DIGITAL ROUTES

OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

Moduł: Przedsiębiorcy w obszarze kultury – kompetencje biznesowe: Emphasys Centre

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

PR. NR. 2020-1-PL01-KA205-080646

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

Konsorcjum

W skład konsorcjum wchodzi siedem organizacji z sześciu krajów. Każda wnosi do projektu własne doświadczenia i własną wiedzę specjalistyczną. Ich celem jest motywowanie mieszkańców do przejęcia roli aktywnych obywateli społeczności lokalnych i rozszerzania kontekstu podejmowanych działań.

Koordynator – Polska	Polska	Niemcy	Cypr	Grecja	Rumunia	Węgry
Społeczna Akademia Nauk University of Social Sciences	Fundacja Mapa Pasji	CGE Culture Goes Europe Soziokulturelle Initiative Erfurt e.V.	Emphasys Centre	Asserted Knowledge The ICT Equalisers	aer Association of Ecotourism in Romania	TE-IS Foundation

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

Spis treści

01 **Wstęp**
Projekt DIGITALROUTES@CULTURE (cele i założenia)

02 **Opis modułu – kompetencje biznesowe**
W ramach modułu poznasz podstawy branży dziedzictwa kulturowego; dowiesz się więcej o zarządzaniu łańcuchem dostaw i podejmowaniu optymalnych decyzji; i – na zakończenie pracy – stworzysz model biznesowy dla swojego przedsiębiorstwa.

03 **Motywacja do podjęcia pracy w branży kultury**
Główne cele obejmują zrozumienie tożsamości kulturowej oraz zdefiniowanie typów dziedzictwa kulturowego i działań zrównoważonych, służących zwiększeniu motywacji do podjęcia pracy w branży kultury.

04 **Zarządzanie łańcuchem dostaw**
Głównym celem niniejszego tematu jest poddanie analizie zarządzania łańcuchem dostaw z myślą o opracowaniu najbardziej wykonalnych i skutecznych finansowo decyzji dla własnej firmy.

05 **Model biznesowy**
Do głównych celów należy stworzenie modelu biznesowego w oparciu o narzędzie *Canvas* (tzw. płótno pod model biznesowy) oraz opanowanie wiedzy z zakresu elementów biznes planu.

06 **Wnioski i scenariusz dla modułu**
Wnioski i scenariusz dla modułu (w ramach systemu odznak cyfrowych *Open Badges*)

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Wstęp

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Dziedzictwo kulturowe

„Nie jestem Ateńczykiem ani Grekiem, lecz obywatelem świata”
- Sokrates

„Wspólny wysiłek na rzecz ochrony naszego dziedzictwa to kluczowy element powiązań z naszą spuścizną – kulturową, edukacyjną, estetyczną, inspiracyjną i gospodarczą”
- Steve Berry

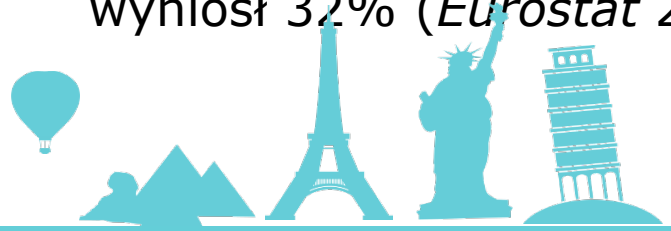
Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

Dziedzictwo kulturowe uważa się obecnie za obszar o istotnym wkładzie w ogólnoeuropejski PKB.

Zgodnie z danymi statystycznymi na temat obszaru kultury (*Eurostat* 2020), w roku 2019 w sektorze kultury zatrudnionych było 7,4 miliona osób. W ramach Nowej Europejskiej Agendy dla Kultury przyjętej w 2018 roku podkreślono również znaczenie wspierania opartych na kulturze działań twórczych w oświacie i innowacyjności, szczególnie z uwagi na poziom zatrudnienia i wzrostu gospodarczego, a także istoty kultury i różnorodności kulturowej dla zapewnienia spójności społecznej i dobrostanu społeczeństw.

Odsetek osób samozatrudnionych w sektorze kultury w 2019 roku wyniósł 32% (*Eurostat* 2020).



> *‘Bez znajomości własnej historii, pochodzenia i kultury człowiek jest jak drzewo pozbawione korzeni’ (Marcus Garvey)*

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

Cele i założenia

#1

Zachęcać młodych ludzi do angażowania się zawodowo w branże związane z kulturą, wyposażając ich w niezbędne umiejętności społeczne, cyfrowe i w zakresie przedsiębiorczości, a tym samym umożliwiając im dostęp do nowych możliwości zatrudnienia w obszarze kultury.

#2

Stworzyć otwarty, dynamiczny i interaktywny portal internetowy oraz aplikację mobilną generującą mapę miejsc dziedzictwa kulturowego z wykorzystaniem właściwości rzeczywistości rozszerzonej.

#3

Zająć się problemami bezrobocia i urbanizacji w środowiskach młodzieżowych.

