Монетизация проекта

Создание арт-галереи

СОДЕРЖАНИЕ:

РЕЗЮМЕ

Идея и цель проекта 3

Основные показатели проекта 4

Конфиденциальность 5

ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОЕКТА

Описание товара/услуги 6

АНАЛИЗ РЫНКА

Конъюнктурный анализ 7

Потребители 8

Конкуренты 9

Прогноз продаж 10

МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН

Стратегия маркетинга 11

Конкурентные преимущества 11

Каналы продвижения 12

Бюджет маркетинга 12

ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН

Организационная структура 13

Штатное расписание 14

ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

Инвестиционные затраты 15

Постоянные расходы 16

План доходов и расходов 17

План движения денежных средств 18

График безубыточности 19

Показатели эффективности проекта 20

Оценка риска 22

КОНТАКТЫ 23

РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА. Идея и цель проекта

Современное искусство в нынешнем своем виде сформировалось на рубеже 1950-60-х годов. Художественные искания того времени можно охарактеризовать как поиск альтернатив, новых образов, новых средств и материалов выражения. В этом историческом и художественном периоде осталось множество вопросов, оставшихся без ответа, событий, которые до сих пор живы в памяти и рождают исторические параллели. При этом художественное наследие позволяет прочувствовать преемственность, почувствовать свои корни, вернуться к вечным ценностям.

Цель проекта

Настоящий проект представляет собой план организации коммерческой арт-галереи (музея) ориентированной на знакомство посетителей с историей жизни и творчества художника _____ и современным искусством в целом.

Основные задачи проекта:

- создание высокорентабельного предприятия и получение прибыли.
- удовлетворение потребительского спроса в области выставочного и культурно-досугового бизнеса.

Уникальность проекта

- музей рассказывает о жизни и творчестве художника _____
- представлены оригинальные работы художника

РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА. Основные показатели проекта

Параметры проекта

Финансирование проекта осуществляется путем привлечения инвестиций (получения коммерческого кредита) в размере рублей под % годовых.

Сроки окупаемости проекта: лет.

Доход инвестора составит около рублей.

Выплаты процентов начинаются с первого месяца реализации данного проекта.
Возврат заемных средств начинается с первого месяца реализации проекта.

Условный жизненный цикл проекта - лет.

РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА. Конфиденциальность

Заявление о конфиденциальности

ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОЕКТА. Товары и услуги

Основная деятельность

- Формирование музейного фонда и выставочная деятельность
- Продажа картин

Дополнительная деятельность

- проведение мероприятий (камерных концертов, литературных вечеров)
- проведение мастер-классов
- реализация сувенирной продукции
- реализация предметов быта
- проведение вернисажей;
- консультации по вопросам формирования коллекций, по вопросу дизайна, по вопросам приобретения работ, экспертиза художественных произведений и т.п.
- помощь в таможенном оформлении, логистике, страхование, подготовка пакета документов для вывоза картин за рубеж
- услуги по изготовлению портретов, пейзажей, натюрмортов, копий классических произведений, монументальной росписи

Арт-галерея

Арт-галерея (музей) - галерея советского искусства периода 50-х, 60-х годов.

Арт-галерея предназначена объединить два ключевых направления, галерейное и музейное дело. Где ядром будет музей, с экспозицией признанных произведений искусства, задача которого, привлечения внимания, интереса к данному объекту, его популяризация (сохранение наследия), с другой стороны арт-галерея для проведения персональных и тематических выставок, посвященных советскому периоду в истории русского искусства.

ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОЕКТА. Основные этапы проекта

Этапы проекта	июл.16	авг.16	сен.16	окт.16	ноя.16	дек.16	янв.17	фев.17	мар.17
разработка концепции музея									
поиск инвестиций									
юридическое оформление деятельности									
аренда здания									
создание архитектурного проекта помещения									
ремонт и проведение дизайнерской работы									
установка оборудования									
установка экспонатов									
проведение работы с коллекционерами									
проведение маркетинговой компании.									

АНАЛИЗ РЫНКА. Конъюнктурный анализ

$ млрд

составляет годовой оборот российского рынка искусства

млн.

составляет количество посещений музеев за год по Москве в 2014 г.

Около музеев и арт-галерей представлено в настоящее время в Москве

России удалось сохранить музейную сеть, а также тенденцию её дальнейшего роста, соответствующую общемировой практике (увеличение числа музеев примерно на % каждые 5 лет). Однако Россия резко отстаёт от многих европейских стран по количеству музеев «на душу населения». Наиболее представительной продолжает оставаться группа музеев Министерства культуры РФ, самую крупную профильную группу (музея) составляют исторические музеи (в т.ч. археологические, этнографические, военно-исторические и др.) при этом около 90% музеев страны составляют небольшие региональные музеи.

