

условия для формирования конкурентоспособного общества, способного эффективно адаптироваться к вызовам цифровой экономики.

Источники

1. Статистический ежегодник Республики Беларусь, 2024 // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — URL: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/66e/710tc5n78wkj4ulk6er8jxshk1m1k740.pdf> (дата обращения: 30.11.2024).
2. Протасова, М.А. Интеллектуальный капитал как фактор инновационного развития глобальной экономики / М.А. Протасова, А.В. Бондарь // НИРС 2015 : сб. науч. работ студентов Респ. Беларусь / редкол.: В.А. Богуш (пред.) [и др.]. — Минск : Изд. центр БГУ, 2016. — С. 263–266.
3. Корчагин, Ю. Человеческий капитал — интенсивный социально-экономический фактор развития личности, экономики, общества и государственности / Ю. Корчагин. — Москва, Воронеж, 2011.
4. ПВТ сегодня // Hi-Tech Park Belarus. — URL: <https://park.by/http/about/> (дата обращения: 30.11.2024).

СНИЛ «Поиск»

А.В. Гречушкина, У.Д. Кушнерова, В.В. Соболев, З.Р. Штивельман
Научный руководитель — кандидат экономических наук А.С. Сверлов

АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЕТЕВЫХ КОФЕЕН НА ПРИМЕРЕ ФРАНШИЗЫ «COFIX»

В статье рассматривается важность активного формирования предложений товаров и услуг на внутреннем рынке в условиях рыночной экономики с акцентом на сферу общественного питания. Особое внимание уделяется сети кофеен Cofix, которая, начав свою деятельность в Беларуси в 2019 г., быстро завоевала рынок и стала крупнейшим игроком в этом сегменте.

Одним из условий развития рыночной экономики в стране является активное формирование предложения товаров и услуг на ее внутреннем рынке. Деятельность любой организации, занимающейся торговлей, направлена на привлечение покупателей и акцентирует внимание на предлагаемых им товаре или услуге. Предпочтения покупателей выводят удовлетворение их желаний на первое место на пути выполнения цели деятельности и развития организации. Исключением не является и сфера общественного питания, которая позволяет предпринимателям построить бизнес, используя для этого самые разнообразные маркетинговые стратегии.

Кофейни стали наиболее ярким выражением стремления людей к иному подходу к качеству потребления. В единичных кофейнях средний чек выше, чем в сетевых, так как одиночные игроки выходят на кофейный рынок не

с чистой концепцией кофейни, а с концепцией, приближенной к ресторану (кофейня-ресторан, кофейня-кафе). Цены в кофейнях такого рода выше, чем в сетевых кофейнях, но ниже, чем в ресторанах, и держатся примерно на одинаковом уровне.

Сеть кофеен Соfх транслирует миссию: «У каждого есть право на хороший кофе»: любой человек, вне зависимости от социального статуса и возраста имеет право получить классный продукт по хорошей цене [1].

Данная сеть выбрала ключевыми элементами своей стратегии следующие элементы:

- выгода: больше выгоды за меньшую цену, минимум сервиса;
- простота восприятия: фиксированная цена;
- вариативность выбора: обширное меню на любой вкус и время суток;
- дружелюбная атмосфера: хорошо обученная и дружелюбная команда;
- дизайн: современный трендовый дизайн, который не ассоциируется с супер-доступными ценами.

На рынок Беларуси Соfх вышел в 2019 г. Уже в 2022 г., по данным масштабного исследования Project Café Europe, сеть Соfх стала крупнейшим игроком белорусского кофейного рынка (см. рисунок). Сейчас в Беларуси работает уже 48 кофеен, идет активная работа по выходу в новые районы столицы и новые города Республики Беларусь [2].