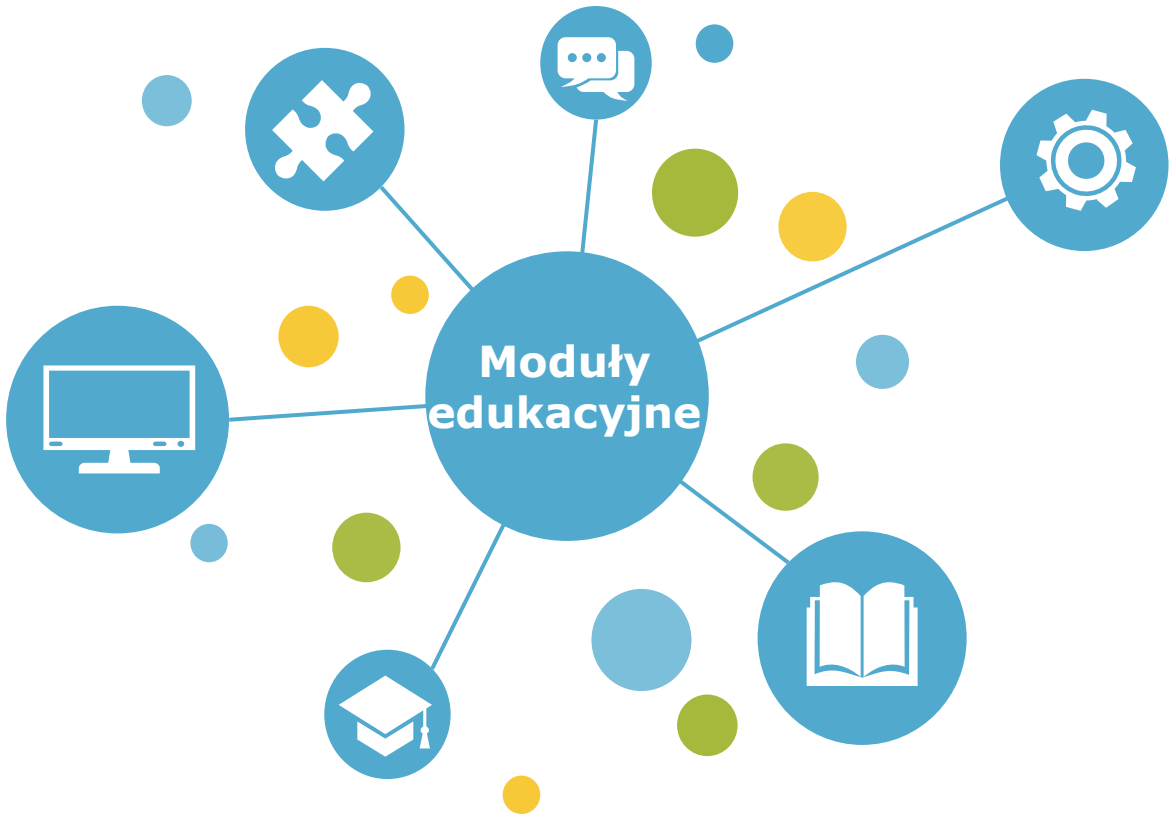
#4

Wspierać oparte na kulturze działania twórcze w oświacie i innowacyjności, również z myślą o tworzeniu miejsc pracy i generowaniu wzrostu gospodarczego.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

DIGITALROUTES@CULTURE
Moduły edukacyjne



Moduł 1

Wprowadzenie – przedstawiamy przedsiębiorcę w obszarze kultury

Moduł 2

Przedsiębiorcy segmentu turystyki kulturowej

Moduł 3

Przedsiębiorcy w obszarze kultury – kompetencje biznesowe

Moduł 4

Przedsiębiorcy w obszarze kultury – kompetencje związane z komunikacją i marketingiem

Moduł 5

Przedsiębiorcy w obszarze kultury – kompetencje cyfrowe

Moduł 6

Przedsiębiorcy w obszarze kultury – kompetencje twórcze

Moduł 7

Przedsiębiorca w obszarze kultury – współpraca ze środowiskami lokalnymi

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

Opis modułu

DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

Celem **Modułu 3: Przedsiębiorcy w obszarze kultury – kompetencje biznesowe** jest przekazanie uczestnikom wiedzy z zakresu działania przedsiębiorstw z branży dziedzictwa kulturowego, by zmotywować ich do założenia firmy zgodnie z własnym wyborem i indywidualnymi preferencjami. W Module omówiono **rodzaje dziedzictwa kulturowego; sektory kultury; gospodarkę i założenia zrównoważenia w kulturze; korzyści** związane z pracą w sektorach kultury; oraz **zasady budowania motywacji kulturowej**.

Głównym celem jest przekazanie uczestnikom wystarczającej wiedzy na temat finansowych aspektów działalności przedsiębiorstwa kulturowego. Cel ten zostanie osiągnięty w drodze przyswojenia wiedzy z zakresu **zarządzania łańcuchem dostaw i modelu biznesowego.** Uczestnicy będą mieli możliwość stworzenia modelu biznesowego w systemie *Canvas* i wybrania optymalnego modelu dla własnego przedsięwzięcia.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

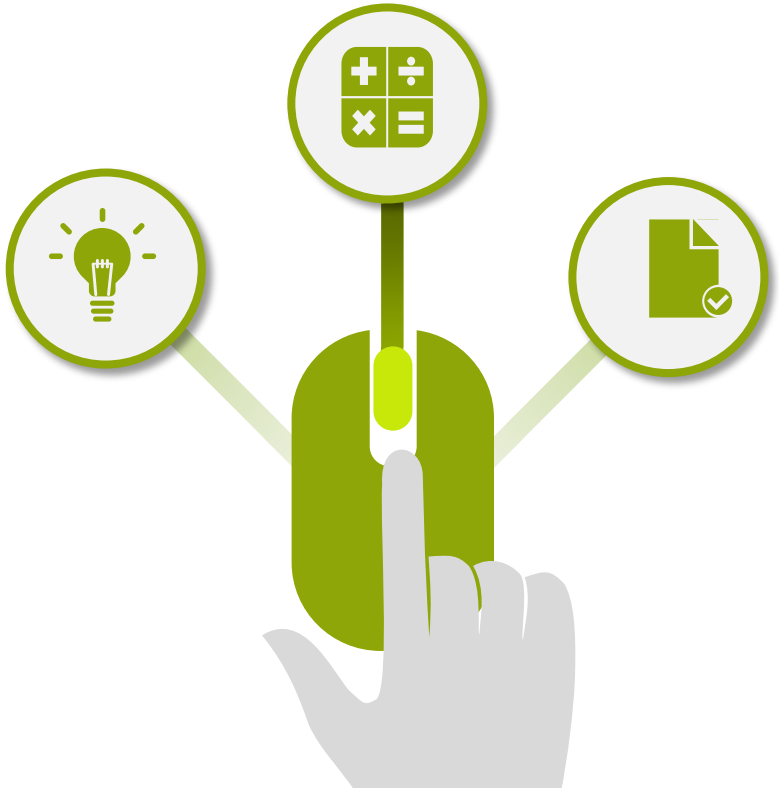
Moduł 3 – tematy

Temat 1

Motywacja do podjęcia pracy w branży kultury

Temat 2

Zarządzanie łańcuchem dostaw



Temat 3

Model biznesowy

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

Temat 1: Motywacja do podjęcia pracy w branży kultury

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

Czym jest dziedzictwo kulturowe?

Dziedzictwo kulturowe obejmuje miejsca, rzeczy i praktyki **uznawane przez społeczeństwo za należące do poprzednich epok, istotne i warte ochrony**.

Dziedzictwo kulturowe obejmuje kultury, tradycje, wierzenia, zwyczaje, obrzędy, ceremonie, wiedzę rdzenną, zwyczaje i tradycje społeczne, sztukę, rzemiosło, muzykę, przekonania polityczne i ideologiczne wywierające wpływ na kulturę i zachowania jednostek, historię, praktyki związane ze środowiskiem naturalnym, tradycje religijne i naukowe, język, sport, potrawy i napoje, kalendarze, stroje tradycyjne, cyberkultury w świecie cyfrowym oraz wschodzące nowe kultury, które z czasem staną się dziedzictwem przyszłości.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

Rodzaje dziedzictwa kulturowego

Materialne – ruchome

Obiekty umożliwiające przechowywanie

- obrazy, rzeźby, monety, rękopisy, urządzenia, odzież, dzieła sztuki

Materialne – nieruchome

Obiekty związane z podłożem

- zabytki, stanowiska archeologiczne, budynki historyczne, muzea itp.

Niematerialne

Mogą zostać poddane zapisowi; nie da się ich dotknąć ani zachować

Tradycje ustne, język, sztuka performatywna, obrzędy, festiwale, nauka, kulinaria, taniec, literatura, muzyka

Przyrodnicze

Obiekty stworzone przez naturę **postrzegane jako krajobrazy kulturowe**, formacje fizyczne, biologiczne lub geologiczne

Cyfrowe

Zasoby **stworzone w formie cyfrowej** lub ucyfrowione w celu ich zachowania (np. teksty, obrazy, oprogramowanie, materiały filmowe, nagrania)

Podwodne

Wraki statków, ruiny i miasta podwodne

oraz

Dziedzictwo **wytworzone wskutek konfliktów zbrojnych**

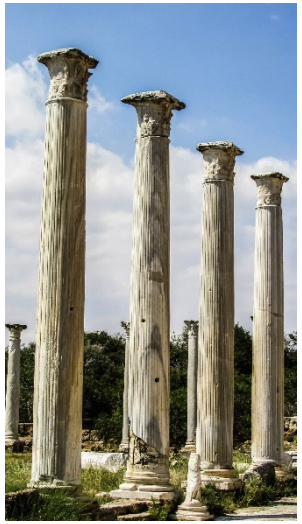
Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

Firmy w branży dziedzictwa kulturowego

Podmioty, których celem jest dostarczanie produktów lub usług związanych ze zrozumieniem, ochroną i promocją obiektów, miejsc, zabytków i poszczególnych form dziedzictwa kulturowego – materialnego i niematerialnego.

- Organizacje pozarządowe
- Przedsiębiorstwa społeczne
- Małe i średnie firmy z branży turystycznej lub twórczej (artystycznej)
- Organizacje państwowe lub międzyrządowe



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

Dziedzictwo kulturowe w różnych regionach Europy (przykłady)

Cypr

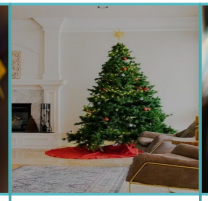
Cypryjskie słodycze

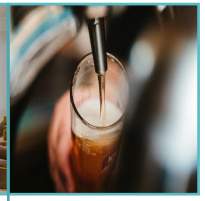
Produkty z chleba świętojańskiego

Wikliniarstwo

Niemcy

Króliczek wielkanocny


Choinka bożonarodzeniowa


Piwo

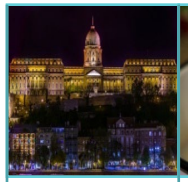
Grecja

Turystyka

Winiarstwo

Sztuka

Węgry


Zamki
Ośrodki kultury

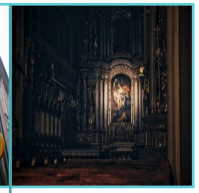
Kąpieliska termalne

Grawerstwo

Polska

Ośrodki kultury

Teatr


Malarstwo

Rumunia

Inicjatywy edukacyjne

Turystyka piesza

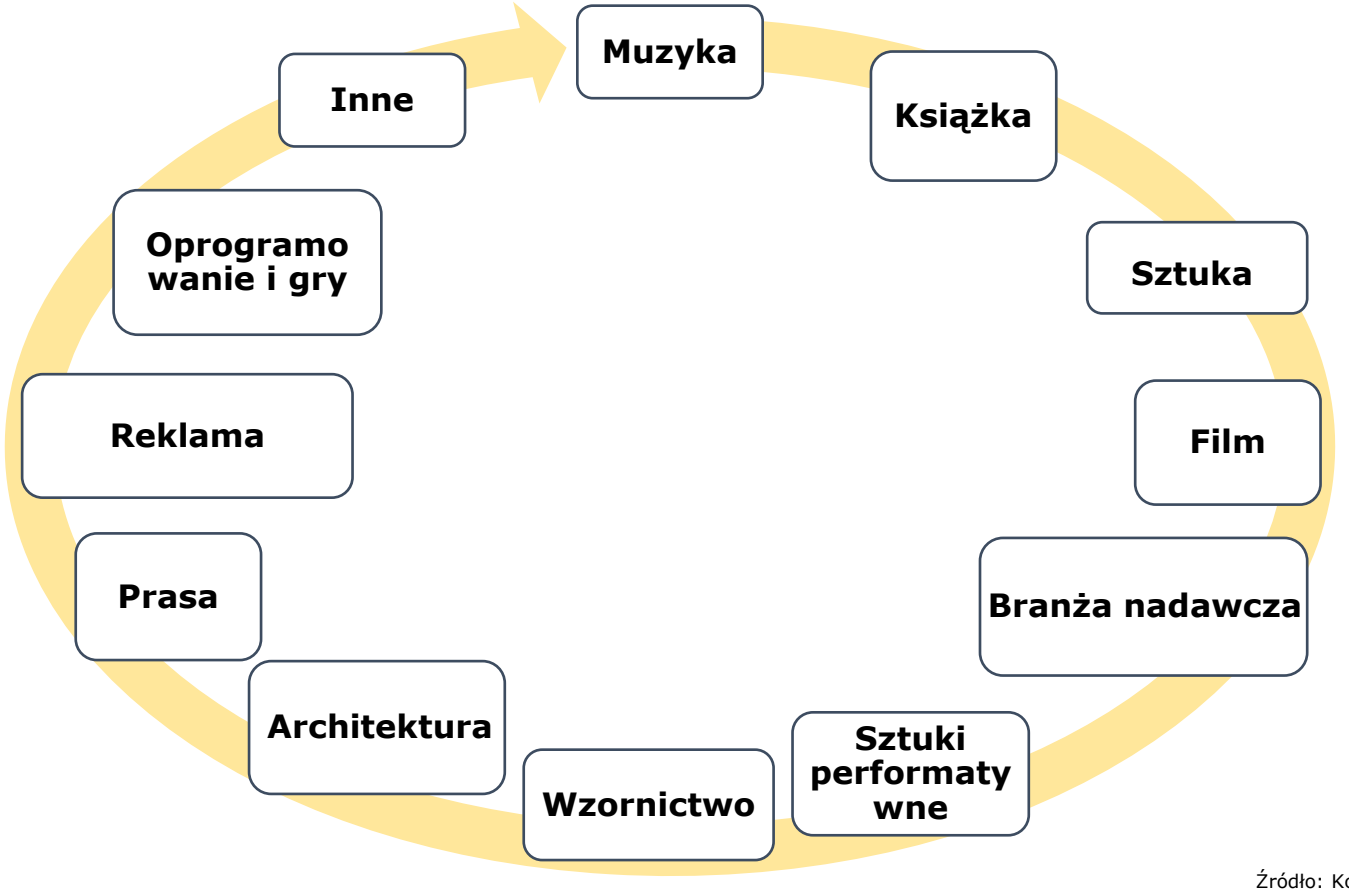
Branże kulturowo-twórcze

Źródła zdjęć:
http://www.hiddensecretstours.eu/magazine/top-5-from-polish-cuisine/
https://www.checkincyprus.com/article/21702/ftiahnei-glyka-opos-palia
https://www.inyourpocket.com/warsaw/ujazdowski-castle-centre-for-contemporary-art_37644v

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

Rynki składowe branż kulturowo-twórczych



Źródło: Konferencja Ministrów Gospodarki (2019)
https://www.bmwi.de/Redaktion/EN/Publikationen/Wirtschaft/cultural-and-creative-industries-monitoring-report-2019-summary.pdf?__blob=publicationFile&v=4

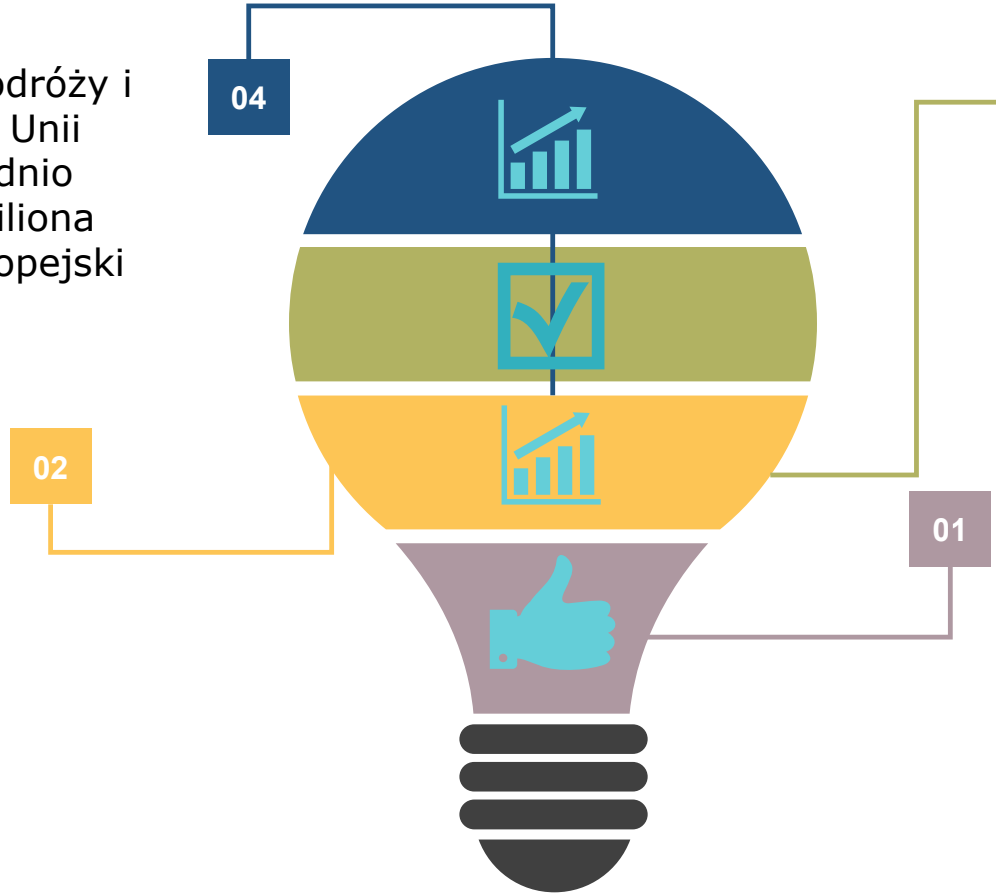
Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

Wartość dziedzictwa kulturowego

W roku 2018 udział branży podróży i turystyki w PKB i rynku pracy Unii Europejskiej wyniósł odpowiednio ogółem 3,9% i 5,1% (11,9 miliona miejsc pracy) (Parlament Europejski 2020).

W 2020 roku sektor kultury zatrudniał 7,2 miliona osób. Branża się stale rozwija.



03 W 2020 roku w sektorze kultury pracowało 1,2 miliona młodych ludzi (w wieku od 15 do 29 lat). Artyści lub pisarze stanowili jedną czwartą osób pracujących w sektorze kultury (Komisja Europejska 2020).

01 Dziedzictwo kulturowe generuje więzi z określonymi wartościami społecznymi, przekonaniami, wyznaniami i zwyczajami, zapewniając również możliwość podjęcia pracy w sferze twórczej zgodnie z indywidualnymi preferencjami.

DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

Po co zakładać firmę w sektorze kultury?

Różnorodność

Zatrudnienie w kulturze to rozwijający się obszar obfitujący w różne możliwości – od zajęć związanych stricte z kulturą po formy twórcze.

Niezależność

Pod koniec 2019 r. jedna trzecia pracowników w sektorze kultury w państwach członkowskich UE była samozatrudniona. Praca na własny rachunek daje poczucie niezależności.

Praca w pełnym wymiarze godzin

Wielu artystów i innych pracowników sektora kultury pracuje na część etatu. Założenie własnej firmy w branży kultury to możliwość pracy w pełnym wymiarze godzin w obszarze zgodnym z zainteresowaniami.

Przepływy handlowe

W latach 2012-2017 wartość eksportu dóbr kultury wzrosła w 22 państwach członkowskich. Najwyższe wartości średniego wzrostu odnotowano na Cyprze i w Polsce.

Uczestnictwo w kulturze

30% mieszkańców Unii Europejskiej regularnie bierze udział w wydarzeniach artystycznych. Potwierdza to znaczne zainteresowanie i rosnącą konsumpcję w branży.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

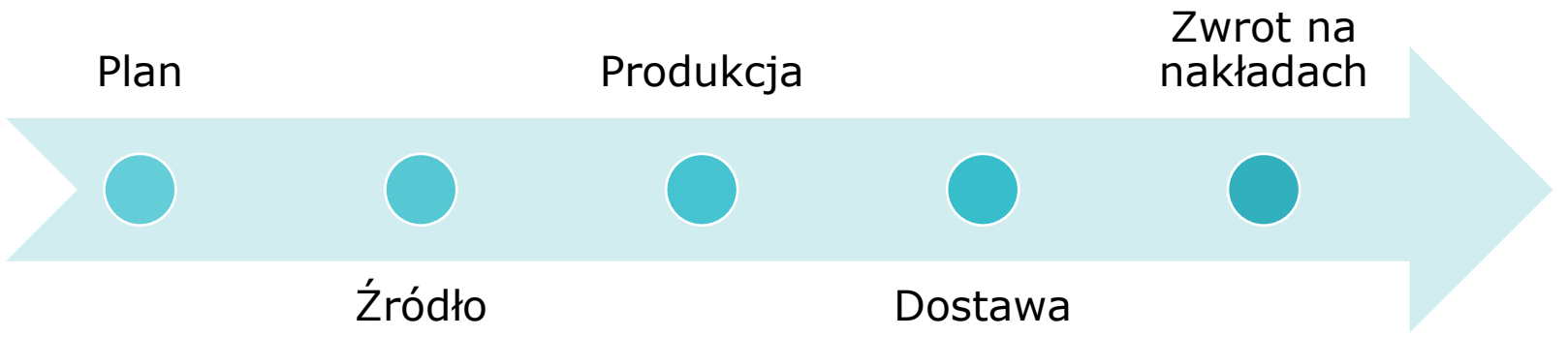
Temat 2: Zarządzanie łańcuchem dostaw

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

Zarządzanie łańcuchem dostaw – dlaczego ma to znaczenie?

- ✓ Spadek kosztu dostaw, tj. ograniczenie kosztów operacyjnych
- ✓ Ocena problemów związanych z procedurami obowiązującymi w łańcuchu dostaw i podjęcie odpowiednich decyzji korygujących
- ✓ Oszacowanie wartości wydatków i priorytyzacja potrzeb
- ✓ Poprawa jakości obsługi klienta
- ✓ Poprawa kondycji finansowej
- ✓ Znalezienie odpowiednich dostawców i zbudowanie z nimi silnych relacji
- ✓ Opracowanie skutecznych modeli biznesowych



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

Zrozumienie zasad łańcucha wartości – Porter, 1985

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

DZIAŁANIA PODSTAWOWE W ŁAŃCUCHU WARTOŚCI

	LOGISTYKA WEWNĘTRZNA	LOGISTYKA ZEWNĘTRZNA
Opis	Zarządzanie zapasami i ich obsługa; zarządzanie dostawami; obsługa towarów przychodzących i zwrotów	Obsługa, sprzedaż i wysyłka produktu końcowego do klienta końcowego
Przykładowe koszty	Koszty transportu towarów przychodzących, jakość produkcji, gospodarka odpadami, testowanie produktów, **Savings of Items(?)**	Koszty dostawy i dystrybucji, magazynowania i zapasów (dobór, pakowanie, magazynowanie)

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

DZIAŁANIA PODSTAWOWE W ŁAŃCUCHU WARTOŚCI

	DZIAŁALNOŚĆ OPERACYJNA	MARKETING I SPRZEDAŻ	USŁUGA
Opis	Zarządzanie wszystkimi procedurami operacyjnymi	Strategie promocji marki	Zarządzanie praktyką prawidłowej obsługi klienta, by uniknąć ryzyka naruszenia dobrego imienia firmy
Przykładowe koszty	Koszty detaliczne, koszty dostaw surowców – lokalizacja, finansowanie, wycena towarów, fakturowanie, obsługa sporów i skarg, obsługa płatności	Reklama, działania promocyjne, kosztorysowanie, wybór kanałów dystrybucji, wycena	Obsługa usług świadczonych klientowi – montaż, naprawy, szkolenie, utrzymanie, regulacja

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

DZIAŁANIA UZUPEŁNIAJĄCE W ŁAŃCUCHU WARTOŚCI

	ZAMÓWIENIA	ZARZĄDZANIE ZASOBAMI LUDZKIMI	ROZWÓJ TECHNOLOGICZNY	INFRASTRUKTURA
Opis	Zarządzanie zasobami i siłą nabywczą	Strategie poprawy wyników osiąganych przez pracowników, by podnieść poziom zadowolenia klientów	Technologia integrująca procedury operacyjne, by prawidłowo zarządzać danymi i informacją na temat klientów i działalności operacyjnej	Zarządzanie aktywami koniecznymi do zarządzania przedsiębiorstwem. Te aktywa pochłaniają większą część dostępnego kapitału. Wszelkie decyzje wpływają na koszt łańcucha dostaw i wynik finansowy usługi.
Przykładowe koszty	**Koszty bezpośrednie –** produkcja lub dostawy towaru **Koszty pośrednie –** materiały biurowe i marketingowe; reklama, usługi konsultingowe itd.	Rekrutacja Szkolenie Wynagrodzenia Podnoszenie motywacji	Oprogramowanie Utrzymanie systemów Narzędzia bezpieczeństwa teleinformatycznego	**Koszty fizyczne** – budynki, sprzęt **Koszty teleinformatyczne** – sieć dystrybucyjno-transportowa, systemy informatyczne

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

Materiał do dyskusji

Pochodzący z Cypru Giannis chce założyć małe/średnie przedsiębiorstwo specjalizujące się w kulturze – sprzedaży produktów rzemiosła tradycyjnego. Firma będzie miała siedzibę w Pafos. Giannis założy również sklep internetowy z myślą o sprzedaży krajowej i eksporcie do innych krajów europejskich. Na początek Giannis chce znaleźć dostawcę/producenta koniecznych surowców i zaplanować rozwiązania transportowe.

Działania, jakie Giannis powinien podjąć, by znaleźć dostawcę i dystrybutora gwarantujących skuteczną obsługę łańcucha wartości:

1. Wybór strategii operacyjnej (produkcja lub korzystanie z usług dostawcy).
2. Ustalenie najlepszej ceny zamówienia / optymalnych kosztów usługi świadczonej przez dostawcę/producenta.
3. Opracowanie harmonogramu produkcji, testowania, pakowania i wprowadzenia na rynek, z uwzględnieniem wymogów prawnych.
4. Opracowanie planu działań, w tym obsługi zapytań od klientów oraz wyboru strategii dystrybucji i opcji wysyłki.
5. Opracowanie strategii śledzenia wyniku finansowego i kosztów oraz obsługi zwrotów.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

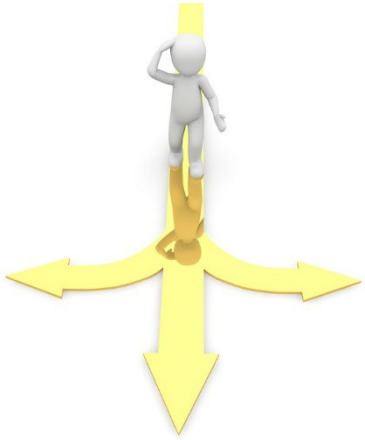
Temat 3: Model biznesowy

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

Dlaczego modele biznesowe mają znaczenie?

- ✓ Opisują sposób, w jaki organizacja tworzy, dostarcza i ujmuje wartość.
- ✓ Określają produkty i usługi, które przedsiębiorstwo zamierza sprzedawać.
- ✓ Pomagają badać rynek docelowy.
- ✓ Pomagają ustalić spodziewane koszty i źródła finansowania.
- ✓ Pomagają przedsiębiorcy ustalić kolejne działania służące założeniu firmy i opracowaniu biznes planu.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

	Model biznesowy	Opis modelu biznesowego	Rodzaj prowadzonej działalności
1	*Crowdsourcing*	Finansowany przez większą liczbę sponsorów (od kilku do kilkuset) – udział masowy i bezpośrednie zaangażowanie sponsorów.	Szczególnie częste zastosowania: kino, branża muzyczna, muzea, sektory dziedzictwa kulturowego.
2	P2P – modele podmiotów rówieśniczych (*Peer to Peer*)	Powiązania w sieciach P2P, w których komputery współpracują bez udziału serwera. Model ten jest również znany jako *„model wzajemnej weryfikacji i recenzji”* – wybrany przedstawiciel lub większa liczba osób z branży ocenia produkt końcowy.	Szeroko stosowany w sektorach mediów drukowanych/ wydawnictw oraz sektorach kultury obejmujących podmioty edukacyjne, takie jak muzea, archiwa i biblioteki.
3	Produkcja na życzenie	Produkty są wytwarzane wyłącznie na życzenie, pod konkretne zamówienia.	Szczególnie częste zastosowania: branża wydawnicza, branża muzyczna, sztuki piękne.
4	Laboratoria innowacyjności	Laboratoria to przestrzenie praktyk twórczych, wspierające nowatorskie działania.	Szczególnie częste zastosowania: branża wydawnicza (organizacja koncertów), branże wzornictwa/mody, gier/ oprogramowania, architektura.

http://www.interarts.net/descargas/interarts2540.pdf

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

	Model biznesowy	Opis modelu biznesowego	Rodzaj prowadzonej działalności
5	Grywalizacja	Model stosunkowo nowy – stymulowanie określonego zachowania (działań, pomysłów, zainteresowań i interakcji) użytkownika w sposób oparty na rozrywce z elementami rywalizacji	Szczególnie częste zastosowania: media drukowane / działalność wydawnicza, sztuki piękne, muzea, sztuki performatywne, branża muzyczna, sektor dziedzictwa kulturowego.
6	Pośrednictwo rynkowe	Wprowadzanie na rynek lub sprzedaż produktów/usług klienta	Dystrybucja produktu/usługi, np. przez agencje.
7	Zatrudnienie	Zapewnianie klientom ofert pracy / szkolenia	Zatrudnianie lub szkolenie pracowników w celu promowania inkluzywności społecznej.
8	Opłata za dostęp do usługi	Klienci kupują usługę użyteczną publicznie	Klienci uiszczają opłatę za dostęp do określonej usługi, np. edukacji lub możliwości korzystania z obiektu.
9	Usługi wspierane dotacjami	Sprzedaż produktów lub usług; przychody są przeznaczane na finansowanie programów społecznych	Organizacja sprzedaje produkty i usługi za pośrednictwem instytucji wspierającej.
10	Wsparcie organizacyjne	Finansowanie programów społecznych w drodze sprzedaży produktów lub usług za pośrednictwem organizacji-matki	Organizacja zakłada odrębny podmiot zależny, nastawiony na zysk. Przychody są przekazywane organizacji-matce.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

***Canvas* – tzw. płótno pod model biznesowy**

<table>
<tr>
<td rowspan="2">Partnerzy kluczowi

Właściciele przedsiębiorstwa i partnerzy stowarzyszeni</td>
<td>Działania kluczowe

Główne produkty/ usługi</td>
<td rowspan="2">Wartość oferowana

Wartości/ osiągnięcia, jakie zostaną wygenerowane po założeniu przedsiębiorstwa</td>
<td>Relacje z klientami

Metody oferowania klientom wsparcia</td>
<td rowspan="2">Segmenty klientów

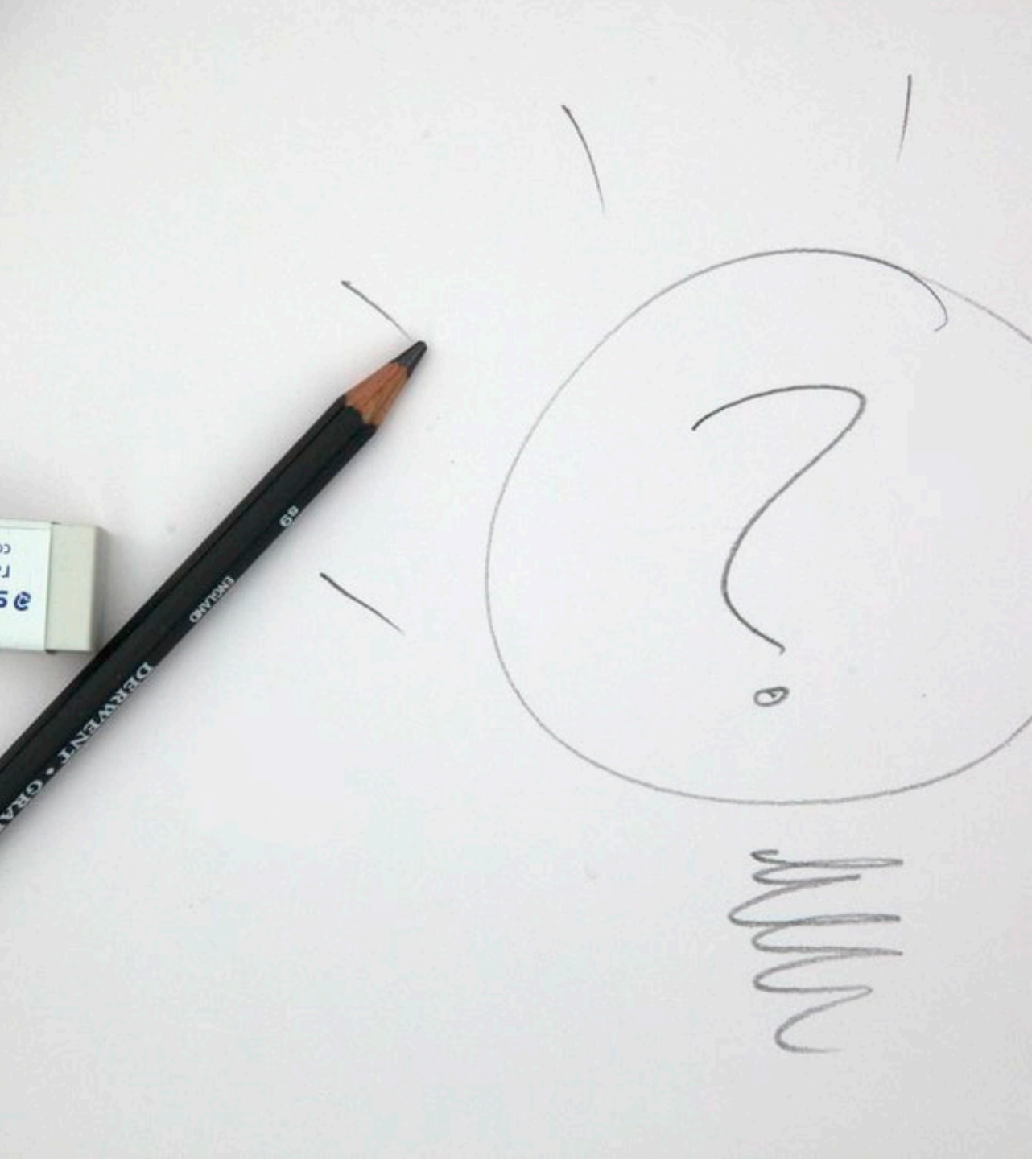
Grupy docelowe i użytkownicy końcowi</td>
</tr>
<tr>
<td>Zasoby kluczowe

Miejsca, w których będzie prowadzona sprzedaż produktów/ usług</td>
<td>Kanały dystrybucji

Środki promocyjne, służące dotarciu do odbiorców</td>
</tr>
<tr>
<td colspan="3">Struktura kosztowa

Koszty konieczne do założenia i utrzymania przedsiębiorstwa</td>
<td colspan="2">Strumienie przychodów

Bezpośrednie przychody i metody podziału zysków</td>
</tr>
</table>



DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

ETAPY TWORZENIA MODELU BIZNESOWEGO

1. ZASTANÓW SIĘ I PODEJMIJ DECYZJĘ: KTÓRY MODEL BIZNESOWY BĘDZIE NAJBARDZIEJ ODPOWIEDNI DLA TWOJEGO PRZEDSIĘBIORSTWA/ TWOJEJ ORGANIZACJI?

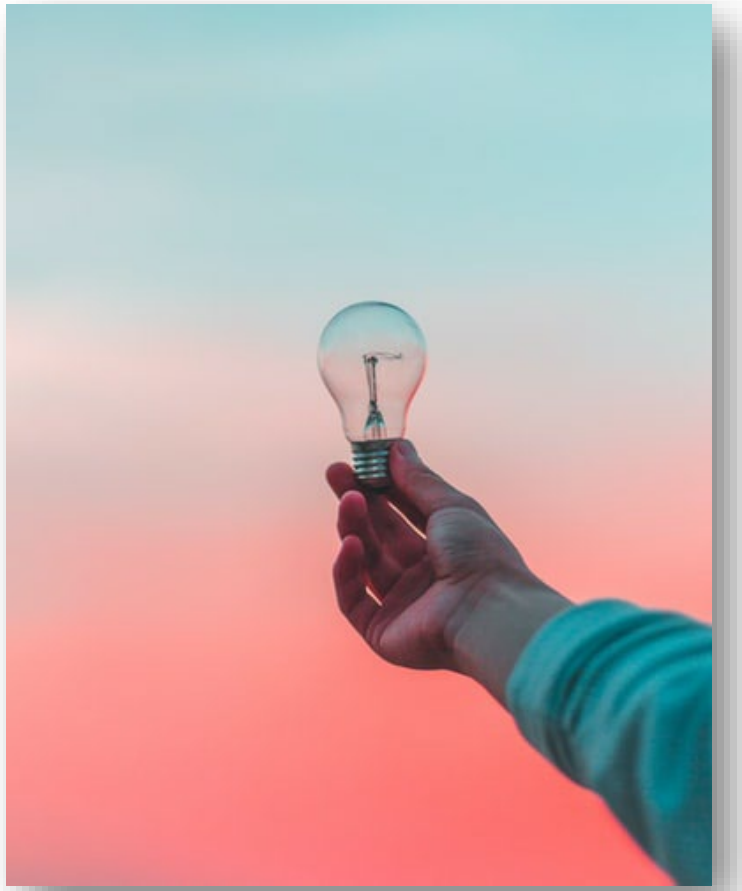
2. OPRACUJ MODEL BIZNESOWY NA PŁÓTNIE: *CANVAS.*
   skorzystaj ze strony
   www.strategyzer.com

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Wnioski

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE



1. Motywacja do podjęcia pracy w branży kultury

a. Rodzaje dziedzictwa kulturowego: materialne (ruchome, nieruchome), niematerialne, przyrodnicze, cyfrowe, podwodne, wytworzone wskutek konfliktu zbrojnego.
b. Inicjatywy w sektorach kultury (rodzaje przedsiębiorstw i przykłady z każdego z krajów, rynki składowe branż kulturowej i twórczej.
c. Wartość dziedzictwa kulturowego.

2. Umiejętności z zakresu finansów i gospodarki

a. Znaczenie zarządzania łańcuchem wartości.
b. Proces decyzyjny w zarządzaniu łańcuchem wartości.
c. Zrozumienie zasad łańcucha wartości wg Portera (działania podstawowe i uzupełniające).

3. Model biznesowy

a. Rola modeli biznesowych
b. Rodzaje modeli biznesowych w sektorach kultury
c. Tworzenie modelu biznesowego na tzw. płótnie (*Canvas*): strategyzer.com

Kategorie: partnerzy kluczowi, działania kluczowe, wartość oferowana, relacje z klientami, segmenty klientów, zasoby kluczowe, kanały dystrybucji, struktura kosztów, strumienie przychodów.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Glosariusz

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

TERMIN	DEFINICJA
Dziedzictwo materialne	Aktywa podzielone na kategorie dziedzictwa ruchomego (obiekty, których można dotknąć i które można zachować) i nieruchomego (budynki, zabytki, miejsca).
Dziedzictwo niematerialne	Dziedzictwo kulturowe, którego nie da się dotknąć ani zachować: tradycje, kulinaria, sztuki performatywne itd.
Dziedzictwo cyfrowe	Dziedzictwo kulturowe zachowane w formie cyfrowej: materiały wideo, teksty, literatura itp.
Łańcuch dostaw	Sieć utworzona przez przedsiębiorstwo i jego dostawców, służąca produkcji i dostawie określonego produktu do nabywcy końcowego.
Łańcuch wartości	Model biznesowy opisujący pełen zakres działań koniecznych do wytworzenia produktu lub usługi.
Działania podstawowe	Łańcuch wartości wg Portera obejmuje logistykę wewnętrzną, działalność operacyjną, logistykę zewnętrzną, marketing i sprzedaż oraz usługi i wsparcie w postaci działań uzupełniających.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