По данным Росстата, всего в Росси зарегистрировано музеев, число посещений музеев за 2014 г. составило млн., а число посещений музеев на человек населения составило .

Важной тенденцией в развитии московских музеев стала их нарастающая технологичность и интерактивность. В основе современного музея всё чаще лежит не только выставка экспозиций, но и создание полноценного арт-пространства: задействование мультимедиа и саунд составляющих, вовлечение посетителей в разного рода перформансы, проведение на территории музея публичных лекций, киноклубов, фестивалей, презентаций, световых и лазерных шоу. В последние годы наметилась тенденция сближения аукционов и картинных галерей. Аукционы стали приобретать частные крупные галереи с целью дальнейшей продажей картин. Тесное сотрудничество аукционов и картинных галерей позволяет им наращивать свои доходы.

Целевая аудитория

- Взрослые;
- Школьники;
- Студенты;
- Иностранные туристы

Согласно исследованию «Мониторинг культурной жизни города Москвы и оценка эффективности деятельности учреждений культуры» проведенного Департаментом культуры города Москвы, порядка жителей столицы с разной степенью интенсивности участвуют в культурной жизни столицы. Из всех учреждений культуры наибольшей популярностью среди москвичей пользуются парки, кинотеатры и театры – их посещает более половины жителей города, у менее популярных типов учреждений культуры (концертных и выставочных залов, музеев) нет большой устойчивой аудитории. В среднем, число посещений музеев, кинотеатров, театров, выставочных или концертных залов составляет раза за месяца.
Около трети посещений музеев являются экскурсионными. А большинство участников этих экскурсий – дети до 18 лет. Если говорить об индивидуальных посетителях, то из них имеют те или иные льготы при посещении

Статистика посещаемости

АНАЛИЗ РЫНКА. Конкуренты

Музеи и Арт-галереи

- Государственный историко-культурный музей-заповедник «Московский Кремль»
- Государственная Третьяковская галерея
- Государственный исторический музей
- Государственный музей изобразительных искусств имени А.С.Пушкина
- Мультимедиа Арт Музей

- ГАРАЖ, центр современной культуры
- Дизайн-завод «Флакон»
- арт-кластер «Винзавод»
- IZO ART GALLERY, галерея
- АРТ-ТРОФИ, художественная галерея
- M'APC, центр современного искусства
- JJ DAVIES GALLERIE, художественная галерея
- RUARTS, галерея актуального искусства

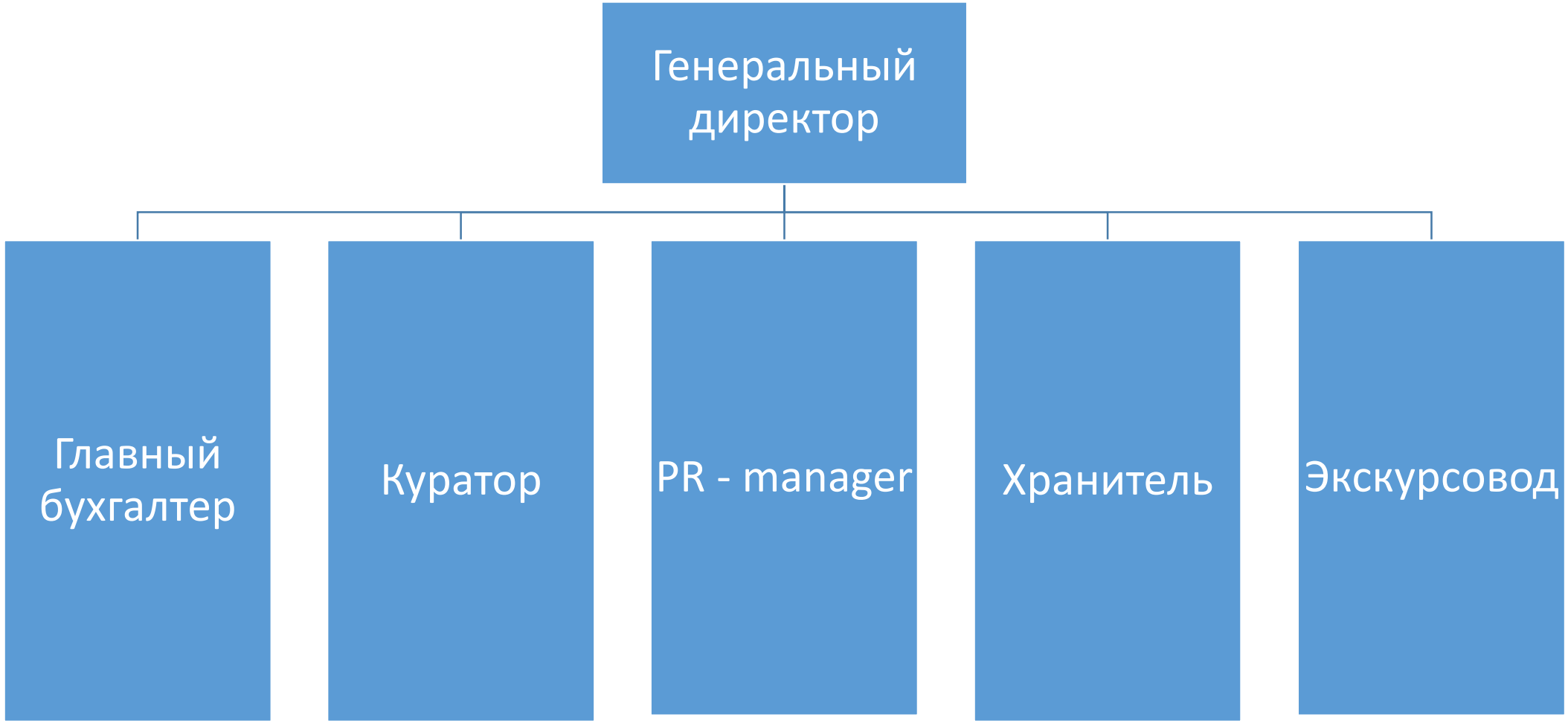
Самые посещаемые музеи Москвы за 2015 г.

