zaručuje vysokú mieru arómy a plnú, bohatú chuť.

Taliani majú aj svoje pravidlá pitia kávy. Kávy s mliekom ako cappuccino, caffè latte, latte macchiato pijú iba ráno a nikdy nie po jedle. Opýtať sa na kávu s hocijakou príchuťou je pre Talianov barbarstvom. V Taliansku existujú aj rozdiely v cene kávy. Ak ju pijete po stojačky pri bare vyjde vás šálka lacnejšie, ako keď si ju vychutnáte pohodlne pri stole.

Francúzsko

Popíjanie kávy v mnohých kaviarňach na parížskych námestiach je pre turistov i miestnych obyvateľov samozrejmosťou. Uvedený zvyk však má aj svoj pôvod. V Paríži sa káva objavila v roku 1657. Najskôr ju predávali pouliční predavači v malých obchodoch a stánkoch. Prvú ozajstnú kaviareň otvoril pán Procopio di Cultelli v roku 1686. Kaviareň bola veľmi populárna kvôli svojej elegancii a kvôli stretávaniu slávnych osobností. Do roku 1720 bol Paríž domovom 380 kaviarní a o 150 rokov neskôr ich už bolo cez 3000. Mnohé z nich fungujú až dodnes.

Spotreba kávy vo Francúzsku dosahuje v posledných rokoch okolo 180 000 ton ročne. Na rozdiel od Talianov, Francúzi dávajú prednosť slabšej káve. Vo Francúzsku je káva tiež dôležitá, ale nie až tak ako jedlo. Preto sa s ním spája. Ráno sa káva pije s croissantom alebo s bagetou a džemom. Káva má svoje miesto aj po obede či večeri, ale stále s dezertom. Vo Francúzsku ale zaplatíte viac ak sedíte na kávičke pred kaviarňou s výhľadom na ulicu, ako keď si ju vychutnáte v intimite podniku vo vnútri.

Veľká Británia

Angličania sú preslávení svojou čajovou kultúrou. V spotrebe čaju si Anglicko odnáša po Írsku druhé miesto na svete. 80% káv sa vo Veľkej Británii spotrebuje v instantnej podobe a 11% z celkového množstva pripadá na kvalitnú kávu.

Škandinávia

5,7 miliónov fínskych spotrebiteľov kávy konzumuje ročne v prepočte neuveriteľných 12 kg na obyvateľa. Fínsko zastáva v tomto ukazovateli prvú priečku na svete. Fínski konzumenti sú veľmi nároční na kvalitu a skoro vôbec nepijú instantnú kávu. Miestne pražiarne dovážajú výhradne arabiku z Kolumbie, Brazílie, Kostariky, Guatemaly, Nikaraguy a Mexika. Taktiež ani Nóri, Švédi a Dáni nezaostávajú a sú veľkými konzumentmi kávy.

Nemecko

Pokiaľ ide o celkovú spotrebu kávy, Nemecko je po USA druhým najväčším spotrebiteľom na svete. V spotrebe na hlavu je však až na 8. mieste. Priemerne Nemci vypijú každý deň 4 šálky kávy.

Česká republika

Českí spotrebiteľia dávajú prednosť káve aromatickej, plnej, silnej a horkej, prípadne ľahko osladenej. Kyslá chuť im je cudzia. Prevažuje príprava kávy na „turka“. Takáto káva sa pripravuje z veľmi jemne pomletých kávových zŕn, ktoré sa zalejú horúcou vodou. Aj keď táto metóda prípravy nie je najsprávnejšia, Česko ako krajina má rozvinutejšiu kávovú kultúru než my. Svedčí o tom aj fakt, že v krajine sídli oveľa viac podnikov a kaviarní, kde vedia správne pripraviť kvalitnú kávu. Dospelý človek vypije priemerne jeden šálok kávy za deň, čo znamená ročnú spotrebu na dva až tri kilogramy na osobu. Najväčšími konzumentmi sú údajne obyvatelia Prahy, ktorí vypijú celých 14% zo všetkého spotrebovaného množstva.

Japonsko

Je jedinou zemou na svete, ktorá slávi Deň kávy, a to 1. októbra. Espresso a cappuccino sa tu takmer nepijú, pretože Japonci dávajú prednosť radšej svetlejšej praženej káve vhodnej na prípravu kávy cez alternatívy.

Amerika

V USA bola ešte dlho po druhej svetovej vojne obľúbená iba varená či filtrovaná káva, ktorú vám neustále dolievali do veľkých pohárov. Nová kávová kultúra sa začala šíriť v 70. rokoch zo Seattlu. Tam vznikla firma Starbucks, ktorá začala okrem varenej kávy ponúkať aj espresso a nepomletú zrnkovú kávu. Spolu s príjemným prostredím, dobrou hudbou a skvelým marketingom sa spočiatku malá firma stala celosvetovým reťazcom. Vyplatila sa im aj idea spojenia kaviarne s veľkými kníhkupectvami ako Barnes&Noble v USA. Prelistovať si knihu pri káve priamo v kníhkupectve sa zákazníkom páči a zisk z toho má jednak kaviareň ako aj kníhkupectvo.

Najčastejšie konzumovanou kávou v USA stále zostáva espresso. Počet mobilných predajní, ktoré espresso ponúkajú neustále rastie a preto sú populárne tieto nápoje do pohárov a odniesť si ich zo sebou. V súčasnosti existuje ale veľké množstvo obyvateľstva, ktorá dáva prednosť kvalitnej káve. Takúto kávu konzumujú hlavne mladí a dobre platení ľudia.

Americká kávová asociácia zastáva názor, že rarity z určitých plantáží bude ďalej získavať navýzname a preto podiel kávy na trhu porastie.

1.5. Kávová kultúra na Slovensku

Pre mnohých z nás je táto téma naozaj na zamyslenie. U nás sa kávová kultúra ešte len začína rozvíjať. Myslíme si, že viac ako pol národa pije stále klasickú zalievanú „tureckú“ kávu. Je to zmes zomletej kávy zaliata horúcou vodou, ktorá sa extrahuje veľmi dlho. Myslím si, že človek skôr zmení vierovyznanie ako spôsob pitia kávy. No a potom nečudo, že je potrebná operácia v priemere u každého tretieho Slováka v pokročilom veku. Slováci radšej odovzdajú peniaze poisťovniam, akoby investovali do svojho duševného zdravia.

Síce sa začalo pomaly u nás piť espresso, ale jeho kultúra u nás nie je vôbec dobrá. Pod týmto pojmom totiž väčšina zo zákazníkov vyžaduje veľkú šálku plnú až po okraj. Naša krajina je stále pod talianskym vplyvom, pretože v každej druhej kaviarni narazíme na kávu z Talianska, na ktorú sme už zvyknutí.

Hlavnou príčinou sú ale pozostatky zvykov z čias totalitného režimu, kedy bola najbežnejšou kávou káva zalievaná. Odhliadnuc od jej kvality bol hlavný problém v mletí kávy a zalievaní veľkým množstvom vriacej vody. Prvé kaviarne s espresso strojmi na tieto zvyky nadviazali a v snahe získať väčší objem výslednej kávy nechali cez tzv. páku pretekať príliš veľké množstvo vody. Klasické talianske espresso má pritom iba 30 ml. Výsledkom je nelichotivá skutočnosť, že si Slováci v kaviarňach pýtajú veľké presso či piccolo a dochucujú ho cukrom a mliekom. A možností pitia kvalitnej kávy je pritom oveľa viac.

Talianska kávová kultúra je len jednou z ciest. Najprogresívnejšou je v súčasnosti americká kávová kultúra alebo inak nazývaná americká druhá vlna. Jej základom je príprava espressa a nápojov na jeho báze novým inovatívnym prístupom. Aby bolo espresso čo najlepšie, sleduje sa vstupná aj výstupná gramáž kávy. Objem nie je až taký dôležitý. Optimálny čas extrakcie zostáva na 30 sekundách, no spôsob praženia a mletia sa prispôsobuje. Málokto si uvedomuje, že káva je ovocie a v procese spracovania sa z jej dužiny dostáva do zrna množstvo ovocných chutí. Jednou z nich je aj kyslá chuť, ktorá je v prípade talianskej prípravy kvalitného espressa najvýraznejšia. Americká druhá vlna preto kladie dôraz na filtrovanú kávu a alternatívne spôsoby jej prípravy. Takto pripravená káva má jemnejšiu chuť a jej chuťové prejavy sú oveľa variabilnejšie, neustále sa vyvíjajú.

Objemové množstvo kávy je 2,5 – 3 dcl, čo znamená, že ide o kávu vhodnejšiu na dlhšie vychutnávanie (<http://www.kosicednes.sk/stavili-na-americku-kavovu-kulturu/>)

Kávová kultúra sa rozrastá v podobe množstva kaviární, ktorých je stále viac a hlavne vo veľkých mestách. Ľudia si často objednávajú espresso alebo cappuccino. Ale bohužiaľ iba v niektorých podnikoch ho vedia naozaj dobre pripraviť. Je to práve preto, lebo tí, ktorí si chcú otvoriť kaviareň, nemajú základné vedomosti o tom, ako sa správne pripravujú jednotlivé druhy kávy, a čo všetko treba po technickej stránke zabezpečiť, aby všetko fungovalo ako má. Často sa dokonca stretávame s neodbornosťou, neochotou a aroganciou personálu, nesprávnymi názvami kávových nápojov, zlou prípravou a zlou kvalitou produktov. Espresso musí spĺňať pevne stanovené kritériá a neexistuje vo variantoch malé, veľké alebo piccolo. Názov piccolo je len výmysel, ktorý nájdeme v nápojových lístkoch napísané prekvapivo často. Majitelia nových podnikov by mali myslieť aj na to, že nielen drahý a krásny interiér a technológie robia dobrú kaviareň. Je to taktiež barista, ktorý musí mať poriadne vzdelanie. A na prípravu potrebuje mať kvalitnú kávu. Sú tu ale aj kaviarne, kde to s kávou myslia vážne a pripravujú ju správnym spôsobom a ponúkajú čerstvú výberovú kávu najvyššej kvality. Tá často pochádza z lokálnych pražiarní, no zatiaľ ich je veľmi málo.

