



# DIGITAL ROUTES

OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

## 1. Modul Ismerkedés a kulturális vállalkozóval: SAN



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



Erasmus+

**AZ EURÓPAI BIZOTTSÁG E KIADVÁNY ELKÉSZÍTÉSÉHEZ NYÚJTOTT TÁMOGATÁSA NEM JELENTI A TARTALOM JÓVÁHAGYÁSÁT, AMELY CSAK A SZERZŐK NÉZETEIT TÜKRÖZI, ÉS A BIZOTTSÁG NEM TEHETŐ FELELŐSSÉ A KIADVÁNYBAN TALÁLHATÓ INFORMÁCIÓK ESETLEGES FELHASZNÁLÁSÁÉRT.**



# Konzorcium

A konzorcium hét szervezetből áll – hat országból, mindegyik saját tapasztalattal és szakterülettel rendelkezik. Céljuk, hogy az embereket arra ösztönözzék, hogy közösségük aktív polgáraivá váljanak, és tágabb kontextusban is tevékenykedjenek



Koordinátor –  
Lengyelország



Fundacja Mapa Pasji

Lengyelország



Németország



Ciprus



Görögország



Románia



Magyarország



# Tartalomjegyzék

01

## Bevezetés

A DIGITALROUTES@CULTURE projekt (célok és célkitűzések)

02

## Bevezetés – Ismerkedjen meg a Kulturális 02 Vállalkozó Modullal

A modul bemutatja a kulturális vállalkozás fogalmát és a kulturális termékeket, valamint a kulturális szektorban elérhető szerveződési formákat

03

### 1. Téma

Kulturális vállalkozók - főbb jellemzők és stratégiák

04

### 2. Téma

Szerveződési formák a kulturális örökség szektorban, beleértve a civil szervezeteket, szövetkezeteket és helyi központokat

05

### 3. Téma

Termékek és szolgáltatások a kulturális szektorban

06

## Következtetés és modul forgatókönyv

Konklúzió és Modul forgatókönyv az Open Badges-hez





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



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

# Bevezetés



# Kulturális Örökség



„Azok, akik azt mondják,  
hogy ezt nem lehet  
megcsinálni, ne szakítsák  
félbe azokat, akik  
csinálják.” – George  
Bernard Shaw

„A nyelvek és más kultúrák  
megértése hidakat épít” – Suzy  
Kassem





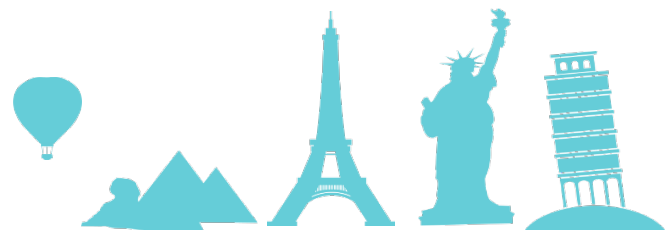
A kulturális örökség napjainkban fontos szerepet játszik a teljes európai GDP-ben.

Az Eurostat 2020-as kulturális statisztikái szerint 2019-ben 7,4 millió munkahelyet fedtek le kulturális munkák az EU-ban. A 2018-ra szóló Új Európai Kulturális Menetrend emellett megerősíti a kultúra alapú kreativitás támogatásának fontosságát az oktatásban és az innovációban, valamint a foglalkoztatásban és a növekedésben, és a kultúra és a kulturális sokszínűség erejét a társadalmi kohézió és jólét biztosítása érdekében hasznosítja. A kultúra területén foglalkoztatottak

32 %-a volt önálló vállalkozó 2019-ben (Eurostat, 2020).

“

*„Az az ember, aki nem ismeri múltja történelmét, származását és kultúráját, olyan, mint egy fa gyökerek nélkül”  
(Marcus Garvey)*





# Célok és célkitűzések



## #1

A fiatalok ösztönzése a kulturális ágazatokban való professzionális részvételre, valamint a szükséges társadalmi vállalkozói és digitális készségek elsajátítása ahhoz, hogy új, kulturális vonatkozású munkalehetőségekben részesülhessenek.