Самые посещаемые выставки Москвы за 2015 г.

** Согласно исследования The Art Newspaper Russia*

АНАЛИЗ РЫНКА. Прогноз продаж

ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН. Организационная структура



ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН. Штатное расписание

МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН. Стратегия и конкурентные преимущества

Значительную часть деятельности музеев составляет выставочная деятельность. Некоторые музеи в принципе действуют как выставочные залы. Речь идет не только о выставках, проводимых на основе экспонирования находящихся в собственности музея предметов, но и об организации выставок экспонатов, принадлежащих другим музеям. Эффективной стратегией является тематическое единство/объединение проводимых выставок с организуемыми мероприятиями, лекциями, мастер-классами.

Сменяемость экспозиции или проведение большого числа выставок само по себе является информационным поводом, а если это сопровождается организацией лекции или мероприятия, то музей делает заявку на то, чтобы стать заметным в средствах массовой информации.

Как правило, чем более разнообразная деятельность проводится музеем, тем более он посещаем

Актуальная экспозиционная деятельность

Широкий перечень услуг

Активная работа с образовательными учреждениями

Активное продвижение интернет-сайта

МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН. Бюджет маркетинга

Основные каналы продвижения

Интернет-реклама

Реклама в социальных сетях

Реклама в СМИ

Печатная продукция (буклеты, проспекты)

ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН. Инвестиционные затраты

ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН. Постоянные расходы

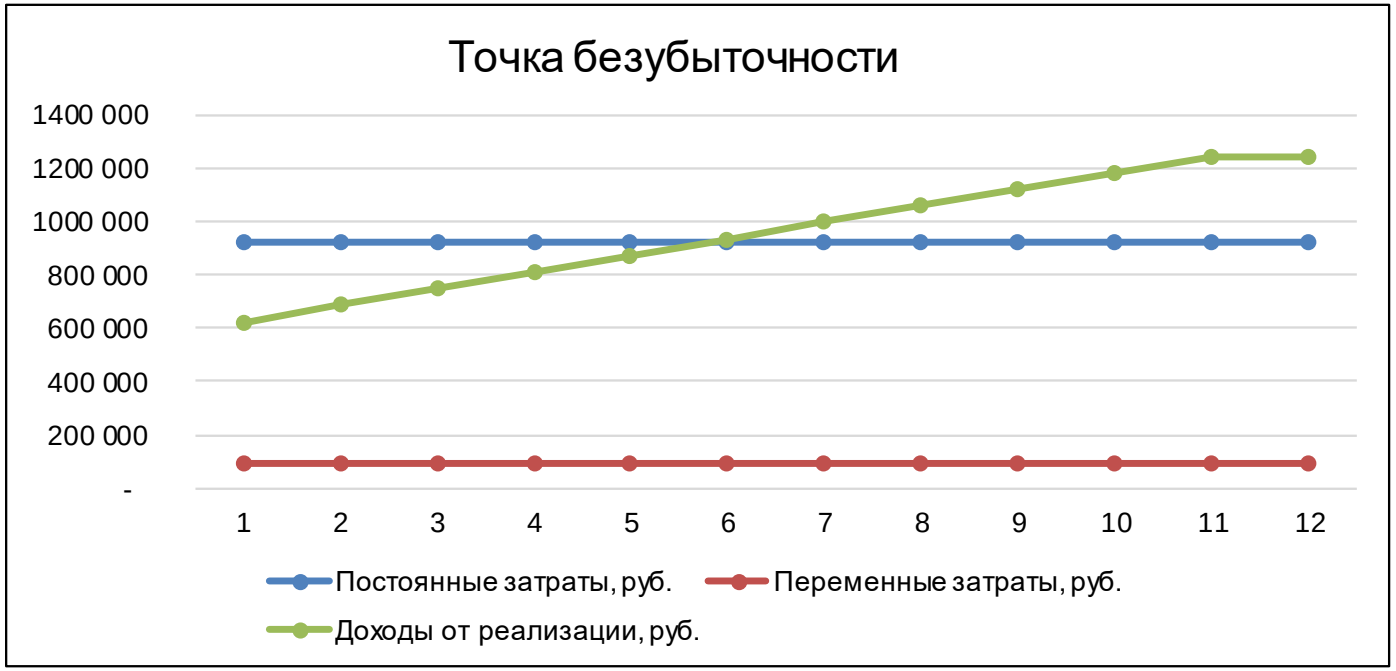
ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН. План доходов и расходов – 1-й год

ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН. План доходов и расходов в целом по проекту

ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН. План движения денежных средств – 1-й год

ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН. План движения денежных средств в целом по проекту

ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН. График безубыточности

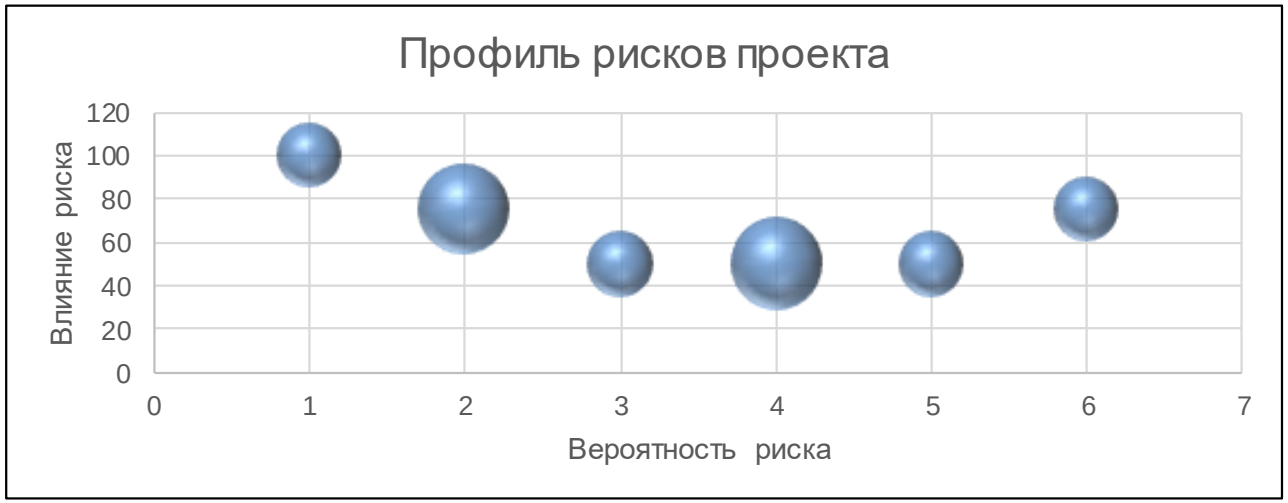


ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН. Показатели эффективности проекта

ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН. Оценка риска

Вид риска	Отрицательное влияние риска	Меры по снижению риска
Недофинансирование проекта	Увеличеине сроков окупаемости	Детальная проработка проекта
Неполучения ожидаемого дохода	Неэффективность проекта (отрицательное значе	Тщательное изучение рынка, выявление ключевых факторов
Высокая конкуренция	Падение продаж	Постоянный мониторинг конъюнктуры рынка
Неустойчивость спроса	Падение спроса	Постоянный мониторинг конъюнктуры рынка
Платежеспособность потребителей	Падение продаж	Резервирование денежных средств
Рост налогов	Уменьшение чистой прибыли	Резервирование денежных средств

Вид риска	Влияние риска	Вероятность риска
Недофинансирование проекта	100	25%
Неполучения ожидаемого дохода	75	50%
Высокая конкуренция	50	25%
Неустойчивость спроса	50	50%
Платежеспособность потребителей	50	25%
Рост налогов	75	25%



КОНТАКТЫ. Инициаторы проекта

Email:
Телефон моб.:
Skype: