

BUS Youth

Business Skills for Youth
in the CCI sector

MODUL 3

Planering och ekonomisk förvaltning

TOPIC 3.1 och 3.2

Att belysa vikten av att ha en affärsplan i ett kreativt och/eller kulturellt företag och beskriva en mission och vision i en affärsplan och andra viktiga element



Co-funded by
the European Union

Innehåll

Vad är en affärsplan - och varför behöver du den?	4
En lista över alla fördelar med att ha en affärsplan.....	5
Exempel: Studio för grafisk design	8



Varför behöver man en affärsplan när man satsar på kreativitet och/eller kultur?

Kort svar: En affärsplan är avgörande för kreativa och kulturella satsningar, eftersom den ger en färdplan och struktur för framgång!

Vad är en affärsplan - och varför behöver du den?

En affärsplan är ett omfattande dokument som beskriver ett företags mål, strategier och operativa detaljer. Den fungerar som en vägkarta för entreprenörer och ger en tydlig och strukturerad översikt över deras affärsidé och hur de planerar att nå framgång.

En väl utformad affärsplan innehåller vanligtvis följande nyckelkomponenter:

Executive Summary: En kortfattad översikt över verksamheten, inklusive dess uppdrag, vision och viktigaste mål.

Beskrivning av verksamheten: Detaljerad information om verksamhetens art, dess produkter eller tjänster, målmarknad och konkurrenssituation.

Marknadsanalys: En grundlig undersökning av branschen, marknadstrender, kundbehov och konkurrenssituationen.

Organisation och ledning: En översikt över affärsstrukturen, nyckelpersoner samt deras roller och ansvarsområden.

Produkt- eller tjänsteutbud: Detaljerad information om de produkter eller tjänster som erbjuds, inklusive egenskaper, fördelar och unika säljargument.

Marknads- och försäljningsstrategi: En plan för att marknadsföra och sälja produkterna eller tjänsterna, inklusive prissättning, distributionskanaler och marknadsföringsaktiviteter.

Begäran om finansiering (om tillämpligt): Detaljer om företagets finansiella krav, inklusive startkostnader, driftskostnader och eventuell finansiering som behövs.

Finansiella prognoser: Prognostiserade finansiella rapporter, till exempel resultaträkningar, balansräkningar och kassaflödesanalyser, för att ge en glimt av företagets ekonomiska framtid.

Bilaga: Ytterligare stödjande dokument, t.ex. meritförteckningar för nyckelpersoner i teamet, marknadsundersökningar och annan relevant information.

Här är några skäl till varför en affärsplan är viktig:

Vägledning och riktning: En affärsplan hjälper företagare att förtydliga sin affärsidé och sätta upp tydliga mål. Den fungerar som en vägkarta som leder verksamheten i rätt riktning.

Kommunikation: En väldokumenterad affärsplan fungerar som ett kommunikationsverktyg för intressenter, inklusive investerare, långivare, partners och anställda. Den hjälper till att förmedla affärsidén och strategin på ett effektivt sätt.

Strategisk planering: Processen med att skapa en affärsplan uppmuntrar entreprenörer att tänka strategiskt kring sin verksamhet, med hänsyn till marknadsförhållanden, konkurrens och potentiella utmaningar.

Riskhantering: Genom att göra en grundlig analys av marknaden och branschen hjälper affärsplanen till att identifiera potentiella risker och utmaningar. Detta gör det möjligt för entreprenörer att utveckla strategier för att mildra dessa risker.

Finansiering: När du söker finansiering från investerare eller långivare är en solid affärsplan avgörande. Den ger dem den information de behöver för att bedöma företagets lönsamhet och potential för avkastning på investeringen.

Övervakning av prestationer: En affärsplan fungerar som ett riktmärke för att mäta faktiska resultat mot planerade mål. Det hjälper företagare att följa sina framsteg och göra justeringar vid behov.



Sammanfattningsvis är en affärsplan ett värdefullt verktyg som inte bara hjälper entreprenörer planera och organisera sina satsningar, men fungerar också som ett viktigt dokument för att kommunicera med olika intressenter och säkra de resurser som krävs för att lyckas.

Varför behöver du det i ett kreativt företag?

I ett kreativt företag fungerar en affärsplan som en strategisk färdplan som ger viktig vägledning för de unika utmaningarna i den kreativa branschen. Den formulerar visionen och uppdraget och ger klarhet i de konstnärliga målen. En väl utformad affärsplan underlättar effektivt beslutsfattande, anpassar teammedlemmar till kreativa mål och lockar till sig stöd från intressenter. Den är avgörande för att hantera ekonomin, minimera riskerna genom marknadsanalys och främja anpassningsförmåga. Dessutom fungerar affärsplanen som ett kommunikationsverktyg som förmedlar det konstnärliga konceptet till potentiella medarbetare, investerare och partners. Sammantaget skapar den en solid grund för strategisk planering, målsättning och varaktig framgång i den dynamiska och konkurrensutsatta kreativa sektorn.

