



# DIGITAL ROUTES

OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

**Ενότητα: Γνωρίστε τον Πολιτιστικό  
Επιχειρηματία: SAN**



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

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



Erasmus+

**Η ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΑΥΤΗΣ ΤΗΣ ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΗΣ ΔΕΝ ΣΥΝΙΣΤΑ ΈΓΚΡΙΣΗ ΤΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ, ΤΟ ΟΠΟΪΟ ΑΝΤΙΚΑΤΟΠΤΡΙΖΕΙ ΜΟΝΟ ΤΙΣ ΑΠΏΨΕΙΣ ΤΩΝ ΣΥΓΓΡΑΦΈΩΝ ΚΑΙ Η ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΔΕΝ ΜΠΟΡΕΪ ΝΑ ΘΕΩΡΗΘΕΪ ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΓΙΑ ΟΠΟΙΑΔΉΠΟΤΕ ΧΡΉΣΗ ΤΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΠΟΥ ΠΕΡΙΈΧΟΝΤΑΙ ΣΕ ΑΥΤΗΝ.**



# Κοινοπραξία

Η κοινοπραξία αποτελείται από επτά οργανισμούς – έξι χώρες, η καθεμία με τη δική της εμπειρία και το δικό της πεδίο εξειδίκευσης. Στόχος τους είναι να παρακινήσουν τους ανθρώπους να γίνουν ενεργοί πολίτες των κοινοτήτων τους και να επεκταθούν στο ευρύτερο πλαίσιο.



Συντονιστής -  
Πολωνία



Πολωνία



Γερμανία



Κύπρος



Ελλάδα



Ρουμανία



Ουγγαρία



# Πίνακας περιεχομένων

01

## Εισαγωγή

Το έργο DIGITALROUTES@CULTURE (στόχοι)

02

## Εισαγωγή - Γνωρίστε την ενότητα Πολιτιστικών Επιχειρηματιών

Η ενότητα εισάγει την έννοια της πολιτιστικής επιχειρηματικότητας και των πολιτιστικών προϊόντων καθώς και τις διαθέσιμες μορφές οργάνωσης στον πολιτιστικό τομέα

03

## Θέμα 1 - Πολιτιστικοί επιχειρηματίες - κύρια χαρακτηριστικά και στρατηγικές

Πολιτιστικοί επιχειρηματίες - κύρια χαρακτηριστικά και στρατηγικές

04

## Θέμα 2 - Μορφές οργάνωσης σε έναν τομέα πολιτιστικής κληρονομιάς που περιλαμβάνει ΜΚΟ, συνεταιρισμούς και τοπικά κέντρα

Μορφές οργάνωσης σε έναν τομέα πολιτιστικής κληρονομιάς που περιλαμβάνει ΜΚΟ, συνεταιρισμούς και τοπικά κέντρα

05

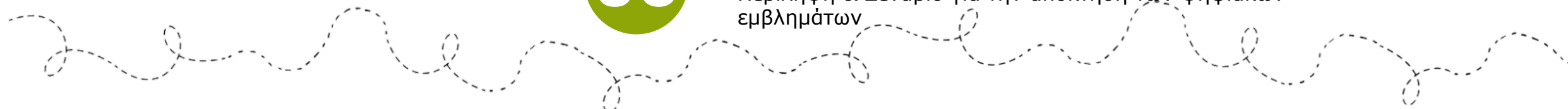
## Θέμα 3 - Προϊόντα και υπηρεσίες στον πολιτιστικό τομέα

Προϊόντα και υπηρεσίες στον πολιτιστικό τομέα

06

## Περίληψη & Σενάριο Ενοτήτων

Περίληψη & Σενάριο για την απόκτηση των ψηφιακών εμβλημάτων





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



**DIGITAL ROUTES**  
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

# Εισαγωγή



# Πολιτιστική κληρονομιά



«Οι άνθρωποι που λένε  
ότι δεν μπορεί να γίνει  
κάτι δεν πρέπει να  
διακόπτουν αυτούς που το  
κάνουν»  
Τζορτζ Μπέρναρντ Σο

«Η κατανόηση των γλωσσών και  
άλλων πολιτισμών χτίζει γέφυρες»  
Σούζυ Κασέμ





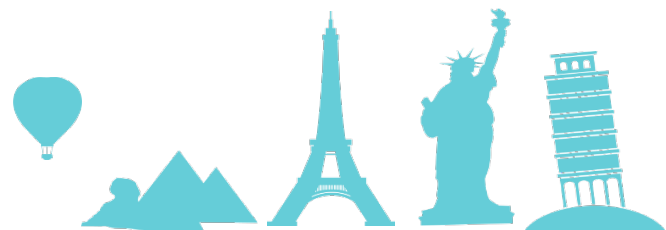
Η πολιτιστική κληρονομιά θεωρείται σήμερα ότι παίζει σημαντικό ρόλο στο συνολικό ευρωπαϊκό ΑΕΠ.

Σύμφωνα με τα στατιστικά στοιχεία της Eurostat για τον πολιτισμό του 2020, το 2019 7,4 εκατομμύρια θέσεις εργασίας, έχουν καλυφθεί από πολιτιστικές θέσεις στην ΕΕ. Η νέα ευρωπαϊκή ατζέντα για τον πολιτισμό του 2018 ενισχύει επιπλέον τη σημασία της υποστήριξης της δημιουργικότητας που βασίζεται στον πολιτισμό στην εκπαίδευση και την καινοτομία καθώς και για την απασχόληση και την ανάπτυξη και αξιοποιεί τη δύναμη του πολιτισμού ποικιλομορφία για τη διασφάλιση της κοινωνικής συνοχής και ευημερίας.

Το 32% των απασχολούμενων στον τομέα του πολιτισμού ήταν αυτοαπασχολούμενοι το 2019 (Eurostat, 2020).

“

*«Ένας άνθρωπος χωρίς να γνωρίζει την ιστορία, την καταγωγή και τον πολιτισμό του είναι σαν ένα δέντρο χωρίς ρίζες»  
(Marcus Garvey)*





# Στόχοι



## #1

Να ενθαρρύνει τους νέους να ασχοληθούν επαγγελματικά με τους πολιτιστικούς τομείς και να τους εξοπλίσει με τις απαραίτητες κοινωνικές επιχειρηματικές και ψηφιακές δεξιότητες για να εμπλακούν σε νέες ευκαιρίες απασχόλησης που σχετίζονται με τον πολιτισμό.



## #2

Να αναπτύξει μια ανοιχτή, δυναμική και διαδραστική διαδικτυακή πύλη και μια εφαρμογή για φορητές συσκευές που θα χαρτογραφούν τους χώρους της πολιτιστικής κληρονομιάς χρησιμοποιώντας χαρακτηριστικά επαυξημένης πραγματικότητας.



## #3

Για την αντιμετώπιση του ζητήματος της ανεργίας των νέων και της αστικοποίησης των νέων.



## #4

Να υποστηρίξει τη δημιουργικότητα που βασίζεται στον πολιτισμό στην εκπαίδευση και την καινοτομία, καθώς και για θέσεις εργασίας και ανάπτυξης.

