

Лекційні та практичні завдання з дисципліни «Івент-менеджмент»
для студентів 4 курсу денної форми навчання (гр. БКД-11-6)
спеціальності 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності»
Викладач – к.і.н., доц. Зеленська Л.М.

РОЗДІЛ IV: Фінансовий менеджмент івентів

ЛЕКЦІЯ 3. Джерела фінансування івентів

У сучасному івент-менеджменті визначено таку *класифікацію івентів за фінансовими критеріями*:

- 1) заходи, метою яких є отримання прибутку;
- 2) заходи, мета яких не пов'язана з отриманням прибутку, але одним із завдань є досягнення самоокупності івенту або, зрештою, мінімізація збитків;
- 3) заходи, які приносять прибуток не прямим шляхом, а опосередковано підвищують продажі (прес-конференції, ВТЛ-акції, промоакції, презентації, заходи зі стимулювання продажів, заходи для партнерів, міські свята, відкриття торгових центрів й ін.);
- 4) неприбуткові або планово-збиткові заходи, проведення яких забезпечує підняття іміджу, статусності (корпоративні свята, весілля, ювілеї, урочисті прийоми, дні народження).

Відповідно до зазначеної класифікації, а також типу й формату заходу формують його *бюджет* – кошторис витрат і прибутків в грошовому вираженні. Передусім, визначають джерела фінансування івент-проекту, прибуткову та витратну частини.

Розглянемо основні джерела фінансування івентів.

Державне фінансування передбачає повне або часткове покриття витрат на реалізацію проекту з державного бюджету. Фінансування за державний кошт має на меті підтримку культурних ініціатив і заходів, які мають суспільне значення (проведення Днів Незалежності та міста; урочистостей державного рівня; міжнародних культурно-мистецьких заходів – виставок, конкурсів, фестивалів). Фінансування таких заходів планують заздалегідь, на етапі формування бюджету.

На сьогодні існують різні форми й напрями організаційно-еконо-мічного співробітництва соціокультурної сфери та бізнесу. Серед них найбільш поширеними є спонсорство, благодійність і патронаж.

Спонсорство – діяльність підприємства, що в обмін на рекламні послуги надає організаторові (розпорядникові) заходу кошти на покриття витрат з його організації та проведення (у вигляді грошових коштів, обладнання, передачі матеріальних цінностей, товарів чи послуг, організаційної підтримки й ін.). Іншими словами, це – взаємовигідне співробітництво з реалізації спільного івент-проекту, де сторони (організатори в особі івент-агентства й спонсори) мають конкретні права та обов'язки, які оформляють на договірній основі.

Благодійність (або благодійна діяльність) – добровільна, безкорисна допомога (фінансова, майнова, інтелектуальна, організаційна тощо) людям, організаціям, а також на реалізацію проектів. Її характерною ознакою є те, що благодійник не розраховує заздалегідь отримати вигоду навіть у разі, якщо така настає. Благодійність, на відміну від спонсорства, може бути прихованою (таємною або анонімною). В івент-діяльності благодійність є проявом філантропії. Благодійник з певних мотивів надає підтримку на реалізацію івент-проекту або конкретному учаснику заходу як акт дарування, передаючи з балансу на баланс цінності, сплачуючи рахунки, або переказом коштів.

Патронаж – стабільна й довгострокова підтримка, заохочення, привілей, організаційна та фінансова допомога, яку надає особа (президент, відомий діяч культури, політики, спорту й ін.) або організація (ЮНЕСКО, фахові спілки, асоціації). Найбільш поширеними формами патронажу в івент-менеджменті є співзасновництво та створення фондів підтримки. Використовують у ході підготовки й реалізації масштабних за формою і тривалих за часом мистецьких проектів: фестивалів, виставок, конкурсів, днів (місяців, року) культури тощо. Фонди проводять відкриті грантові конкурси, розробляють і реалізують власні івент-проекти, а також

виділяють фінансування – **гранти** – для підтримки унікальних культурних ініціатив (наприклад фестиваль збереження та розвитку фольклору певного регіону; міжнародний фестиваль музеїв; конкурс дитячої творчості) тощо.