En lista över alla fördelar med att ha en affärsplan

Att ha en väl förberedd affärsplan ger många fördelar för entreprenörer och företagare. Här är en detaljerad lista över fördelarna:

- **Tydlighet i visionen:**
Hjälper till att formulera verksamhetens uppdrag, vision och mål.
Ger en tydlig förståelse för vad verksamheten syftar till att uppnå.
- **Strategisk inriktning:**
Vägleder beslutsfattandet genom att beskriva verksamhetens strategiska inriktning.
Hjälper till att fastställa prioriteringar och fördela resurser på ett effektivt sätt.
- **Förståelse för marknaden:**
Underlättar en grundlig analys av marknaden, branschtrender och kundbehov.
Ökar medvetenheten om potentiella möjligheter och hot.
- **Inblick i konkurrenssituationen:**
Möjliggör identifiering av konkurrenter och deras styrkor och svagheter.
Hjälper till att utveckla strategier för att uppnå konkurrensfördelar.
- **Operativ planering:**
Hjälper till att planera och organisera den dagliga verksamheten i företaget.
Definierar roller och ansvarsområden inom organisationen.
- **Finansiell förvaltning:**
Bistår vid finansiell planering, inklusive budgetering och prognostisering.
Ger en grund för att hantera kassaflödet och sätta upp finansiella mål.
- **Riskhantering:**
Identifierar potentiella risker och utmaningar som verksamheten kan ställas inför.
Uppmuntrar till utveckling av strategier för riskreducering.
- **Kommunikationsverktyg:**
Fungerar som ett kommunikationsverktyg för att dela affärsidén med intressenter.
Lockar till sig investerare, långivare och partners genom att presentera ett övertygande case.
- **Anpassning till medarbetarna:**
Hjälper till att anpassa medarbetarna till företagets mål och syften.
Ger ett ramverk för att kommunicera företagets vision till teamet.
- **Finansiering och investeringar:**
Ökar sannolikheten för att säkra finansiering från investerare och långivare.
Visar på företagets lönsamhet och potential för avkastning på investeringar.
- **Prestationsmätning:**
Fungerar som ett riktmärke för att mäta faktiska resultat mot planerade mål.
Underlättar löpande övervakning och justeringar av prestationer
- **Anpassningsförmåga och flexibilitet:**

Möjliggör justeringar och förfiningar i takt med att marknadsförhållandena förändras.
Ger en grund för att anpassa strategier som svar på oförutsedda utmaningar.

- **Långsiktig framgång:**

Bidrar till verksamhetens långsiktiga framgång och hållbarhet.
Hjälper verksamheten att hålla fokus på sina kärnmål.

- **Beslutsstöd:**

Ger en grund för välgrundat beslutsfattande i olika skeden av verksamheten.
Hjälper till att utvärdera de potentiella resultaten av olika strategiska val.

- **Ansvarsskyldighet:**

Skapar ansvarstagande genom att sätta upp tydliga mål och syften.
Underlättar uppföljning av framsteg och håller teamet ansvarigt för resultaten.

- **Exitplanering:**

Hjälper till att planera för en eventuell exit eller succession av verksamheten.
Ger en färdplan för att maximera värdet vid en försäljning eller övergång.



Sammanfattningsvis kan man säga att en väl utformad affärsplan är ett mångsidigt verktyg som bidrar till den övergripande framgången och hållbarhet genom att tillhandahålla en strategisk inriktning, stödja beslutsfattande och attrahera nödvändiga resurser.

Exempel: Studio för grafisk design



Låt oss ta ett exempel på ett kreativt företag, en grafisk designstudio, och belysa varför en affärsplan är avgörande:

Vision:

Den grafiska designstudion har som mål att bli ett ledande kreativt nav, känt för innovativ och visuellt övertygande design som når ut till olika målgrupper i olika branscher.

Uppdragsbeskrivning:

Vårt uppdrag är att blanda konstnärlig expertis med banbrytande designtechniker och förse kunderna med effektfulla visuella lösningar som lyfter deras varumärkesidentitet och kommunikationsstrategier.

Marknadsföringsplan:

Affärsplanen beskriver en omfattande marknadsföringsstrategi, inklusive målmarknadsanalys, konkurrenspositionering och marknadsföringsaktiviteter. Detta säkerställer ett skräddarsytt tillvägagångssätt för att nå potentiella kunder och differentiera studion på en konkurrensutsatt marknad.

Finansiella prognoser:

Prognostiserade finansiella rapporter beskriver inkomstprognoser, förväntade utgifter och kassaflödesförväntningar. Detta avsnitt ger en realistisk bild av studions ekonomiska utveckling, vilket underlättar budgetering och resursfördelning.

Organisation och ledning:

Affärsplanen introducerar viktiga teammedlemmar och definierar deras roller och ansvarsområden. Detta främjar ett effektivt samarbete och säkerställer att varje medlem bidrar till studios konstnärliga vision och övergripande framgång.