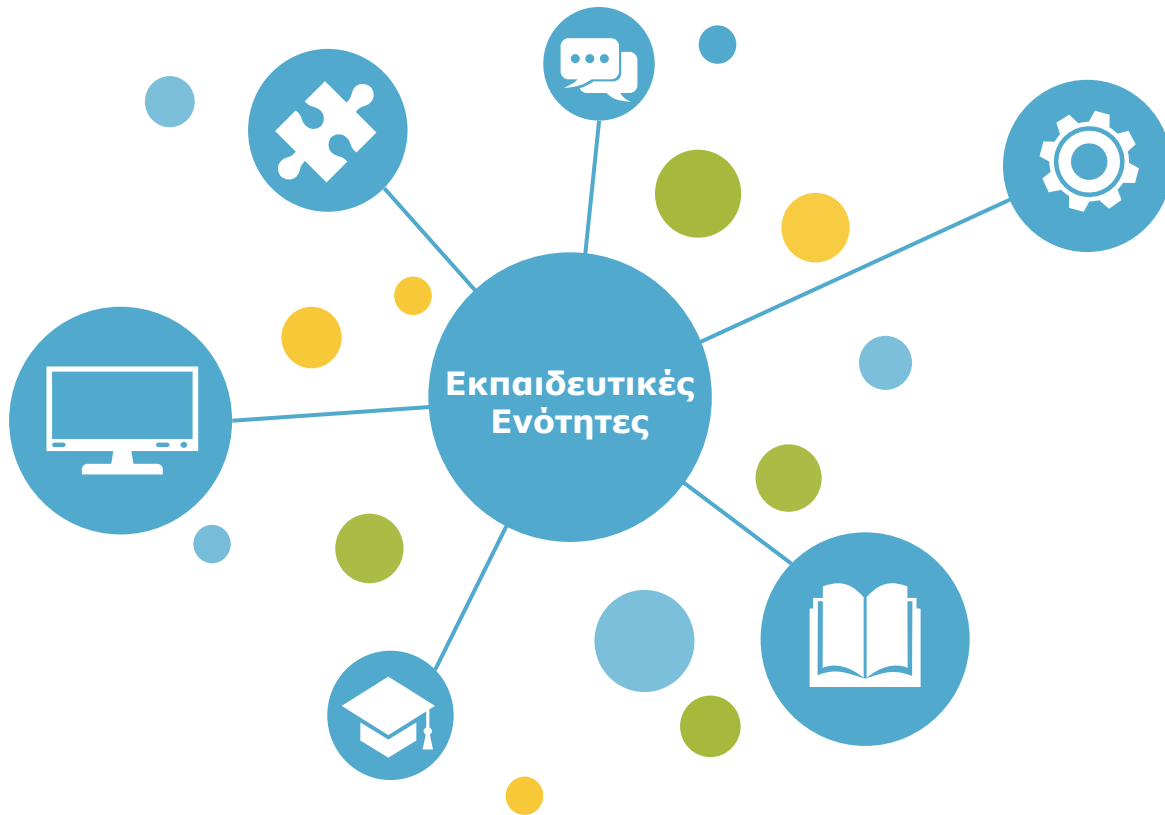






# DIGITALROUTES@CULTURE

## Εκπαιδευτικές Ενότητες



### Ενότητα 1

Εισαγωγή - Γνωρίστε τον  
Πολιτιστικό Επιχειρηματία

### Ενότητα 2

Επιχειρηματίες στον  
Πολιτιστικό Τουρισμό

### Ενότητα 3

Πολιτιστικοί Επιχειρηματίες  
- Επιχειρηματικές  
Ικανότητες

### Ενότητα 4

Πολιτιστικοί  
Επιχειρηματίες -  
Ικανότητες Επικοινωνίας  
& Μάρκετινγκ

### Ενότητα 5

Πολιτιστικοί  
Επιχειρηματίες -  
Ψηφιακές Ικανότητες

### Ενότητα 6

Πολιτιστικοί  
Επιχειρηματίες -  
Δημιουργικές Ικανότητες

### Ενότητα 7

Πολιτιστικός  
Επιχειρηματίας -  
Συνεργασία με Τοπικές  
Κοινότητες



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



**DIGITAL ROUTES**  
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

# Περιγραφή ενότητας



DIGITAL ROUTES  
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE



**Η ενότητα 1: Γνωρίστε τον Πολιτιστικό Επιχειρηματία** είναι εισαγωγική. Θα μάθετε τι σημαίνει να είσαι επιχειρηματίας και συγκεκριμένα πώς να γίνεις πολιτιστικός επιχειρηματίας. Θα εξοικειωθείτε με διάφορες μορφές οργάνωσης, δηλαδή με δημόσιες, ΜΚΟ ή ΜΜΕ (ατομικές και συνεταιρισμούς). Θα γνωρίσετε επίσης πολιτιστικά προϊόντα και πώς να τα επιλέξετε για την κοινότητά σας.



Αυτή η ενότητα θα βοηθήσει επίσης στην πλοήγηση σε αυτό το Εγχειρίδιο και στο εκπαιδευτικό υλικό.





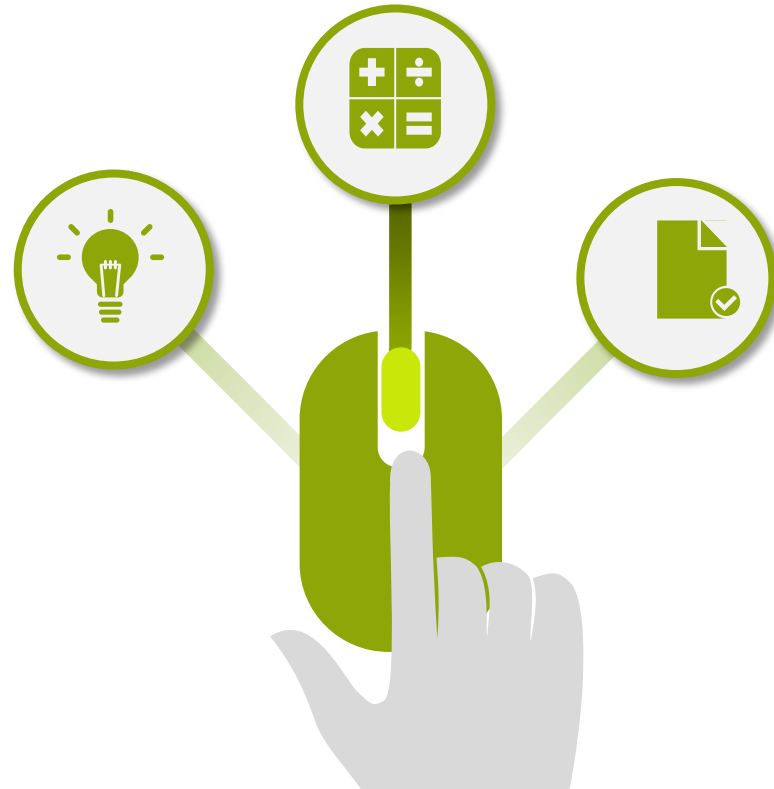
# Ενότητα 1 - Θέματα

## Θέμα 1

Πολιτιστικοί επιχειρηματίες -  
κύρια χαρακτηριστικά και  
στρατηγικές

## Θέμα 2

Μορφές οργάνωσης σε έναν  
τομέα πολιτιστικής κληρονομιάς  
που περιλαμβάνει ΜΚΟ,  
συνεταιρισμούς και τοπικά  
κέντρα



