**Разработка инновационного проекта «Книжный магазин готической литературы»**

# 1. Общие сведения

## 

## 1.1 Обоснование актуальности

В настоящее время в Рязани есть несколько довольно крупных и множество маленьких книжных магазинов. Казалось бы, для полумиллионного города этого достаточно, если принять во внимание только количество, а не ассортимент. В маленьких магазинчиках преобладают кулинарные книги и любовные романы, в больших (например, книжный магазин в ТД «Барс») есть книги самых разных жанров и предметных областей, но всё это рассчитано на широкий круг потребителей. Если кому-то нравятся книги какого-то одного жанра, то найти что-то по своему вкусу станет со временем затруднительно.

Предлагаемый магазин готической литературы рассчитан на узкий круг людей, которые много читают и особенно ценят классику данного жанра. Ассортимент магазина будет выгодно отличаться от стандартного. Там будут представлены произведения как известных, так и не очень (по крайней мере, в России) авторов. Готика – это не мистика и ужасы в широком смысле. Готический роман представляет картину мира, сознательно освобождённую от житейского правдоподобия: фантастический, овеянный исторической и географической романтикой сюжет, мрачный, трагический колорит, зловещая атмосфера тайны и ужаса, вмешательство в судьбу персонажей неведомых, зачастую сверхъестественных сил.

Можно возразить, что в настоящее время люди читают всё меньше и меньше, а нужную книгу всегда можно заказать по Интернету. Всё это так, но бесплатных ресурсов в Интернете не так уж много, и найти там можно очень ограниченное число книг, а на платных ресурсах цена может быть выше, чем в магазине. К тому же, выбранную в Интернете книгу нельзя пролистать, оценить качество, составить о ней мнение. Кроме того, как уже отмечалось, магазин рассчитан на узкий круг потребителей.

За рубежом, да и в крупных городах России подобные магазины «жанровой» литературы уже вошли в практику. Думаю, и в Рязани найдутся люди, которым это нужно.

## 1.2 Название и место расположения

Организация получит название «ГотикКнига», выбранная организационно-правовая форма – общество с ограниченной ответственностью (ООО «ГотикКнига»). Книжный магазин будет располагаться на ул. Почтовой (рядом с пл. Ленина) на первом этаже какого-либо здания (вход с улицы). Выгода данного расположения в том, что место в центре города, легко узнаваемо, недалеко от остановки общественного транспорта, кроме того, на ул. Почтовой нет автомобильного движения, что поможет создать и поддержать особую атмосферу магазина.

## 

## 1.3 Схема помещения

Магазин будет состоять из трёх помещений: торгового зала (площадью 10 м2), складского помещения (площадью 4 м2) и туалета (площадью 2 м2) (см. рис.1).

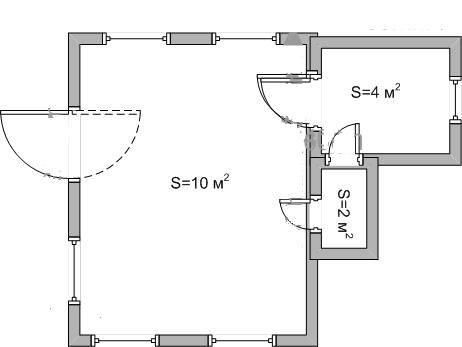


Рис. 1 - Схема помещения магазина

**1.4 Организационная структура**

В магазине потребуются два продавца-консультанта, кассир и уборщица. Все они подчиняются администратору торгового зала, который в свою очередь подчиняется директору (см. рис. 2).



