

## **Abstrakt**

Tato bakalářská práce se zabývá problematikou kávové kultury a spotřebního chování v České republice. Práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. V první části je dle dostupných pramenů, literatury, odborných článků a studií zprostředkován teoretický rámec celé práce, vyloženy jsou klíčové pojmy spotřebního chování a kultury. První kapitola teoretické části popisuje kávu a její stručnou historii, dále se zabývá kávovým trhem, jeho producenty a spotřebiteli. Druhá kapitola se věnuje spotřební a kávové kultuře u nás i ve světě. Třetí kapitola definuje spotřebitele a jeho chování, představuje faktory, které spotřební chování ovlivňují. Dále je představeno také několik modelů spotřebního chování, kupní rozhodovací proces a typologie spotřebitelů ve vztahu ke kávě. Praktická část je věnována kvantitativnímu výzkumu a následné analýze získaných materiálů s cílem zmapovat chování spotřebitelů v České republice ve vztahu ke kávě a kávové kultuře. Pro analýzu sekundárních dat je využito databáze MML-TGI od agentury Median. Zjišťovány jsou preference spotřebitelů kávy a vzájemné odlišnosti spotřebního chování v rámci cílové skupiny. Výsledky prokazují signifikantní rozdíly mezi respondenty s větší věkovou diferencí. Podobnost je zachycena ve spotřebních projevech po sobě jdoucích generací, na které lze uplatnit podobný marketingový přístup.