## Θέμα 3

Προϊόντα και υπηρεσίες στον  
πολιτιστικό τομέα



**Θέμα 1 - Πολιτιστικοί  
επιχειρηματίες - κύρια  
χαρακτηριστικά και στρατηγικές**



# Ποιος είναι επιχειρηματίας;



## Ορισμοί

- Ο όρος προήλθε από τη γαλλική οικονομία από τον 17ο αιώνα για να οριστεί σωστά τον 19ο αιώνα από τον Jean Baptiste Say.
- Επιχειρηματίας είναι κάποιος που αναλαμβάνει μεγάλο έργο ή δραστηριότητα και βρίσκει νέους και καλύτερους τρόπους να κάνει πράγματα.
- «Οι επιχειρηματίες δημιουργούν αξία» (Dees 1998)

## Επιχειρηματικότητα = Επιχείρηση;

- Η επιχειρηματικότητα συνδέεται συνήθως με ανθρώπους όπως οι πρωτοπόροι της υψηλής τεχνολογίας της Silicon Valley αλλά →
- Το να είσαι επιχειρηματικός δεν σημαίνει απαραίτητα να ξεκινήσεις μια επιχείρηση.
- Μάλλον, είναι ένα σύνολο ορισμένων χαρακτηριστικών - αυτά παρουσιάζονται στην επόμενη διαφάνεια.

## Είδη Επιχειρηματικότητας

- Επιχείρηση
- Κοινωνική
- Πολιτιστική
- Πράσινη





# Οι επιχειρηματίες έχουν ορισμένα κοινά χαρακτηριστικά

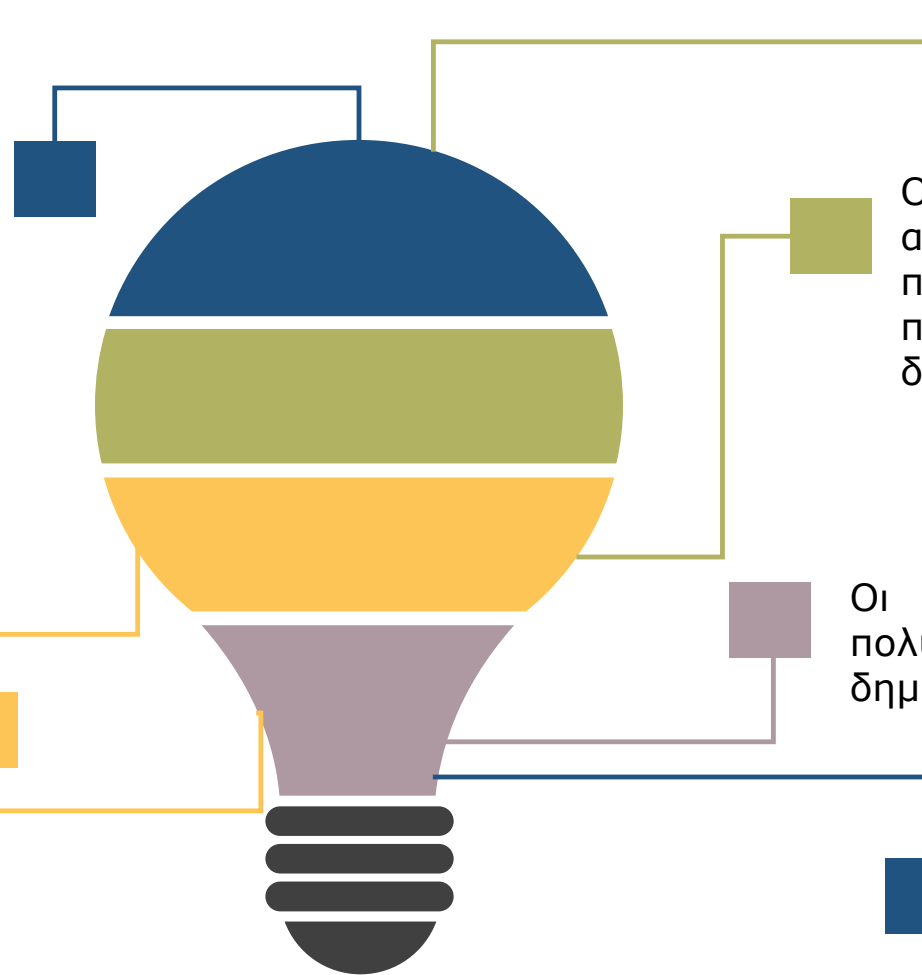


Σε μια κατάσταση αλλαγής, οι επιχειρηματίες επικεντρώνονται σε νέες δυνατότητες παρά σε νέα προβλήματα. «Ο επιχειρηματίας πάντα αναζητά την αλλαγή, ανταποκρίνεται σε αυτήν και την εκμεταλλεύεται ως ευκαιρία»

Οι επιχειρηματίες είναι σε θέση να εντοπίσουν και να κινητοποιήσουν πόρους

Οι επιχειρηματίες είναι ευέλικτοι

είναι



Οι επιχειρηματίες εντοπίζουν ευκαιρίες

Οι επιχειρηματίες αναλαμβάνουν πρωτοβουλίες και είναι προσανατολισμένοι στη δράση

Οι επιχειρηματίες είναι πολυμήχανοι και δημιουργικοί

Οι επιχειρηματίες εκτιμούν τη συνεργασία και ξέρουν πώς να την ενθαρρύνουν



# Ποιοι είναι οι πολιτιστικοί επιχειρηματίες;

- Η πολιτιστική επιχειρηματικότητα είναι ένας αναδυόμενος όρος και δεν έχει ακόμη σαφή ορισμό.
- Το καταλαβαίνουμε απλώς ως επιχειρηματίας που δραστηριοποιείται στον πολιτιστικό τομέα.
- Οι πολιτιστικοί επιχειρηματίες επηρεάζουν και βελτιώνουν τις κοινότητές τους (και έμμεσα επίσης την κοινωνία και την οικονομία γενικότερα) μέσω πολιτιστικών δραστηριοτήτων (όπως αθλητικά, μουσική, φαγητό ή κινηματογραφικές εκδηλώσεις) και πολιτιστικών προϊόντων (όπως η τέχνη, το θέατρο και η λογοτεχνία).