K šíreniu kávovej kultúry na Slovensku veľkou časťou prispieva kávová asociácia i baristické kurzy, ktoré umožňujú dozvedieť sa o káve viac. Tieto kurzy sú dostupné pre všetkých. Z vyškoleného pracovníka v kaviarni sa stáva barista, ktorý by mal informovať zákazníkov a tým pomáhať rozširovať správnu kávovú kultúru medzi ľuďmi. Sú zákazníci, ktorým chutí zalievaná káva a sú zákazníci, ktorí chodia na espresso a tiež sú ľudia, ktorí chcú ochutené kávy. Každému chutí niečo iné. Ak je to správne pripravené, je to radosť (<http://www.gastroweb.sk/ako-na-to/baristi/kava/treba-sirit-spravnu-kavovu-kulturu.html>)

1.6. Spotrebiteľ a jeho nákupné správanie

Vo všeobecnosti je potrebné rozlišovať medzi pojmami spotrebiteľ a zákazník, pretože nemusia byť totožné. Clemente (2004) definuje spotrebiteľa ako toho, kto skutočne produkt alebo službu používa. Na druhej strane zákazník je ten, kto produkt alebo službu kupuje, pričom ním môže byť skutočný kupujúci alebo ten, pre ktorého je nákup určený, tzv. koncový užívateľ.

Spotrebiteľ sa vyznačuje špecifickým spotrebiteľským správaním. Schiffman a Kanuk (2004) ho charakterizujú ako také správanie, ktoré spotrebiteľia prejavujú pri hľadaní, nakupovaní, hodnotení a používaní rôznorodých výrobkov a služieb, od ktorých očakávajú, že uspokojia ich potreby. Koudelka (1997, s. 11) uvádza, že: „Spotrebiteľské správanie znamená

správanie ľudí – konečných spotrebiteľov, ktoré sa vzťahuje k získavaniu, užívaniu a odloženiu spotrebných výrobkov – produktov“.

Pozrime sa na spotrebiteľa, ako na obyčajného človeka, ktorým aj je. Od mala je vychovávaný v určitom sociálnom prostredí, v rodine, ktorá ho učí mravom a zvykom, ktoré si následne osvojí a keď je starší, berie ich ako samozrejme. Keď sa spotrebiteľ osamostatní a bude mať vlastnú rodinu, bude tie zvyky šíriť ďalej. Samozrejme ho ovplyvňujú hlavne podnety z okolia, ktoré menia jeho reakcie na samotný nákup. Tieto podnety vo vysokej miere zastupuje reklama a propagácia samotných produktov, ktorá je často klamlivá a zavádzajúca. Samotný charakter spotrebiteľa ovplyvňujú už spomínané sociálne faktory, medzi ktoré sa radí rodina, sociálny status a ľudia, s ktorými sa stretáva a je v blízkom kontakte. Potom sú to kultúrne faktory, medzi ktoré zaraďujeme kultúru, subkultúru a spoločenskú triedu, ktorý si sám spotrebiteľ vytvára svojím pôsobením v spoločnosti. Spotrebiteľ je ovplyvňovaný aj osobnými faktormi medzi ktoré zaraďujeme vek a obdobie životného cyklu, povolanie, ekonomické podmienky, životný štýl a jeho osobnosť. Posledné faktory, ktoré ovplyvňujú spotrebiteľove správanie, sú psychologické faktory, medzi ktoré patrí motivácia, vnímanie, učenie a názor (tvorba imidžu). Tieto všetky faktory ovplyvňujú spotrebiteľove správanie a rozhodovanie pri kúpe. Jeho rozhodovací proces vieme rozložiť a podrobnejšie rozobrať (Poliačiková, 2007).

Podľa Solomona (1992) vystupuje spotrebiteľ v nákupnom rozhodovacom procese ako riešiteľ problému, ktorý musí urobiť rozhodnutie. Kroky v rozhodovacom procese môžu byť popísané ako rozpoznanie problému, hľadanie informácií a zvažovanie alternatív, pričom kvalita rozhodnutia ovplyvní budúce rozhodnutia.

Všetko sa začína momentom, keď začne pociťovať pocit nedostatku po danom produkte. Následne kupujúci zbiera informácie o produkte v tom zmysle, či bude jeho kúpne správanie ovplyvnené situačnými podmienkami, ekonomickými či produktovými. Po zbere informácií sa spotrebiteľ dostáva k celkovej ponuke značiek, medzi ktorými si vyberá. Samozrejme každý z nás má nejaký pomyslený rebríček kritérií podľa ktorých sa rozhodujeme či daný produkt kúpime alebo nie. Ak sa rozhodneme pre kúpu, zase sme ovplyvnení faktormi z okolia a to názormi a postojmi iných či vnímané riziká nákupu, ako sú časové, psychologické, sociálne či finančné (Poliačiková, 2007).

2. EMPIRICKÁ ČASŤ

Praktická časť práce sa zameriava na primárny výskum, ktorý pozostáva z realizácie kvantitatívneho a kvalitatívneho výskumu. V oboch typoch výskumu sme využili metódu opytovania. Nástrojom získavania informácií bol dotazník. Výsledky kvantitatívneho výskumu sme porovnali s informáciami získanými prostredníctvom kvalitatívneho výskumu, pričom výstupy našej práce sú popísané v tejto časti práce. Vyhodnotené otázky a ich interpretácie sa nachádzajú v nasledujúcich podkapitolách. V závere práce sú formulované naše odporúčania.

2.1. Cieľ, objekt a predmet skúmania, výskumné metódy

Hlavným cieľom našej práce je preskúmať postoje a preferencie slovenských spotrebiteľov v oblasti výberu kávy a spôsobu pitia kávy a na základe týchto zistení formulovať návrhy na zvýšenie úrovne kávovej kultúry na Slovensku.

Objektom nášho skúmania sú slovenskí spotrebitelia, ktorí nakupujú a konzumujú kávu. Predmetom skúmania sú ich postoje, preferencie a návyky v oblasti výberu kávy a spôsobu jej konzumácie. Z metód skúmania sme pri písaní práce využili metódu analýzy, syntézy, indukcie, dedukcie a komparácie.

2.2. Výskumné otázky

V úvode sme si položili nasledovné výskumné otázky, ktoré sme chceli zodpovedať prostredníctvom realizovaného výskumu:

O₁: Aké sú návyky slovenských spotrebiteľov v oblasti frekvencie pitia kávy, dôvodov jej konzumácie a spôsobe jej prípravy?

O₂: Aké sú preferencie v oblasti chuti slovenských spotrebiteľov kávy?

O₃: Aký druh a značku kávy spotrebitelia preferujú?

O₄: Aké je povedomie slovenských spotrebiteľov o kávovej kultúre?

Primárny výskum sme koncipovali tak, aby sme pomocou metódy opytovania získali odpovede na jednotlivé výskumné otázky.

2.3. Metodika skúmania

Pri spracovávaní a vyhodnocovaní výsledkov práce sme vychádzali z primárnych údajov získaných na základe realizácie primárneho výskumu. Primárny výskum sa skladá z dvoch častí, a to kvantitatívneho a kvalitatívneho výskumu.

V kvantitatívnom výskume sme využili metódu opytovania. Nástrojom zberu dát bol elektronický dotazník. Dotazník pozostával z 19 otázok, pričom 15 z nich bolo meritórnych (vecných) a 4 identifikačné. Meritórne otázky boli zamerané na zistenie toho, ako spotrebiteľ pristupuje k káve, aký je dôvod jej konzumácie, aká chuť a aký druh kávy mu najviac vyhovuje, koľko je ochotní investovať za tento produkt, čo je pre neho pri voľbe nápojanajdôležitejšie a ako je vzdelaný v oblasti kávovej kultúry. Z hľadiska formy sa v dotazníku nachádzali otázky s možnosťou jednej odpovede, mnohonásobný výber, Likertova škála aj otázky s možnosťou otvorenej odpovede.

Pred distribúciou dotazníka sme sa rozhodli uskutočniť pilotáž, pričom sme predložili dotazník štyrom respondentom, ktorí sa vyjadrili k zrozumiteľnosti jednotlivých otázok a škálam. Po zapracovaní pripomienok sme dotazník vytvorili a údaje zhromažďovali prostredníctvom služby Google Disk. Dotazník sa nachádza v prílohe č. 1. Distribúcia dotazníka prebehla prostredníctvom sociálnej siete Facebook, pričom to znamená, že išlo o príležitostný výber respondentov. V práci sme pracovali so vzorkou 280 respondentov, ktorých sme triedili do skupín podľa veku, pohlavia, vzdelania a pracovnej pozície. Výberový súbor tvoria respondenti vo veku viac ako 15 rokov.

Kvalitatívny výskum sme uskutočnili prostredníctvom techniky zberu dát, ktorá sa nazýva „slepý test“. Tento slepý test prebiehal formou tradičnej ochutnávky káv s názvom „cupping“, na ktorom sa zúčastnilo 10 respondentov, ktorí podľa svojich chuťových preferencií hodnotili kávové vzorky. Do prieskumu sa zapojilo 5 mužov a 5 žien, ktorí spadali do vekového intervalu od 15 do 45 rokov. Slepý test sa uskutočnil 16.3.2016 v priestoroch EF UMB v Momo Café. Respondenti mali možnosť ohodnotiť 9 vzoriek, ktoré sme pripravili rovnakým spôsobom. Vzorky sa od seba líšili kvalitou, ktorá zahŕňa napr. druh kávových zŕn, dátum a spôsob praženia. Ich postoje k jednotlivým vzorkám sme zaznamenávali do hárkov s vopred pripravenými otázkami. Hodnotiaci hárok sa nachádza v prílohe č. 2.

Do „cuppingu“ sa zapojil aj vyškolený profesionál, barista, ktorý sa postaral o kvalitatívne pripravenie všetkých vzoriek a dodržiavanie postupu ich prípravy. Okrem toho sa zapojil aj do samotného vyhodnotenia slepého testu, v ktorom si každý respondent vybral tú najlepšiu vzorku podľa jeho uváženia. Barista ohodnotil tie najlepšie vzorky, ktoré si

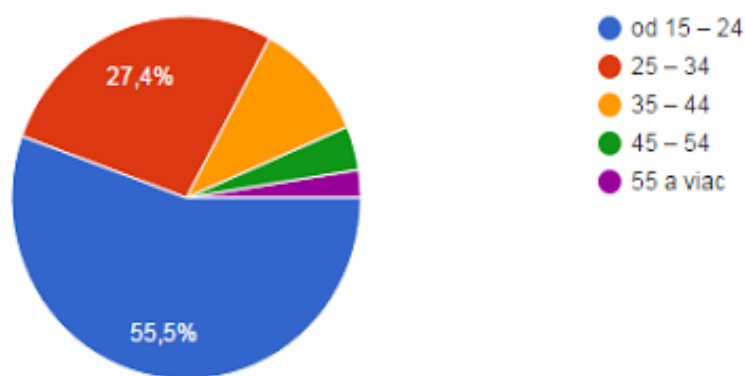
respondenti vybrali. Okrem toho im poskytol aj informácie o ich kvalite, či spôsobe ich spracovania, čím sa postaral o zvýšenie kávového povedomia u respondentov.