Рис. 2 - Организационная структура предприятия

## 1.5 Штатное расписание

Табл. 1 - Штатное расписание предприятия

|  |  |
| --- | --- |
| **Должность** | **Оклад, руб.** |
| Директор | 20 000 |
| Администратор | 12 000 |
| Продавец-консультант | 10 000 |
| Кассир | 8 000 |
| Уборщица | 3 500 |

## 1.6 Должностные инструкции

### 

### 1.6.1 Должностная инструкция директора магазина

В обязанности директора магазина входит:

1. Организация и управление эффективной работой персонала магазина.
2. Контроль работы всего персонала магазина.
3. Составление бюджета магазина. Контроль и оптимизация расходной части бюджета магазина. Взаимодействие и решение текущих вопросов с арендодателями.
4. Оформление и своевременное продление необходимых для работы магазина разрешений и документов в фискальных и административных органах.
5. Ведение документации магазина, составление и отправка файлов экспорта реальных операций, отчетности и документации в соответствии с установленным порядком отчетности.
6. Начисление, получение и выдача зарплаты персоналу магазина.

### 1.6.2 Должностная инструкция администратора торгового зала

Администратор торгового зала:

1. Осуществляет работу по организации эффективного и культурного обслуживания покупателей, созданию для них комфортных условий, контролирует отсутствие нарушений правил торговли.
2. Поддерживает на рабочих местах атмосферу доброжелательности, подает личный пример в обслуживании покупателей.
3. Контролирует в общем приемку-сдачу товаров на склад, своевременную подачу товаров в торговые секции, работу касс, проверяет качество, сроки годности товаров, проверяет наличие маркировок, легко читаемых ценников на товарах, наличие в доступных для покупателей местах книг жалоб и предложений.
4. Обеспечивает общий контроль за сохранностью товаров, торгового оборудования и прочих материальных ценностей, за своевременным проведением инвентаризации товаров, торгового оборудования, прочего имущества предприятия.
5. Принимает меры по предотвращению и ликвидации конфликтных ситуаций.
6. Информирует руководство об имеющихся недостатках в обслуживании покупателей, принимаемых мерах по их ликвидации.
7. Осуществляет контроль за соответствующим оформлением товарных секций, торгового зала, помещения предприятия в целом, следит за размещением, обновлением и состоянием рекламы.
8. Контролирует выход работников на работу, присутствие работников на рабочем месте в течение рабочего дня, контролирует опрятный вид работников, ношение работниками в рабочее время форменной рабочей одежды.
9. Своевременно и четко сдает помещение предприятия под охрану.

### 1.6.3 Должностная инструкция продавца-консультанта

Продавец-консультант обязан:

1. Обслуживать покупателей: выявлять спрос, знакомить с имеющимся ассортиментом товаров,
2. Оказывать помощь покупателю в поиске подходящего ему товара.
3. Информировать покупателя о скидках, действующих в магазине и правилах (порядке) оплаты и получения товара;
4. Следить за соответствием цен в прайс – листах и ценниках на товар.
5. Проводить перепись и учет остатков в установленном руководством порядке.

### 1.6.4 Должностная инструкция кассира

Кассир:

1. Осуществляет операции по приему, учету, выдаче и хранению денежных средств с обязательным соблюдением правил, обеспечивающих их сохранность.
2. Ведет на основе приходных и расходных документов кассовую книгу.
3. Сверяет фактическое наличие денежных сумм и ценных бумаг с книжным остатком.
4. Составляет кассовую отчетность.

### 1.6.5 Должностная инструкция уборщицы

Уборщица осуществляет:

1. Уборку мусора в закрепленных помещениях.
2. Поддержание закрепленной территории в чистоте в течение рабочего дня.
3. Транспортировку мусора в контейнеры.
4. Уборку туалетов и их дезинфицирование.
5. Приготовление моющих и дезинфицирующих растворов; получение моющих средств, инвентаря и обтирочного материала.

