

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КАФЕ-КОНДИТЕРСКОЙ

© Демина Е. А., 2025

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В статье представлен стратегический анализ кафе-кондитерской «Сake Home» в г. Иркутске. Особое внимание уделяется факторам внешней и внутренней среды компании, позволяющим оценить ее сильные и слабые стороны, а также возможности и угрозы. Исследование включает в себя подробное описание внешнего окружения компании, затрагивает политические, экономические, социальные и технологические факторы. В статье также приводится групповой конкурентный анализ, демонстрирующий стратегическую группу. По результатам исследования были сделаны выводы и предложены рекомендации по развитию бизнеса.

Ключевые слова: стратегическое планирование, стратегический анализ, конкурентный анализ, SWOT-анализ, PEST-анализ, стратегические группы, кафе-кондитерская

Эффективное стратегическое управление компанией напрямую связано со стратегическим анализом. Подобный анализ позволяет не только оценить влияние внешней среды, сравнить конкурентные преимущества, определить общее положение на рынке, но и принять грамотные управленческие решения. Зачастую именно результаты такого анализа играют немаловажную роль при планировании и прогнозировании деятельности компании [1].

В данном случае объектом исследования является кафе-кондитерская «Cake Home», которая знаменита своей изысканной выпечкой высокого качества и прекрасным уровнем обслуживания, а цель — сформулировать все необходимые стратегические факторы развития. Тема является актуальной, так как полученные результаты помогут не только этой компании укрепить свои позиции на рынке общественного питания, но и будут полезны предпринимателям, которые заинтересованы в

эффективной и конкурентной стратегии для аналогичного бизнеса.

Одним из базовых инструментов, помогающих определиться со стратегией компании, является SWOT-анализ. Данный метод стратегического планирования позволяет оценить четыре группы факторов: сильные стороны компании, слабые стороны, возможности и угрозы. Сильные и слабые стороны — это факторы внутренней среды объекта анализа, а возможности и угрозы — факторы внешней среды. Иными словами, сильные и слабые стороны — это то, на что объект исследования может влиять, а возможности и угрозы — это то, что способно воздействовать на объект, но не может быть контролируемо самим объектом [2]. При этом задачей SWOT-анализа является предоставление структурированного описания ситуации, относительно которой необходимо принять какое-либо решение [3]. Ниже, в таблице 1, представлен SWOT-анализ кафе-кондитерской «Cake Home».

Таблица 1. SWOT-анализ кафе-кондитерской «Cake Home»

Факторы	Оценка О, баллы	Вес W, доли 1	Взвешенная оценка C = O×W
1. СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ			
Натуральные ингредиенты высокого качества	5	0,150	0,75
Квалифицированный персонал	5	0,100	0,5
Широта ассортимента	4	0,150	0,6
Современное оборудование	4	0,030	0,12
Хорошая репутация	4	0,040	0,16
Узнаваемость на иркутском рынке	4	0,030	0,12
Активное внедрение инноваций	3	0,030	0,09
Качественный дизайн упаковки	3	0,025	0,075
Красивый интерьер	3	0,025	0,075
Дополнительные услуги (доставка, торты на заказ)	3	0,040	0,12
Бережная транспортировка, хранение и строгий контроль	3	0,025	0,075
Удобное местоположение точек по городу	3	0,030	0,09
2. СЛАБЫЕ СТОРОНЫ			
Высокая цена на продукцию	5	0,150	0,75
Отсутствие активной рекламной деятельности	4	0,100	0,4
Слабые программы стимулирования	4	0,050	0,2
Слабая система коммуникаций	3	0,025	0,075
СУММАРНАЯ ОЦЕНА	-	1	4,2

Таким образом, можно сделать вывод, что объект исследования — конкурентоспособная компания, к сильным сторонам которой относится квалифицированный персонал (компания регулярно отправляет на обучение декораторов и шоколатье), широта ассортимента, использование лучших продуктов, современного оборудования и инноваций. Ко всему прочему, владеет 19 точками,

считается весьма красивым, уютным местом с хорошей репутацией и узнаваемостью.

К слабым же сторонам можно отнести высокие цены на продукцию (например, не помешало бы разнообразить ассортимент и добавить какие-либо бюджетные варианты кондитерских изделий) и отсутствие программ стимулирования. Также компании стоит обратить особое внимание на SMM-продвижение, которое позволит не только

увеличить спрос, но и улучшить отношения с потребителями.