V nasledujúcich podkapitolách sú bližšie charakterizované výsledky jednotlivých výskumov.

2.4. Identifikačné údaje respondentov

V práci sme pracovali so vzorkou 280 respondentov. Našich respondentov sme zatriedovali do skupín podľa veku, pohlavia, vzdelania a pracovnej pozície. Dotazník bol vyplnený respondentmi vo veku viac ako 15 rokov. Najväčšiu časť vyplnených dotazníkov tvoria študenti/mladiství (15 - 24 rokov), ktorých počet je 156 a tvoria 55,5% výberového súboru. Ďalšiu časť tvoria produktívni ľudia vo veku od 25-34 rokov, ktorí tvoria 27,4 % výberového súboru s počtom respondentov 77. Ďalšiu skupinu tvoria respondenti v zrelom veku od 35-44 rokov, ktorí tvoria 10,7 %. Najmenší podiel v našom výberovom súbore majú v strednom až staršom veku od 45 rokov a tvoria 6,4%.

Náš výskum sa orientoval hlavne na školské prostredie. Cez sociálne siete vďaka rôznym školským skupinám sa do nášho prieskumu zapojilo množstvo študentov a preto tvoria najväčšiu časť. Podľa nášho názoru je dôležité sústrediť sa v tejto oblasti predovšetkým na mladých ľudí a ich potreby, nakoľko sú hlavnou cieľovou skupinou na zvyšovanie povedomia o kávovej kultúre. Vekové rozloženie výberového súboru je zobrazené v nasledujúcom grafe 1.

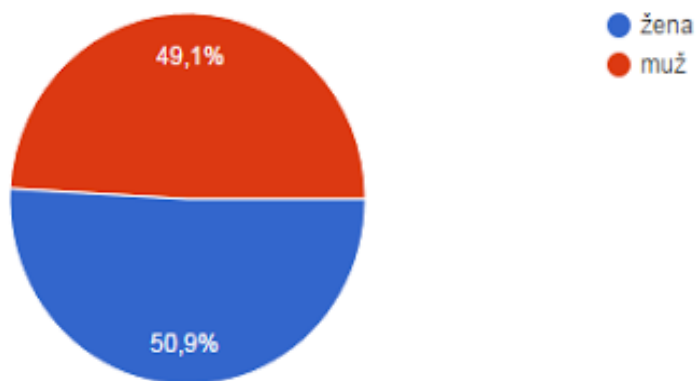


Graf 1 Vekové rozloženie respondentov

Prameň: Google Disk

Do nášho prieskumu sa zapojilo 143 žien a 138 mužov. Toto tvrdenie je podložené nasledujúcim grafom 2. Percentuálny pomer zastúpených žien a mužov kopíruje štruktúru

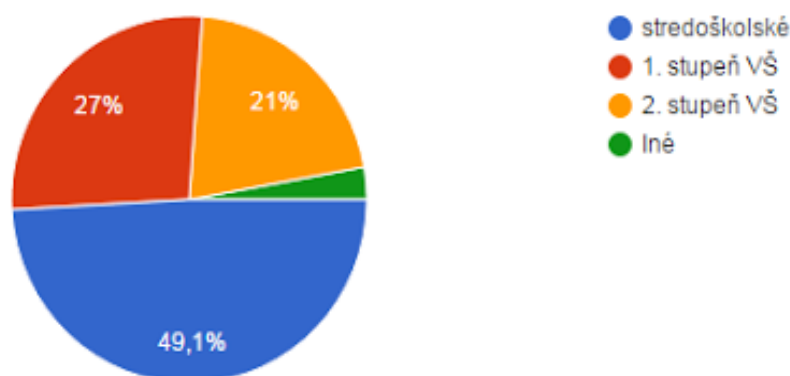
obyvateľov SR podľa pohlavia, teda štruktúru základného súboru. Reprezentatívnosť podľa pohlavia sme overili v štatistickom programe SPSS 19.0 pomocou Chi-kvadrát testu, môžeme teda konštatovať, že výberový súbor je reprezentatívny z hľadiska pohlavia.



Graf 2 Rozloženie respondentov podľa pohlavia

Prameň: Google Disk

V našom dotazníku sme sa orientovali aj na dosiahnuté vzdelanie respondentov a z nasledujúceho grafu nám vyplýva, že najväčšiu časť tvoria osoby so stredoškolským vzdelaním, ktoré tvoria až 49,1%. 76 respondentov dosiahlo vzdelanie 1. stupňa vysokoškolského vzdelania, čo tvorí 27% respondentov. 21% (59) je respondentov s dosiahnutým 2.stupňom vysokoškolského vzdelania a najmenšiu časť 2,8% tvoria respondenti, ktorí označili iné (a to základné alebo stredné odborné vzdelanie). Toto rozloženie je znázornené v grafe 3.



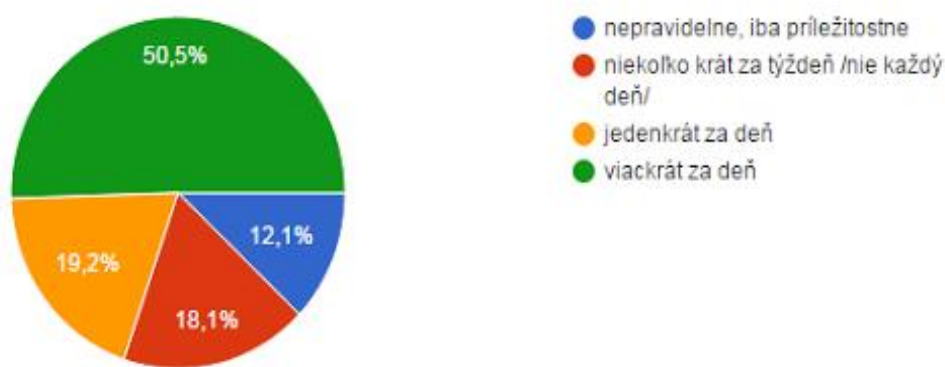
Graf 3 Rozloženie respondentov podľa dosiahnutého stupňa vzdelania

Prameň: Google Disk

Dotazník vyplňali respondenti s rôznym pracovným zaradením. Najčastejšie sa vyskytovala odpoveď študent, keďže sme sa orientovali na školské prostredie. Ďalšie veľmi frekventované pracovné zaradenia boli manažér, pedagóg, dôchodca, živnostník či barista. Menej spomínané pracovné pozície sú personalista, právnik, skladníčka, robotník, ekonóm, recepčná, administratívny pracovník, účtovník, analytik, čašník, kuchár, vodič či finančný analytik. Predpokladáme, že preferencie respondentov, ktorých povolania priamo súvisia s prípravou kávových nápojov (čašník, barista, podnikateľ v oblasti kávy) môžu byť výraznejšie odlišné od ostatných.

2.5. Výsledky kvantitatívneho výskumu

V dotazníku sme sa pýtali respondentov, ako často pijú kávu. Na základe odpovedí respondentov sme zistili, že vyše polovica respondentov si vychutná kávu cez deň aj viac krát. 54 respondentov si kávu vychutná iba jedenkrát za deň, čo tvorí 19,2% a 51 respondentov si vychutná kávu iba niekoľkokrát za týždeň. 12,1% respondentov si vychutná kávu iba príležitostne. Z tohto zistenia vyplýva, že pre polovicu z respondentov tvorí tento produkt každodennú potrebu a je nevyhnutnou súčasťou ich života.

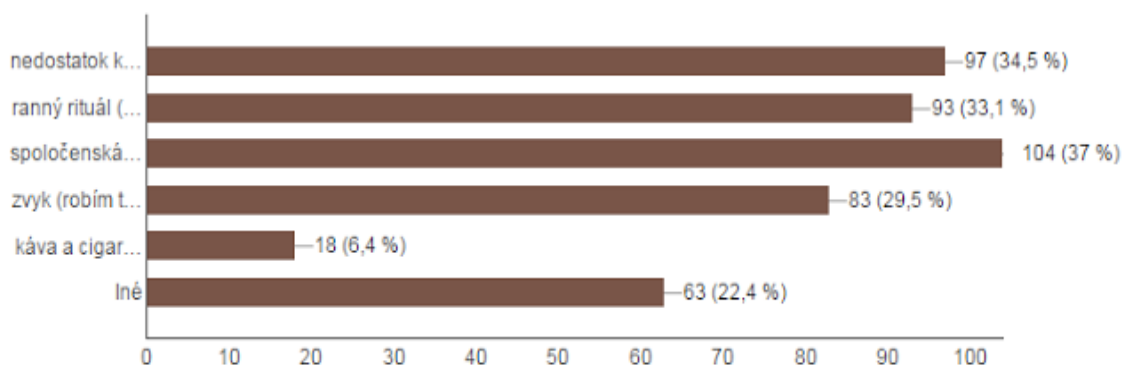


Graf 4 Ako často pijete kávu?

Prameň: Google Disk

Ďalej sme položili respondentom otázku, z akého dôvodu kávu pijú, aby sme zistili hlavnú príčinu konzumácie tohto nápoja. V našom prieskume sme zistili, že 104 respondentov kávu konzumuje kvôli organizovanej spoločenskej udalosti, čo znamená, že si ju viac vychutnajú v spoločnosti ako doma. 97 respondentov berie kávu ako produkt proti únave, ktorý ho nabudí a dodá mu potrebnú energiu. Pre 93 respondentov je káva

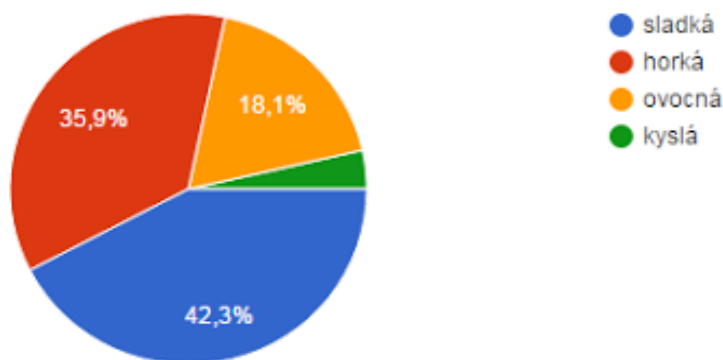
samozrejmosťou, bez ktorej si nevedia predstaviť začiatok pekného dňa. Je to ich ranná potreba pri ktorej hrozí, že ak ju nedostanú, budú podráždení a nahnevaní. 83 ľudí si na kávu jednoducho zvykli a je im jedno, akú kávu dostanú alebo akú si pripraví. Jednoducho je to pre nich dlhodobý rituál, ktorý nechcú porušiť. 63 respondentov sa na kávu nepozera len ako na produkt, ale majú k nej vytvorený citový vzťah, milujú jej vôňu, chuť, pracujú s ňou. Káva im prináša chuťový, kulinársky zážitok, pôžitok a potešenie. Najmenej, 18 respondentov, si kávu nevie predstaviť bez cigarety a naopak. Percentuálne podiely sa nachádzajú v grafe 5.