## #2

Nyílt, dinamikus és interaktív webportál és mobilalkalmazás kifejlesztése, amely kiterjesztett valóság funkciók segítségével térképezi fel a kulturális örökség helyszíneit.



## #3

Az ifjúsági munkanélküliség és az ifjúsági urbanizáció problémájának kezelése.



## #4

A kulturális alapú kreativitás támogatása az oktatásban és az innovációban, valamint a munkahelyteremtés és a növekedés érdekében.

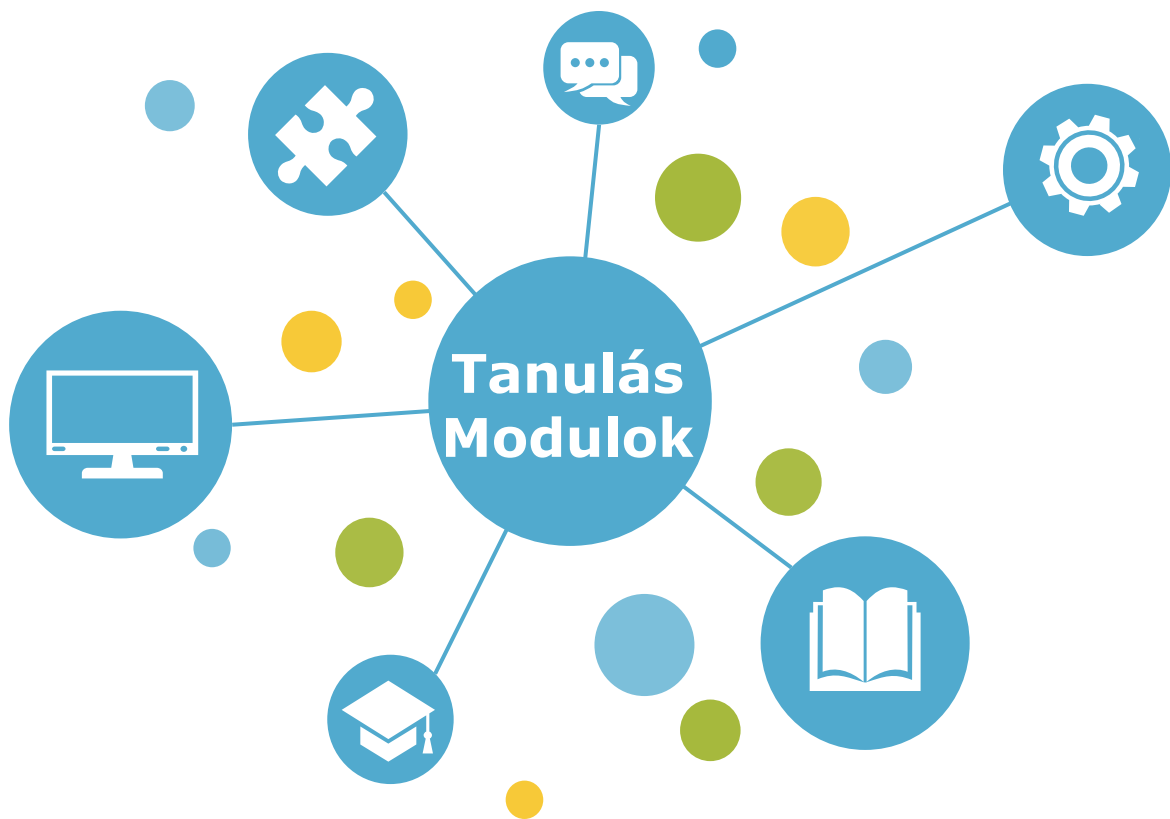






# DIGITALROUTES@CULTURE

## Tanulás Modulok



### 1. Modul

Ismerje meg a kulturális vállalkozót

### 2. Modul

Vállalkozók a kulturális turizmusban

### 3. Modul

Kulturális vállalkozók –  
Üzleti kompetenciák

### 4. Modul

Kulturális vállalkozók –  
Kommunikáció és  
marketing kompetenciák

### 5. Modul

Kulturális vállalkozók –  
Digitális kompetenciák