# 2. Расчёт затрат

## 

## 2.1 Капитальные затраты

Для работы предприятия необходимо сделать следующие капитальные вложения:

Табл. 2 - Капитальные вложения

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Номер** | **Наименование** | **Цена, р.** | **Количество** | **Сумма, р.** |
| **1** | Уставный капитал | **10000** | **1** | **10000** |
| **2** | Регистрация ООО и открытие счета | **5000** | **1** | **5000** |
| **3** | Книжные стеллажи | **3000** | **10** | **30000** |
| **4** | Камера хранения | **2500** | **1** | **2500** |
| **5** | Кассовый аппарат | **13000** | **1** | **13000** |
| **6** | Комплект пьедесталов (стоек) на выходе из торгового зала | **30000** | **1** | **30000** |
| **7** | Устройство для деактивации меток | **10000** | **1** | **10000** |
| **8** | Камера наблюдения | **1500** | **1** | **1500** |
| **ИТОГО:** | | **102 000** | | |

## 2.2 Амортизация капитальных затрат

Все основные средства относятся к третьей амортизационной группе (3-5 лет), соответственно амортизационные отчисления будут следующими:

Табл. 3 - Амортизационные отчисления

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Номер** | **Наименование** | **Амортизационные отчисления** | |
| **за месяц, р.** | **за год, р.** |
| **1** | Кассовый аппарат | **216,67** | **2600** |
| **2** | Комплект пьедесталов (стоек) на выходе из торгового зала | **500** | **6000** |
| **3** | Устройство для деактивации меток | **166,67** | **2000** |
| **ИТОГО:** | | **883,34** | **10 600** |

## 2.3 Текущие затраты

Табл. 4 - Текущие затраты предприятия

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Номер** | **Наименование** | **Затраты за месяц, р.** | **Затраты за год, р.** |
| **1** | Оплата приобретения товаров | **250000** | **8400000** |
| **1** | Арендная плата | **16000** | **192000** |
| **2** | Заработная плата работников | **63500** | **762000** |
| **3** | ЕСН с з/п работников (26%) | **16510** | **198120** |
| **4** | Амортизационные отчисления | **883,34** | **10 600** |
| **ИТОГО:** | | **346 893,34** | **9 562 720** |

## 2.4 Оценка потребности в кредите и выбор системы налогообложения

Сложив капитальные затраты и текущие затраты за месяц, можно сделать вывод, что для начала необходимы денежные средства в размере 448 893 р. У нас есть в наличии 1 000 000 р., поэтому нет необходимости брать кредит.

Организация имеет право применять УСН, налоговой базой будет величина доходов, уменьшенная на величину расходов, соответственно, ставка 15%.

# 3. Прогноз выручки

Стоимость покупки в книжном магазине обычно составляет от 30-50 рублей до 3000 рублей и выше. Примем среднюю стоимость покупки за 300 рублей.

Среднее число посетителей в день – около 50 человек (в выходные может быть больше, в будние дни – меньше), тогда средняя дневная выручка составит: 50\*300 = 15 000 р.

Тогда выручка за неделю: 15 000\*7 = 105 000 р.

за месяц: 105 000\*4 = 420 000 р.

# 4. Прогнозирование денежных потоков предприятия

Спрогнозируем денежные потоки предприятия за первый год работы (см. табл. 5).