Поширеною формою фінансування є **меценатство** – добровільна безкорислива діяльність фізичних осіб у матеріальній, фінансовій та іншій підтримці набувачів благодійної допомоги.

Для фінансування заходів організатори також залучають **власні кошти, кошти учасників** (у формі внесків), **приватних осіб**. Така багатоканальна система фінансування (державне фінансування, кошти фінансових донорів – представників комерційного сектору, благодійних фондів, меценатство тощо) характерна для масштабних проектів з великим бюджетом. Комплекс є підґрунтям, що дозволяє реалізувати захід на належному рівні, виконати поставлені перед організаторами завдання та зробити його незабутнім у пам'яті відвідувачів. Малобюджетні заходи виходять із фінансових можливостей замовника, однак організатори повинні докласти максимум зусиль, аби у визначених фінансових межах реалізувати проект професійно.

Питання для самоперевірки

1. Назвіть типи івентів за фінансовими критеріями.
2. Охарактеризуйте джерела фінансування заходів.
3. У чому полягає суть благодійної діяльності в івент-менеджменті?
4. Охарактеризуйте патронаж як напрями організаційно-економічного співробітництва соціокультурної сфери та бізнесу.
5. Яка різниця між спонсорством і меценатством?

Завдання для самостійної роботи (виконати письмово)

1. ***Практичне завдання:*** Підготувати реферат на тему: Ефективна фінансова комунікація в ході реалізації масових заходів.
2. ***Практичне завдання:*** **Комунікації зі спонсорами та меценатами.** Оберіть за власним бажанням вид і тематику

івену. Охарактеризуйте особливості роботи зі спонсорами (в тому числі, інформаційними) та меценатами в межах реалізації проекту.

Література: 1, 13, 24, 28, 32, 48, 52, 53–59.

ЛЕКЦІЯ 4. Бюджет івену.

Як зазначалося раніше, бюджет заходу формується відповідно до побажань, фінансової спроможності замовника, а також чіткого розуміння організаторами завдань, формату й детально прописаного регламенту.

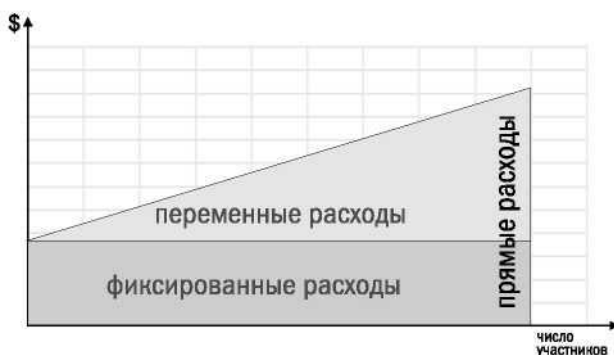
Бюджет складається з *витратної* та *прибуткової* частини.

Витратна частина – це ресурс, який витрачається на підготовку самого івену: ідея, розробка концепції, сценарій, режисура заходу, адміністрування, світло- та звукотехнічне забезпечення, виробництво декорацій, костюмів, оренда й дизайн приміщення / майданчика, заробітна плата персоналу та гонорари учасників, транспорт, кейтеринг, реклама, залучення ЗМІ тощо.