Graf 5 Z akého dôvodu pijete kávu?

Prameň: Google Disk

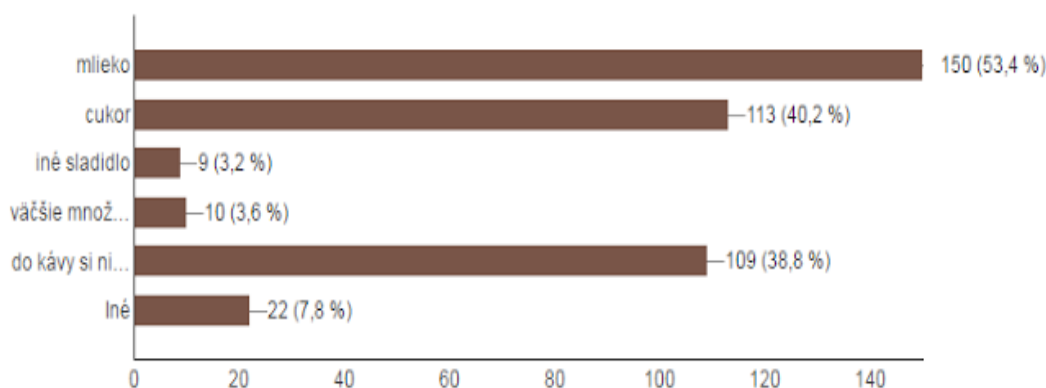
Podobne sme zisťovali, aká chuť kávy spotrebiteľom najviac vyhovuje. Podľa nášho výskumu sme zistili, že najviac spotrebiteľov, až 42,3%, preferuje sladkú chuť kávy. Podľa nasledujúcej otázky sme určili, že ľudia, ktorí majú radi sladkú chuť kávy, si nevedia kávu predstaviť bez cukru, ktorý spôsobuje sladkú chuť, pričom ju nespôsobuje samotná káva. 35,9% obľubuje horkú chuť kávy a niektorí respondenti kávu s horkou chuťou priamo vyhľadávajú. Z pohľadu odborníka, práve káva, ktorá je horšej kvality sa vyznačuje horkou chuťou. V skutočnosti chutia horko prepálené kávové zrná, tmavo upražené a väčšinou sa s takouto kávou stretneme v každej druhej kaviarni. To znamená, že konzumenti sú zvyknutí na túto chuť a myslia si, že je tá správna a ktorú majú hľadať. 18,1 % respondentov preferuje ovocnú chuť kávy, čo znamená že obľubujú kávu vyššej kvality a svetlejšie upražené. Iba 3,6% opýtaných si pochutí na kyslej káve. Kyslú chuť vieme tiež najčastejšie nájsť v svetlo pražených kávach. Samozrejme, chuť kávy ovplyvňuje veľa faktorov od zberu až po samotnú prípravu. Percentuálne zastúpenie odpovedí je zobrazené v grafe 6.



Graf 6 Aká chuť kávy Vám vyhovuje?

Prameň: Google Disk

Ďalšou veľmi podstatnou informáciou bolo pre nás zistenie, či si konzumenti kávu vychutnajú ako takú alebo si ju musia niečím dochutiť. 54,3% respondentov si rado vychutnáva kávu s mliekom. 40,2% respondentov si kávu potrebuje osladiť a 38,8% si do kávy nič nepridáva. Respondentov, ktorí si pochutia na káve s väčším objemom vody bolo 3,6% a tí, ktorí si kávu osladia iným sladidlom bolo 3,2%. Poslednú skupinku tvoria spotrebitelia, ktorí si svoju kávu vypijú s medom, škoricou, smotanou, kokosovým mliekom alebo šľahačkou.

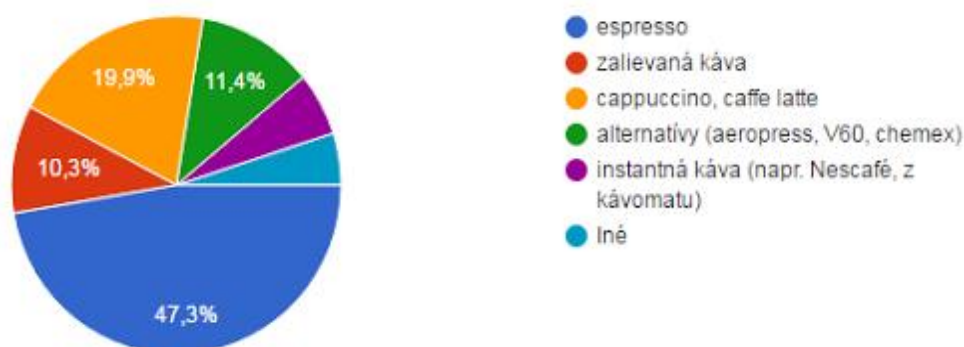


Graf 7 Čo si pridávate do kávy?

Prameň: Google Disk

Z pohľadu odborníka by mal každý kávu najprv ochutnať bez pridania nejakých prísad a potom podľa chuti si kávu prispôbiť. Ďalšia veľmi podstatná informácia bolo zistenie, na akom kávovom nápoji si respondent pochutná najčastejšie. 133 opýtaných má najradšej espresso, 56 respondentov si pochutí na mliečnych kávach, ako je napr. cappuccino alebo

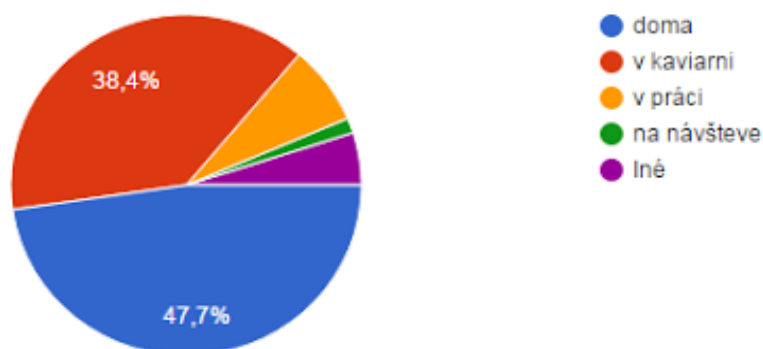
caffé latte, 32 opýtaných si kávu najradšej vychutná pripravenú cez alternatívny spôsob, 29 opýtaných obľubuje zalievajú kávu, 17 si pochutí na instantnej káve a zvyšní si pochutnajú na ristrette či prekvapkávanej káve.



Graf 8 Na akom kávovom nápoji si najradšej pochutnáte?

Prameň: Google Disk

Zisťovali sme, kde si respondenti najradšej svoju kávičku vypijú. Podľa našich výsledkov 47,7% opýtaných si najradšej kávu vychutná doma, 38,4% si kávu vychutná v kaviarni, 7,5% zase v práci, 1,4% na návšteve. Ďalší respondenti uviedli, že kávu si najradšej vychutnávajú kdekoľvek je to možné, kde sa cítia dobre a príjemne. Grafické znázornenie odpovedí sa nachádza v grafe 9.

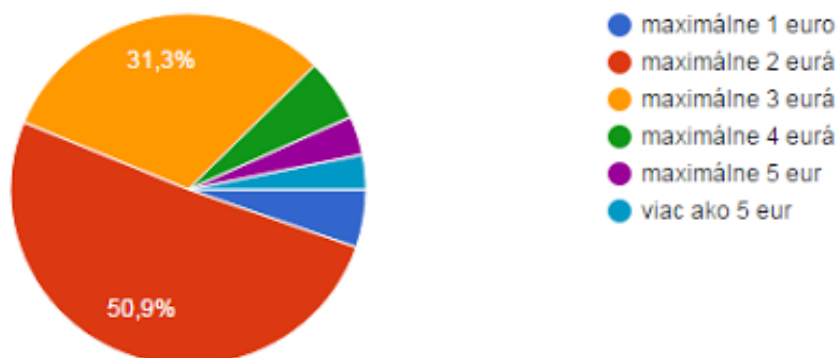


Graf 9 Kde najradšej pijete kávu?

Prameň: Google Disk

Opýtali sme sa respondentov, koľko sú ochotní zaplatiť za šálku kávy. Z nášho prieskumu vyplynulo, že 143 opýtaných je ochotných zaplatiť za šálku kávy maximálne 2

eurá, 88 maximálne 3 eurá, 16 maximálne 4 eurá, 15 maximálne 1 euro, 10 maximálne 5 eur a 9 sú ochotní za šálku kávy zaplatiť viac ako 5 eur. Graficky sú odpovede znázornené v grafe 10.

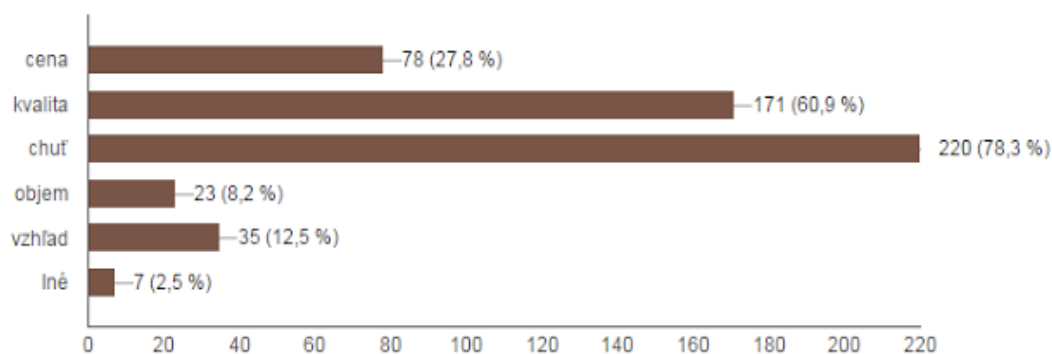


Graf 10 Koľko ste ochotný zaplatiť za šálku kávy?

Prameň: Google Disk

Z týchto výsledkov nám vyplýva, že najviac respondentov je ochotných za kávu zaplatiť 2 až 3 eurá, čo v praxi znamená, že kvalitnú kávu si v kaviarňach môžeme dovoliť od 1,50 € vyššie. Samozrejme, závisí to aj od samotných kávových nápojoch a ich zloženiach. Opýtaní, ktorí sú ochotní káve obetovať väčšiu časť svojich príjmov, si pravdepodobne nechajú záležať na kvalite, radi experimentujú a ku káve nepristupujú len ako k produktu, ale vyhľadávajú ju za účelom gastronomického zážitku.

