

Návrh marketingového plánu pro vznik kavárny

Eliáš Pospíšil

České vysoké učení technické v Praze
Masarykův ústav vyšších studií
2020



Abstrakt

Bakalářská práce se zabývá problematikou popisu a analýzy vzniku nové kavárny ARK Coffee Prague. Jejím cílem je vypracování marketingového plánu pro optimální zavedení této kavárny. Práce je rozdělena na dva hlavní úseky. V teoretické části práce jsou představeny pojmy nezbytné pro vytvoření marketingového plánu. Těmi jsou: marketing, marketingový plán, marketingový mix či situační analýza. V této části je též zmíněna kavárenská kultura a další důležité pojmy a trendy pro toto odvětví. Praktická část je zaměřena na samotný marketingový plán a jsou v ní popsány konkrétní kroky vzniku nové kavárny v centru Prahy. Je přitom využit průzkum trhu a závěry plynoucí z provedené SWOT analýzy. Při návrhu plánu byl realizován výzkum ve formě dotazníkového šetření a rozhovorů s aktéry pohybujícími se na poli kavárenské kultury. Závěry vyplývající z průzkumu pomohly při tvorbě marketingového plánu tak, aby byla nově vznikající kavárna v souladu s potřebami a přáními budoucích zákazníků. Výstupem práce je ucelený marketingový plán pro nově vznikající kavárnu ARK Coffee Prague.

Abstract

This bachelor's thesis deals with the description and analysis of the creation of a new café called ARK Coffee Prague. Its goal is to develop a marketing plan for optimal launching of this café, and the thesis is divided into two main sections. In its theoretical part, concepts necessary for creating a marketing plan are introduced. These are the following: marketing, marketing plan, marketing mix or situation analysis. In addition, coffee culture and other important concepts and trends related to the industry are mentioned in this section. The practical part is focused on the marketing plan itself and describes the specific steps for creating a new café in the centre of Prague. It uses market research and conclusions resulting from SWOT analysis. During the creation of the plan, research was carried out in the form of a questionnaire survey and interviews with players operating in the field of coffee culture. The conclusions of the survey helped to create a marketing plan so that the newly emerging café is in line with the needs and wishes of future customers. The output and benefit of this work is a comprehensive marketing plan for the newly emerging café ARK Coffee Prague.

