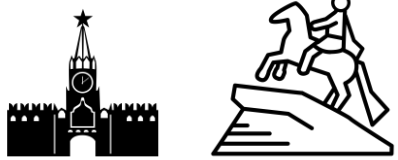


Анализ потенциального рынка



+ 45% посетителей музеев за последний год¹ **16 млн.**

+ 20% туристов за 2015 год² **6,5 млн.**

11 млн. посещали музеи³ **3,5 млн.**

Комплексная работа музеев над привлечением посетителей также включает в себя развитие сувенирных магазинов – расширение линейки товаров, эксклюзивных и лимитированных предметов.



Исторические торговые дома Москвы и Санкт-Петербурга привлекают до **10 тысяч покупателей** ежедневно, в том числе и туристов.



Чай Lipton – всемирно известный бренд и любимый напиток россиян⁵. Специальная подарочная упаковка, дизайн которой вдохновлен русской культурой, историей и искусством, станет отличным сувениром как для иностранных, так и для российских туристов.

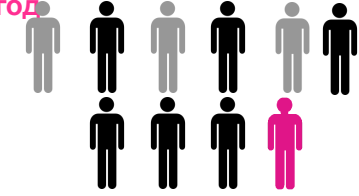
90% покупателей повторно используют упаковку товара⁵

рост продаж на **30%** за счет яркой и интересной упаковки⁷

Каждый второй турист посещает главные музеи города. Предположим, что каждый второй из них посещает сувенирный магазин, и каждый **четвертый** выбирает листовый чай Lipton в подарочной упаковке.

Предположим, что также поступает каждый десятый посетитель 4-х исторических торговых домов.

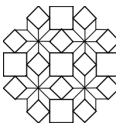
Потенциальный объем рынка составит **3,3 млн. штук./год**



Команда предлагает установить цену за штуку в районе **450 руб.** (вписывается как в среднюю цену листового чая в жестяной банке по Москве, так и в среднюю цену качественного сувенира в музее)

Выход на новый канал продаж – музейные сувенирные магазины России и исторические торговые дома Москвы и Санкт-Петербурга – позволят увеличить продажи минимум на 17% к концу 2018 года.

Что для этого потребуется?*



Разработка уникального дизайна для линейки жестяных коробок (с использованием работ известных русских художников, национальных узоров и орнаментов и т.д.) - 10 000\$



Жестяная банка (усредненная себестоимость – 35 руб./шт.)

→ Инвестиции на первый год: **116,2 млн. руб.****

→ Продажи: **1 485 млн. руб.**

→ Валовая прибыль: **1 368,8 млн. руб.**

→ ежегодный рост продаж на **10%** за счет увеличения объема рынка

Стратегия развития на 2016 – 2018 гг.

2016 год
Запуск продукции в сувенирных магазинах самых посещаемых музеев Москвы (Государственная Третьяковская галерея, ГМИИ им. А.С. Пушкина, Музеи Московского Кремля)⁷ и Санкт-Петербурга⁸ (Государственный музей-заповедник «Петергоф», Государственный Эрмитаж, Государственный Русский музей)⁹, а также в исторических торговых домах (ГУМ, ЦУМ, Гостиный двор, Торговый дом братьев Елисеевых)

2017 год
Запуск продукции в самых посещаемых музеях наиболее популярных у туристов городов¹⁰ (Сочи, Казань, Краснодар, Нижний Новгород, Калининград, Екатеринбург); разработка тематического дизайна лимитированной коллекции для запуска во время проведения временных выставок в музеях

2018 год

Запуск продукции еще в 10 городах-миллионерах России;
Отслеживание роста популярности тех или иных туристических направлений в России и выход в крупные сувенирные магазины .

Основные тенденции – рост числа посетителей музеев и увеличение числа туристов, как иностранных, так и внутренних – позволяют судить о дальнейшем росте рынка музейных сувениров. Яркая, запоминающаяся упаковка привлечет дополнительное внимание к предпочитаемому многими чаю Lipton, и продукция может выступить в роли сувенира для 94% населения России¹¹, которые являются потребителями чая.

*в расчет не включены ОПЕХ

** без учета себестоимости листового чая в коробке

Moonwalkers

Грищенко Юлия

МГУ имени М.В. Ломоносова
Факультет государственного
управления
1 курс магистратуры
Сфера интересов – деятельность
транснациональных компаний



Осадченко Анна

МГУ имени М.В. Ломоносова
Факультет государственного
управления
1 курс магистратуры
2 года в страховом бизнесе
Интересуюсь вопросами влияния КСО
на формирование деловой репутации
компаний



Ефремов Даниил

МГУ имени М.В. Ломоносова
Факультет государственного
управления
1 курс магистратуры
Предприниматель



Скиженок Полина

МГУ им. М.В. Ломоносова
Факультет государственного управления
1 курс магистратуры
Выпускница Зимней школы Changellenge 2016
Выступления на научных конференциях и
публикации на тему развития государственно-
частного партнерства в России
Решение бизнес-кейсов