### 6. Modul

Kulturális vállalkozók –  
Kreatív kompetenciák

### 7. Modul

Kulturális vállalkozó –  
Együttműködés helyi  
közösségekkel

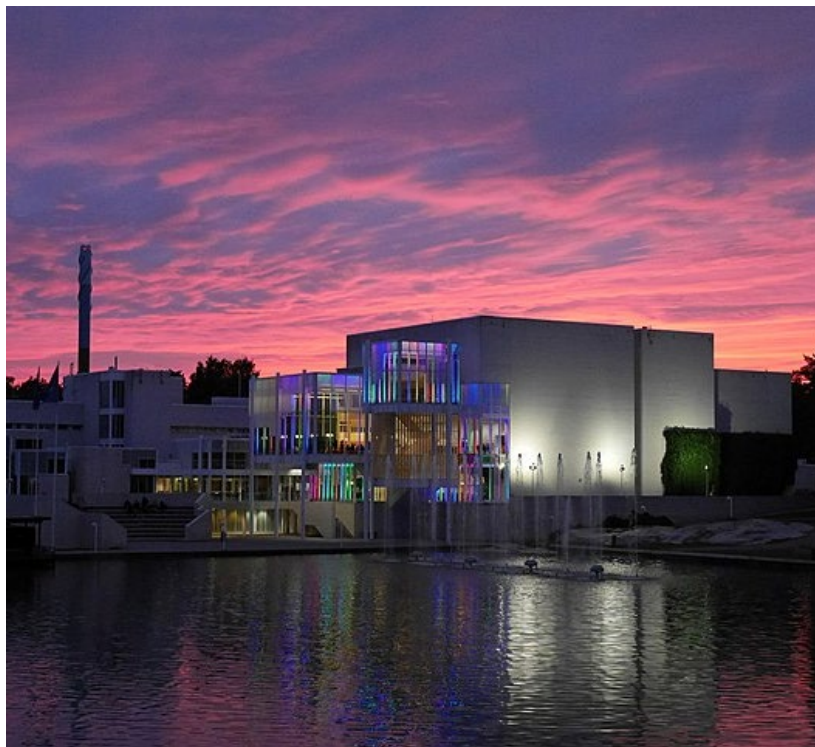


Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



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

# Modul Leírás



**1. modul: A kulturális vállalkozóval való találkozás bevezető jellegű.** Megtanulja, mit jelent vállalkozónak lenni, és konkrétan hogyan válhat kulturális vállalkozóvá. Megismerheti a különböző szervezeti formákat, nevezetesen az állami, civil szervezeteket vagy kkv-kat (egyéni tulajdonú és szövetkezeti). Ezenkívül megismerkedhet a kulturális termékekkel és azzal, hogyan választhatja ki azokat közössége számára.



Ez a modul segít eligazodni ebben a Kézikönyvben és a tananyagokban.





