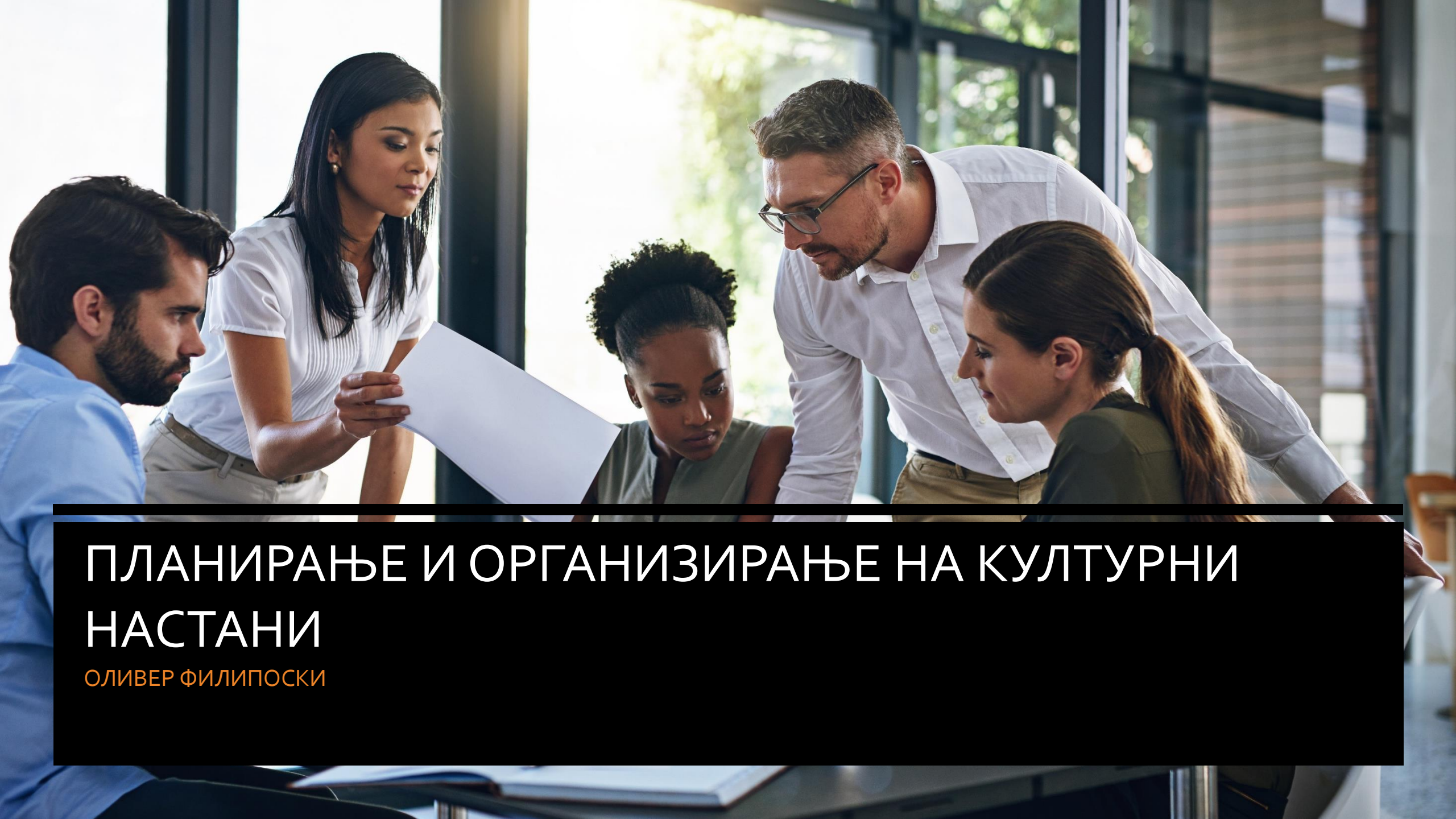




ПЛАНИРАЊЕ И ОРГАНИЗИРАЊЕ НА КУЛТУРНИ НАСТАНИ

ОЛИВЕР ФИЛИПОСКИ

СОДРЖИНА



■ Планирање на културни настани

- 5W
- 5C



■ Креирање и поставување на идеи за културни настани

- Развој на цели на културни настани
- Brainstorming
- PASTEL анализа
- SWOT анализа
- Финансиска исплатливост