BRANDED CHAIN MARKET SHARE – BELARUS

FIGURE 7.2.3: MARKET SHARE OF BRANDED CHAINS BY OUTLETS – BELARUS, 2021-2022

COFFEE-FOCUSED BRAND	MARKET OF ORIGIN	EUROPEAN PRESENCE 2022	GLOBAL PRESENCE 2022	TOTAL OUTLETS 2022	ANNUAL OUTLET INCREASE	FOCUSED SEGMENT SHARE % 2022	TOTAL MARKET SHARE % 2022
Cofix	Israel	4 Markets	5 Markets	29 Outlets	+20 Outlets	39.7%	29.6%
Smile Coffee	Belarus	1 Markets	1 Markets	18 Outlets	+2 Outlets	24.7%	18.4%
Paragraph	Belarus	1 Markets	1 Markets	10 Outlets	+1 Outlets	13.7%	10.2%
McCafé	Australia	27 Markets	54 Markets	7 Outlets	+2 Outlets	9.6%	7.1%
Lavazza	Italy	8 Markets	13 Markets	4 Outlets	0 Outlets	5.5%	4.1%
Coffee Way	Russia	2 Markets	2 Markets	2 Outlets	0 Outlets	2.7%	2.0%
Coffee Like	Russia	3 Markets	3 Markets	1 Outlets	0 Outlets	1.4%	1.0%
Shokoladitsa	Russia	3 Markets	3 Markets	1 Outlets	-1 Outlets	1.4%	1.0%
Surf Coffee	Russia	2 Markets	2 Markets	1 Outlets	0 Outlets	1.4%	1.0%
Bodryi Den	Russia	3 Markets	3 Markets	0 Outlets	-1 Outlets	0.0%	0.0%

Исследование Project Café Europe

Таким образом, можно сделать вывод, что несмотря на огромное количество конкуренции в данном сегменте, концепция работы Соfх является выигрышной и позволяет обходить конкурентов.

В последние годы сеть стабильно входит в топ-10 самых выгодных франшиз стоимостью от 5 до 25 млн рос. руб., по версии журнала Forbes Russia, а также в топ-10 крупнейших сетей кофеен и кафе-кондитерских России, согласно исследованию РБК.

Компания оказывает комплексную поддержку на всех этапах работы с кофейней: помощь в поиске и экспертной оценке локации, переговоры с арендодателями и юридическая оценка договоров, подбор и обучение персонала и партнера, организация всех необходимых работ по строительству

кофейни (бизнес «под ключ»), подключение к ИТ-системам и общей сетевой автоматизации.

Помимо этого за кофейней закрепляется территориальный управляющий от компании, который будет помогать в решении вопросов в операционной деятельности на постоянной основе. К коммуникациям с работающими точками также подключается отдел B2B, который регулярно контролирует эффективность кофейни и предоставляет рекомендации для повышения показателей выручки.

В Беларуси, несмотря на то что сегодня многие белорусы ищут возможности и варианты для грамотного инвестирования и данный сегмент был бы востребован, только формируется подход к применению франшизы Cofix [3].

В результате проведенного анализа деятельности компании Cofix можно сделать вывод, что правильно подобранная стратегия входа на рынок является залогом успешной работы и развития предприятия. При составлении грамотного плана работы и рассмотрении всех аспектов деятельности появляется возможность занять свою нишу на рынке и выйти на лидирующие позиции, выиграв у конкурентов.

Источники

1. Официальный сайт «Cofix». — URL: <https://cofix.global/ru-ru/about/> (дата обращения: 14.11.2024).

2. От 0 до 3 млрд рублей выручки за 3 года. Как зарабатывать, продавая кофе за 60 рублей // VC.ru. — URL: <https://vc.ru/trade/490657-ot-0-do-3-mlrd-rublej-vyruchki-za-3-goda-kak-zarabatyvat-prodavaya-koфе-za-60-rublej> (дата обращения: 14.11.2024).

3. Cofix // Franshiza.ru. — URL: <https://franshiza.ru/franchise/read/cofix/> (дата обращения: 14.11.2024).

СНИЛ «Синергия»

А.А. Абушкевич, К.Р. Игнатович, О.В. Ламейко, Д.К. Петушкова

Научный руководитель — кандидат экономических наук Т.Л. Майборода

ЧТО ТАКОЕ ПЕРЕГРУЗКА ВЫБОРОМ И КАК ЕЕ ИЗБЕЖАТЬ

В работе представлен анализ феномена перегрузки выбором и его влияния на поведение потребителей в современных условиях. Рассмотрены конкретные проявления данного эффекта на примере Республики Беларусь. Особое внимание уделено проблеме перегрузки выбором в государственном секторе Беларуси. Приведены статистические данные о последствиях необоснованного выбора специальности среди абитуриентов. Предложены практические рекомендации по минимизации негативного влияния эффекта перегрузки выбором.