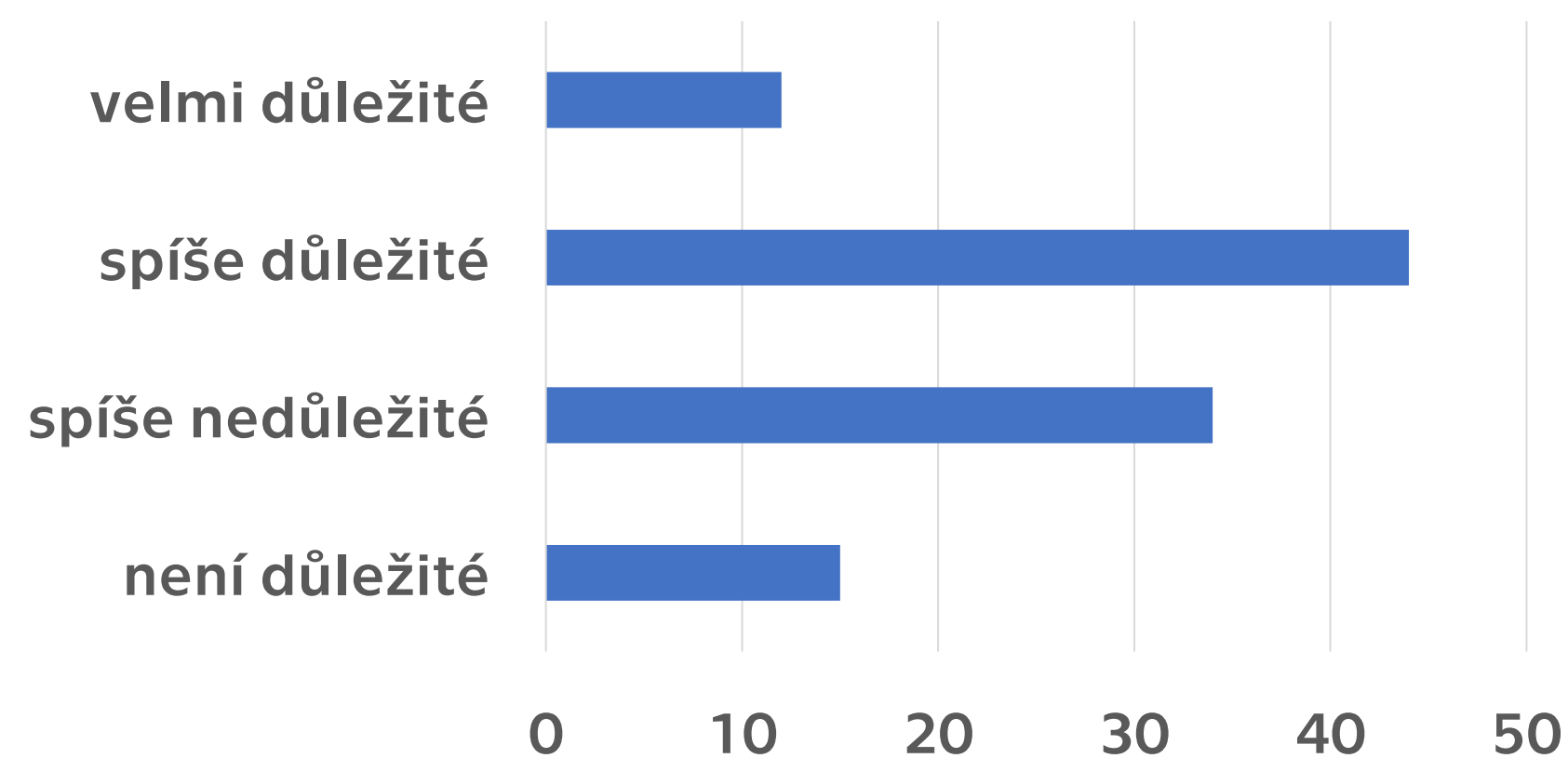
Vedoucí práce: PhDr. Blanka Jirkovská, Ph.D.

Pracoviště: MÚVS ČVUT v Praze, Oddělení pedagogických a psychologických studií

Metodika

V teoretické části bakalářské práce jsou obsaženy nezbytné pojmy z oblasti marketingu a trendy v kávové kultuře. Praktická část práce obsahuje provedené dotazníkové šetření, které se zabývalo zjišťováním kávových preferencí. Dále rozhovory s osobami pohybujícími se v kavárenském prostředí. V závěru práce se nachází samotný marketingový plán, který je zpracován v souladu se získanými informacemi.

Důležitost původu a podmínek zpracování kávy



Literatura

Kotler, P a Armstrong, G. 2004. Marketing. Praha : Grada Publishing, 2004. ISBN 978-80-247-0513-2.