Табл.5 - Прогноз денежных потоков предприятия

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Дата** | **Приход (выручка), р.** | **Амортизационные отчисления, р.** | **Расход (текущие затраты), р.** | **Налогооблагаемая прибыль, р.** | **Налоговые отчисления (15%), р.** | **Чистая прибыль, р.** | **Расчёт срока окупаемости** | **Денежный поток, р.** | **Коэффициент дисконтирования при r1=15%** | **Дисконтиро-ванный денежный поток при r1=15%, р.** | **Коэффициент дисконтирования при r2=20%** | **Дисконтиро-ванный денежный поток при r2=20%, р.** |
| 31.07.2008 | 420 000 | 883 | 346 893 | 73 107 | 10966 | 62 141 | 38 976 | 63 024 | 0,869565 | 54 803,48 | 0,833333 | 52 520 |
| 31.08.2008 | 520 000 | 883 | 346 893 | 173 107 | 25966 | 147 141 | -109 048 | 148 024 | 0,756144 | 111 927,4 | 0,694444 | 102 794,4 |
| 30.09.2008 | 580 000 | 883 | 346 893 | 233 107 | 34966 | 198 141 |  | 199 024 | 0,657516 | 130 861,5 | 0,578704 | 115 175,9 |
| 31.10.2008 | 650 000 | 883 | 346 893 | 303 107 | 45466 | 257 641 |  | 258 524 | 0,571753 | 147 811,9 | 0,482253 | 124 674 |
| 30.11.2008 | 730 000 | 883 | 346 893 | 383 107 | 57466 | 325 641 |  | 326 524 | 0,497177 | 162 340,1 | 0,401878 | 131 222,7 |
| 31.12.2008 | 730 000 | 883 | 346 893 | 383 107 | 57466 | 325 641 |  | 326 524 | 0,432328 | 141 165,3 | 0,334898 | 109 352,2 |
| 31.01.2009 | 760 000 | 883 | 346 893 | 413 107 | 61966 | 351 141 |  | 352 024 | 0,375937 | 132 338,9 | 0,279082 | 98 243,44 |
| 29.02.2009 | 780 000 | 883 | 346 893 | 433 107 | 64966 | 368 141 |  | 369 024 | 0,326902 | 120 634,6 | 0,232568 | 85 823,19 |
| 31.03.2009 | 850 000 | 883 | 346 893 | 503 107 | 75466 | 427 641 |  | 428 524 | 0,284262 | 121 813,3 | 0,193807 | 83 050,82 |
| 30.04.2009 | 920 000 | 883 | 346 893 | 573 107 | 85966 | 487 141 |  | 488 024 | 0,247185 | 120 632,1 | 0,161506 | 78 818,6 |
| 31.05.2009 | 970 000 | 883 | 346 893 | 623 107 | 93466 | 529 641 |  | 530 524 | 0,214943 | 114 032,5 | 0,134588 | 71 402,16 |
| 30.06.2009 | 1 200 000 | 883 | 346 893 | 853 107 | 127966 | 725 141 |  | 726 024 | 0,186907 | 135 699,1 | 0,112157 | 81 428,42 |
| **ИТОГО:** | **7 490 000** | **10 596** | **4 162716** | **4 947 284** | **742 092** | **4 205 191** |  | **4 215 788** |  | **1 494 060** |  | **1 134 506** |

# 5. Расчёт критериев эффективности проекта

1) Срок окупаемости (Ток)

Срок окупаемости – это период времени, в течении которого сумма полученных доходов окажется равной величине произведенных инвестиций.

Ток = min n, при котором 

Ток = 2 мес.

2) Дисконтированный срок окупаемости инвестиций (DТок)

Дисконтированный срок окупаемости – это срок окупаемости инвестиций (Ток) c учетом временного аспекта:

DТок = min n, при котором 

при r = 0,15 DТок = 2 мес.

3) Чистый приведенный доход (NPV)

(приr = 0,15)

NPV = 1 494 060 – 102000 = 1 392 060

4) Индекс рентабельности инвестиции (PI)

Индекс рентабельности инвестиции показывает, сколько единиц современной величины денежного потока приходится на единицу предполагаемых первоначальных затрат. Этот метод является по сути следствием метода чистой приведенного дохода. Для расчета показателя PI используется формула:



5) Внутренняя норма рентабельности (IRR)