Produkt- eller tjänstelinje:

Detaljerad information om studios designtjänster, kreativa processer och unika försäljningsförslag ingår. Detta avsnitt belyser studios engagemang för att leverera distinkta och högkvalitativa grafiska designlösningar.

Begäran om finansiering (om tillämpligt):

Om man söker finansiering eller investeringar specificerar affärsplanen de finansiella kraven för studios verksamhet, med en beskrivning av startkostnader och driftskostnader. Denna information är avgörande för att attrahera potentiella investerare som överensstämmer med studios kreativa vision.

Marknadsanalys:

En grundlig undersökning av den grafiska designbranschen, nya trender och kundernas behov genomförs. Denna insikt hjälper studion att identifiera möjligheter, ligga steget före designtrender och skräddarsy sina tjänster för att effektivt möta kundernas krav.

Anpassningsförmåga och flexibilitet:

Affärsplanen erkänner designbranschens dynamiska natur och beskriver strategier för anpassningsförmåga. Detta kan inkludera att hålla sig uppdaterad med designverktyg, utforska nya kreativa tekniker och justera tjänster baserat på kundfeedback.

Kommunikationsverktyg:

Affärsplanen fungerar som ett omfattande kommunikationsverktyg som presenterar studios konstnärliga koncept, värderingar och affärsstrategier för potentiella kunder, samarbetspartners och investerare. Denna tydliga kommunikation skapar förtroende och intresse för studios kreativa förmåga.

Sammanfattningsvis är en väl utformad affärsplan för en grafisk designstudio avgörande för att tillhandahålla strategisk riktning, finansiell planering, teaminriktning och effektiv kommunikation. Det säkerställer att studion inte bara överlever utan trivs i det konkurrenskraftiga och ständigt föränderliga landskapet i den kreativa industrin.

BUS Youth

Business Skills for Youth
in the CCI sector

MODUL 3

Planering och ekonomisk förvaltning

TEMA 3.3

Hur man förstår grunderna i ekonomisk förvaltning i
samband med ett kreativt och/eller kulturellt företag



Co-funded by
the European Union

Innehåll

Vilka är de viktigaste egenskaperna inom ekonomistyrning?	13
Vilka kan vara olika finansieringskällor?	14
Hur man skapar en budget - en steg-för-steg-guide!	15
Exempel: Budget för att ge ut en bok.....	17



Hur ser du på ekonomisk förvaltning i samband med ditt kreativa företag?

Ekonomisk förvaltning för ditt kreativa företag bör omfatta budgetering, spårning av utgifter och maximering av intäktsströmmar för att säkerställa hållbarhet och stödja konstnärliga mål!

Vilka är de viktigaste egenskaperna inom ekonomistyrning?

Ekonomisk förvaltning är avgörande för framgången för alla företag, även de inom de kreativa och kulturella sektorerna. Dessa sektorer står ofta inför unika utmaningar och möjligheter, vilket gör det ännu viktigare att förstå och hantera sina finanser. Låt oss fördjupa oss i de viktigaste egenskaperna för ekonomisk förvaltning som är relevanta för ett kreativt eller kulturellt företag: kassaflöde, kapital och budget.

Kassaflöde

Kassaflödet representerar pengarnas rörelse in i och ut ur ett företag under en viss period. I kreativa och kulturella verksamheter, där inkomsterna kan vara oregelbundna på grund av arbetets projektbaserade karaktär och säsongsbetonad efterfrågan, är det viktigt att hantera kassaflödet. Kassaflödet är avgörande för den dagliga verksamheten, till exempel för att betala löner, köpa förnödenheter och täcka andra driftskostnader. Ett positivt kassaflöde säkerställer att ett företag kan förbli solvent och växa, medan ett negativt kassaflöde kan leda till finansiella problem. Kreativa företag kan hantera kassaflödet genom att diversifiera inkomstströmmarna, begära förskottsbetalningar från kunder eller iscensätta intäkter genom att planera aktiviteter och evenemang under hela året för att säkerställa en stadig inkomst.

Kapital

Kapital avser de finansiella tillgångar som behövs för att ett företag ska kunna producera varor eller tjänster. När det gäller kreativa och kulturella företag kan kapital omfatta både finansiella resurser (t.ex. kontanter, investeringar och tillgång till kredit) och fysiska tillgångar (t.ex. utrustning, inventarier och fastigheter). Kapital är avgörande för att starta upp, skala upp och upprätthålla verksamheten. För kreativa företag kan det vara svårt att säkra tillräckligt med kapital på grund av den immateriella karaktären hos många av deras tillgångar och den högre risk som investerare och långgivare uppfattar. Kapitalkällor för kreativa och kulturella företag kan vara allt från personliga besparingar och crowdfunding till bidrag, sponsring och traditionella lån. Aktieinvesteringar kan också vara ett alternativ, även om de kräver att man ger upp en viss grad av kontroll över satsningen.

Budget

En budget är en finansiell plan som uppskattar intäkter och kostnader för ett företag under en viss period. Den fungerar som en färdplan för att hantera företagets ekonomiska hälsa och uppnå dess mål. För kreativa och kulturella företag hjälper en välstrukturerad budget till att planera för framtida projekt, fördela resurser effektivt och förbereda sig för eventuella finansiella osäkerheter. Det är avgörande för att matcha finansiella resurser med kreativa mål. Att skapa en budget innebär att prognostisera intäkter, uppskatta kostnader och sätta upp finansiella mål. Den bör vara flexibel för att kunna hantera det kreativa arbetets oförutsägbara natur, men samtidigt tillräckligt exakt för att ge tydlig vägledning. Regelbunden översyn och justering av budgeten är nödvändig för att svara på förändringar i företagets finansiella situation eller på marknaden.

För kreativa och kulturella företag är effektiv hantering av kassaflöde, kapital och budget avgörande för att upprätthålla verksamheten, främja tillväxt och uppnå kreativa ambitioner. Att förstå och tillämpa dessa principer för ekonomisk förvaltning kan hjälpa sådana företag att navigera i den kreativa branschens komplexitet och säkerställa deras långsiktiga framgång och påverkan.

Vilka kan vara olika finansieringskällor?

För ett kreativt projekt är finansiering ett viktigt steg för att förverkliga din vision. Din budget anger inte bara hur mycket pengar du behöver, utan dikterar också projektets omfattning och räckvidd.

Här är olika finansieringskällor som du kan tänka på när du skapar en budget för en kreativ satsning:

1. Personliga besparingar

- **Beskrivning:** Använda dina egna pengar för att finansiera satsningen.
- **När ska du använda:** För mindre projekt eller som startkapital för att visa engagemang när du söker annan finansiering.

2. Vänner och familj

- **Beskrivning:** Lån eller investeringar från personliga kontakter.
- **När ska du använda:** För initial finansiering, ofta med mer flexibla återbetalningsvillkor.

3. Crowdfunding

- **Beskrivning:** Insamling av små summor pengar från ett stort antal personer, vanligtvis via internet.
- **När ska det användas?** För projekt med en tydlig målsättning som kan skapa intresse hos allmänheten. Plattformar inkluderar Kickstarter, Indiegogo och Patreon.

4. Stipendier

- **Beskrivning:** Medel som tillhandahålls av myndigheter, stiftelser eller företag och som inte behöver återbetalas.
- **När ska man använda:** För projekt med kulturellt, utbildningsmässigt eller socialt värde. Kräver ofta detaljerade förslag och att bidragets mål uppfylls.

5. Sponsring

- **Beskrivning:** Ekonomiskt stöd från företag i utbyte mot reklam eller marknadsföring.
- **När ska man använda:** För projekt som erbjuder sponsorn möjligheter till synlighet och marknadsföring.

6. Ängelinvestorerare och riskkapitalister

- **Beskrivning:** Personer eller företag som investerar i nystartade företag och småföretag som förväntar sig tillväxt.
- **När ska man använda:** För skalbara kreativa satsningar med potential för hög avkastning. Innebär ofta att man ger upp eget kapital och viss kontroll.

7. Lån

- **Beskrivning:** Lånade pengar som måste återbetalas med ränta.
- **När ska man använda:** För satsningar med en tydlig väg till lönsamhet som kan stödja regelbundna återbetalningar. Källor inkluderar banker, online-långgivare och statliga program.

8. Konstnärliga residens och stipendier

- **Beskrivning:** Program som tillhandahåller finansiering, resurser och ibland arbetsutrymme för konstnärer så att de kan fokusera på sitt arbete.
- **När ska man använda:** För personer som vill ha tid och stöd för att utveckla sitt hantverk, ofta kopplat till specifika områden eller teman.

9. Merchandising och förförsäljning

- **Beskrivning av projektet:** Försäljning av relaterade produkter eller tjänster innan projektet är slutfört.
- **När ska man använda:** För företag med konkreta produkter eller upplevelser som kan säljas i förväg.

10. Intäktsdelning och partnerskap

- **Beskrivning:** Samarbete med andra företag eller kreatörer för att dela resurser, publik och vinster.
- **När ska det användas?** För projekt som kan dra nytta av delad expertis och delade marknader, vilket minskar initialkostnaderna och diversifierar inkomstkällorna.

Överväganden:

- **Anpassa finansieringen till behoven:** Olika källor lämpar sig för olika faser och typer av projekt. Fundera över vad varje källa kräver i gengäld, till exempel eget kapital, återbetalning eller specifika resultat.
- **Planera för omkostnader:** Kom ihåg att ta med finansieringskostnaden (ränta, avgifter, belöningar för crowdfunding) i din budget.
- **Diversifiera:** Att förlita sig på flera finansieringskällor kan sprida riskerna och ge en mer stabil finansiell grund för ditt företag.

Varje finansieringskälla kommer med sin egen uppsättning förväntningar, krav och utmaningar. Det är viktigt att noggrant undersöka och överväga de bästa alternativen för ditt specifika projekt och se till att de överensstämmer med dina kreativa mål och ekonomiska behov.

Hur man skapar en budget - en steg-för-steg-guide!

Att skapa en budget för en kreativ och/eller kulturell satsning innebär en noggrann balans mellan finansiell disciplin och den flexibilitet som krävs för att tillgodose den oförutsägbara karaktären hos kreativa projekt.

Här är en steg-för-steg-guide som hjälper dig att ta fram en budget för en sådan satsning:

1. Definiera dina projekt- eller verksamhetsmål

Börja med att tydligt definiera omfattningen av ditt projekt eller de operativa målen för din satsning. Oavsett om det handlar om att producera en film, arrangera en utställning, publicera en bok eller driva en kulturinstitution under ett år, kommer dina mål att vägleda din finansiella planering.

2. Uppskatta dina intäkter

Identifiera alla potentiella inkomstkällor, inklusive biljettförsäljning, merchandise, bidrag, sponsring, donationer och andra intäktsströmmar. Var realistisk i dina uppskattningar, med tanke på tidigare resultat och marknadsundersökningar. För nya satsningar, titta på jämförbara enheter eller projekt för vägledning.

3. Beräkna dina utgifter

Dela upp dina kostnader i fasta och rörliga kostnader:

Fasta kostnader: Dessa förändras inte med produktionsnivån och kan omfatta hyra, löner, el och vatten samt försäkringar.

Rörliga kostnader: Dessa kostnader fluktuerar med företagets aktivitetsnivå, till exempel produktionskostnader, marknadsföring och evenemangsspecifika kostnader. Kom ihåg att ta

hänsyn till alla möjliga kostnader, inklusive de som ofta förbises, som licensavgifter, skatter och oförutsedda utgifter.

4. Skapa en kassaflödesprognos

Tidslinje: Organisera din budget på månads- eller kvartalsbasis för att förstå när du kommer att ha utgifter och när du förväntar dig att få inkomster.

Hantering av kassaflöde: Detta hjälper dig att identifiera perioder med underskott eller överskott av likvida medel, vilket möjliggör bättre finansiell planering och hantering.

5. Inkludera en beredskapsplan

Avsätt en reservfond på ca 10-20% av din totala budget för att täcka oväntade kostnader.

Kreativa projekt stöter ofta på oförutsedda utgifter, och att ha en buffert kan förhindra ekonomiska påfrestningar.

6. Granskning och revidering

Kollegial granskning: Låt någon annan granska din budget. En ny uppsättning ögon kan upptäcka fel eller utelämnanden och ge värdefull feedback.

Flexibilitet: Var beredd att revidera din budget allteftersom ditt projekt eller din satsning fortskrider. Verkliga resultat avviker ofta från de ursprungliga planerna, vilket kräver justeringar av din budget.

7. Övervaka och justera

Regelbunden övervakning: Jämför regelbundet faktiska inkomster och utgifter med din budget. Detta hjälper dig att upptäcka eventuella avvikelser tidigt och gör att du kan göra nödvändiga justeringar.

Justeringar: Om du upptäcker att intäkterna är lägre än väntat eller att utgifterna är högre, leta efter sätt att minska kostnaderna eller öka intäkterna för att hålla dig på rätt spår.

Att skapa en budget för en kreativ och/eller kulturell satsning kräver en djup förståelse för både de kreativa aspekterna och de ekonomiska realiteterna i ditt projekt. Det innebär noggrann planering, realistisk uppskattning av intäkter och kostnader samt regelbunden uppföljning och justering. En väl förberedd budget ger inte bara vägledning för finansiella beslut, utan bidrar också till att de kreativa målen kan uppnås på ett framgångsrikt sätt.

Exempel: Budget för att ge ut en bok



Här är ett detaljerat exempel på hur man skapar en budget för en kreativ satsning.
 Låt oss använda exemplet med att publicera en bok för att illustrera dessa steg:

1. Definiera dina projekt- eller verksamhetsmål

Mål: Att ge ut en 300-sidig roman med titeln "*Whispers of the Past*" i en första upplaga på 1.000 exemplar och marknadsföra den för att nå en bred publik.

2. Uppskatta dina intäkter

Bokförsäljning: Förväntas sälja 800 exemplar under det första året till 15 USD styck.

Försäljning av e-böcker: Beräknad försäljning av 500 exemplar till 7 USD styck.

Merchandise: Försäljning av temavaror (bokmärken, affischer) beräknas inbringa 1.000 USD.

Anslag/sponsring: Fick ett bidrag på 5.000 USD för litterära projekt.

Beräknad total intäkt: 23.500 dollar

3. Beräkna dina utgifter

Fasta kostnader:

Hyra för arbetsyta: 6.000 USD per år.

Allmännyttiga tjänster: 1 200 USD per år.

Försäkring: 500 USD per år.

Variabla kostnader:

Produktionskostnader (tryckning, inbindning): 7.000 dollar för 1.000 exemplar.

Marknadsföring och PR (reklam, evenemang för boklansering): \$3,500.

Distributionsavgifter: 1.000 dollar.

Licensavgifter (för omslagsbilder): \$300.

Oförutsedda utgifter (oväntade kostnader): \$2,000.

Beräknade totala kostnader: 21 500 dollar

4. Skapa en kassaflödesprognos

Organisera utgifter och intäkter på månadsbasis, med fokus på viktiga utgiftsperioder som produktionsfasen och boklanseringsevenemanget, och matcha dessa med förväntade toppar i intäkterna från försäljningen.

5. Inkludera en beredskapsplan

Fond för oförutsedda utgifter: 10% av de totala kostnaderna, uppgående till 2.150 USD, avsätts för att täcka oförutsedda kostnader.

6. Granskning och revidering

Efter peer review föreslogs att mer skulle avsättas till marknadsföring för att säkerställa en bredare räckvidd, vilket ökade budgeten för marknadsföring till 4 000 USD. De totala kostnaderna justerades i enlighet med detta.

7. Övervaka och justera

Regelbunden uppföljning kommer att vara nödvändig, särskilt efter boklanseringen, för att jämföra den faktiska försäljningen med prognoserna och justera marknadsföringsstrategierna efter behov.

Reviderad budget i sammandrag

Total reviderad beräknad intäkt: \$23.500

Totalt reviderade beräknade utgifter (inklusive ökad marknadsföring och reservfond): \$22,650

Prognostiserad nettointäkt: 850 dollar



Budgeten ger en tydlig finansiell färdplan för bokutgivningsprojektet, från uppskattning av potentiella intäkter till en detaljerad beskrivning av alla förväntade utgifter. Det säkerställer att de ekonomiska resurserna är anpassade till de kreativa målen, med flexibilitet inbyggd i processen för justeringar baserat på faktiska resultat jämfört med de ursprungliga prognoserna.

BUS Youth

Business Skills for Youth
in the CCI sector

MODUL 3

Planering och ekonomisk förvaltning

TEMA 3.4

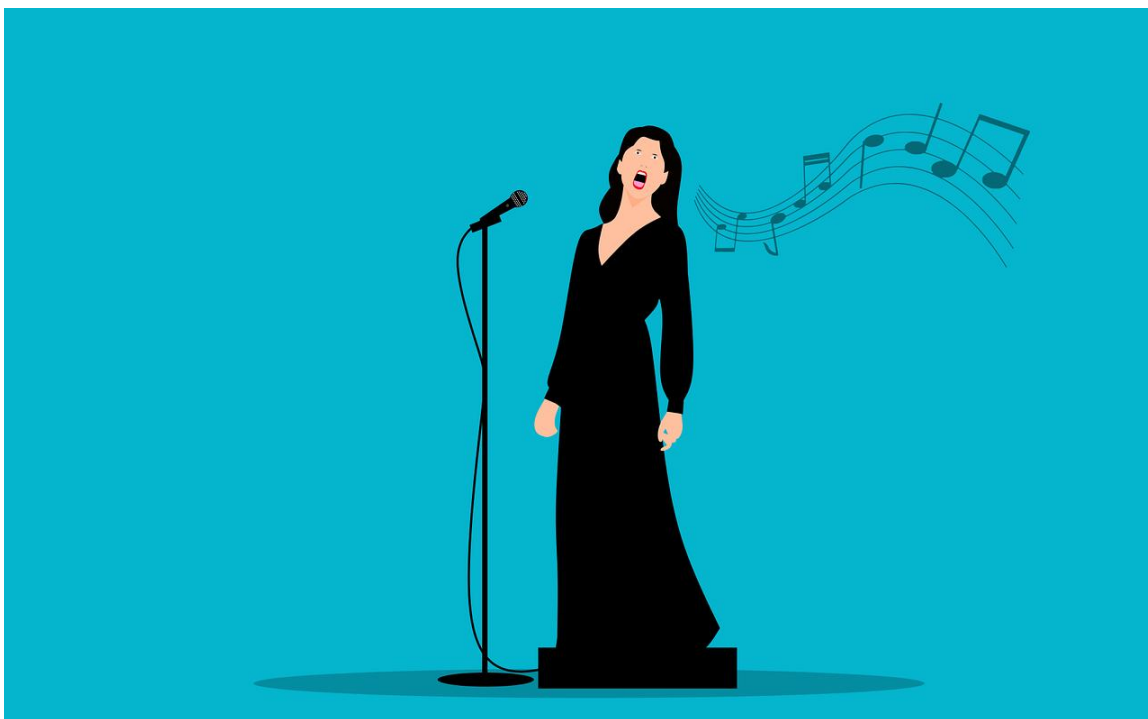
Potentiella risker i en CCI-affär; hur man belyser och identifierar dem och utvecklar strategier



Co-funded by
the European Union

Innehåll

Vilka är de potentiella riskerna med en CCI-satsning?	22
Hur man utvecklar strategier för att minska dessa risker.....	24
Exempel: Marias oberoende filmproduktion	25



Hur identifierar du potentiella risker i ett kreativt projekt?

Genom att systematiskt identifiera och hantera de risker som är förknippade med CCI-projekt kan du förbättra projektets motståndskraft, hållbarhet och innovationsförmåga, vilket ger en starkare grund för långsiktig framgång!

Vilka är de potentiella riskerna med en CCI-affär?

Företag inom de kreativa och kulturella näringarna (KKI) erbjuder unika möjligheter till kreativa uttryck och kulturellt engagemang, men står samtidigt inför flera potentiella risker. Att förstå dessa risker är avgörande för alla som vill starta eller utveckla ett företag inom dessa områden.

Här följer en översikt över de främsta riskerna:

1. Marknadsrisker

Den kulturella och kreativa sektorn är mycket känslig för trender och förändringar i konsumenternas smak, som kan skifta snabbt och oförutsägbart. Efterfrågan på kulturella produkter och tjänster fluktuerar ofta med de ekonomiska förhållandena, vilket gör kulturella och kreativa institutioner sårbara under ekonomiska nedgångar.

2. Finansiella risker

Eftersom många kulturella och kreativa företag är projektbaserade och har oregelbundna inkomstströmmar kan det vara svårt att hantera kassaflödet på ett effektivt sätt. Att säkra tillräcklig finansiering eller investering är ofta en utmaning, eftersom kreativa satsningar kan ses som högriskprojekt av traditionella finansiärer.

3. Risker avseende immateriella rättigheter (IP)

Det finns en risk att andra kopierar eller distribuerar ditt kreativa arbete utan tillstånd. Det kan uppstå meningskiljaktigheter om äganderätten till immateriella rättigheter, särskilt i samarbetsprojekt.

4. Operativa risker

Många kreativa projekt är starkt beroende av ett fåtal personers kompetens och talang, vilket gör dem sårbara för personalförändringar. Kreativa projekt kan lätt överskrida budgeten eller bli försenade på grund av deras komplexa och ofta experimentella natur.

5. Risker i samband med reglering och efterlevnad

Investeringar som bedrivs i olika regioner kan möta utmaningar när det gäller att navigera i de varierande rättsliga och regulatoriska landskapen. Vissa typer av innehåll kan vara föremål för restriktioner eller censur i olika jurisdiktioner.

6. Teknologiska risker

Den snabba tekniska utvecklingen kan göra en kreativ produkt eller tjänst föråldrad. Företag som förlitar sig på digitala plattformar är mottagliga för cybersäkerhetshot, inklusive dataintrång och piratkopiering.

7. Ryktesrisker

Framgången för kreativa företag beror ofta på allmänhetens uppfattning, som kan skadas av negativa recensioner, kontroverser eller skandaler. Att upprätthålla en konsekvent och positiv varumärkesidentitet är avgörande, men kan vara en utmaning, särskilt när det gäller kritik eller motreaktioner från allmänheten.

8. Miljörisker och sociala risker

Det finns ett ökande tryck på företag, inklusive CCI:er, att bedriva en hållbar verksamhet och minimera sin miljöpåverkan. Satsningar måste beakta deras sociala påverkan, inklusive frågor om mångfald, rättvisa och inkludering, eftersom misslyckanden inom dessa områden kan leda till motreaktioner från allmänheten och påverka framgången.

För att hantera dessa risker krävs ett proaktivt och strategiskt tillvägagångssätt, inklusive grundlig marknadsundersökning, noggrann finansiell planering, robusta åtgärder för skydd av immateriella rättigheter och ett engagemang för hållbarhet och socialt ansvar. Genom att förutse och hantera dessa risker kan CCI-företag positionera sig för långsiktig framgång och motståndskraft.



Hur man utvecklar strategier för att minska dessa risker

Att utveckla strategier för att minska riskerna i satsningar inom de kreativa och kulturella näringarna (KKI) innebär ett mångfacetterat angreppssätt.

Så här hanterar du de primära risker som identifierats:

1. Marknadsrisker

Utöka ditt produkt- eller tjänsteutbud för att nå ut till en bredare publik och minska beroendet av en enda inkomstkälla. Genomföra löpande forskning för att ligga steget före trender och anpassa sig till förändrade konsumentpreferenser.

2. Finansiella risker

Utveckla en robust finansiell plan som inkluderar detaljerade kassaflödesprognoser, budgetering och nödreserver. Utforska olika finansieringsalternativ som bidrag, crowdfunding, sponsring och affärsänglar för att minska beroendet av en enda finansieringskälla.

3. Risker avseende immateriella rättigheter (IP)

Se till att allt ditt arbete är ordentligt skyddat enligt upphovsrättslagen, överväg varumärken för ditt varumärke och patent om det är tillämpligt. Utarbeta tydliga avtal som beskriver ägande- och användningsrättigheter för immateriella rättigheter, särskilt i samarbetsprojekt.

4. Operativa risker

Bygga upp ett team med olika kompetenser som kompletterar varandra för att minska beroendet av individuella talanger. Använda verktyg och metoder för projektledning för att hålla projekten inom tidplan och budget.