Jednou z najdôležitejších dotazníkových otázok bola otázka, čo je pre respondentov rozhodujúce pri voľbe tohto nápoja. 78,3% respondentov považuje za najdôležitejšiu chuť, pre 60,9% je rozhodujúca kvalita nápoja, pre 27,8% je najdôležitejšia cena, pre 12,5% je to vzhľad a pre 8,2% je rozhodujúci objem. Pre 2,5% je dôležitá práve čerstvosť kávy a jej pôvod.

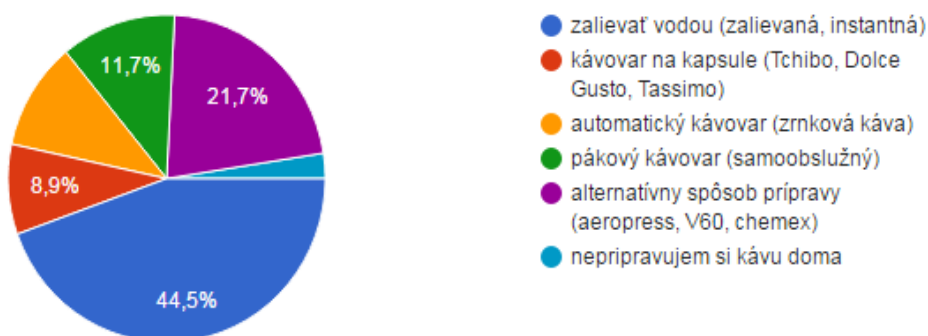


Graf 11 Čo je pre Vás rozhodujúce pri výbere/voľbe kávy?

Prameň: Google Disk

Pre väčšinu respondentov sa práve chuť stala primárnym faktorom rozhodovania pri kúpe tohto produktu. Ukazovateľ kvality a ceny sa stal až druhoradým faktorom. Podľa nášho názoru by vždy mala byť na prvom mieste kvalita, potom chuť a nakoniec cena.

Zaujímalo nás akým spôsobom si respondenti kávu doma pripravujú. 125 opýtaných pri príprave nepoužíva žiaden prístroj, iba si kávu zalievajú vodou, 61 respondentov si kávu pripravujú alternatívnym spôsobom, 33 opýtaných používa pri príprave svojej kávy pákový, samoobslužný stroj, 30 používa automatický kávovar a 25 opýtaných používa kávovar na kapsule.



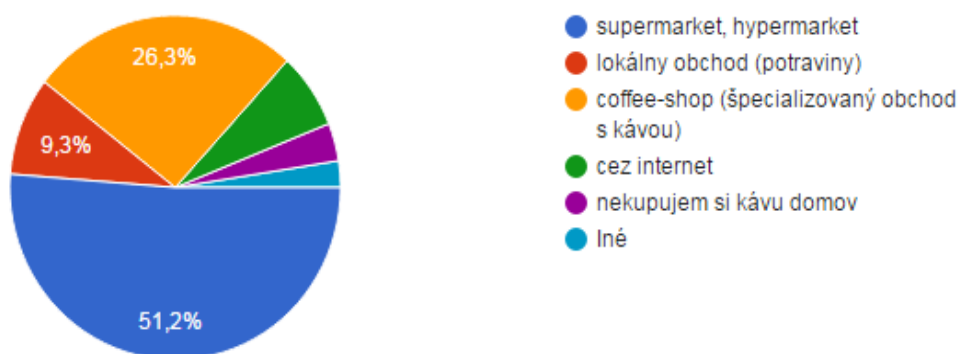
Graf 12 Ako si pripravujete kávu doma, aký spôsob prípravy si zvolíte?

Prameň: Google Disk

Z ekonomického hľadiska je pre nás najlepšia aj najrýchlejšia cesta prípravy kávy zalievanie vodou. No takáto príprava nie je veľmi zdravá, pretože káva by sa mala luhovať maximálne 3-5 minút a často krát pri tomto spôsobe prípravy si spotrebitelia zalejú kávu bez ohľadu na tento faktor. Ak by sme chceli trošku investovať a pochutnať si na dobrej káve, najrozumnejšia kúpa by bola nejakého alternatívneho prístroja. Takýto prístrojov je veľmi veľa a cenovo sa pohybujú od 10 do 150 eur. Alternatívny spôsob prípravy kávy je možný aj na cestách, je zábavný, rýchly a hlavne oveľa zdravší. Samoobslužný kávovar používajú ľudia, ktorí si radi pochutnajú na espresse. Automatický kávovar a kávovar na kapsule nám síce pripraví kávu, ale určite nižšej kvality a tiež nie celkom správnym spôsobom, pretože to nerobí spotrebiteľ, ale urobí to za neho stroj.

Na Slovensku a v zahraničí je veľa miest, kde si kávu môžeme kúpiť. Nás zaujímala aj táto otázka, na ktorú sme sa tiež opýtali prostredníctvom dotazníka. Výsledky nám prezradili, že 51,2% opýtaných kávu nakupuje vo väčších obchodoch, hypermarketoch a supermarketoch. 26,3% respondentov vyhľadáva priamo zamerané predajne na kúpu dobrej kávy, 9,3% kávu nakupuje v potravinách, 7,1% ju nakupuje cez internet, 3,6% si kávu domov

nekupuje a 2,5% si kávu kupujú v kaviarňach s výberovou kávou, priamo v pražiarni alebo si ju nechajú od svojich známych doviest'.



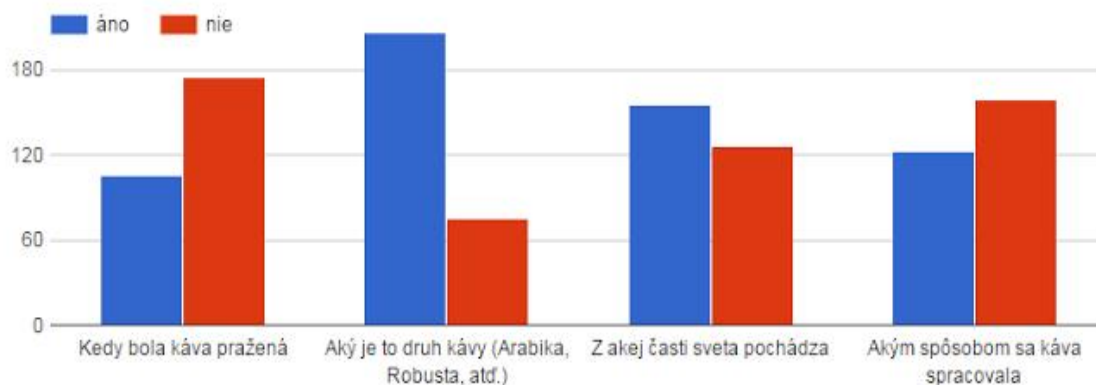
Graf 13 Kde si balík kávy najčastejšie kupujete?

Prameň: Google Disk

Ak by sme si chceli kúpiť kvalitnú a čerstvú kávu, najlepšia voľba by bola návšteva samotnej pražiarnie, coffee shopu alebo kaviarní s výberovou kávou. V supermarkete je tiež celkom veľký výber, hlavne svetových značiek káv, ale nekúpate tam kávu z lokálnych slovenských pražiarní. V neďalekých potravinách nájdeme menší výber káv, cenovo oveľa prístupnejšie. A na internete sa dá kúpiť pomaly čokoľvek.

Na otázku akú značku kávy preferujú respondenti odpovedali, že najviac majú v obľube talianske kávy ako sú Lavazza, Popradská, Tschibo, Illy a instantné kávy ako sú Nescafé a Jacobs. Menej spomínané boli aj výberové kávy (speciality coffee) zo slovenských či českých pražiarní. Okrem týchto odpovedí niektorí respondenti napísali, že nemajú obľúbené značky.

V našom dotazníku sme sa zamerali aj na zistenie kávového povedomia u respondentov. A preto sme v ďalšej otázke chceli zistiť, či respondenti pri kúpe alebo samotnej prípravy kávy považujú tieto informácie za dôležité. Odpovede sú zobrazené v grafe 14.



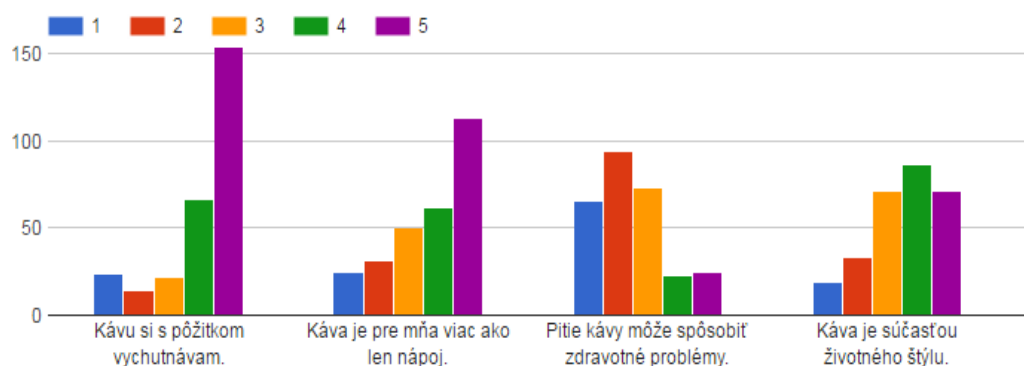
Graf 14 Zaujímajú Vás pri výbere kávy nasledujúce informácie?

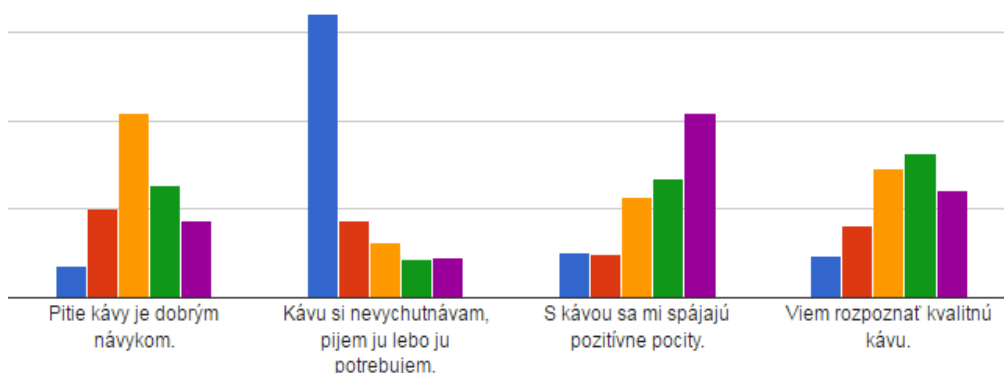
Prameň: Google Disk

Respondenti pri výbere kávy považujú za dôležité dve otázky, a to sú aký je to druh kávy a z akej časti sveta pochádza. Otázka kedy bola káva pražená a akým spôsobom sa spracovala je pre väčšinu respondentov nepodstatná.