Таблица 2. SWOT-анализ кафе-кондитерской «Cake Home»

Факторы	Оценка O, баллы	Вес W, доли 1	Взвешенная оценка C = O×W
1. ВОЗМОЖНОСТИ			
Лидирующие позиции на рынке	4	0,200	0,8
Введение промо-акций	4	0,050	0,2
Расширение ассортимента	4	0,100	0,4
Расширение сети	4	0,200	0,8
2. УГРОЗЫ			
Сильные позиции основного конкурента	4	0,200	0,8
Агрессивная ценовая политики конкурентов	4	0,100	0,4
Нестабильность рынка	3	0,050	0,15
Снижение платежеспособного спроса	4	0,100	0,4
СУММАРНАЯ ОЦЕНКА	–	1	3,95

Возможностями (таблица 2) для кондитерской могут стать расширение ассортимента и самой сети. Это способствует как увеличению прибыли, так и приближению к лидирующим позициям на рынке. Введение промо-акций позволит не только расширить базу клиентов, но и удержать существующих. При этом главной угрозой является высокий уровень конкуренции. Динамичный рост рынка не может не провоцировать появление новых кафе-кондитерских в городе. В таком случае создание уникальной продукции по доступным

ценам может стать преимуществом компании среди конкурентов.

Любое успешное стратегическое планирование невозможно представить без модели для исследования внешнего окружения компании — PEST-анализа [4]. В нем описывается четыре группы факторов: политические, экономические, социальные и технологические. Суммарная оценка составляет 1,153, что указывает на благоприятные условия внешней среды (таблица 3).

Таблица 3. PEST-анализ кафе-кондитерской «Cake Home»

Факторы	Весовой коэффициент (значимость фактора)	Направление влияния фактора	Средняя оценка вероятности изменений	Взвешенная средняя оценка	Суммарное значение оценки для каждой группы факторов
1. ПОЛИТИЧЕСКИЕ					
Рост пошлин на ввозимое сырье	0,06	–	2,3	-0,138	-0,127
Государственная поддержка малого бизнеса	0,05	+	4,0	0,200	
Государственное регулирование конкуренции	0,03	–	3,3	-0,099	
Деятельность регулирующих органов	0,03	–	3,0	-0,090	
2. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ					
Уровень инфляции	0,07	–	3,7	-0,259	-0,770
Экономическая ситуация в стране	0,06	–	3,3	-0,198	
Волатильность рубля	0,06	–	3,3	-0,198	

Уровень конкуренции	0,05	–	2,3	-0,115	
3. СОЦИАЛЬНЫЕ					
Социальная мобильность	0,08	+	4,0	0,320	0,320
Популярность кондитерских изделий у населения	0,07	+	4,3	0,301	
Влияние здорового образа жизни на общество	0,07	–	4,3	-0,301	
4. ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ					
Совершенствование производственного процесса	0,1	+	4,7	0,470	1,730
SMM-продвижение	0,09	+	4,7	0,423	
Контроль качества	0,09	+	4,3	0,387	
Сайт	0,09	+	5,0	0,450	
ИТОГО:	1		56,5	1,153	1,153

Получается, что именно экономические и политические факторы оказывают негативное влияние на развитие компании, а социальные и технологические — благоприятное, при этом важную роль играют совершенствование производственного процесса, наличие сайта, рекламы, а также контроль качества, социальная

мобильность и популярность кондитерских изделий у местного населения.

Для определения конкурентных преимуществ на рынке кафе-кондитерских г. Иркутска был проведен групповой конкурентный анализ. Ниже, на рисунке 1, представлена позиционная карта конкурентов кафе-кондитерской «Cake Home» по цене и качеству.