TERMIN	DEFINICJA
Działania uzupełniające	Działania uzupełniające to działania drugorzędne w łańcuchu wartości, związane z działaniami podstawowymi.
Procedury zakupowe	Działania organizacji na rzecz pozyskania zasobów, lokalizacji sprzedawców lub wynegocjowania optymalnych praktyk.
Zarządzanie zasobami ludzkimi	Skuteczność firmy w zakresie rekrutacji, szkolenia, podnoszenia motywacji i wynagradzania pracowników.
Technologia	Działania związane z przetwarzaniem informacji i zarządzaniem nimi.
Infrastruktura	Procedury operacyjne: księgowość, obsługa prawna, obsługa administracyjna, zarząd.
Logistyka wewnętrzna	Procesy odbioru, magazynowania, dystrybucji.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

TERMIN	DEFINICJA
Działalność operacyjna	Działania zmieniające zasoby w przedmiot konsumpcji.
Logistyka zewnętrzna	Metody dostarczania produktów klientom.
Marketing i sprzedaż	Sposoby motywowania klientów do zakupu.
Usługi posprzedażne	Działania związane z obsługą posprzedażną, np. utrzymanie.
Model biznesowy	Plan firmy/organizacji w zakresie generowania zysków. Treścią planu ustala się rynek docelowy i poziom wydatków.
Model biznesowy *Canvas*	Narzędzie twórcze w biznesie, pomagające rozpoznać klientów firmy, optymalne kanały dotarcia do nich, główne działania firmy, oraz koszty i metody generowania przychodów.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Bibliografia

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

- *BMI (2021) Business model canvas*. https://www.businessmodelsinc.com/about-bmi/tools/business-model-canvas/Dostęp pod adresem
- Brumann, C. (2015) *Cultural Heritage.* Dostęp pod adresem https://www.sciencedirect.com/topics/social-sciences/cultural-heritage
- *Europa* (2019), 2018 – Europejski rok dziedzictwa kulturowego. Dostęp pod adresem https://europa.eu/cultural-heritage/european-year-cultural-heritage_en.html
- *Eurostat* (2020), Statystyka kultury – zatrudnienie w kulturze. Dostęp pod adresem https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Culture_statistics-_cultural_employment#Cultural_employment_.E2.80.94_overall_developments
- *Eurostat* (2019) Statystyka kultury. Dostęp pod adresem https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3217494/10177894/KS-01-19-712-EN-N.pdf/915f828b-daae-1cca-ba54-a87e90d6b68b
- *Investopedia (2020) Value Chain*. Dostęp pod adresem https://www.investopedia.com/terms/v/valuechain.asp#:~:text=A%20value%20chain%20is%20a,create%20a%20product%20or%20service.&text=The%20purpose%20of%20a%20value,for%20the%20least%20possible%20cost

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

Scenariusz dla modułu

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

CYPRIUM – SCENARIUSZ

Anna ma dwadzieścia siedem lat. Pochodzi z Cypru. Zajmuje się wytwarzaniem biżuterii tradycyjnej. Zamierza założyć własny sklep firmowy pod nazwą *„Cyprium"* z ofertą tradycyjnej odzieży cypryjskiej i produktów rzemiosła artystycznego. Sklep ma powstać w gęsto zaludnionej lokalizacji turystycznej, w staromiejskiej części Nikozji. Anna zamierza również założyć sklep internetowy z myślą o sprzedaży na rynek krajowy. Jednakże ze względu na ograniczone możliwości finansowe – nim jej własny biznes zacznie przynosić zyski – podejmuje chwilowo decyzję o założeniu strony internetowej prezentującej jej prace, oraz o sprzedaży produktów za pośrednictwem innych firm.

Jednym z pierwszych działań Anny było znalezienie dostawcy strojów tradycyjnych i zamówienie produktów do inwentaryzacji wewnętrznej. Po złożeniu zamówienia i zakończeniu inwentaryzacji Anna wyceniła wszystkie produkty. Firma będzie zajmowała się dystrybucją różnych produktów (biżuterii, odzieży) do szeregu agencji lokalnych. W ramach działań reklamowych i promocyjnych Anna zaczęła działalność od przekazania 100 darmowych towarów szkołom tańca, sklepom turystycznym i organizatorom wydarzeń rozrywkowych.

Do głównej klienteli, którą należałoby przyciągnąć, należą osoby prywatne i firmy z branży twórczej i artystycznej, turyści i inne osoby zainteresowane tańcem, rzemiosłem artystycznym i tradycją. Z myślą o otrzymywaniu informacji zwrotnej po dostarczeniu towaru do klienta końcowego, Anna podjęła decyzję o dodaniu do strony *„Cyprium"* specjalnej zakładki, pod którą klienci będą mogli zamieszczać opinie na temat produktów *„Cyprium"*, oraz o uruchomieniu kont w mediach społecznościowych, by reagować na ewentualne zapytania. Anna zamierza również uruchomić firmową linię telefoniczną, by wchodzić w interakcje i budować relacje z klientami.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

PYTANIA KONTROLNE

1. **Czy produkty sprzedawane w sklepie *„Cyprium”* należą do materialnego czy niematerialnego dziedzictwa kultury?**

2. Do jakich działań łańcucha wartości należy magazynowanie dostaw w łańcuchu wartości według Portera?

a. Do logistyki wewnętrznej.
b. Do usług.
c. Do działalności operacyjnej.

3. Do jakich działań łańcucha wartości należy wycena towaru w łańcuchu wartości według Portera?

a. Do marketingu i sprzedaży.
b. Do procedur zamówień i zakupu.
c. Do działalności operacyjnej.

4. Jaki model biznesowy został przyjęty dla firmy *„Cyprium”*?

a. Opłata za dostęp do usługi.
b. Pośrednictwo rynkowe.
c. Produkcja na życzenie.

5. W jaki sposób Anna zamierza wspierać relacje z klientami?

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

ZNAJDZIESZ NAS W INTERNECIE!

http://digitalroutes.4learning.eu/

@digitalroutes

Niniejszy dokument może być kopiowany, powielany i modyfikowany
zgodnie z powyższymi zasadami, przy czym każdorazowo należy wyraźnie podawać
nazwiska autorów i wszystkie stosowne informacje na temat praw autorskich.

Wszelkie prawa zastrzeżone. © Prawa autorskie 2022 DIGITALROUTES@CULTURE

DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

digitalroutes.4learning.eu