Ak sa na to budeme pozerat' z hľadiska kvality, je pre náš výber dôležitý určite druh kávy a jednoznačne čerstvosť, ktorú určuje praženie kávy. Ak bude pre nás prioritná chuť, tak sú pre nás dôležité všetky otázky, ktoré chuť priamo ovplyvňujú.

Respondenti v dotazníku mali vyjadriť súhlas s jednotlivými výrokmi na škále od 1 po 5, pričom 1 predstavovalo úplný nesúhlas a 5 úplný súhlas. Výroky a hlasovanie respondentov sa nachádza v grafe 15.





Graf 15 Odpovede respondentov na jednotlivé výroky

Prameň: Google Disk

V predposlednej otázke v dotazníku sme sa respondentov opýtali, čo im prvé napadne keď sa povie slovo káva. Opýtaní si pod pojmom káva najčastejšie predstavili, vôňu, relax, oddych, pohodu, energiu, rituál, chuť, kofeín a pôžitok. Okrem týchto výrazov sa spomenuli aj iné ako napr. priatelia, rodina, láska, sila, zamestnanie, radosť, barista a dobrá nálada.

Ako poslednú otázku sme položili respondentom, čo si predstavujú pod pojmom kávová kultúra. Najčastejšou odpoveďou hlavne u mladistvých bolo neviem. Niektorí sa trafili iba z časti. Boli to odpovede ako napríklad, že je to kultúra pitia kávy, rituál každodennej konzumácie, posedenie pri káve s priateľmi, kaviarne, zvyky spojené s pitím kávy, odlišnosť pitia kávy vo svete a stolovanie.

Odpovede, ktoré najviac vystihovali podstatu samotnej kávovej kultúry boli napríklad: kávová kultúra zahŕňa všetky aspekty, čo súvisia s kávou, od pestovania až po konzumáciu, vzdelanie o káve v spoločnosti, vedomosti o nej a ich šírenie, pitie kvalitnej kávy pripravenej správnym spôsobom.

Niektorí respondenti sa trochu viac rozpisali a ich odpovede zneli nasledovne: „Spoločenstvo ľudí podieľajúcich sa na pestovaní, spracovaní a príprave kávy a samozrejme konzumenti pre ktorých sa to celé robí. Súhrn doteraz známych poznatkov a noriem vo svete kávy.” alebo „Milovníci kávy, ktorí sa zaujímajú o vyššie uvedené atribúty, ako je napr. oblasť pestovania, rôzne druhy kávy a spôsoby praženia a zúčastňujú sa eventov o káve, prednášok, cuppingov či súťaží. Samozrejme, našla sa aj nesprávna odpoveď „chodenie na kávu pred divadlom.”

Z uvedených odpovedí vyplýva, že ľudia tušia, čo sa skrýva pod pojmom kávová kultúra, ale nevedia ju úplne správne pomenovať. Samozrejme, je to hlavne o vedomostiach

o káve, ktoré jej kultúru šíria ďalej v spoločnosti a ktoré sú veľmi dôležité, pretože od našich vedomostí závisí aj príprava či kúpa kávy.

2.6. Výsledky kvalitatívneho výskumu

Okrem metódy opytovania prostredníctvom dotazníka sme zorganizovali aj slepý test, ktorého výsledkami sa budeme v tejto časti zaoberať. Jednotlivé odpovede respondentov v hodnotiacich hárkoch sme vyhodnotili a pre každú vzorku sme vytvorili tabuľku. Pri hodnotení jednotlivých vzoriek sme sa zamerali predovšetkým na hodnotenie ich chuti, nakoľko aj z kvantitatívneho výskumu vyplynulo, že pri výbere a konzumácii kávy je pre spotrebiteľa najdôležitejšia chuť kávy a potom jej kvalita.

1. VZORKA

Prvý dojem: Príjemná
Čo vám prvé napadlo po jej ochutnaní? Je horká, nie je ničím dochutená, káva ktorú bežne pijem, horká chuť na začiatku, príliš veľa vody=slabá koncentrácia, nič originálne
Chuť: dá sa vypiť, je horká
Myslíte si, že je kvalitná/nekvalitná? Kvalitná 5x, Nekvalitná 5x
Objednali by ste si ju znova? Nie
Odporúčili by ste ju niekomu? Nie
Prečo si myslíte že je kvalitná/nekvalitná? Lebo je príliš horká, nemám skúsenosti s kvalitnými kávami, bežná chuť, mám taký pocit, jemná chuť, má chuť na ktorú si treba zvyknúť
Mala by sa pripravovať v kaviarni? Áno 5x, Nie 5x
Pripomienky: možno zmením názor po ochutnaní ďalších vzoriek

2. VZORKA

Prvý dojem: Nepříjemný
Čo vám prvé napadlo po jej ochutnaní? Už ju nikdy nechcem piť, nie som zvyknutá na takú silnú chuť, nepříjemná vôňa, spálená káva
Chuť: Nechutí mi, je horká
Myslíte si, že je kvalitná/nekvalitná? Nekvalitná
Objednali by ste si ju znova? Nie
Odporučili by ste ju niekomu? Nie
Prečo si myslíte, že je kvalitná/nekvalitná? Lebo je veľmi silná, má veľmi zvláštnu chuť a vôňu, spálená chuť, je horká a má olejové škvvrny
Mala by sa pripravovať v kaviarni? Nie
Pripomienky: nechutila mi, nepekňý vzhľad, zlá aróma, čudná chuť

3. VZORKA

Prvý dojem: Příjemná
Čo vám prvé napadlo po jej ochutnaní? Chutí mi, taká klasická, popradská káva, nevýrazná chuť, horká
Chuť: dá sa vypiť 5x, chutí mi 5x, a je horká
Myslíte si že je kvalitná/nekvalitná? Kvalitná 5x, Nekvalitná 5x
Objednali by ste si ju znova? Áno
Odporučili by ste ju niekomu? Áno
Prečo si myslíte, že je kvalitná/nekvalitná? Slabá a nevýrazná, pila sa dobre, kvôli chuti, pocit
Mala by sa pripravovať v kaviarni? Áno 5x, Nie 5x
Pripomienky: pripomína mi typickú kávu ktorú dostanem v kaviarni, slabá, priemerná káva, zaujímavá, chýba mi v nej už len mlieko a smotana

4. VZORKA

Prvý dojem: Nezvyčajná
Čo vám prvé napadlo po jej ochutnaní? Netypická, svieža, nechutí mi, príliš kyslá, chutí mi, od horkej chute až k acidite, veľmi podobná ako vzorka č. 1
Chuť: dá sa vypiť 3x, nechutí mi 3x, chutí mi 2x, a je kyslá
Myslíte si že je kvalitná/nekvalitná? Kvalitná 5x, Nekvalitná 5x
Objednali by ste si ju znova? Áno 5x, Nie 5x
Odporučili by ste ju niekomu? Nie
Prečo si myslíte, že je kvalitná/nekvalitná? Nezaujala ma, bola veľmi príjemná, príliš kyslá, nechutí mi
Mala by sa pripravovať v kaviarni? Nie
Pripomienky: myslím si že je kvalitná, chutná, nechutí mi, pripomína mi chuť pečenej tekvice

5. VZORKA

Prvý dojem: Príjemná
Čo vám prvé napadlo po jej ochutnaní? Sila, klasická, už mi chýba len mlieko, skvelá, zvláštna, zemitá, obsahuje viac kofeínu
Chuť: chutí mi a je horká
Myslíte si že je kvalitná/nekvalitná? Kvalitná
Objednali by ste si ju znova? Áno
Odporučili by ste ju niekomu? Áno
Prečo si myslíte, že je kvalitná/nekvalitná? Chutí mi, má výraznú chuť, má peknú vôňu a farbu, silná, taká kaviarenská
Mala by sa pripravovať v kaviarni? Áno
Pripomienky: táto je lepšia než č.4, príliš silná, do mliečnych káv by sa veľmi hodila

6. VZORKA

Prvý dojem: Príjemná
Čo vám prvé napadlo po jej ochutnaní? Nechutí mi, je zaujímavá, tiež mi pripomína pečenú tekvicu, kyslá
Chuť: chutí mi 5x, nechutí mi 5x, je kyslá
Myslíte si že je kvalitná/nekvalitná? Kvalitná
Objednali by ste si ju znova? Áno 5x, Nie 5x
Odporučili by ste ju niekomu? Áno 5x, Nie 5x
Prečo si myslíte, že je kvalitná/nekvalitná? Kvôli jej chute, pocit, zlá, kyslá a príjemná chuť
Mala by sa pripravovať v kaviarni? Áno
Pripomienky: vôňa kávy je veľmi príjemná, slabá, pripomína č.4

7. VZORKA

Prvý dojem: Príjemná a nezvyčajná
Čo vám prvé napadlo po jej ochutnaní? Svieža, najhorkejšia, silná, no nie prepálená, zemitá, pach dymu
Chuť: dá sa vypiť, je horká
Myslíte si že je kvalitná/nekvalitná? Kvalitná
Objednali by ste si ju znova? Nie
Odporučili by ste ju niekomu? Áno 5x, Nie 5x
Prečo si myslíte, že je kvalitná/nekvalitná? Nechutí mi, vôňa, kvalitná horká káva, zvláštna, výrazná, príjemná, obyčajná
Mala by sa pripravovať v kaviarni? Áno
Pripomienky: príjemná vôňa, zvykla by som si na ňu, príjemná, chýba mi už len mlieko

8. VZORKA

Prvý dojem: Príjemná a zvláštna
Čo vám prvé napadlo po jej ochutnaní? Vôňou je veľmi výrazná, osviežujú kyslá a ovocná, ničím zvláštna, veľmi príjemná, nepil som ešte takúto kávu, veľmi chutná, nič moc, silná chuť
Chuť: dá sa vypiť, kyslá a ovocná
Myslíte si že je kvalitná/nekvalitná? Kvalitná
Objednali by ste si ju znova? Áno 5x, Nie 5x
Odporučili by ste ju niekomu? Áno 5x, Nie 5x
Prečo si to myslíte, že je kvalitná/nekvalitná? Netypická chuť, výborná káva, je jemne pražená, originálna chuť, nevýrazná, prenikavá
Mala by sa pripravovať v kaviarni? Áno
Pripomienky: najlepšia, trochu viac kyslá, obyčajná len kyslá, neobyčajná

9. VZORKA

Prvý dojem: Príjemná
Čo vám prvé napadlo po jej ochutnaní? Slabšia, ale chutná, dominantná chuť, sladká chuť, bežná, nevýrazná, príjemná, zvláštna
Chuť: dá sa vypiť, kyslá a horká
Myslíte si že je kvalitná/nekvalitná? Kvalitná
Objednali by ste si ju znova? Áno 5x, Nie 5x
Odporučili by ste ju niekomu? Áno 5x, Nie 5x
Prečo si to myslíte, že je kvalitná/nekvalitná? Je slabšia ale príjemná, nevýrazná, chutná, pocit
Mala by sa pripravovať v kaviarni? Áno
Pripomienky: výborná, málo výrazná, myslím si že nie je kvalitná lebo má slabšiu chuť ale je príjemná, slabšia ale dobrá

V nasledujúcej tabuľke sú zobrazené druhy káv (názvy) a poradie, v akom sme respondentom prinášali jednotlivé vzorky.

VYHODNOTENIE
1.EL SALVADOR
2.JACOBS
3.BAZZARA
4.EL SALVADOR
5.LAVAZZA
6.KOLUMBIA
7.BAZZARA
8.ETIÓPIA
9.BRAZÍLIA

Poradie káv sa zvolilo podľa chuťovej intenzity a kvôli psychologickému efektu sme niektoré vzorky ponúkli dvakrát. Z 10 respondentov si všimol iba jeden respondent chuťovú zhodu v káve č. 4 s č.1. Prvá vzorka sa zdala respondentom viac horká, ale dala sa vypiť, a č.4 sa im už zdala viac kyslá a nezvyčajná.

Tak isto odlišný názor mali respondenti pri hodnotení identických vzoriek a to boli vzorka č.3 a č.7. Prvá vzorka sa im zdala veľmi príjemná a chutná s horkou chuťou. Vzorku č.7 označili za nezvyčajnú, ale príjemnú, dá sa vypiť s horkou chuťou.

Respondenti svoje vzorky hodnotili podľa svojich chuťových preferencií iba s použitím svojich doterajších skúseností. Je prirodzené, ak už dlhšiu dobu konzumujeme tento produkt a zvykneme si na jej chuť, ktorú nám ponúkne káva zo supermarketu alebo z nejakej kaviarne. Myslíme si, že takto má chutiť a toto je tá správna chuť, čo sa odrazilo aj na hodnotených vzorkách. Respondentom najviac chutili talianske tmavo pražené kávy, na ktoré sú nevedomky zvyknutí. Vedeli túto chuť ľahko rozpoznať a tie kávy označili za príjemné, chutné a kvalitné. Niektorí respondenti mali otvorenejšie chuťové poháriky a napriek ich chuťovým návykom správne identifikovali aj chute iných káv, avšak problém bol v tom, že také kávy ešte nekonsumovali a preto sa im väčšinou zdali zvláštne a nevedeli sa rozhodnúť, či sú kvalitné alebo nie. Poslednú skupinku respondentov tvorili osoby, ktoré úplne zavrhlí iné chute kávy, na ktoré neboli zvyknutí. Zdali sa im nielen zvláštne, ale hlavne nepríjemné. Ak

by boli ochotní pripustiť fakt, že aj také chute sa dajú v káve objaviť, neskôr by si svoje chuťové poháriky prispôbili a tie chute lepšie identifikovali a vedeli oceniť.

Hodnotenie vzoriek sme rozdelili podľa veku a pohlavia respondentov. Vo vzorkách sme zistili zaujímavé podobnosti:

- **muži** vo veku **od 25 do 34 rokov**. Boli to dvaja muži, ktorí sa zhodli a rovnako ohodnotili 6.vzorku, ktorej chuť označili za príjemnú, chutnú a kvalitnú.
- **muži** vo veku **od 15 do 24 rokov**. Respondenti boli traja a zhodli sa na vzorke č.5. Opísali jej chuť ako príjemnú sladkú, ovocnú výraznú a kvalitnú. Rovnaké chuťové preferencie cítili aj pri vzorke č.6, ale nezhodli sa na rovnakom názore kvality.

Bez ohľadu na mužský vek, bolo 6 vzoriek veľmi podobne ohodnotených. Z tohto zistenia vyplýva, že muži v našej výskumnej vzorke majú veľmi podobné chuťové poháriky a chute vnímajú na rovnakej úrovni.

- **ženy** vo veku **od 25 do 34 rokov**. Boli to dve ženy, ktoré sa zhodli na vzorke č.4 ktorú opísali ako príjemnú, zaujímavú, kyslú ovocnú a kvalitnú. Zhodli sa aj na vzorke č.6, ktorú opísali ako príjemnú kyslú, originálnu a kvalitnú. Aj vzorku č. 8 veľmi podobne identifikovali. Vo vzorke č. 7 bola tiež podobnosť chutí, ale nezhodli sa v názore o kvalite.
- **ženy** vo veku **od 15 do 24 rokov**. Respondentky boli tri, ktoré sa úplne zhodli v popise chuti vo vzorke č.3, ktorú opísali ako príjemnú, veľmi chutnú, ale nezhodli sa v názore o kvalite.
- **ženy** bez ohľadu na vek rovnako identifikovali vzorku č. 2 a č.5.

Zistili sme, že ženy v intervale od 25 do 34 rokov vedia viac oceniť ovocnejšie kávy a rôzne chute okrem horkej. Napriek tomu však označili za veľmi chutnú aj vzorku č. 7, ktorá je zase talianska tmavo pražená čo len potvrdilo náš predpoklad o návyku chutí. A naopak, ženy v mladšom veku obľubujú tmavšie pražené kávy, ktoré sú kdekoľvek dostupné či už v kaviarňach alebo v automatoch.

Bez ohľadu na udaný vek a pohlavie, nikomu z respondentov veľmi nechutila vzorka č. 2, ale mali rozličné názory na kvalitu či v konkrétnom popise chuti.

2.7. Návrhy v oblasti zvýšenia úrovne kávovej kultúry na Slovensku

Prostredníctvom nášho výskumu sme zistili, že spotrebitelia sú veľmi ovplyvnení kávou, ktorá sa nachádza v ich okolí. Stále sú pod vplyvom talianskej kávy, pričom možnosti na výber je už v dnešnej dobe oveľa viac. Niektorí spotrebitelia sú otvorení novým

možnostiam a chutiam, ktoré im káva prináša. Iní ich zase odsúdia bez ochutnania, pretože sú zvyknutí na svoj štandard, ktorý im vyhovuje a nechcú ho meniť. Tým, že spotrebitelia nakupujú talianske kávy, vytvárajú po nich dopyt. Dopyt so sebou prináša tržby z predaja pre výrobcov, ktorí tento produkt znova dodajú na trh. Je to začarovaný kolobeh. Prečo však ešte existuje mnoho pražiarov, ktorým je jedno, aký druh kávy upražia, odkiaľ káva pochádza a nezáleží im na jej kvalite a čerstvosti? Tieto produkty sa dostanú na trh a tvoria veľké percento objemu na predajných miestach. Odpoveďou sú spotrebitelia a ich nákupné správanie. Ak sa nezmení ich prístup k tomuto produktu, dodávatelia nemajú dôvod nič meniť. Spotrebiteľ aj sám vie rozširovať správnu kávovú kultúru a veľkou časťou jej prispievať. Tento samotný produkt má negatívny aj pozitívny charakter. Káva prispieva vo veľkej miere k nášmu zdraviu, ale vo veľkom množstve nám môže ublížiť. V dnešnej dobe sme si zvykli na to, že väčšiu pozornosť venujeme produktom dennej spotreby a aké zložky obsahuje náš jedálniček. Ak sa spotrebiteľ zaujíma o svoje zdravie, tak aj túto zložku zo svojho denného jedálnička by mal preveriť a zaujímať sa o ňu. Spotrebiteľ pôsobí aj na trhu práce a zastupuje v ňom veľmi podstatný faktor. Ak spotrebiteľ zastane miesto zamestnanca v inštitúcii zameraného na poskytovanie tohto produktu, sám sa stáva šíriteľom dobrého mena tohto produktu a kvalitnej prípravy ktorá spôsobí aj na šírenie kávovej kultúry. Ale aby sa u nás kávová kultúra stále rozširovala je potrebné, aby zamestnanec v takomto podniku bol vyškolený a mal dostatočné vzdelanie, ktoré bude naďalej rozvíjať, aby zabezpečil naozaj kvalitnú prípravu týchto nápojov. A preto tým najdôležitejším faktorom na rozvíjanie kávovej kultúry je šírenie informácií a vzdelania v tomto obore. Všetko je o informovanosti, vzdelaní a informácie sú dostať kdekoľvek. Najrýchlejšou a najjednoduchšou cestou nájdenia informácií je internet. Vzdelanie o káve poskytuje samozrejme aj Kávová asociácia Slovenska a mnoho podnikov, napríklad prostredníctvom baristických kurzov, ktoré sú určené pre všetkých. Z toho vyplýva, že existujú možnosti, ako svoje vedomosti v tejto oblasti rozširovať, ale je už na každom z nás, či tieto možnosti využijeme. Vo veľkej miere by k zlepšeniu kávovej kultúry na Slovenku prospeli médiá, ktoré by mohli spotrebiteľov viac zahltiť pravdivými informáciami o káve. Okrem médií, šíritelia sú aj ľudia, pre ktorých káva nie je iba produkt, je to ich vášeň a preto svoje zručnosti preukazujú na rôznych súťažiach, napríklad na každoročných Majstrovstvách Slovenska, ktoré sú dostupné širokej verejnosti. Víťaz Majstrovstiev Slovenska postupuje na Majstrovstvá sveta, na ktorých Slováci veľakrát uspeli a môžu sa pochváliť svojimi výsledkami. Kávová kultúra sa u nás rozvíja rýchlejšie za posledné obdobia, pretože povolanie barista sa stáva trendom a oveľa atraktívnejšou prácou. Barista sa nestará len o kvalitatívnu prípravu, ale je zároveň aj umelcom, ktorý z kávy pripraví

umelecké dielo. Podniky, ktoré tiež kávu neberú len ako produkt prispievajú k rozširovaniu kávovej kultúry tým spôsobom, že organizujú rôzne cuppingy a školenia pre širokú verejnosť a pre svojich zákazníkov.