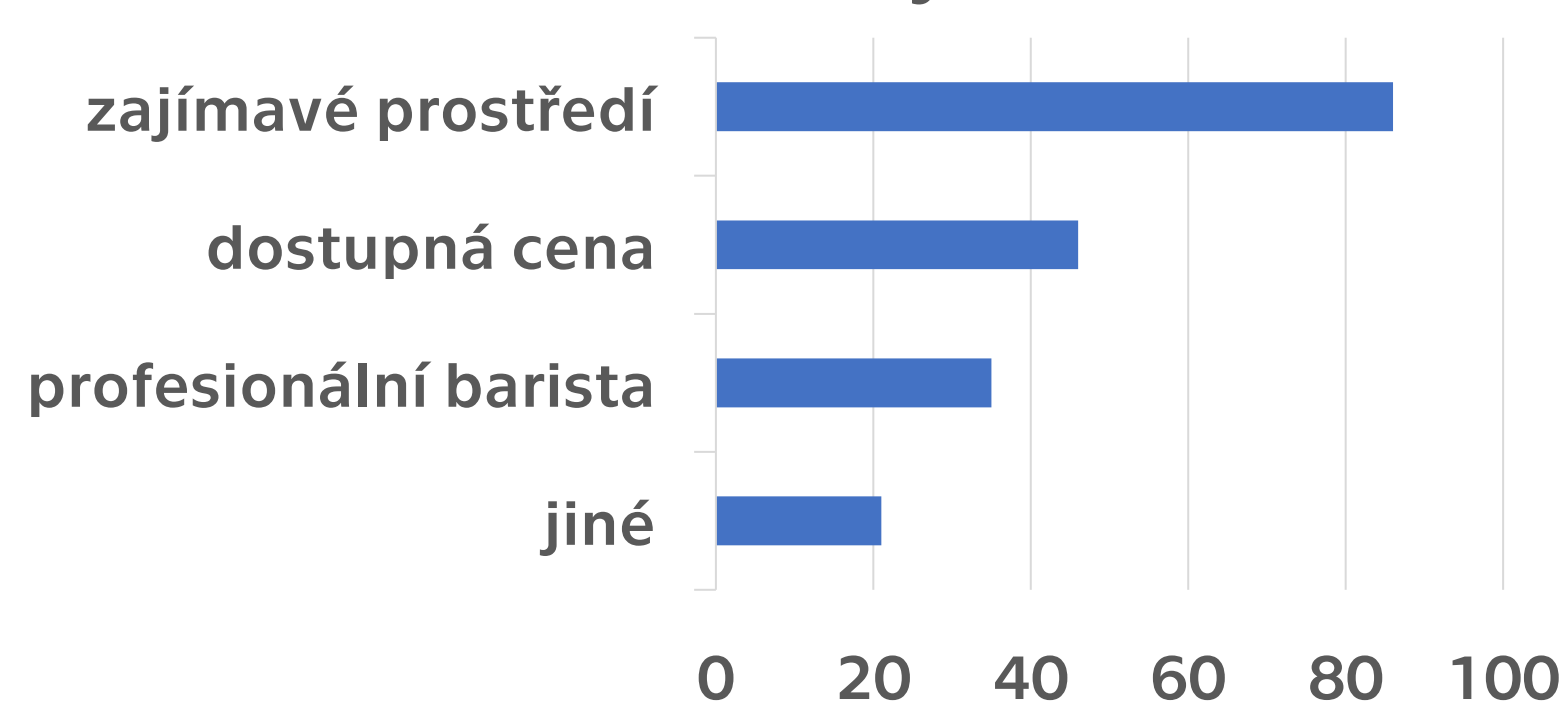
Zamazalová, M. 2010. Marketing. Praha : C. H. Beck, 2010. ISBN 978-80-7400-115-4.

McDonald, M. a Wilsom, H. 2012. Marketingový plán: Příprava a úspěšná realizace. Brno : BizBooks, 2012. ISBN 978-90-265-0014-8.

Výsledky

Výsledky práce jasně ukazují reálnou proveditelnost vzniklého návrhu marketingového plánu pro nově vznikající kavárnu ARK Coffee Prague. Na základě provedených rozhovorů, analýzy konkurence, SWOT analýzy a dotazníkového šetření byl stanoven optimální plán. Koncept kavárny bude umožňovat konání pravidelných socio-kulturních událostí, které napomohou k zvýšení opakovaných návštěv zákazníků.

Rozhodující faktory při volbě kavárny



Závěr

Marketingový plán včetně části, která se věnuje financím dokazuje proveditelnost a funkční koncept kavárny. Bude-li budoucí majitel kavárny ARK Coffee Prague postupovat v souladu s tímto plánem, či alespoň s některými ze stěžejních částí, je pravděpodobné, že se kavárna stane oblíbeným a vyhledávaným místem v dané lokalitě. Vytvořený marketingový plán je nástrojem, který v případě provedení napomůže k dosažení lepších výsledků. Realizace samotného plánu otevření kavárny je připravená, avšak čeká na příznivější okolnosti (vzhledem k aktuální koronavirové situaci).

Roční výnosy	4 320 000 Kč
Roční náklady	3 024 000 Kč
VH před zdaněním	1 296 000 Kč
DPPO 19 %	246 240 Kč
VH po zdanění	1 049 760 Kč