# Ευκαιρίες εντοπισμού

- Χρησιμοποιήστε τη φαντασία και τις ικανότητές σας.
- Να είστε σε εγρήγορση και ευελιξία.
- Να είστε προνοητικοί.
- Χρησιμοποιήστε τις γνώσεις και την κατανόησή σας για το τοπικό πλαίσιο.
- Προσδιορίστε τις υπάρχουσες προκλήσεις και προβλήματα στις τοπικές σας κοινότητες που χρειάζονται λύσεις - αναζητήστε τρόπους να συμβάλετε στην επίλυσή τους με νέους και καινοτόμους τρόπους.



# Ευκαμψία

- Τα πράγματα συχνά δεν πάνε σύμφωνα με το σχέδιο - τα κεφάλαια είναι λιγότερα από αυτά που υποτίθεται ότι είναι, οι εταίροι εγκαταλείπουν, υπάρχουν απεργίες πανδημίας - αντί να ασχολείστε με αυτό που δεν λειτουργήσει, προσπαθήστε να βρείτε νέες δυνατότητες που δημιούργησε η νέα κατάσταση.
- Οι επιχειρηματίες εργάζονται με «ό,τι υπάρχει στο χέρι» (Fligstein & McAdam, 2012)

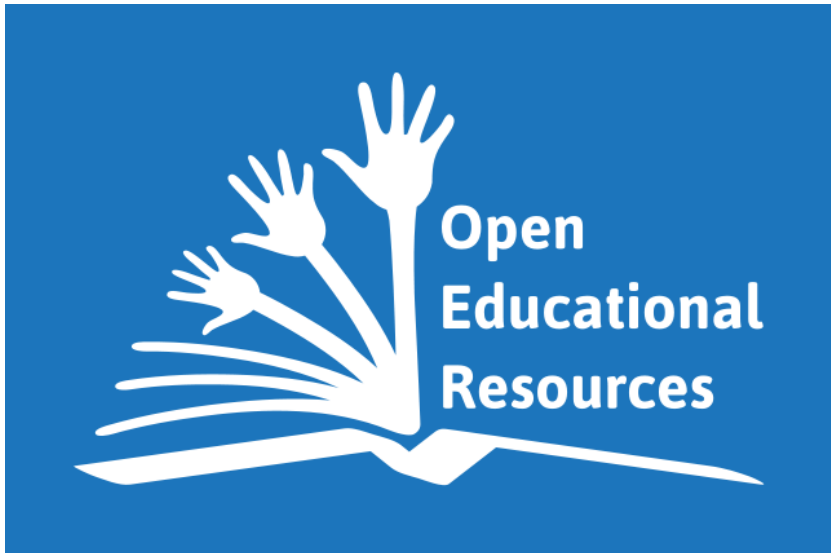
## «Να είσαι νερό φίλε μου»

Αυτό είναι ένα διάσημο απόφθεγμα του Bruce Lee που παρέφρασε τον Κομφούκιο. Ο Lee εξήγησε ότι το νερό είναι ταυτόχρονα το πιο μαλακό και το πιο σκληρό υλικό, είναι άμορφο αλλά μπορεί επίσης να πάρει οποιαδήποτε μορφή. Ο Lee είναι ένα εξαιρετικό παράδειγμα πολιτιστικού επιχειρηματία. Αυτός ο Κινέζος ηθοποιός προσπάθησε να ανταγωνιστεί για πρωταγωνιστικούς ρόλους στο κυρίως λευκό Χόλιγουντ την δεκαετία του 1960 και του 70. Για χρόνια έπαιρνε μόνο δευτέρους ρόλους, παρά το γεγονός ότι τα στελέχη του στούντιο αναγνώρισαν το ταλέντο του με μια δικαιολογία ότι το κοινό δεν ήταν έτοιμο για έναν αστέρα του κινηματογράφου που δεν ήταν λευκός. Τελικά, αποφάσισε να κάνει ταινίες όπου του επέτρεψαν να παίξει πρωταγωνιστικούς ρόλους - στο Χονγκ Κονγκ. Αφού πρωταγωνίστησε σε μερικές ταινίες, μπόρεσε να δείξει στους υπεύθυνους λήψης αποφάσεων του Χόλιγουντ πως είναι ικανός και αυτό τελικά τους έπεισε ότι ένας Κινέζος ηθοποιός μπορεί να είναι πρωταγωνιστής. Το να είσαι ευέλικτος, να δουλεύεις με ό,τι έχεις στο χέρι, να είσαι νερό - οδήγησαν στο να γίνει το «Enter the Dragon» το 1973, μια από τις μεγαλύτερες επιτυχίες στην ιστορία του κινηματογράφου. Άλλαξε τα πολιτισμικά πρότυπα και αντιλήψεις και άνοιξε το δρόμο για άλλους έγχρωμους ηθοποιούς.





# Πηγές



Οι πόροι μπορεί να είναι υλικοί ή μη:

- Παραδείγματα υλικών πόρων - κεφάλαια, εξοπλισμός
- Παραδείγματα μη υλικών πόρων - δεξιότητες, τεχνογνωσία, χρόνος, δίκτυα αλλά και δημιουργικότητα ή ευελιξία
- Οι πόροι θα είναι πάντα περιορισμένοι

Σχέδιο πόρων

- Πρώτα πρέπει να προσδιορίσετε ποιοι πόροι χρειάζονται
- Ποιους έχετε;
- Ποιους πρέπει να βρεις; Είναι δυνατόν να τους βρεις;
- Αν όχι, υπάρχει η δυνατότητα αντικατάστασής τους με κάτι άλλο; Ή μήπως μπορείτε να επαναχρησιμοποιήσετε/ανακυκλώσετε/επισκευάσετε αυτό που έχετε;
- Να θυμάστε ότι οι πόροι μπορούν να συγκεντρωθούν και να μοιραστούν



# Πώς να πλοηγηθείτε σε αυτό το εγχειρίδιο

- Ενότητα 2: Επιχειρηματίες στον Πολιτιστικό Τουρισμό - θα σας καθοδηγήσει στις ευκαιρίες επιχειρηματικότητας στον πολιτιστικό τουρισμό, συμπεριλαμβανομένου του σχεδιασμού και της οργάνωσης εκδηλώσεων και δραστηριοτήτων, δικτύωσης και διατομεακής συνεργασίας καθώς και ηθικής και βιωσιμότητας στον πολιτιστικό τουρισμό.
- Ενότητα 3: Πολιτιστικοί επιχειρηματίες - Επιχειρηματικές ικανότητες - θα σας δώσει μια κατανόηση του τρόπου λειτουργίας μιας επιχείρησης στον κλάδο της πολιτιστικής κληρονομιάς για να παρακινήσει τους συμμετέχοντες να δημιουργήσουν μια επιχείρηση της επιλογής τους.
- Ενότητα 4: Πολιτιστικοί επιχειρηματίες - Ικανότητες επικοινωνίας και μάρκετινγκ - θα προστεθούν
- Ενότητα 5: Πολιτιστικοί επιχειρηματίες - Ψηφιακές Ικανότητες - θα σας βοηθήσει να πλοηγηθείτε στην ψηφιακή πλευρά μιας πολιτιστικής προσπάθειας συζητώντας την υπεύθυνη και ηθική διαχείριση και τη διάδοση διαδικτυακών πληροφοριών, την προσεκτική δημιουργία περιεχομένου και την αντιμετώπιση ζητημάτων απορρήτου για να εγγυηθεί μια ασφαλή ψηφιακή εμπειρία.
- Ενότητα 6: Πολιτιστικοί Επιχειρηματίες - Δημιουργικές Ικανότητες - θα διερευνήσει τα ζητήματα της δημιουργικότητας και της έμπνευσης και θα σας παρουσιάσει μερικές τεχνικές και όργανα, τις βασικές οπτικές και σχεδιαστικές δεξιότητες καθώς και δημιουργικές προσεγγίσεις στη δημιουργία βίντεο και podcast
- Ενότητα 7: Πολιτιστικός επιχειρηματίας - Εργασία με Τοπικές Κοινότητες - θα σας δώσει μια κατανόηση για το πώς να χαρτογραφήσετε τα ενδιαφερόμενα μέρη και να ξεκινήσετε τη συνεργασία, ποια είναι η καλή πρακτική και πώς να τη χρησιμοποιήσετε στη δραστηριότητά σας, καθώς και πώς να δεσμεύσετε την τοπική κοινότητα σε συνεργασία για το κοινό καλό.



