

## **Анализ реализованного бизнес-плана предприятия общественного питания «Небесный миндаль»**

*По произведению Джоанн Харрис «Шоколад»*

Святослав Петроченков, 1 курс, Санкт-Петербург

Номинация «Исследовательская работа». Тематическое направление «Анализ реализованного бизнес-плана литературного героя»

### **Введение**

Актуальность темы исследовательской работы заключается в том, что перед правительством РФ стоит непростая цель перехода к экономическому росту. Для достижения этой цели необходимо, чтобы наиболее активное молодое поколение интересовалось предпринимательской деятельностью. Поэтому студентам с первых шагов получения профессионального образования по специальностям социально-экономического профиля будет полезно изучать теоретические основы экономики и менеджмента, а также анализировать успешные примеры ведения предпринимательской деятельности.

В связи с этим, анализ успешного бизнес-плана, представленного в литературном произведении Джоанн Харрис «Шоколад» и этапы, пройденные его героиней Вианн, позволяют развить наблюдательность, критическое мышление и будут способствовать развитию предпринимательских способностей.

Целью исследования является анализ реализованного бизнес-плана в литературном произведении Джоанн Харрис «Шоколад».

Объектом исследования является литературное произведение Джоанн Харрис «Шоколад».

Предметом исследования является бизнес-план главной героини произведения.

В качестве гипотезы исследовательской работы, была выдвинута следующая формулировка: предположим, что успешность предприятия общественного питания «Небесный миндаль» заключается в бизнес-планировании и предпринимательской деятельности главной героини.

Для достижения цели были поставлены и решены следующие задачи:

- Выявить теоретические основы бизнес-планирования на предприятии;
- Дать характеристику отрасли промышленности;
- Рассмотреть технологии и квалификации, требуемые для предприятия;
- Выявить тип охвата рынка;
- Проанализировать новизну продукта для целевых потребителей;
- Рассмотреть модель реализации проекта открытия предприятия общественного питания «Небесный миндаль»;
- Выявить методы стимулирования продаж для выведения на рынок предприятия общественного питания «Небесный миндаль»;
- Проанализировать окупаемость проекта предприятия общественного питания «Небесный миндаль».

В качестве основного метода исследования был выбран кабинетный метод исследования.

## **1. Теоретические основы бизнес-планирования**

### **1.1. Понятие бизнес-плана**

Бизнес-план — это план определённых действий по достижению определённых целей, включающий оценку предполагаемых расходов и доходов, позволяющий оценить эффективность и надёжность вложения средств для превращения предпринимательской идеи в реальный проект.

Инновационный проект предприятия общественного питания «Небесный миндаль» отличается тем, что цели героини Вианн еще ни разу не были воплощены и уточняются по мере достижения каждого промежуточного этапа; оценка так же затруднена, т.к. сроки и продолжительность проекта зависят от возможности привлечения на свою сторону лидера общественного мнения и от продолжительности формирования общественного мнения; ресурсы выделяются по мере потребности в рамках возможного. Проект Вианн имеет большую неопределенность, как многие социальные инновационные проекты.

Формирование бизнес-плана преследует следующие цели:

- Спланировать хозяйственную деятельность предприятия на ближайший период с учётом потребностей рынка и наличия необходимых ресурсов.

- Показать возможные шансы на успешную реализацию бизнес-идеи.
- Обеспечить прибыль от деятельности предприятия [2, с. 12].

Проект открытия предприятия общественного питания «Небесный миндаль», описанный в произведении Джоанн Харрис «Шоколад», содержит описание только одной цели: «Спланировать хозяйственную деятельность предприятия на ближайший период с учётом потребностей рынка и наличия необходимых ресурсов».

## **1.2. Характеристика факторов внешней среды: отрасль, технологии и квалификации**

**Отрасль промышленности** — некоторая доля промышленности, включающая предприятия, создающие сходную, особенную продукцию, имеющую похожие технологии и определённый круг потребителей. «Небесный миндаль» относится к отрасли производства питания и к отрасли общественного питания. Вианн собирается производить и продавать не просто новый продукт, неизвестный потребителям, но продукт, входящий в противоречие с нравственными нормами поведения. Предприятие Вианн занимается производством шоколада, т.е. пищевых продуктов. Рассмотрим отраслевую структуру пищевой промышленности. Она предполагает ее деление на две категории.

К первой категории относят предприятия, которые осуществляют свою деятельность с привозным сырьем. Их расположение направлено на транспортные узлы.

Ко второй категории относят предприятия, которые располагаются ближе к сырью или к потенциальному потребителю.

