

Региональный тур олимпиады по экономике 2018. Легенда 2 практического задания, проект Мари

Дочь Тanelя Мари - учится на специальности Менеджмент культуры, а в свободное время играет в любительском театре, В качестве курсовой работы она должна осуществить какой-либо культурный проект. Ей приглянулся стоящий без использования сарай на их хуторе, на котором складировали тюки с сеном. Если этому сараю с земляным полом лучшего применения не найдется, его нужно будет скоро снести.

Уже зимой у Мари возникла идея предложить этот сарай как летнюю сцену для постановки театральной пьесы «Рожденный в сети» любительского театра. Эта молодежная постановка в старом сарае показала бы большой контраст между пониманием мира и отношением к жизни поколения бабушек и дедушек и современных молодых людей эпохи Интернета.

Семейное предприятие Taneltal OÜ было согласно с организацией мероприятия, если Мари сама сможет с этим справиться. Предприятие заинтересовано узнать принесет ли такая дополнительная деятельность достаточно дохода, чтобы покрыть все расходы и через 2-3 лет полностью отремонтировать сарай.

Мари начала подготовку уже весной этого года.

Она составила бизнес-модель с потенциальными доходами и необходимыми расходами. Сначала Taneltal OÜ оплатило все необходимые расходы, которые позже покрывались продажей билетов.

- Труппе надо было заплатить 2000 евро за одно представление.
- Материалы необходимые для постройки сцены, освещения и мест для зрителей стоили 300 евро.
- 140 евро потребовалось, чтобы привести в порядок окружение сарая, подготовить направляющие указатели и подготовить стоянку.
- Стоимость подготовки и печати 100 плакатов и билетов для продажи на месте составили 400 евро.
- Половина билетов была продана через Piletilevi. Это стоило 240 евро.
- Для гостей было заказано 4 биотуалета, аренда которых на одно представление обходилась 400 евро.
- Прочие затраты на бензин, электричество, связь и прочие расходы составили в среднем 45 евро на один спектакль.

Taneltal OÜ приняло Мари на работу на один месяц с минимальной зарплатой.

Временную сцену, освещение и зрительский зал с 350 тюками соломы вместо кресел для зрителей помогали возводить наемный работник фермы и младший брат Мари Мадис. Задачей Мадиса также было организовать парковку. Перед представлениями подготовить сарай и продавать билеты помогали два волонтера - однокурсники Мари. Бывший одноклассник Мари Таави, который изучает средства массовой информации и управление коммуникациями, был волонтером-консультантом. Он помог Мари узнать целевую аудиторию летних представлений и выбрать соответствующие маркетинговые методы для нее.

Для рекламирования летних представлений Мари создала мероприятие в Facebook, разместила информацию о спектаклях в других соцсетях и на домашней странице уезда. В то же время она считала очень важным размещение плакатов размером А2 в молодежных центрах и школах. После первого показа, подруга Мари написала в своем блоге статью, полную восхищения. Её перепостили множество их друзей и друзей их друзей. Это привело к значительному увеличению числа зрителей.

Спектакли состоялись в первой половине августа. Первый посетило 150 зрителей с билетами, второй - 350, а третий - 300 зрителей.

При расчете стоимости билета Мари в качестве основы взяла результаты опроса, которые она провела в ФБ и в своем университете. Результаты исследования в следующей таблице:

Цена, евро	5	6	8	10	12	18	22	25	28	30
Величина спроса, штук	420	412	395	371	345	208	106	23	3	1

Для нахождения прибыли Мари составила следующую таблицу:

	1. представление	2. представление	3. представление	Всего
Доход от продаж (евро)	1800	4200	3600	9600
Средние расходы (евро)	3028	3028	3028	9084
Прибыль/убытки	-1228	1172	572	516