**Θέμα 2 - Μορφές οργάνωσης σε έναν  
τομέα πολιτιστικής κληρονομιάς που  
περιλαμβάνει ΜΚΟ, συνεταιρισμούς  
και τοπικά κέντρα**



Τα πολιτιστικά ιδρύματα ανήκουν συχνά στο **δημόσιο τομέα**. Αυτό σημαίνει ότι χρηματοδοτούνται δημόσια, είτε μέσω φόρων (που διανέμονται από την τοπική ή κεντρική κυβέρνηση) είτε μέσω επιχορηγήσεων (π.χ. επιχορηγήσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής ή της Νορβηγίας). Είναι μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα.

### Πλεονεκτήματα

- σταθερότητα των κεφαλαίων
- εμπιστοσύνη του κοινού
- χαμηλό ρίσκο



### Μειονεκτήματα

- συνήθως τα κεφάλαια είναι περιορισμένα
- συχνά υπερβολικά γραφειοκρατικά



# Άλλοι τύποι οργανισμών

Είναι σημαντικό να γνωρίζετε ότι υπάρχουν και άλλες μορφές οργάνωσης - ως πολιτιστικός επιχειρηματίας μπορείτε επίσης να δημιουργήσετε, π.χ.

- Μια μη κερδοσκοπική οργάνωση (ΜΚΟ)
- Μια ιδιωτική επιχείρηση (Μικρή ή Μεσαία Επιχείρηση)
- Ένα συνεταιρισμό (Μικρή ή Μεσαία Επιχείρηση)



# Μη Κερδοσκοπική Οργάνωση (ΜΚΟ) - χαρακτηριστικά

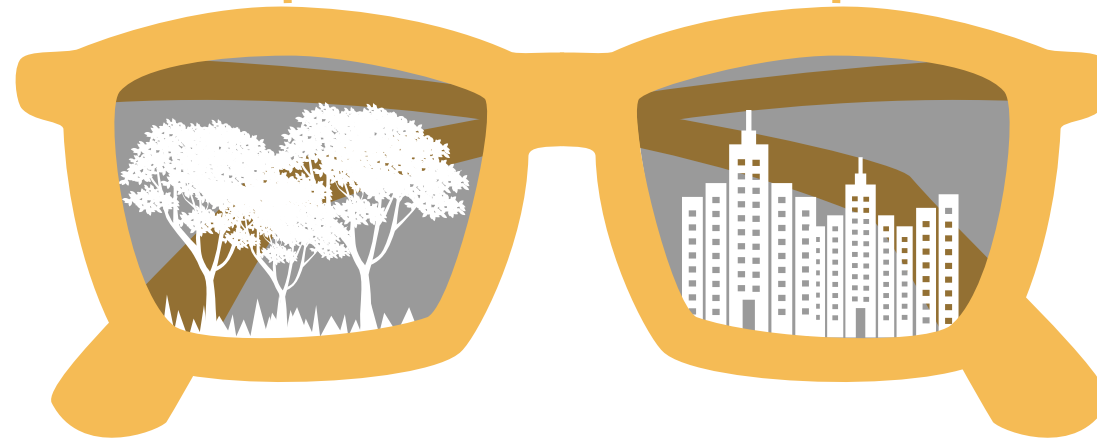


DIGITAL ROUTES  
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

- Οι ΜΚΟ λειτουργούν μη κερδοσκοπικά - αυτό σημαίνει ότι ο οργανισμός σας δεν υπάρχει για να παράγει ατομικό κέρδος αλλά για να εξυπηρετεί έναν κοινωνικό στόχο. Μπορείτε να συμμετάσχετε σε εμπορικές δραστηριότητες, αλλά το κέρδος πρέπει να επιστρέψει στον οργανισμό και θα χρηματοδοτήσει τις μελλοντικές σας δραστηριότητες.
- Οι λεπτομερείς κανονισμοί ενδέχεται να διαφέρουν μεταξύ διαφορετικών χωρών.
- Η χρηματοδότησή σας θα είναι σε κάποιο βαθμό δημόσια. Μπορεί επίσης να προέλθει από έρανο, εμπορική δραστηριότητα και επιχορηγήσεις.

## Πλεονεκτήματα

- Σχετική ανεξαρτησία
- Ευκαμψία
- Πρόσβαση σε δημόσια χρηματοδότηση και επιχορηγήσεις
- Λιγότερο γραφειοκρατική δομή
- Δημόσια εμπιστοσύνη



## Μειονεκτήματα

- Οικονομική αστάθεια



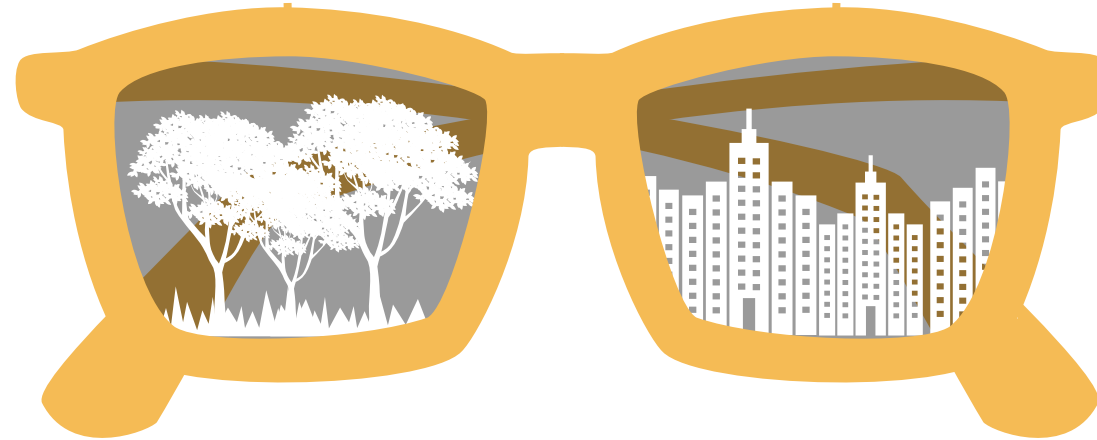


# Ατομική επιχείρηση (Μικρή ή Μεσαία Επιχείρηση)



DIGITAL ROUTES  
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

- Τα πολιτιστικά προϊόντα και δραστηριότητες αντιμετωπίζονται ως επιχειρηματική προσπάθεια
- Ένας οργανισμός που στοχεύει κυρίως στο κέρδος μέσω της λειτουργίας του