■ Поделба во групи

- Планирање на културен настан
- Организациона структура на културен настан



■ Поделба на активности и комуникација на културни настани

- Презентација на планот за културен настан



ПЛАНИРАЊЕ НА КУЛТУРЕН НАСТАН

- 5W
- 5C





5W

ПРАШАЊА	ОДГОВОРИ
WHAT-ШТО	
WHY-ЗОШТО	
WHEN-КОГА	
WHERE-КАДЕ	
WHO-КОЈ	
HOW-КАКО	



5C

•**CONCEPTUALISATION**
Концептуализација

CARRYING-OUT
Спроведување

COSTING
Трошоци

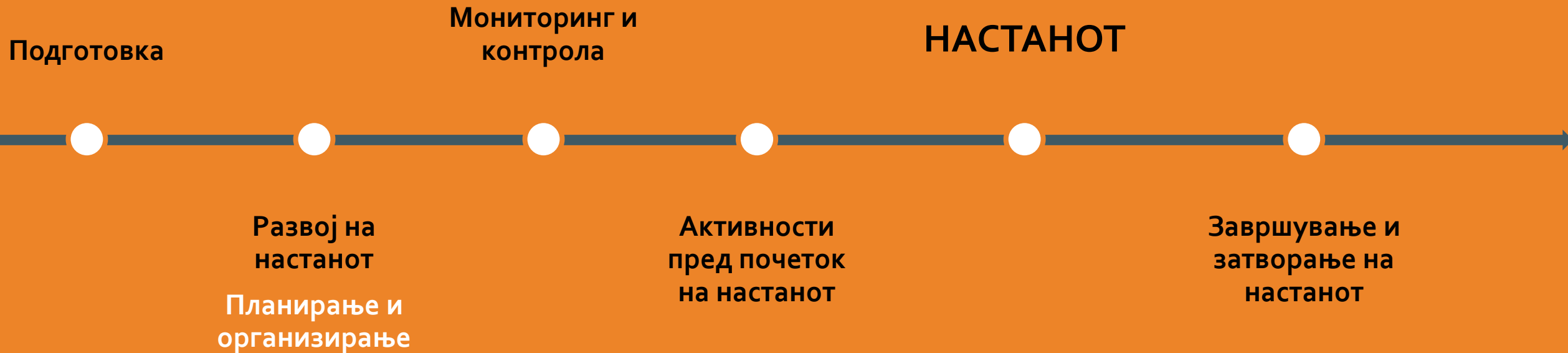
CUSTOMISATION
Прилагодувањето

CANVASSING
Анализа
(спознавање)