Розрізняють такі види витрат:

➤ **прямі витрати** – витрати, безпосередньо пов'язані з проведенням заходу (оренда приміщення; оренда / купівля обладнання; реклама; харчування учасників; заробітна плата тимчасового персоналу; транспорт);

Рис. 36. Структура прямих расходов



(За О. Шумовичем)

➤ **накладні витрати** – ті, що не пов'язані напряму з івену, але необхідні для його організації (заробітна плата постійному

персоналу; господарські витрати: оренда офісу, зв'язок, амортизація);

➤ **фіксовані витрати** – на рекламу; оренду приміщень; допоміжний персонал; на дизайнерське оформлення та декорації; звук, світло, музичний супровід; організаційну логістику; проживання; фото- й відеозйомку;

Рис. 34. Схема динаміки фіксованих витрат
(здесь и далее схемы упрощены)



(За О. Шумовичем)

➤ **змінні витрати** – ті, що залежать від чисельності учасників: на поліграфію (буклети, програми, запрошення, роздатковий матеріал), послуги кейтерингу й алкоголь (для фуршету); подарунки та сувеніри;

Рис. 35. Схема динаміки змінних витрат



(За О. Шумовичем)

➤ **непередбачені витрати (резервні)** – грошовий чи інший фонд, який може бути використаний для покриття непередбачених витрат або за інших подібних випадків у ході підготовки й реалізації заходу.

Також певні витрати передбачає процедура скасування заходу. Вони пов'язані з передоплатою за послуги: букінг артистів; оренда

майданчика й технічного обладнання (світло, звук, сцена, візуал); бронювання готелів, проїзних квитків.

Практика івент-діяльності підтвердила правило: **контроль за витратами є запорукою успішного фінансового менеджменту заходу.**

Зазвичай, організатори шукають не лише джерела фінансування, а й **шляхи зниження витрат**. Оптимізація бюджету – це не тотальна економія на всіх статтях витрат. Це пошук балансу, який дозволить якісно реалізувати івент-проект та одночасно зменшити витрати.

До шляхів зниження витрат відносять:

- достатній термін на підготовку івенту;
- спонсорвання (інформаційне; харчування; перевезень; сувенірної продукції й ін.);
- співпрацю з меншою кількістю підрядників, які виконують кілька видів робіт, або з тими, що нададуть значні знижки;
- кооперація з іншими, більш вагомими івентами (проведення конференції фахівців у межах галузевої виставки тощо);
- співпраця на умовах бартеру;
- перекладання частини витрат на учасників (наприклад організаційні внески учасників фестивалю);
- використання власних ресурсів івент-агентства.

Друга складова бюджету – **прибуткова**. Її формують:

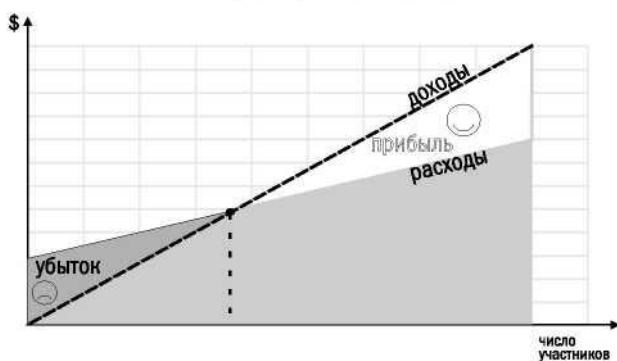
- кошти замовників;
- надходження від реклами, просування брендів і торгових марок (івент-маркетинг);
- прибутки від продажу квитків, проведення аукціонів;
- спонсорські внески.

У низці випадків враховують вартість за одиницю перспективного клієнта (Cost per lead) і вартість контакту (Cost per contact).

Вирахування прибутку від проведення заходу здійснюється шляхом виявлення співвідношення витрат і доходів (Expense-to-

Revenue). Їх рівність є головною умовою самоокупності івенту – «точка беззбитковості».

Рис. 37. Совмещенный график расходов и доходов. Расчет точки окупаемости



(За О. Шумовичем)

Кількість учасників	ВИТРАТИ, \$				Дохід, \$	Прибуток, \$
	фіксовані	накладні	змінні	Усього, загальні витрати		
2	2300	700	60	3060	660	-2400
4	2300	700	120	3120	1320	-1800
10	2300	700	300	3300	3300	0
20	2300	700	600	6600	6600	3000

Питання для самоперевірки

1. Охарактеризуйте витратну та прибуткову частини бюджету.
2. Від яких чинників залежить формування ціни на івент-послуги?
3. Визначте фактори, що впливають на кінцеву вартість івенту.