## Πλεονεκτήματα

- Πλήρης ανεξαρτησία
- Ευκαμψία
- Μια δυνατότητα δημιουργίας μιας λιγότερο γραφειοκρατικής δομής
- Οικονομικό κέρδος και, συχνά, σταθερότητα

## Μειονεκτήματα

- Περιορισμένη (αν υπάρχει) πρόσβαση σε δημόσια χρηματοδότηση και επιχορηγήσεις
- Περιορισμένη εμπιστοσύνη του κοινού
- Υψηλότερος κίνδυνος



# Συνεταιρισμός (Μικρή ή Μεσαία Επιχείρηση)



DIGITAL ROUTES  
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

- Παρόμοια με τις ατομικές επιχειρήσεις, οι συνεταιρισμοί λειτουργούν κερδοσκοπικά - τα πολιτιστικά προϊόντα και δραστηριότητες αντιμετωπίζονται ως επιχειρηματική προσπάθεια.
- Ιδρύθηκε και διοικείται από μια ομάδα ανθρώπων που έχουν ίσα δικαιώματα και ευθύνες και μοιράζονται κέρδη μεταξύ όλων των μελών.
- Ο Διεθνής Οργανισμός Εργασίας (ΟΗΕ) εκτιμά ότι το 10% της παγκόσμιας απασχόλησης παρέχεται από συνεταιρισμούς που είναι σημαντικός εργοδότης στην Ελβετία, την Ισπανία, την Ιταλία, τη Γαλλία, τον Καναδά, τις ΗΠΑ, την Ιαπωνία, μεταξύ άλλων. Ωστόσο - αυτή η φόρμα σπάνια θεωρείται επιλογή.

## Πλεονεκτήματα

- Πιο βιώσιμο
- Πιο επίπεδη, λιγότερο γραφειοκρατική δομή
- Ισότιμοι και δημοκρατικοί



## Μειονεκτήματα

- Θα μπορούσε να είναι πιο δύσκολο να το διαχειριστείς, ειδικά στην αρχή





- Η επιλογή της σωστής μορφής για τον οργανισμό σας θα απαιτήσει προσεκτική στάθμιση των πλεονεκτημάτων και των μειονεκτημάτων
- Θα δημιουργηθούν διαφορετικά έντυπα με διαφορετικούς τρόπους και σύμφωνα με διαφορετικές απαιτήσεις με βάση τη συγκεκριμένη νομοθεσία



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



**DIGITAL ROUTES**  
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

## **Θέμα 3 – Πολιτιστικά Προϊόντα**



# Πολιτιστικά προϊόντα

- Η ορολογία του πολιτισμού και της πολιτιστικής κληρονομιάς δεν έχει τυποποιηθεί σε διάφορες χώρες (UNESCO)
- Ο πολιτισμός δεν ταιριάζει εύκολα στον ορισμό ούτε μιας υπηρεσίας ούτε ενός αγαθού (Braun and Parker, 1993) καθώς έχουν τόσο σημαντικές υπηρεσίες όσο και καλά στοιχεία.
- Τα πολιτιστικά προϊόντα «δεν είναι σαν τις άλλες μορφές εμπορευμάτων» (UNESCO), καθώς συχνά έχουν τόσο πολιτιστική όσο και εμπορική αξία

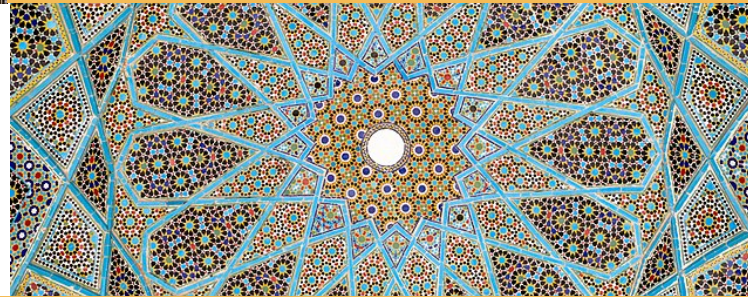


# Πολιτιστικά προϊόντα συν.



Τα πολιτιστικά προϊόντα είναι αγαθά και υπηρεσίες που περιλαμβάνουν:

- τέχνες (παραστατικές τέχνες, εικαστικές τέχνες, αρχιτεκτονική)
- διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς (μουσεία, γκαλερί, βιβλιοθήκες)
- οι πολιτιστικές βιομηχανίες (γραπτά μέσα, ραδιοηλεκτρονικές εκπομπές, ταινίες, ηχογραφήσεις)
- φεστιβάλ



Θα μπορούσαν να ομαδοποιηθούν στις παρακάτω κατηγορίες:

- από πολιτισμό όπως μνημεία, λογοτεχνία, τέχνη
- άυλο πολιτισμό όπως η λαογραφία, η θρησκεία, οι παραδόσεις, η γλώσσα και η πολιτική κληρονομιά
- φυσική κληρονομιά που περιλαμβάνει σημαντικά πολιτιστικά τοπία και βιοποικιλότητα





# Παραδείγματα πολιτιστικών προϊόντων που θα μπορούσαν να παρέχονται από ένα πολιτιστικό κέντρο:

- Προβολή ταινίας
- Γιορτές τοπικών παραδόσεων
- Εκθέσεις ντόπιων και επισκεπτών καλλιτεχνών
- Συναυλίες ντόπιων και επισκεπτών καλλιτεχνών
- Διαλέξεις και πάνελ που θα περιλάμβαναν την τοπική κοινωνία
- Αθλητικές δραστηριότητες
- Διαγωνισμοί
- Θεατρικές παραστάσεις
- Συνέδρια και εργαστήρια με βάση τα συγκεκριμένα ενδιαφέροντα διαφόρων κοινοτικών ομάδων
- Τουριστικές δραστηριότητες π.χ. εκδρομές για επίσκεψη ιστορικών και φυσικών τοποθεσιών ή μνημείων
- Εργαστήρια τροφίμων και ποτών
- Εργαστήρια/δραστηριότητες υγείας και ευεξίας
- Εργαστήρια τεχνολογίας και επιστήμης



Μπορείτε να βρείτε περισσότερες ιδέες καθώς και λεπτομέρειες για το πώς να οργανώσετε εκδηλώσεις και δραστηριότητες στην Ενότητα 2:  
Επιχειρηματίες στον Πολιτιστικό Τουρισμό



# Πριν δημιουργήσετε μια προσφορά πολιτιστικών προϊόντων, είναι σημαντικό να κατανοήσετε:

- Ποια είναι η τοπική κοινότητα, από ποιες ομάδες αποτελείται, πώς να τις βρείτε (χαρτογράφηση).
- Ποιες είναι οι ανάγκες και οι προσδοκίες αυτών των ομάδων.
- Ποια πολιτιστικά προϊόντα είναι ήδη διαθέσιμα.
- Τι καλές πρακτικές υπάρχουν.