5. Risker i samband med reglering och efterlevnad

Anlita juridiska rådgivare som känner till regelverket i alla områden där du är verksam. Utveckla och implementera efterlevnadsprogram för att säkerställa att alla operativa aspekter av satsningen uppfyller juridiska och regulatoriska standarder.

6. Teknologiska risker

Håll dig uppdaterad om den tekniska utvecklingen som kan påverka ditt företag och anpassa dig efter behov. Genomför omfattande cybersäkerhetsåtgärder för att skydda digitala tillgångar och kunddata.

7. Ryktesrisker

Upprätthålla höga standarder för alla produkter och tjänster för att säkerställa kundnöjdhet. Utveckla en krishanteringsplan för att snabbt och effektivt kunna reagera på negativa incidenter eller negativ publicitet.

8. Miljörisker och sociala risker

Implementera hållbara metoder i verksamhet, inköp och produktion. Arbeta aktivt med inkludering och mångfald inom ditt företag och engagera dig i sociala frågor som är relevanta för din målgrupp.

Allmänna strategier

- **Riskbedömning:** Genomför regelbundet riskbedömningar för att identifiera och utvärdera potentiella risker för ditt företag.
- **Försäkringar:** Skaffa lämpligt försäkringsskydd för att ge finansiellt skydd mot en rad olika risker.
- **Flexibilitet och anpassningsförmåga:** Odla en kultur av flexibilitet och anpassningsförmåga inom din organisation för att snabbt kunna reagera på oväntade utmaningar.
- **Kunskap och utbildning:** Ge ditt team regelbunden utbildning i riskmedvetenhet och strategier för riskreducering för att säkerställa att alla är förberedda.

Genom att hantera dessa risker med specifika strategier kan CCI-företag inte bara skydda sig själva utan också skapa en stabilare grund för tillväxt och innovation. Det handlar om att vara proaktiv, inte bara reaktiv, inför det ständigt föränderliga landskapet i de kreativa branscherna.

Exempel: Marias oberoende filmproduktion

Maria är en oberoende filmskapare som förbereder sig för att producera sin första långfilm, "Echoes of Silence", ett drama som utforskar teman som identitet och isolering i hennes hemstad. Med en blygsam budget som kommer från crowdfunding, ett litet stipendium och personliga besparingar är Maria fast besluten att förverkliga sin vision. Trots hennes passion och den unika historia hon vill berätta finns det flera risker förknippade med hennes satsning som kräver noggrann bedömning och hantering.

Vad Maria behöver tänka på vid riskbedömning:

1. Marknadsrisker:

Kommer filmen att gå hem hos tittarna, eller är den för nischad? Vilka är de bästa kanalerna för att distribuera hennes film och nå sin målgrupp, med tanke på konkurrensen inom oberoende film?

2. Finansiella risker:

Är budgetberäkningarna för produktionskostnaderna realistiska och finns det en beredskapsplan för oförutsedda utgifter? Är den säkrade finansieringen tillräcklig och stabil? Vad händer om ytterligare finansiella resurser behövs mitt i produktionen?

3. Risker avseende immateriella rättigheter (IP):

Har Maria försäkrat sig om att alla manuselement, all musik och alla andra immateriella rättigheter som används i filmen är licensierade eller original? Hur kommer hon att skydda sin färdiga film från piratkopiering och obehörig distribution?

4. Operativa risker:

Hur ska hon hantera förseningar på grund av oförutsedda omständigheter som väder, skådespelares tillgänglighet eller fel på utrustning? Vad är planen för att säkerställa ett smidigt samarbete mellan ett mångsidigt team av skådespelare och besättningsmedlemmar?

5. Risker avseende regelverk och regelefterlevnad:

Är alla nödvändiga tillstånd för filminspelning på olika platser säkrade? Hur ska hon se till att arbetsrättsliga lagar och regler följs, särskilt för internationella eller minderåriga skådespelare?

6. Teknologiska risker:

Vilka åtgärder har vidtagits för att skydda mot fel på utrustning eller dataförlust under inspelning och efterproduktion? Hur anpassningsbar är distributionsstrategin för att hålla jämna steg med snabbt föränderliga digitala plattformar?

7. Ryktesrisker:

Hur ska Maria hantera den allmänna uppfattningen om sin film, särskilt om den tar upp kontroversiella ämnen? Finns det en plan för hur hon ska samarbeta med kritiker och filmfestivaler för att bygga upp ett positivt rykte?

8. Miljörelaterade och sociala risker:

Hur kommer produktionen att minimera sitt miljöavtryck, särskilt vid inspelningar på plats? Representerar filmen kulturer och samhällen på ett respektfullt sätt, undviker stereotyper och säkerställer äkthet?

För Maria är det avgörande att genomföra en omfattande riskbedömning för att framgångsrikt kunna navigera i filmproduktionens komplexitet. Genom att tidigt identifiera potentiella risker och utveckla strategier för att minska dem kan hon öka sitt företags motståndskraft och se till att "Echoes of Silence" inte bara blir klar utan också uppnår sina kreativa och kulturella mål.