**6. График жизненного цикла инновации**



**7. Оценка инновационного потенциала предприятия**

Таблица 6 - Оценка инновационного потенциала предприятия

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Компоненты блоков** | | **Уровень состояния компонентов** | | | | | | | |
| **Слабые стороны** | | |  | | **Сильные стороны** | | |
| ***1. Продуктовый блок*** | | | | | | | | |
| 1) | Качество | | 1 2 | | | 3 | | 4 **5** | | |
| 2) | Цена | | 1 2 | | | 3 | | **4** 5 | | |
| 3) | Объем продаж | | 1 2 | | | 3 | | **4** 5 | | |
| 4) | Состояние ресурсного обеспечения | | 1 2 | | | 3 | | **4** 5 | | |
| 5) | Удовлетворение потребностей потребителей | | 1 2 | | | 3 | | 4 **5** | | |
| *Итоговая оценка состояния продуктового блока* | | | **4,4** | | | | | |
| ***2. Функциональный блок*** | | | | | | | | |
| 1) | Реклама организации | | 1 2 | | | **3** | | 4 5 | | |
| 2) | Обслуживание клиентов | | 1 2 | | | 3 | | 4 **5** | | |
| *Итоговая оценка состояния функционального блока* | | | **4** | | | | | |
| ***3. Ресурсный блок*** | | | | | | | | |
| 3.1 | Материально-технические ресурсы | | | | | | | | | |
| 1) | Удобство рабочих мест (площадь) | | 1 2 | | | 3 | | 4 **5** | | |
| 2) | Месторасположение офиса | | 1 2 | | | 3 | | 4 **5** | | |
| 3) | Наличие и качество услуг связи | | 1 2 | | | **3** | | 4 5 | | |
| *Итоговая оценка состояния материально-технических ресурсов* | | | **4,3** | | | | | |
| 3.2 | Трудовые ресурсы | | | | | | | | | |
| 1) | Состав и компетентность руководителей | | 1 2 | | | 3 | | 4 **5** | | |
| 2) | Состав и квалификация продавцов-консультантов | | 1 2 | | | 3 | | 4 **5** | | |
| 3) | Состав остального персонала | | 1 2 | | | 3 | | **4** 5 | | |
| 4) | Средний возраст коллектива | | 1 2 | | | 3 | | 4 **5** | | |
| *Итоговая оценка состояния трудовых ресурсов* | | | **4,75** | | | | | |
| 3.3 | | Информационные ресурсы | | | | | | | | |
| 1) | | Экономическая информация | 1 2 | | | 3 | | 4 **5** | | |
| 2) | | Коммерческая информация | 1 2 | | | 3 | | 4 **5** | | |
| 3) | | Информация о новинках книжного рынка | 1 2 | | | 3 | | 4 **5** | | |
| *Итоговая оценка состояния информационных ресурсов* | | | **5** | | | | | |
| 3.4 | Финансовые ресурсы | | | | | | | | | |
| 1) | Возможности финансирования из собственных средств | | 1 2 | | | 3 | | 4 **5** | | |
| 2) | Обеспеченность оборотными средствами | | 1 2 | | | 3 | | 4 **5** | | |
| 3) | Обеспеченность средствами на зарплату | | 1 2 | | | 3 | | 4 **5** | | |
| 4) | Обеспеченность средствами на оплату коммунальных услуг | | 1 2 | | | 3 | | 4 **5** | | |
| *Итоговая оценка состояния финансовых ресурсов* | | | **5** | | | | | |
| *Итоговая оценка состояния ресурсного блока* | | | **4,76** | | | | | |
| ***4. Организационный блок*** | | | | | | | | |
| 4.1 | Организационная структура | | | | | | | | |
| 1) | Конфигурация: звенья и уровни управления | | | 1 2 | 3 | | 4 **5** | | |
| 2) | Функции: состав и качество разделения труда | | | 1 2 | 3 | | 4 **5** | | |
| 3) | Качество внутренних и внешних вертикальных и горизонтальных, прямых и обратных связей | | | 1 2 | 3 | | 4 **5** | | |
| 4) | Отношения: разделение прав и ответственности по звеньям | | | 1 2 | 3 | | **4** 5 | | |
| *Итоговая оценка состояния организационной структуры* | | | **4,75** | | | | | |
| 4.2 | Технология процессов | | | | | | | | |
| 1) | Прогрессивность используемых технологий и методов | | | 1 2 | 3 | | 4 **5** | | |
| *Итоговая оценка состояния технологических процессов* | | | **5** | | | | | |
| 4.3 | Организационная культура | | | | | | | | |
| 1) | Коммуникационная система и язык общения | | | 1 2 | 3 | | 4 **5** | | |
| 2) | Традиции, опыт и вера в возможности организации | | | 1 2 | 3 | | **4** 5 | | |
| 3) | Трудовая этика и мотивирование | | | 1 2 | 3 | | 4 **5** | | |
| *Итоговая оценка состояния организационной культуры* | | | **4,67** | | | | | |
| *Итоговая оценка состояния организационного блока* | | | **4,8** | | | | | |
| ***5. Управленческий блок*** | | | | | | | | |
| 5.1 | Общее, функциональное руководство | | | 1 2 | 3 | | 4 **5** | | |
| 5.2 | Система управления: планирование, организация, контроль, стимулирование, координация | | | 1 2 | 3 | | 4 **5** | | |
| 5.3 | Стиль управления | | | 1 2 | 3 | | **4** 5 | | |
| *Итоговая оценка состояния управленческого блока* | | | **4,67** | | | | | |
| ***Итого по блокам инновационного потенциала*** | | | | | | | | |
| 1 | Состояние продуктового блока | | | **4,4** | | | | | |
| 2 | Состояние функционального блока | | | **4** | | | | | |
| 3 | Состояние ресурсного блока | | | ***4,76*** | | | | | |
| 4 | Состояние организационного блока | | | ***4,8*** | | | | | |
| 5 | Состояние управленческого блока | | | ***4,67*** | | | | | |
| ***Итоговая оценка состояния инновационного потенциала*** | | | ***4,53*** | | | | | |

# 

# 8. Оценка инновационного климата предприятия

Проведём анализ инновационного климата экспертным путем по 5-балльной шкале (табл. 7).

Таблица 7 - Оценка инновационного климата предприятия

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Оцениваемые компоненты** | **Уровень состояния компонентов** | | |
| **Слабые стороны** |  | **Сильные стороны** |
| ***1. Оценка инновационного макроклимата***  ***(СТЭП-анализ стратегических сфер)*** | | | | |
| 1.1 | Социальная сфера | 1 2 | 3 | 4 **5** |
| 1.2 | Расположение книжного магазина относительно центра | 1 2 | 3 | 4 **5** |
| 1.3 | Коммуникационная сфера (транспорт, связь) | 1 2 | 3 | **4** 5 |
| 1.4 | Технологическая сфера | 1 2 | 3 | 4 **5** |
| 1.5 | Экономическая и финансовая сфера | 1 2 | 3 | 4 **5** |
| 1.6 | Правовая сфера | 1 2 | 3 | 4 **5** |
| *Итоговая оценка состояния инновационного макроклимата* | | **4,83** | | |
| ***2. Оценка инновационного микроклимата (анализ стратегических зон)*** | | | | |
| 2.1 | Зона хозяйствования, сегменты рынка: уровень конкуренции | 1 2 | 3 | 4 **5** |
| 2.2 | Зона капиталовложений-инвестиций | 1 2 | 3 | 4 **5** |
| 2.3 | Зона новых технологий | 1 2 | 3 | 4 **5** |
| 2.4 | Зона сырьевых, энергетических и материально-технических ресурсов | 1 2 | 3 | **4** 5 |
| 2.5 | Зона трудовых ресурсов | 1 2 | 3 | 4 **5** |
| *Итоговая оценка состояния инновационного микроклимата* | | **4,8** | | |
| ***Итого по инновационному климату*** | | | | |
| 1) | Оценка макроклимата | 4,83 | | |
| 2) | Оценка микроклимата | 4,8 | | |
| ***Итоговая оценка состояния инновационного климата*** | | **4,82** | | |

# 9. Расчёт инновационной позиции

Инновационная позиция (Поз) определяется совместно инновационным потенциалом (Пот) и инновационным климатом (Кл):

Поз = Пот\*(Кл) Ѕ

Пот = 4,53; Кл = 4,82

Поз = 4,53\*(4,82)Ѕ = 9,95

Инновационная сила (Син) определяется по формуле:

Син = Поз\*Киа,

где Киа – коэффициент инновационной активности.