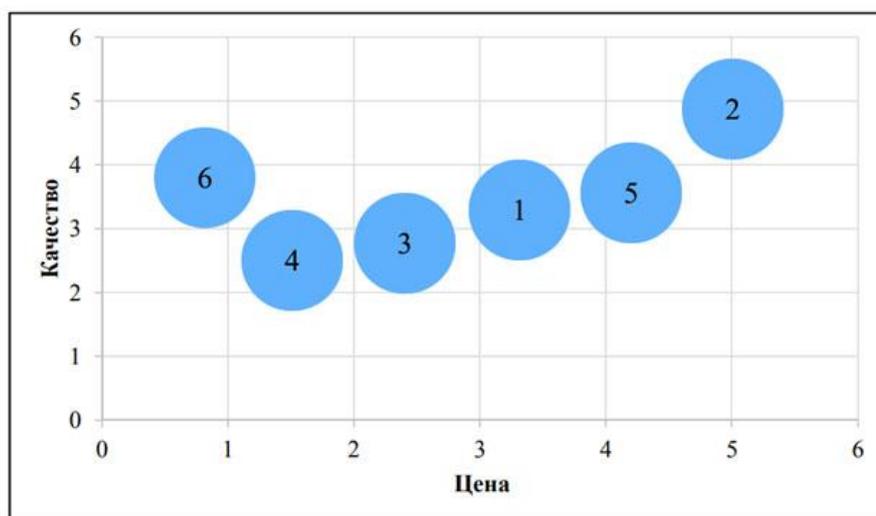


Рис. 1. Позиционная карта конкурентов: 1 – «Стефания», 2 – «Cake Home», 3 – «Яхонт», 4 – «Вернисаж», 5 – «Мария», 6 – «Блисс»

На данный момент нет кондитерской, которая бы занимала лидирующую позицию на рынке. Кафе-кондитерская «Cake Home» выпускает продукцию лучшего качества, но отличается высокой ценой. Продукцию кондитерских «Блисс», «Мария», «Стефания», «Яхонт» и «Вернисаж» возможно приобрести по доступной цене, но качество значительно уступает «Cake Home». Иными словами, высокий уровень конкуренции вызван огромными объемами продаж и отсутствием уникальности продукта. Высокий спрос хорошо стимулирует продажи, но без грамотной стратегии

занять доминирующую позицию именно в этом сегменте практически невозможно.

Таким образом, можно сделать следующие выводы: у кафе-кондитерской «Cake Home» стабильное положение на рынке, а внешние и внутренние факторы способствуют благоприятному развитию компании. Сильные стороны — квалифицированный персонал, разнообразие ассортимента и использование натуральных ингредиентов высокого качества. Слабые — это высокие цены и отсутствие рекламной кампании, следовательно, стоит добавить продукцию по более

доступным ценам и запустить различные промо-акции. Все это позволит улучшить позиции и стать лидером среди кафе-кондитерских в Иркутске. ■

1. Мирошникова Е. А. Роль и значение стратегического анализа в управлении деятельностью экономических субъектов // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2018. – №3. – С. 40.

2. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. – СПб.: Питер, 2010. – 816 с.

3. Котлер Ф. Стратегический менеджмент по Котлеру. Лучшие приемы и методы / Ф. Котлер, Р. Бергер, Н. Бикхофф. – М.: Альпина Паблишер, 2012. – 143 с.

4. Ситникова Ю. Е. SWOT-анализ и PEST-анализ как наиболее эффективные инструменты стратегического планирования // Аллея науки. – 2019. – Т1. –№1(28). – С.523-528.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. – СПб.: Питер, 2010. – 816 с.

Котлер Ф. Стратегический менеджмент по Котлеру. Лучшие приемы и методы / Ф. Котлер, Р. Бергер, Н. Бикхофф. – М.: Альпина Паблишер, 2012. – 143 с.

Мирошникова Е. А. Роль и значение стратегического анализа в управлении деятельностью экономических субъектов //

Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2018. – №3. – С. 40.

Ситникова Ю. Е. SWOT-анализ и PEST-анализ как наиболее эффективные инструменты стратегического планирования // Аллея науки. – 2019. – Т1. –№1(28). – С.523-528.

Strategic analysis of a cafe-confectionery

© Demina E., 2025

The article presents a strategic analysis of the Cake Home cafe and confectionery in Irkutsk. Particular attention is paid to the factors of the external and internal environment of the company, allowing to assess its strengths and weaknesses, as well as opportunities and threats. The study includes a detailed description of the external environment of the company, touches upon political, economic, social and technological factors. The article also provides a group competitive analysis demonstrating the strategic group. Based on the results of the study, conclusions were made and recommendations for business development were proposed.

Keywords: strategic planning, strategic analysis, competitive analysis, SWOT analysis, PEST analysis, strategic groups, cafe and confectionery