Практичне заняття

Складання кошторису івент-проекту

Мета – набуття практичних навичок і вмінь складання кошторису івент-проекту, визначення критеріїв для оцінки ефективності витрат та шляхів їх зниження.

Завдання

1. Обрати певний івент-захід (за тематикою, цільовою аудиторією, фінансовими критеріями).
2. Визначити основні критерії для оцінки ефективності витрат на обраний івент.
3. Визначити можливі шляхи зниження витрат.
4. Скласти орієнтовний кошторис та обґрунтувати його рентабельність.

5. Завдання виконати письмово та подати на перевірку.
Література: 1, 13, 24, 28, 32, 48, 52, 53–59.

ЛЕКЦІЯ 5. Інвестування івент-проектів: собливості та характеристика

Дієвим засобом успішної реалізації масштабних івент-проектів є *попереднє інвестування*. Нині така форма співпраці комерційних, державних структур і суб'єктів івент-діяльності набула значного поширення. Форми й параметри інвестування достатньо різноманітні: грошові засоби, матеріальні цінності, майнові або авторські права тощо. Однією з інноваційних інвестицій у соціокультурній сфері є інтелектуальні, ліцензійні, інформаційні вкладення.

Залучення інвесторів – складний процес для івенторів. Він буде можливим лише за умови, якщо організатори переконують потенційних інвесторів у прибутковості проекту й реалізують його успішно та у визначений термін. Це не лише забезпечить авторитет агентства на ринку івент-послуг, а й дозволить залучати інвестиції в майбутньому. Рентабельність інвестицій (ROI) також включають у загальний бюджет.

Ще одна особливість бюджету івент-заходу – його залежність від формування *ціни послуг*. Її визначає цілий комплекс внутрішніх і зовнішніх чинників.

До *внутрішніх факторів* відносять: наявність кваліфікованого персоналу (креативного менеджера, режисера-постановника, сценариста, копірайтера й ін.) і коштів.

Комплекс *зовнішніх факторів* зумовлюють: ринковий попит на івент-послуги, конкурентне середовище, платоспроможність клієнтів, пора року, авторитет компанії замовника тощо.

Ринку івент-послуг притаманна висока чутливість до зміни ціни. Тож перед івент-агентством завжди стоїть завдання

вибудовувати цінову політику на послуги відповідно до якості послуги, процесу обслуговування й рівня витрат на їх надання.

Важливо також передбачити кон'юнктурні або сезонні зміни, прораховувати динаміку змін у пріоритетах клієнтів.

При формуванні ціни головним орієнтиром є цінність наданої послуги, а не витрати з її надання. Саме на цій позиції доцільно акцентувати увагу замовника: у чому для нього полягає безпосередня цінність того чи іншого пакету послуг.

Питання для самоперевірки

4. У чому специфіка інвестування в івент-діяльності?
5. Охарактеризуйте витратну та прибуткову частини бюджету.
6. Від яких чинників залежить формування ціни на івент-послуги?
7. Визначте фактори, що впливають на кінцеву вартість івенту.

Література: 1, 13, 24, 28, 32, 48, 52, 53–59.

Семінарське заняття

Інвестування івент-заходу як засіб його успішної реалізації

План

1. Сутність, цілі, завдання, форми інвестиційної діяльності.
2. Економічні чинники сприяння інвестиційній діяльності.
3. Інвестиції в івент-менеджменті: особливості та характеристика.
4. Сучасні види та форми інвестування івент-проекту.

Література: 6–8, 11, 22, 29, 31, 36, 39, 40, 44, 46, 49-53, 55–59.