Вспомним, в романе у города есть выход к водному сообщению, что доказывается наличием небольшого причала, к которому прибыл торговец Ру. Это указывает на то, что предприятие Вианн относится к первой категории (предприятия, что осуществляют свою деятельность с привозным сырьем). Вероятно, последующая поставка сырья в виде какао была налажена именно через водное сообщение.

Отрасль общественного питания была слабо развита в провинции. В общих чертах для предприятий общественного питания характерно наличие у потребителей свободного времени, достаточного располагаемого дохода, а также потребности общения помимо членов своей семьи.

**Технология** — средство трансформации сырья в продукт или услугу. Она является одним из элементов внутренней среды организации. Без технологии невозможно производство продукта. Существует несколько классификаций технологий, но наиболее популярной принято считать классификацию Джоан Вудворд.

Рассмотрим основные положения производства:

1) Мелкосерийное, индивидуальное производство — производство, ориентированное на одного заказчика;

2) В технологиях крупносерийного, массового производства изготавливаются большие количества принципиально сходной продукции;

3) Непрерывное производство использует автоматическое оборудование для изготовления больших количеств полностью одинаковой продукции.

Предприятие Вианн изготавливает сходную продукцию в довольно больших количествах, если судить по меркам небольшого города Ласкне-су-Танн, и ориентировано на большую аудиторию, но верно и обратное, Вианн брала и индивидуальные заказы. Так она организовала праздничное мероприятие на день рождения Аманды. Совокупность данных фактов указывает на то, что производство массовое, крупносерийное, но с элементами индивидуального, мелкосерийного. **Квалификация** включает профессиональные качества работника, определяемые их компетенцией, уровень знаний, умений, профессионализма и опыта работы. Она представляет собой профессионализм или компетентность работников, является показателем потенциала персонала.

Высокая квалификация сотрудника характеризуется наличием необходимых знаний, умений, соответствия требованиям к занимаемым должностям. Также здесь имеет значение уровень и профиль образования, опыт работы, наличие незначительных количеств ошибок и упущений в работе или полное их отсутствие.

Рассмотрим работников предприятия Вианн:

- Сама Вианн Роше. Высококвалифицированный специалист по приготовлению шоколада, что доказывается её многолетним семейным делом, и предприниматель, к этому умозаключению можно прийти, если знать, что это не первое предприятие Вианн. Несмотря на прошлые неудачные попытки реализации бизнес-плана, она приобрела опыт и развила свои предпринимательские способности.

- Джозефина. Малоквалифицированный работник, с высоким потенциалом развития, помогает Вианн. Можно сказать, что Джозефина своей помощью лишь укрепляла качество обслуживания предприятия «Небесный

миндаль» и сама постепенно повышала квалификацию.

### • 1.3. Маркетинговый анализ рынка

Для успешной реализации бизнес-плана важную роль играют пути вывода товара на рынок. Могут быть рассмотрены несколько путей:

- Концентрация на одном сегменте;
- Концентрация на обслуживании нескольких сегментов;
- Концентрация на конкретные потребительские потребности;
- Концентрация на группу потребителей;
- Охват всего рынка.

Обратившись к производству, вспомним, что Вианн расположила своё предприятие на площади города Ласкне-су-Танн напротив церкви. Учитывая данный факт, можно сказать, что посетителями предприятия были прихожане церкви, а они в свою очередь составляли основную часть народонаселения города, но были и прочие люди, не относящиеся к церкви (например, Аманда), но также заинтересованные в предприятии. Совокупность данных фактов указывает, что Вианн выбрала массовый (недифференцированной) охват рынка.

В условиях бизнеса для предприятия важно не отставать и предоставлять потребителю уникальный продукт. Это может быть достигнуто изменением и расширением предлагаемого торгового ассортимента, проработкой уникального торгового предложения. Уникальное торговое предложение (УТП) — это часть конкурентного преимущества, на основе которого целевой потребитель выбирает компанию, товар или услугу.

В производстве Вианн вывела на рынок продукт с принципиальным новшеством. Ранее жители не имели доступа к такого рода товарам и услугам. Во-первых, инновация в виде шоколада в таком провинциальном городке, производит неутолимый интерес к предприятию. Во-вторых, обслуживание, оказываемое Вианн, значительно подкрепляет этот интерес потребителей.

Налаживание коммуникаций, подбор товара в соответствии с индивидуальными потребностями каждого клиента — всё это новшества, введённые Вианн. Разработка новых продуктов очень рискованное дело для предпринимателя.

Стоит отметить, что вывод на рынок нового продукта — один из самых опасных и в тоже время важных моментов, от которого зависит весь жизненный цикл товара.