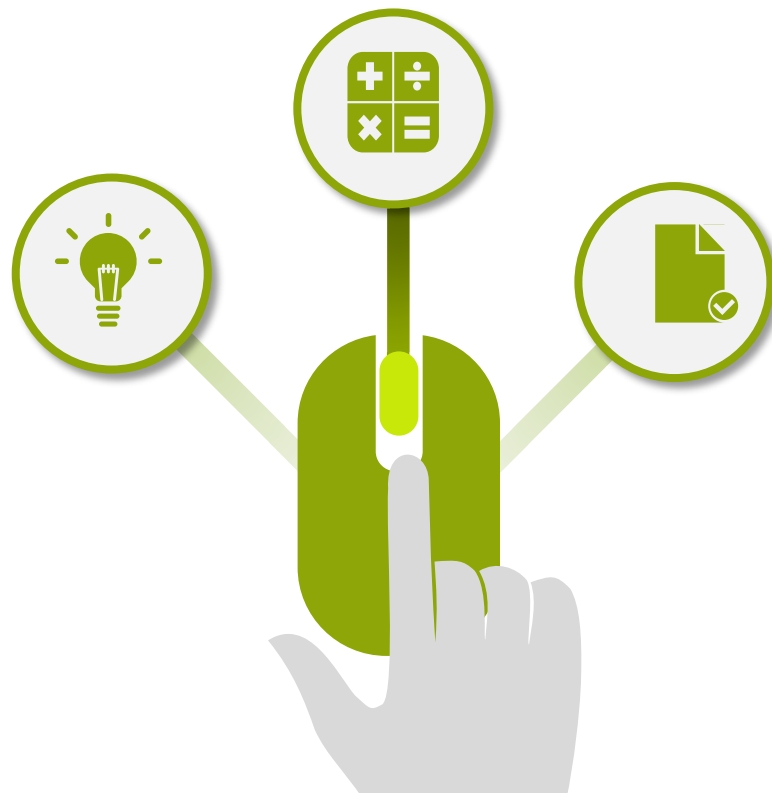
# 1. Modul – Témák

## 1. Téma

Kulturális vállalkozók - főbb jellemzők és stratégiák

## 2. Téma

Szerveződési formák a kulturális örökség szektorban, beleértve a civil szervezeteket, szövetkezeteket és helyi központokat



## 3. Téma

Termékek és szolgáltatások a kulturális szektorban



# **1. Téma - Kulturális vállalkozók - főbb jellemzők és stratégiák**

# Ki az a vállalkozó?

## Definíciók

- A kifejezés a francia közgazdaságtanban már a 17. században kialakult, és a 19. században Jean Baptiste Say pontosan meghatározta.
- A vállalkozó olyan személy, aki nagyobb projektet vagy tevékenységet vállal, és új és jobb módszereket talál a dolgok elvégzésére.
- „A vállalkozók értéket teremtenek” (Dees 1998)