АКТИВНОСТИ ПРИ ПЛАНИРАЊЕ НА НАСТАНИ ВО КУЛТУРАТА

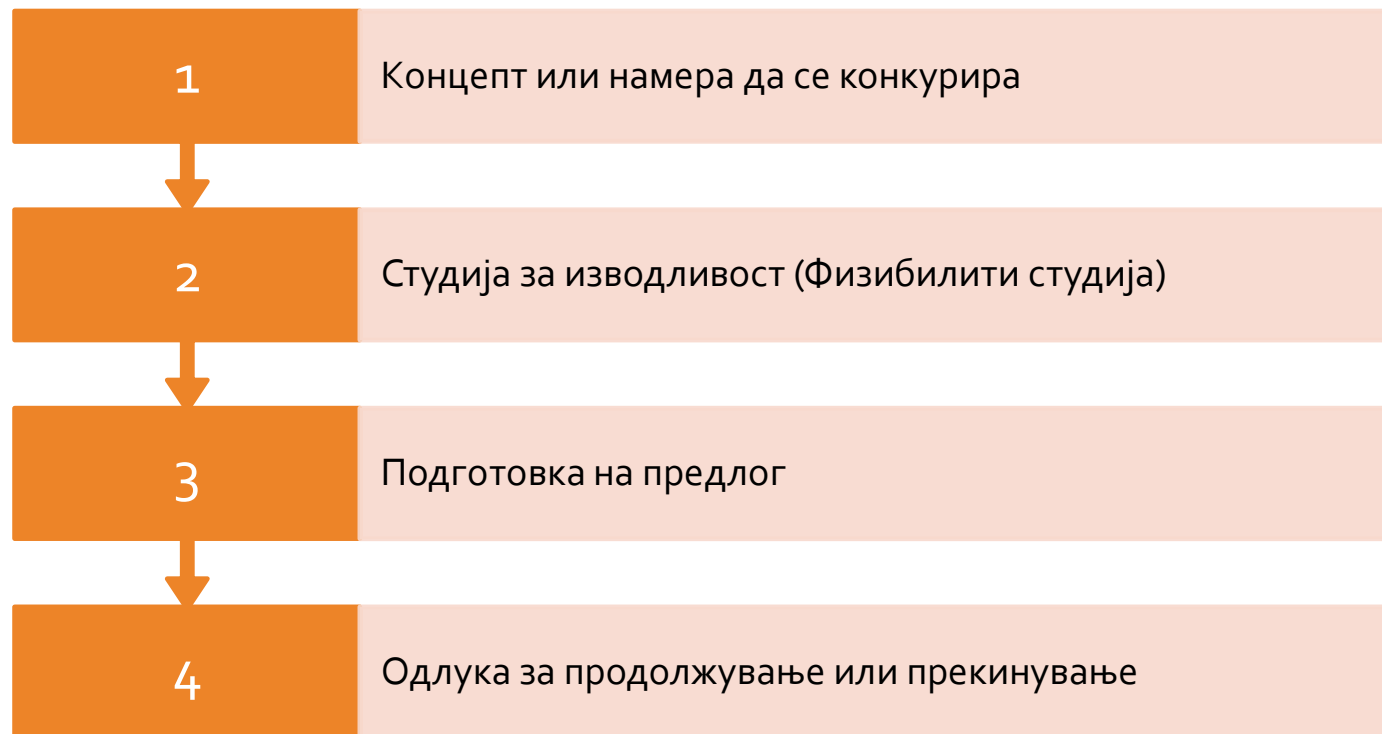


ОПФАТОТ НА НАСТАНОТ И ВРЕМЕНСКА РАМКА НА НАСТАНОТ





ЕЛЕМЕНТИТЕ НА ПРОЦЕСОТ НА ПЛАНИРАЊЕ ПРЕД ПОЧЕТОК НА НАСТАНОТ СЕ:





КРЕИРАЊЕ И ПОСТАВУВАЊЕ НА ИДЕИ ЗА КУЛТУРНИ НАСТАНИ

- Развој на цели на настаните
- Brainstorming (Бура на идеи)
- PESTEL анализа
- SWOT анализа
- Финансиска исплатливост



РАЗВОЈ НА ЦЕЛИ НА КУЛТУРНИТЕ НАСТАНИ

Основни цели на настаните во туризмот v.s. културата

Економската добивка од настани

Географска распространетост

Брендирање на дестинација/институцијата

Маркетинг на дестинација/институцијата

Создавање на вонсезонска побарувачка за туристички услуги

Подобрување на искуствата на посетителите

Продолжувачи

BRAINSTORMING (БУРА НА ИДЕИ)

- Цели и резултати на настанот
- Публика на настанот
- Потреби на публиката



PESTEL АНАЛИЗА

P

- Владини политики
- Политичка стабилност
- Корупција
- Надворешно-трговска политика
- Фискална политика
- Политика на работна сила
- Трговски рестрикции

E

- Економски раст
- Каматни стапки
- Курсни разлики
- Инфлација
- Стапка на вработеност

S

- Стапка на наталитет
- Возрасна структура
- Образовен процес
- Безбедност
- Здравствена заштита
- Стил на живеење
- Култура и културни бариери

T

- Технолошки напредок
- Стапка на иновации
- Автоматизација
- Технолошки промени
- Технолошка свесност
- Истражување и развој