Киа = 1/7 ∑Аi,

где Аi – параметр инновационной активности.

Каждый параметр инновационной активности определяется экспертным путем по 5-балльной шкале (табл. 8).

Таблица 8 - Параметры инновационной активности

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Аi** | **Параметр инновационной активности** | **Значение параметра** |
| А1 | Качество инновационной стратегии и инновационной цели | 5 |
| А2 | Уровень мобилизации инновационного потенциала | 5 |
| А3 | Уровень привлеченных капиталовложений-инвестиций | 4 |
| А4 | Методы, культура, ориентиры, используемые при проведении изменений | 4 |
| А5 | Соответствие реакции фирмы характеру конкурентной стратегической ситуации | 5 |
| А6 | Скорость (темп) проведения стратегических инновационных изменений | 5 |
| А7 | Обоснованность реализуемого уровня инновационной активности | 5 |
| ∑Аi | | 33 |

Киа = 1/7\*33 = 4,71

Инновационная сила равна:

Син = 9,95\*4,71 = 46,9

# 10. SWOT-анализ

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | **Возможности** | | | | **Риски** | | | |
|  |  | Продажа площадей | Наличие квалифицированного персонала | Возможность расширения ассортимента и добавления новых услуг | Минимизация издержек | Высокая конкуренция | Снижение покупательской способности | Рост цен на коммунальные услуги | Повышение арендной платы |
| **Сильные стороны** | Выгодное местоположение | + | + | + |  | + | + |  | + |
| Широкий ассортимент |  |  | + |  | + | + |  |  |
| Наличие новинок книжного рынка |  |  | + |  | + | + |  |  |
| Качественное обслуживание |  | + | + |  | + | + |  |  |
| Быстрая окупаемость |  |  |  | + | + | + | + | + |
| Сильная конкурентная позиция | + | + | + | + | + | + | + | + |
| Высокая мотивация персонала |  |  |  |  | + | + |  |  |
| **Слабые стороны** | Отсутствие разветвленной сети филиалов | + |  |  |  | + | + | + | + |
| Отсутствие собственного сайта | + |  | + |  | + |  |  |  |
| Аренда офиса, он не в собственности | + |  |  |  | + |  |  | + |
| Маленький штат сотрудников |  | + |  |  | + |  |  |  |
| Слабые связи на рынке |  |  | + |  | + |  |  |  |

# 11. Выводы и предложения по усовершенствованию инновации

Анализируя данный проект, можно сделать вывод, что он является успешным: имеет срок окупаемости менее полугода, имеет свою конкурентную позицию, заключающуюся в новизне услуг и предоставлении полного спектра услуг.

Инновационный потенциал создаваемого предприятия составляет **4,53** балла по пятибалльной шкале, что показывает высокую степень готовности к реализации данного инвестиционного проекта.

Состояние внешней среды организации также содействует достижению инновационной цели и составляет **4,82** балла попятибалльной шкале. Это соответствует благоприятному инновационному климату для развития предприятия.

Анализ инновационной позиции – **9,95** балла и инновационной мощности (силы) предприятия – **46,9**балла также свидетельствует о возможностях организации адекватно реагировать на изменения, происходящие как во внутренней, так и внешней среде.

Для совершенствования инновационного проекта предлагается осуществление следующих действий:

* расширение ассортимента предлагаемых товаров для удовлетворения потребностей клиентов;
* постоянный контроль качества товаров и уровня обслуживания клиентов;
* расширение предприятия и добавление новых услуг, например, открытие кафе или доставка книг по заказу;
* проведение и расширение рекламной компании;
* повышение мотивации сотрудников;
* повышение заработной платы сотрудников.