## **2. Анализ реализации проекта по производству Джоанн Харрис «Шоколад»**

Модель реализации проекта прежде всего требуется для определения наиболее важных проблем, которые требуют оперативного вмешательства и принятия решений предпринимателем. Так, перед Вианн встал вопрос о действии на общество через лидера мнений - Франсиса Рейно, сельского священника. Этот человек, учитывая роль религии в городке Ласкне-су-Танн, был значимой фигурой, что влияла на настроения в обществе и относительно предприятия Вианн.

### **2.1. Анализ характеристик проекта**

Методы стимулирования продаж — это методы и способы воздействия на потребителя, стимулирующие его к покупке товара. Главной особенностью стимулирования продаж является нацеленность на поощрение покупки товара, что дает высокую вероятность получения ответной реакции потребителя.

Существует две группы методов стимулирования потребителей — ценовые и неценовые. Ценовые методы стимулирования связаны со снижением цены на товар. Неценовые включают разные форматы воздействия: натуральное (премиальное), активное предложение и сервис.

Ценовые методы стимулирования сбыта:

1) Различные виды скидок на товары (фиксированная скидка, бонусная, скидки отдельным группам потребителей, скидка на дополнительно приобретенное количество товара;

2) Распространение купонов.

Неценовые методы включают:

1) Различные виды премиальных вознаграждений, может быть выражено в виде подарков, сувениров, дегустаций/проб;

2) «Активное предложение» (листовки, конкурсы, розыгрыши)

3) Сервис.

Из произведения мы знаем, что Вианн часто давала премиальные вознаграждения своим посетителям, что выражалось в подарочной продукции, в некотором роде дегустации. Также, мы можем отметить высокий сервис, оказываемый в данном предприятии.

Срок окупаемости представляет собой временной отрезок, по истечению которого прибыль от проекта становится равна сумме вложенных средств. Чем меньше величина этого времени, тем выгоднее проект.

По произведению, жизненный цикл проекта начинается с традиционного Великого поста и самоотречения. Сроком окупаемости можно считать пасхальное воскресенье, к этому моменту Вианн уже успела добиться доверия потребителей и чуть позже самого Франсиса Рейно, что говорит о высоком спросе и соответственно прибыльности дела. Таким образом, исходя из того, что вложения были небольшие и мы знаем временные рамки, предприятие Вианн окупилось за 6 недель и 4 дня.

## 2.2. Результаты исследования

Успех бизнеса можно установить по следующим показателям:

- Конкурентоспособность предприятия;
- Основательная разработка идеи;
- Достаточность средств [2, с. 13]

На основании проведённого исследования можно с уверенностью утверждать, что все вышеуказанные пункты были соблюдены в бизнес-плане предприятия главной героини. Следовательно, мы можем подтвердить успешную реализацию её бизнес-плана.

Вианн объединила своим делом людей провинциального городка Ласкне-сунтанн, сделала людей открытыми к новшествам, у людей появилось новое благо — шоколад; ей удалось захватить весь рынок. Также, в город вернулись речные бродяги, что могло служить лишь развитию каналов торговли. Вианн расположила людей к интересному и наполненному образу жизни, что доказуемо организованными Вианн мероприятиями. Выходит, что своей деятельностью Вианн добилась успеха и в бизнесе, и в формировании экономики городка в целом.

## Вывод

1. Бизнес-план предприятия «Небесный миндаль» отличается тем, что это новое предприятие, действующее в ситуации неопределенности. Цели уточняются предпринимателем по мере достижения каждого промежуточного этапа.
2. Предприятие Вианн имеет массовое, крупносерийное производство, но с элементами индивидуального, мелкосерийного.

3. Вианн вывела на рынок новый продукт. Ранее целевые потребители не имели доступа к такого рода товарам и услугам. Разработка новых продуктов очень рискованное дело для предпринимателя.
4. Вывод на рынок нового продукта –опасный момент, от которого зависит весь жизненный цикл товара. Успех зависит от привлечения на свою сторону лидера общественного мнения.
5. Начало проекта совпало с началом Великого поста. Срок завершения этапа выведения на рынок нового продукта приходится на конец Великого поста, к этому моменту Вианн уже успела добиться доверия потребителей, что говорит о высоком спросе и переходе на этап роста продаж.
6. Подводя итоги анализа, можно заключить, что несмотря на отсутствие четкого бизнес-плана предприятие «Небесный миндаль» смогло закрепиться на новом рынке.

## **Библиография**

1. Джоанн Харрис «Шоколад»
2. «О стратегии бизнес-планирования» Текст научной статьи по специальности «Экономика и бизнес».
3. <https://cyberleninka.ru/article/n/o-strategii-biznes-planirovaniya/viewer>