## Vállalkozás = Üzlet?

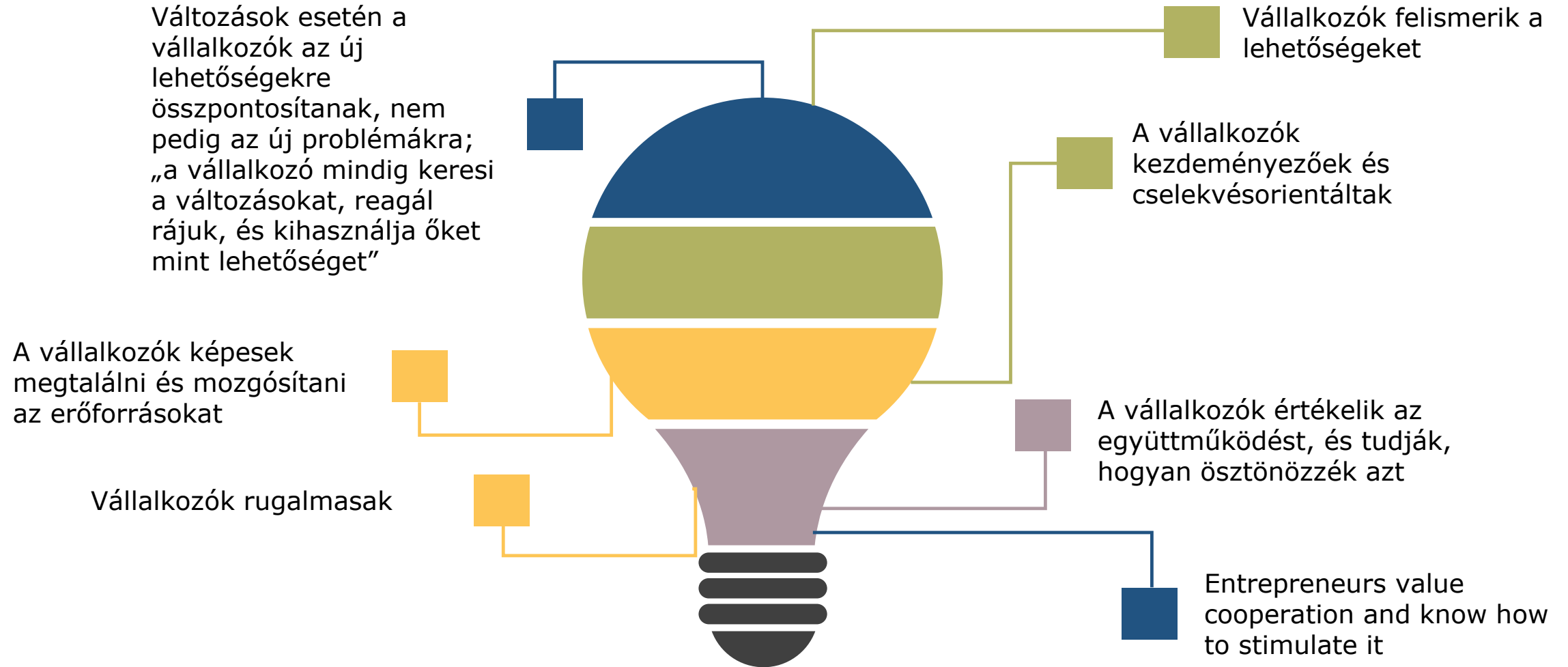
- A vállalkozói szellemet általában olyan emberekkel hozzák összefüggésbe, mint például a Szilícium-völgy hi-tech úttörői, de →
- Vállalkozónak lenni nem feltétlenül jelenti vállalkozás indítását.
- Inkább bizonyos jellemzők összessége – ezeket a következő diában mutatjuk be.

## Vállalkozói típusok

- Üzleti
- Társadalmi
- Kulturális
- Zöld



# A vállalkozókat megosztják bizonyos közös jellemzők





# Kik a kulturális vállalkozók?

- A kulturális vállalkozás egy feltörekvő kifejezés, és még nincs egyértelmű meghatározása.
- Itt egyszerűen egy kulturális területen tevékenykedő vállalkozóként értjük.
- A kulturális vállalkozók hatással vannak és fejlesztik közösségeiket (és közvetve általában a társadalmat és a gazdaságot is) kulturális tevékenységeken (például sport, zene, étkezés vagy filmes események) és kulturális termékeken (például művészetén, színházon és irodalomon) keresztül.







# Lehetőségek felismerése

- Használd a fantáziádat és a képességeidet.
- Legyél éber és rugalmas.
- Legyél proaktív.
- Használd a helyi környezet ismeretét és megértését.
- Azonosítsa be a helyi közösségekben meglévő, megoldásra váró kihívásokat és problémákat - keresse meg, hogyan járulhat hozzá ezek új és innovatív módon történő megoldásához.

# Rugalmasság

- A dolgok gyakran nem a terv szerint mennek – kevesebb forrás, mint amennyire számítani lehetett, partnerek kilépnek, lecsap egy járvány – ahelyett, hogy azon töprengenének, ami nem sikerült , próbáljon új lehetőségeket keresni, amelyeket az új helyzet teremtett.
- A vállalkozók azzal dolgoznak, „ami kéznél van” ( Fligstein és McAdam , 2012)