Μπορείτε να βρείτε περισσότερες λεπτομέρειες για τα παραπάνω στην Ενότητα 7: Πολιτιστικός επιχειρηματίας - Εργασία με Τοπικές Κοινότητες





# Για να χαρτογραφήσετε πολιτιστικούς πόρους που είναι διαθέσιμοι τοπικά, θα πρέπει να κάνετε στον εαυτό σας ερωτήσεις όπως:

- Ποια φυσική κληρονομιά υπάρχει; Υπάρχουν ενδιαφέροντα τοπία, ορόσημα, τοποθεσίες βιοποικιλότητας;
- Ποια μνημεία, ιστορικά κτίρια και άλλα χειροποίηστα αντικείμενα υπάρχουν;
- Υπάρχει κάποιο μοναδικό φαγητό/ποτό;
- Υπάρχουν τοπικοί καλλιτέχνες;



**TIP**

Συμβουλευτείτε τις Ενότητες 2 και 7 για περισσότερες ιδέες



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



**DIGITAL ROUTES**  
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

# Περίληψη



### 1. Πολιτιστικοί επιχειρηματίες - κύρια χαρακτηριστικά και στρατηγικές

- Ορισμοί και είδη επιχειρηματικότητας συμπεριλαμβανομένης της πολιτιστικής επιχειρηματικότητας
- Επιχειρηματικά χαρακτηριστικά
- Πλοήγηση στο Εγχειρίδιο

### 2. Μορφές οργάνωσης σε έναν τομέα πολιτιστικής κληρονομιάς που περιλαμβάνει ΜΚΟ, συνεταιρισμούς και τοπικά κέντρα

- Τύποι οργανισμών
- Χαρακτηριστικά διαφορετικών οργανωτικών μορφών
- Επιλέγοντας την κατάλληλη οργανωτική μορφή

### 3. Προϊόντα και υπηρεσίες στον πολιτιστικό τομέα

- Είδη και παραδείγματα πολιτιστικών προϊόντων
- Επιλογή πολιτιστικών προϊόντων και υπηρεσιών που είναι κατάλληλες για την τοπική κοινωνία
- Πρόταση ελκυστικής προσφοράς πολιτιστικών προϊόντων και υπηρεσιών για την τοπική κοινωνία



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



**DIGITAL ROUTES**  
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

# Γλωσσάριο



## ΟΡΟΙ

## ΟΡΙΣΜΟΙ

Επιχειρηματίας

Κάποιος που αναλαμβάνει μεγάλο έργο ή δραστηριότητα και βρίσκει νέους και καλύτερους τρόπους να κάνει πράγματα. Οι επιχειρηματίες μοιράζονται ορισμένα χαρακτηριστικά, όπως η ικανότητα εντοπισμού και κινητικότητας πόρων, εντοπισμού ευκαιριών, ευελιξίας, προνοητικών και δημιουργικών ευκαιριών.

Πολιτιστικός επιχειρηματίας

Ένας επιχειρηματίας που δραστηριοποιείται στον πολιτιστικό τομέα που μπορεί να επηρεάσει και να βελτιώσει τις κοινότητές του μέσω πολιτιστικών δραστηριοτήτων και πολιτιστικών προϊόντων

ΜΚΟ

Μια μη κυβερνητική οργάνωση που λειτουργεί μη κερδοσκοπικά και είναι αφοσιωμένη στην υλοποίηση ενός συγκεκριμένου κοινωνικού στόχου.

Συνεταιρισμός

Μια συλλογική μορφή λειτουργίας μιας επιχείρησης, που ιδρύθηκε και διοικείται από μια ομάδα ανθρώπων που έχουν ίσα δικαιώματα και ευθύνες και μοιράζονται κέρδη μεταξύ όλων των μελών

Πολιτιστικά προϊόντα

Αγαθά και υπηρεσίες που περιλαμβάνουν τις τέχνες (παραστατικές τέχνες, εικαστικές τέχνες, αρχιτεκτονική), τη διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς (μουσεία, γκαλερί, βιβλιοθήκες), τις πολιτιστικές βιομηχανίες (γραπτά μέσα, ραδιοτηλεοπτικές εκπομπές, ταινίες, ηχογράφηση) και φεστιβάλ



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



**DIGITAL ROUTES**  
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

# Βιβλιογραφία



- Aiello, L. and Cacia, C. (2014) *The Cultural Product: Integration and Relational Approach*. IGI Global.
- Austin, J., Stevenson, H. and Wei Skillern, J. (2006) Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both?, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), p. 1-22.
- Bacigalupo, M., Punie, P.K.Y. and Van den Brande, G. (2016) "EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework", European Commission JRC Science for Policy Report [online]. Available at: <https://ec.europa.eu/jrc/en/publication/eur-scientific-and-technical-research-reports/entrecomp-entrepreneurship-competence-framework>.
- Dees, J.G. (1998) The meaning of social entrepreneurship. Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership. Available at: <http://www.redalmarza.cl/ing/pdf/TheMeaningofsocialEntrepreneurship.pdf>
- Downing, S. (2005) The Social Construction of Entrepreneurship: Narrative and Dramatic Processes in the Coproduction of Organizations and Identities., *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29, p. 185-204.
- Fligstein, N. & McAdam, D. 2012. A theory of fields. Oxford University Press.
- Leca, B., Battilana, J. and Boxenbaum, E. (2008) Agency and Institutions: A Review of Institutional Entrepreneurship. Available at: [http://www.clibyg.org/dyn/files/knowledge\\_items/23-file/Boxenbaum\\_agency\\_institutions.pdf](http://www.clibyg.org/dyn/files/knowledge_items/23-file/Boxenbaum_agency_institutions.pdf)
- Schumpeter, J.A. (2000) Entrepreneurship as Innovation., University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship. Available at: SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1512266>.
- UNESCO (1998, 2000) World culture report, 1998: culture, creativity and markets. Available at: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000112074>



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



**DIGITAL ROUTES**  
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

# Σενάριο για την απόκτηση των ψηφιακών εμβλημάτων





## DIGITAL ROUTES

OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

Η Μάρτα είναι απόφοιτος πολιτιστικών σπουδών σε ένα από τα πολωνικά πανεπιστήμια. Είναι 24 ετών και μαζί με τρεις φίλους από το γυμνάσιο, άνοιξαν ένα πολιτιστικό κέντρο/καφέ σε μια πόλη από την οποία κατάγεται. Επί του παρόντος, η πόλη έχει μια σχετικά περιορισμένη πολιτιστική προσφορά - υπάρχει ένας κινηματογράφος, μια βιβλιοθήκη και ένα κέντρο τοπικής κοινότητας. Που και που υπάρχουν συναυλίες που φιλοξενεί η τοπική εκκλησία και το πλησιέστερο θέατρο βρίσκεται στην πόλη 50 χλμ. μακριά.