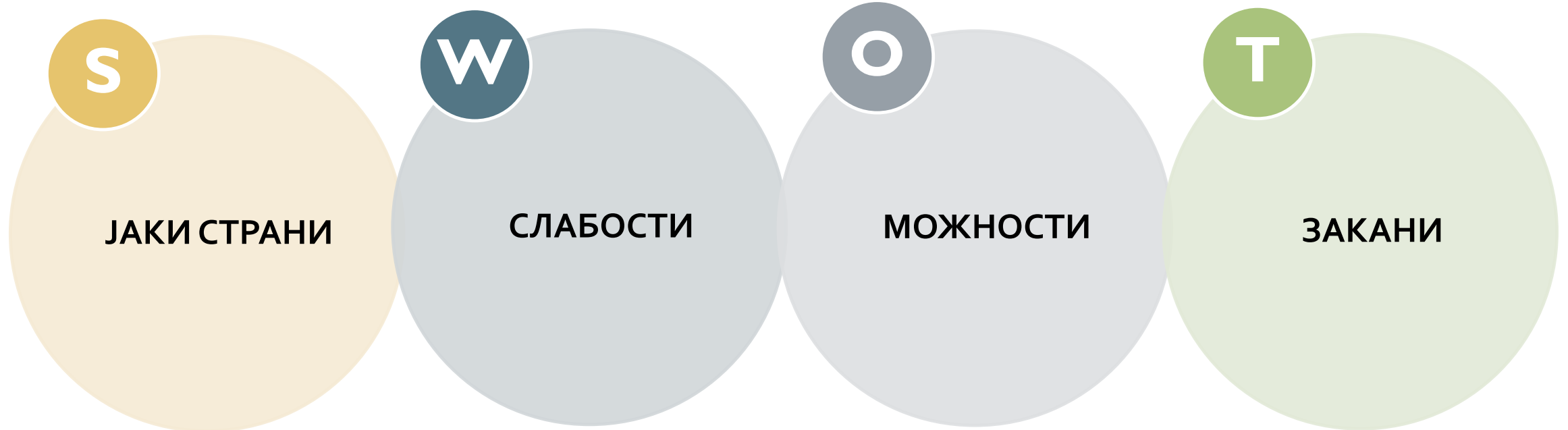
E

- Временска прогноза
- Клима
- Еколошка политика
- Притисоци од НВО

L

- Законот за дискриминација
- Законот за монопол
- Законот за вработување
- Заштита на потрошувачите
- Законот за патенти и заштита на авторски права
- Законите за безбедност и здравствена заштита

SWOT АНАЛИЗА



ФИНАНСИСКА ИСПЛАТЛИВОСТ

- Планирање на буџет за настан
- Калкулација на буџетски ставки
- Пресметка на трошоци за организирање на настан
- Пресметка на приходи од реализиран настан

Sample Budget for a Festival

Item	BUDGET Year beginning \$38,808.00	ACTUAL Year ended \$38,807.00
Income		
Individual Donations	\$3,300.00	\$3,150.00
Gift Aid	\$750.00	\$820.00
Grants	\$9,000.00	\$9,000.00
Trusts & Foundations	\$12,000.00	\$11,000.00
Ticket Sales	\$24,000.00	\$24,800.00
Merchandising	\$1,000.00	\$800.00
Sponsorship	\$2,000.00	\$1,500.00
Bank interest	\$300.00	\$200.00
TOTAL INCOME (A)	\$52,350.00	\$51,270.00
Expenditure		
Overheads		
Administration	\$4,800.00	\$4,800.00
Office rent	\$1,800.00	\$1,800.00
Telephone, fax	\$300.00	\$278.00
Postage	\$300.00	\$280.00
Bank charges	\$50.00	\$36.00
SUB-TOTAL 1	\$7,250.00	\$7,194.00
Artistic Costs		
Artists Fees & Expenses	\$24,000.00	\$23,850.00
Instrument hire	\$2,000.00	\$1,800.00
Education programme	\$4,000.00	\$3,800.00
SUB-TOTAL 2	\$30,000.00	\$29,250.00
Festival Site Costs		
Marquee hire	\$3,000.00	\$3,200.00
Portaloos hire	\$1,200.00	\$1,267.00
Casual festival staff	\$1,800.00	\$1,720.00
Insurance	\$1,500.00	\$1,350.00
SUB-TOTAL 3	\$7,300.00	\$7,537.00
Marketing Costs		
Advertising	\$1,800.00	\$1,650.00
Leaflet/flyer print	\$2,400.00	\$2,200.00
Programme	\$1,000.00	\$950.00
Mailouts	\$800.00	\$750.00
PR consultant	\$1,800.00	\$1,600.00
SUB-TOTAL 4	\$7,800.00	\$7,150.00
TOTAL EXPENDITURE (B) (B = Sub-totals 1 + 2 + 3 + 4)	\$52,350.00	\$51,131.00