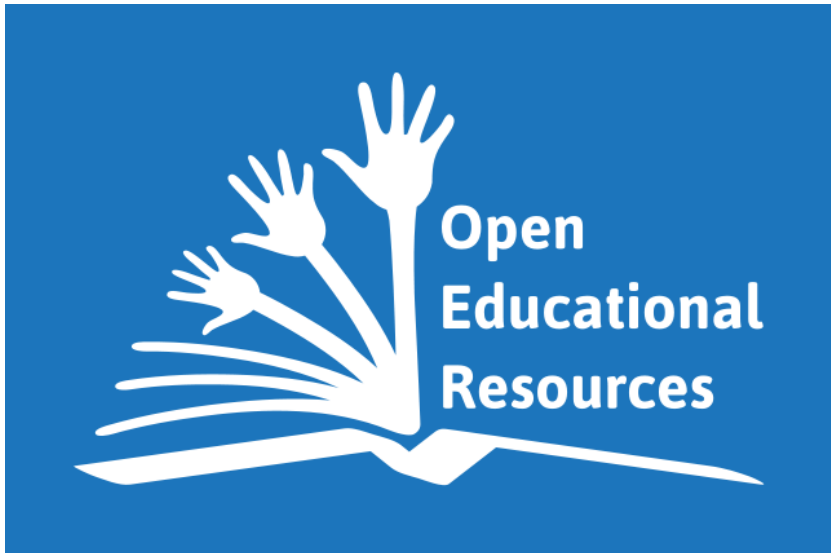


## „Légy víz, barátom!”

Ez egy híres idézet Bruce Lee-től, aki Konfuciust parafrázálja. Lee kifejtette, hogy a víz egyben a legpuhább és a legkeményebb anyag, formátlan, de bármilyen formát ölthet. Lee a kulturális vállalkozó nagyszerű példája. Ez a kínai színész megpróbált versenyezni a főszerepekért az 1960-as és 70-es évek túlnyomóan fehér Hollywoodjában. Évekig csak mellékszerepeket kapott, annak ellenére, hogy a stúdióvezetők elismerték tehetségét azzal a kifogással, hogy a közönség nem készült fel egy nem fehér filmsztárra. Végül úgy döntött, hogy olyan filmeket készít, ahol főszerepeket játszhat – Hongkongban. Néhány darab elkészítése után megmutathatta a hollywoodi döntéshozóknak, és ez végül meggyőzte őket arról, hogy egy kínai színész is lehet főszereplő. A rugalmasság, a „munka azzal, ami kéznél volt”, a „víznek lenni” – azt eredményezte, hogy 1973-ban az „Enter the Dragon” lett a filmtörténet egyik legnagyobb sikere. Megváltoztatta a kulturális normákat és felfogásokat, és utat nyitott más színes bőrű szereplők számára.



# Erőforrások



- Az erőforrások lehetnek anyagiak vagy nem anyagiak:
  - Példák anyagi erőforrásokra – pénzügyi alapok, eszközök
  - Példák nem anyagi erőforrásokra – készségek, szakértelem, idő, kapcsolati hálózatok, de lehet a kreativitás vagy a rugalmasság is
- Az erőforrások mindig korlátozottak lesznek

## Erőforrás terv

- Először is meg kell határozni, hogy milyen erőforrásokra van szükség
- Neked milyenek vannak?
- Melyikeket kell megtalálnod? Lehetséges megtalálni őket?
- Ha nem, ki lehet cserélni őket valami másra? Vagy esetleg újrahasználja/újrahasznosítsa/javítsa meg, ami van?
- Ne feledje, hogy az erőforrások összevonhatók és megoszthatók