Η Μάρτα και οι φίλοι της ήθελαν να κάνουν κάτι διαφορετικό ανοίγοντας ένα «πολιτιστικό καφέ». Η ιδέα τους ήταν να δημιουργήσουν έναν χώρο χωρίς αποκλεισμούς όπου θα διοργανώνονταν τακτικά πολιτιστικές εκδηλώσεις και οι άνθρωποι θα μπορούσαν να απολαμβάνουν το τσάι ή τον καφέ τους, μερικά κέικ και σνακ. Το μενού δεν είναι πολύ μεγάλο και περιλαμβάνει μερικές υγιεινές και νόστιμες αλλά ταυτόχρονα εύκολες επιλογές φαγητού καθώς και καφέ, τσάι, λεμονάδα, κρασί και craft μπύρα από μικροζυθοποιίες. Το «πολιτιστικό μενού» από την άλλη αποτελείται από προβολές ταινιών, προσωρινές εκθέσεις τοπικών καλλιτεχνών, συναυλίες, λέσχες βιβλίου, εργαστήρια για παιδιά, μαθήματα μαγειρικής και συνομιλίες με ενδιαφέροντα άτομα. Μπορείτε να παρακολουθήσετε δωρεάν προβολές ταινιών, εκθέσεις, λέσχες βιβλίου, ομιλίες και συναυλίες, εργαστήρια και μαθήματα.

Η προσφορά βασίζεται στη χαρτογράφηση των αναγκών και των πόρων που πραγματοποίησαν η Μάρτα και οι φίλοι της πολύ νωρίς στο έργο. Ήρθαν σε επαφή με τοπικούς οργανισμούς - ένα κοινοτικό κέντρο, μερικές εγκαταστάσεις ανώτερων στελεχών, μια ΜΚΟ που ασχολείται με κατοίκους με αναπηρία, σχολεία και παιδικούς σταθμούς, μια τοπική αθλητική εγκατάσταση και, τελευταίο αλλά όχι λιγότερο σημαντικό, την τοπική κυβέρνηση. Ρώτησαν τα μέλη αυτών των οργανώσεων τι θα ήταν ενδιαφέρον για τις συγκεκριμένες ομάδες. Αυτό τους επέτρεψε να καταλάβουν από ποιον αποτελείται η τοπική κοινωνία και ποιες είναι οι ανάγκες τους. Η πολιτιστική προσφορά ήταν προσαρμοσμένη σε αυτές τις ανάγκες.

Η ομάδα αποφάσισε ότι το καφέ τους θα είναι ένα κοτέτσι. Είναι κερδοσκοπικό αλλά η δραστηριότητα έχει εμπορικά και μη στοιχεία και κατάφεραν να εξασφαλίσουν κάποια δημόσια χρηματοδότηση. Ο υπόλοιπος προϋπολογισμός προέρχεται από τις πωλήσεις του καφέ και τις εκδηλώσεις με εισιτήρια. Σε αυτό το αρχικό στάδιο, το κοτέτσι έχει τέσσερα μέλη, αλλά μπορεί να αυξηθεί ανάλογα με το πόσο καλά τα πάει το πολιτιστικό καφέ τους. Τα μέλη εναλλάσσονται στους διαφορετικούς ρόλους που απαιτεί η δραστηριότητα. Λαμβάνουν τις αποφάσεις τους με συναίνεση, οπότε γίνονται πολλές συζητήσεις. Αυτό μερικές φορές σημαίνει περισσότερες ώρες, αλλά δεν τους πειράζει γιατί απολαμβάνουν τη δουλειά και την παρέα ο ένας του άλλου. Ήδη παίρνουν πιο γρήγορα αποφάσεις. Θα μοιραστούν τα κέρδη εξίσου μεταξύ τους.



## ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

### **Ένας επιχειρηματίας θα μπορούσε να περιγράψει καλύτερα ως:**

1. Να είναι προσανατολισμένοι και επικεντρωμένοι στις επιχειρήσεις
2. Να είναι ευέλικτος, ευρηματικός και δημιουργικός
3. Να είναι ικανός σε λογιστικά και οικονομικά

### **Η κατάλληλη μορφή οργάνωσης για έναν πολιτιστικό επιχειρηματία είναι:**

1. Μια ΜΜΕ ή ένα κοτέτσι
2. Ένας οργανισμός που χρηματοδοτείται από το δημόσιο ή ένας ΜΚΟ
3. Όλα τα παραπάνω, ανάλογα με το συγκεκριμένο πλαίσιο

### **Ποια από τις παρακάτω προτάσεις ΔΕΝ ισχύει για τα κοτέτσια:**

1. Οι συνεταιρισμοί είναι πιο βιώσιμοι από τις ατομικές επιχειρήσεις
2. Υπάρχουν πολύ λίγα κοτέτσια σε όλο τον κόσμο και παρέχουν περιορισμένη απασχόληση
3. Καθώς οι δημοκρατικές επιχειρήσεις όπου όλοι έχουν λόγο και οι αποφάσεις λαμβάνονται με συναινετικά συνεργεία μπορεί μερικές φορές να είναι δύσκολο να τις διαχειριστούν, ειδικά στην αρχή

### **Ποια από τις παρακάτω απαντήσεις περιέχει μόνο απτά πολιτιστικά προϊόντα;**

1. Μουσική, λαογραφία, παραδόσεις
2. Μνημεία, πολιτική κληρονομιά, τοπία
3. Λογοτεχνία, τέχνη, μνημεία

### **Προτεραιότητα κατά την επιλογή των κατάλληλων πολιτιστικών προϊόντων θα πρέπει να:**

1. Βασίζονται στις τοπικές ανάγκες που έχουν εντοπιστεί κατά τη διαδικασία χαρτογράφησης των αναγκών και των πόρων
2. Μεγιστοποιούν τα κέρδη
3. Τυποποιούνται σε διαφορετικά πολιτιστικά κέντρα



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



**DIGITAL ROUTES**  
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

# **ΒΡΕΙΤΕ ΜΑΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΑ!**



<http://digitalroutes.4learning.eu/>



[@digitalroutes](https://www.facebook.com/digitalroutes)



Αυτό το έγγραφο μπορεί να αντιγραφεί, να αναπαραχθεί ή να τροποποιηθεί σύμφωνα με τους παραπάνω κανόνες. Επιπλέον, πρέπει να αναφέρεται σαφώς η αναγνώριση των συντακτών του εγγράφου και όλων των ισχυόντων τμημάτων της ειδοποίησης πνευματικών δικαιωμάτων.

Όλα τα δικαιώματα διατηρούνται. © Πνευματικά Δικαιώματα 2022 DIGITALROUTES@CULTURE



**DIGITAL ROUTES**  
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

[digitalroutes.4learning.eu](https://digitalroutes.4learning.eu)