ФИНАНСИСКА ИСПЛАТЛИВОСТ

- Пресметка на трошоци за организирање на настан
 1. оперативни или трошоци за производство, вклучувајќи персонал за настани, изградба, осигурување и администрација;
 2. место/изнајмување на место;
 3. промоција - рекламирање, односи со јавноста, промоција на продажбата и
 4. талент - трошоци поврзани со забавата.
- Намалување на трошоците
 - Публицитет
 - Опрема и добавувачи
 - Подароци во натура
 - Трошоци за ангажирање
 - Приоритетни центри за трошоци
 - Волонтери
- Пресметка на приходи од реализиран настан
 1. продажба на билети;
 2. спонзорство;
 3. малопродажба на рекламирање во вид на емитувачки права;
 4. грантови и
 5. прибирање финансиски средства.
- Зголемување на приходите
 - Скалирање на билети
 - Поддршка и размена
 - Малопродажба
 - Права за емитување
 - Генерален спонзор
 - Специјални карактеристики



ПОДЕЛБА ВО ГРУПИ

- Планирање на културен настан
- Организација на културен настан





ПЛАНИРАЊЕ НА КУЛТУРЕН НАСТАН

- Поделба во група од три лица
- Бура на идеи Графикон 1
- Да се пополни Табела 1
- Да се пополни Прилог 1 (1.1.)





ОРГАНИЗАЦИЈА НА КУЛТУРЕН НАСТАН

- Определување на потребен простор за одржување на настан
- Човечки ресурси во организација на настанот
- Избор на храна и послужување за настан
- Неопходна опрема и технологија за организација на настани
- Дополнителни услуги во организација на настан (транаспорт, логистика, безбедност, здравје, јавно здравје, упрвување со отпад итн.)



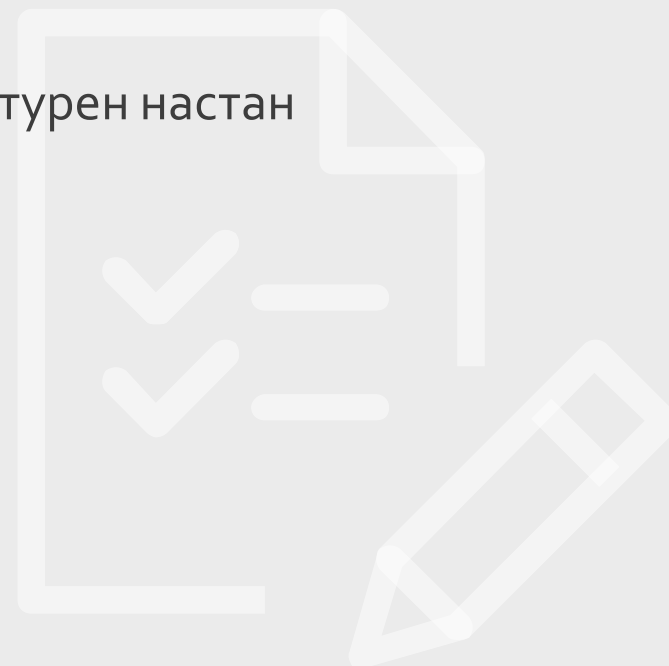
ОРГАНИЗАЦИЈА НА КУЛТУРЕН НАСТАН





ПОДЕЛБА ВО ГРУПИ

- Поделба на активности (Додаток 1) и комуникација на културни настани
- Презентација на планот за културен настан





ПОДЕЛБА НА АКТИВНОСТИ И КОМУНИКАЦИЈА НА КУЛТУРНИ НАСТАНИ

1. Значење на комуникацијата во одржувањето на настанот
2. Видови на комуникација со учесници и даватели на услуги на настанот
 1. Основни алатки за комуникација на настани
 2. Апликација за настани на мобилен
3. Комуникација со медиуми
4. Комуникација по завршување на настанот

ВИ БЛАГОДАРАМ ЗА
ВНИМАНИЕТО

THANK YOU

ОЛИВЕР ФИЛИПОСКИ

МОБ: 078/253-409

E-MAIL: oliver.filiposki@gmail.com