ZÁVER

Cieľom našej práce bolo preskúmať postoje a preferencie slovenských spotrebiteľov v oblasti výberu kávy a spôsobu pitia kávy a na základe týchto zistení formulovať návrhy na zvýšenie úrovne kávovej kultúry na Slovensku. Zistili sme, že väčšina z nás si nevie predstaviť deň bez svojej šálky kávy. Na zistenie potrebných informácií sme zrealizovali primárny výskum, ktorý sa skladal z dotazníkového prieskumu a následne vykonaného slepého testu, experimentu. Pomocou dotazníkového prieskumu sme usúdili, že ten najvplyvnejší faktor, ktorý ovplyvňuje spotrebiteľove rozhodnutie o kúpe produktu je chuť. Keďže chuť je primárnym záujmom spotrebiteľov, rozhodli sme sa otestovať chuťové poháriky spotrebiteľov a to tým spôsobom, že sme im ponúkli 9 vzoriek, ktoré mali podľa svojich chuťových preferencií a doterajších skúseností ohodnotiť. Prišli sme na to, že mužské pohlavie bez ohľadu na ich vek v našej skupine má skoro rovnako vyvinuté chuťové zmysli. Ženy v staršom veku neskryli obľubu talianskych káv, no boli schopné oceniť aj iné kávové chute, na ktoré neboli doposiaľ zvyknuté. Mladšie ženy neboli veľmi naklonené novým chutiam a preto práve talianske kávy, ktoré pili už niekedy predtým ocenili ako tie najlepšie. Vďaka tomu, že záujem o kávu je čoraz väčší a narastá aj ochota spotrebiteľov investovať do kávy, povedomie o kávovej kultúre sa v našej krajine môže rozširovať. Samozrejme, nie sme ešte taká vyspelá krajina v tomto obore ako napr. naši susedia z Českej republiky, ale môžeme potvrdiť, že väčšina ľudí v strednom veku v našom výskume vedela identifikovať, čo všetko patrí do kávovej kultúry a preto si môžeme dovoliť vysloviť tvrdenie, že dnes je kávová kultúra na vyššej úrovni ako v minulosti.

Pribudlo mnoho inštitúcií, podnikov a ľudí, ktorí tento produkt milujú a stal sa pre nich vášňou a ich hobby. Naša práca potvrdzuje fakt, že spotrebiteľia v staršom veku sú viac informovaní o káve, ako mladšia generácia. V tejto práci vidíme poslanie šírenia kávového povedomia v našej spoločnosti a vďaka nej sme získali veľmi dôležité informácie pre podklad ďalšieho výskumu, ktorý plánujeme zrealizovať v budúcnosti a tak neustále posúvať hranice kávového povedomia verejnosti.

ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY

1. CLEMENTE, M. N., 2004. Slovník marketingu. Brno : Computer Press, 2004. 378 s. ISBN 80-251-0228-9
2. KOUDELKA, J. 1997. *Spotřební chování a marketing*. Praha : Grada Publishing, 1997. 191 s. ISBN 80-7169-372-3
3. POLIAČIKOVÁ, E. 2007 Marketing 1, UMB EF v Banskej Bystrici 2007, ISBN: 978-80-8083-363-3
4. SCHIFFMAN, L. G., KANUK, L. L. 2004. Nákupní chování. Brno : Computer Press, 2004. 633 s. ISBN 80-251-0094-4
5. SOLOMON, M. R. 1992. Consumer Behavior. United states of America : Allyn and Bacon, 1992. 618 s. ISBN 0-205-13728-8
6. VESELÁ, P. 2010 Kniha o káve, Smart Press 2010, ISBN: 978 80 87049 34 I
7. <http://ekonomika.sme.sk/c/8024186/spotreba-kavy-rastie-v-dosledku-zmeny-klimy-hrozi-jej-nedostatok.html>
8. <http://www.teraz.sk/ekonomika/spotreba-kavy-rastie-v-dosledku-zmeny/158784-clanok.html>
9. <http://www.investicne.sk/2011/09/23/trh-s-kavou-skrys-pred-recesiou/>
10. <http://www.cafepoint.sk/blog/pestra-kavova-kultura-odolava-retazcom>
11. <http://www.kosicednes.sk/stavili-na-americku-kavovu-kulturu/>
12. <http://www.gastroweb.sk/ako-na-to/baristi/kava/treba-sirit-spravnu-kavovu-kulturu.html>
13. <http://www.vacuumpot.cz/historie.html>

14. <http://www.filtrovanakava.cz/chemex/>

15. <http://www.investicne.sk/2012/09/03/ako-investovat-do-kavy/>

PRÍLOHY

Príloha 1 Dotazník

Príloha 2 Hodnotiaci hárok

Príloha 1 Dotazník



Dotazník



Tento dotazník je vytvorený pre **milovníkov kávy**. Rada by som sa dozvedela, na akej káve si najčastejšie pochutnáte, akú chuť preferujete a aký spôsob prípravy kávy najčastejšie používate. Preto Vás prosím o vyplnenie tohto dotazníka, ktoré Vám nezaberie viac ako 5 minút. Dotazník je anonymný a získané údaje budú použité výlučne pre potreby študentskej vedeckej aktivity. Zakrúžkujte prosím tie odpovede, ktoré Vás najviac vystihujú. Ďakujem za Vašu ochotu a čas.

1. Ako často pijete kávu?

- a. nepravidelne, iba príležitostne
- b. niekoľko krát za týždeň /nie každý deň/
- c. jedenkrát za deň
- d. viackrát za deň

2. Z akého dôvodu ju pijete?/môžete označiť viac možností/

- a. nedostatok kofeínu (únava)
- b. ranný rituál (bez nej si neviem predstaviť začiatok dňa)
- c. spoločenská udalosť (stretnutie s kolegami, ples, oslava)
- d. zvyk (robím to tak už dlho)
- e. káva a cigareta (neviem si predstaviť jedno bez druhého)
- f. iný dôvod, uveďte.....

3. Aká chuť kávy Vám vyhovuje ?

- a. sladká
- b. horká
- c. ovocná
- d. kyslá

4. Do kávy si pridávam: /môžete označiť viac možností/

- a. mlieko
- b. cukor
- c. iné sladidlo
- d. väčšie množstvo vody
- e. do kávy si nič nepridávam
- f. iné, uveďte.....

5. Na akom kávovom nápoji si najradšej pochutnáte?

- a. espresso

- b. zalievaná káva
- c. cappuccino, caffeelatte
- d. alternatívy(aeropress, V60, chemex)
- e. instantná káva (napr. Nescafé, z kávomatu)
- f. iné, uveďte:.....

6. Kde najradšej pijete kávu?

- a. doma
- b. v kaviarni
- c. v práci
- d. na návšteve
- e. iné, uveďte:.....

7. Koľko ste ochotný zaplatiť za šálku kávy?

- a. maximálne 1€
- b. maximálne 2€
- c. maximálne 3 €
- d. maximálne 4 €
- e. maximálne 5 €
- f. viac ako 5 €

8. Pri voľbe nápoja je pre Vás rozhodujúca: /môžete označiť viac možností/

- a. cena
- b. kvalita
- c. chuť
- d. objem
- e. vzhľad
- f. iné, uveďte:

9. Ak si pripravujete kávu doma, aký spôsob prípravy si zvolíte?

- a. zalievať vodou (zalievaná, instantná)
- b. kávovar na kapsule (Tchibo, Dolce Gusto, Tassimo)
- c. automatický kávovar (zrnková káva)
- d. pákový kávovar (samoobslužný)
- e. alternatívny spôsob prípravy (aeropress, V60, chemex)
- f. nepripravujem si kávu doma

10. Kde si balík kávy najčastejšie kupujete?

- a. supermarket, hypermarket
- b. lokálny obchod (potraviny)
- c. coffe-shop (špecializovaný obchod s kávou)
- d. cez internet
- e. nekupujem si kávu domov
- f. iné, uveďte:.....

11. Akú značku kávy preferujete?

.....

12. Keď si kúpite, necháte si pripraviť alebo sami si pripravíte kávu, zaujímajú Vás nasledujúce informácie?

- kedy bola káva pražená a. áno b. nie
 - aký je to druh kávy (Arabika, Robusta, atď.) a. áno b. nie
 - z akej časti sveta pochádza a. áno b. nie
 - akým spôsobom sa káva spracovala a. áno b. nie
 - ak Vás zaujíma iná informácia, uveďte ju prosím.....
-

13. Vyjadrite mieru súhlasu s nasledujúcimi výroky: /1 – úplne nesúhlasím, 5 – úplne súhlasím/

	1	2	3	4	5
Kávusi s pôžitkom vychutnávam.					
Káva je pre mňa viac ako len nápoj.					
Pitie kávy môže spôsobiť zdravotné problémy.					
Káva je súčasťou životného štýlu.					
Pitie kávy je dobrý návyk.					
Kávu si nechutnávam, pijem ju lebo ju potrebujem.					
S kávou sa mi spájajú pozitívne pocity.					
Viem rozpoznať kvalitnú kávu.					

14. Prosím uveďte, čo Vám napadne, keď sa povie slovo káva?

.....

.....

15. Prosím uveďte, čo si predstavujete pod pojmom kávová kultúra?

.....

.....

Identifikačné údaje respondenta:

Vek: a. od 15 – 24 b. 25 – 34 c. 35 – 44 d. 45 – 54 e. 55 a viac

Pohlavie: a. žena b. muž

Dosiahnuté vzdelanie: a. stredoškolské b. 1. stupeň VŠ
c. 2. stupeň VŠ d. iné, uveďte.....

Pracovná pozícia/zaradenie:
(napr. manažér, pedagóg, študent, dôchodca, atď.)

Ďakujem za Váš čas a ochotu!

Diana Ferencová

Príloha 2 Hodnotiaci hárok

Hodnotiaci hárok

VZORKA

Ako by ste zhodnotili svoj prvý dojem z ochutnanej kávy?

- a) Príjemný
- b) Nepříjemný
- c) Nezvyčajný, zvláštny
- d) Vôbec mi to nechutí ako káva
- e) Iný:.....

Čo Vám prvé napadlo po ochutnanej vzorke?

.....

Ako by ste zhodnotili túto kávu z hľadiska chuti?

Jej chuť by som opísal/a ako:

a) dá sa vypiť

a) sladkú

b) chutí mi

b) horkú

c) nechutí mi

c) ovocnú

d) pila by som ju každý deň

d) kyslú

e) lepšiu som ešte nepila

Myslíte si, že táto káva je:

a) kvalitná b) nekvalitná

Objednali/kúpili by ste si takúto kávu znovu?

a) áno b) nie

Odporučili by ste ju niekomu?

a) áno b) nie

Prečo si myslíte že je kvalitná/nekvalitná?

Myslíte si, že táto vzorka kávy by sa mala pripravovať/predávať v kaviarni?

a) áno b) nie

Vaše postrehy a pripomienky:

.....