# Hogyan navigálj el ebben a kézikönyvben

- 2. modul: Vállalkozók a kulturális turizmusban – végigvezeti Önt a kulturális turizmus vállalkozói lehetőségein, beleértve az események és tevékenységek tervezését és szervezését, a kapcsolati háló építését és az ágazatok közötti együttműködést, valamint a kulturális turizmus etikáját és fenntarthatóságát.
- 3. modul: Kulturális vállalkozók – Üzleti kompetenciák – megértheti, hogyan működik egy vállalkozás a kulturális örökség iparában, hogy motiválja a résztvevőket egy általuk választott vállalkozás létrehozására.
- 4. modul: Kulturális vállalkozók – Kommunikációs és marketing kompetenciák
- 5. modul: Kulturális vállalkozók – Digitális kompetenciák – segít eligazodni a kulturális törekvések digitális oldalán azáltal, hogy megvitatja az online információk felelős és etikus kezelését és terjesztését, valamint az óvatos tartalomkészítést és az adatvédelmi kérdések kezelését a biztonságos digitális élmény garantálása érdekében.
- 6. modul: Kulturális vállalkozók – Kreatív kompetenciák – a kreativitás és az inspiráció kérdéseit tárja fel, és bemutat néhány technikát és eszközt, a vizuális és tervezési készségek alapjait, valamint a videó- és podcastkészítés kreatív megközelítéseit.
- A 7. modul: Kulturális vállalkozó – Helyi közösségekkel együttműködve – megértheti, hogyan lehet feltérképezni az érintetteket és kezdeményezni az együttműködést, mi a jó gyakorlat, és hogyan lehet ezeket felhasználni egy tevékenységben, valamint hogyan lehet bevonni a helyi közösséget az együttműködésbe a közös érdekében.

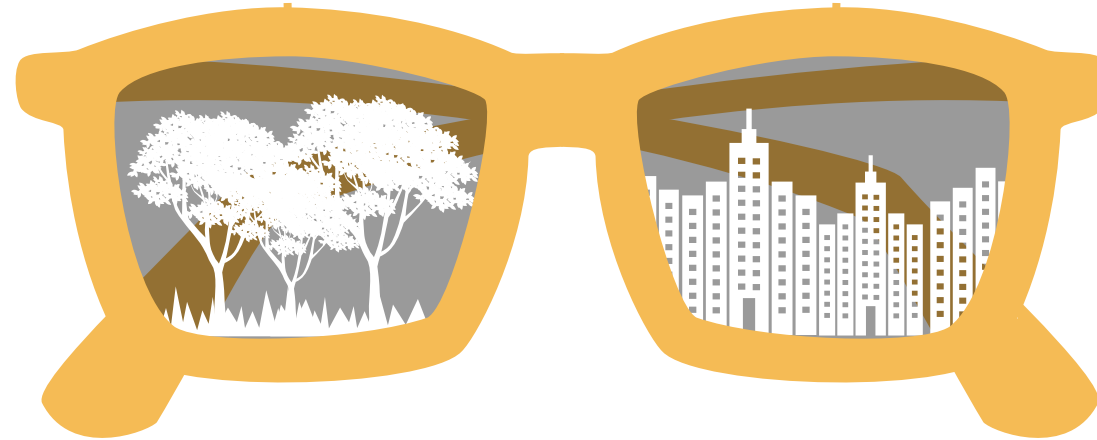


## **2. Téma – A kulturális örökség ágazatában a szerveződés formái, beleértve a civil szervezeteket, szövetkezeteket és helyi központokat**

A kulturális intézmények gyakran a közszférához tartoznak. Ez azt jelenti, hogy ezeket államilag finanszírozzák, adókból (a helyi vagy központi kormányzat osztja fel), vagy segélyekből (pl. Európai Bizottság vagy a Norvég Alap). Ezek nonprofit szervezetek.

### Előnyök

- az alapok stabilitása
- a nyilvánosság bizalma
- alacsony kockázat



### Hátrányok

- általában korlátozottak a források
- gyakran túlságosan bürokratikus



# Egyéb szervezet típusok

Fontos tudni, hogy vannak más szervezeti formák is - kulturális vállalkozóként is létrehozhat, pl.

- nem kormányzati szervezet (NGO)
- magántulajdonban lévő vállalkozás (kis- vagy középvállalkozás)
- szövetkezet (kis- vagy középvállalkozás)

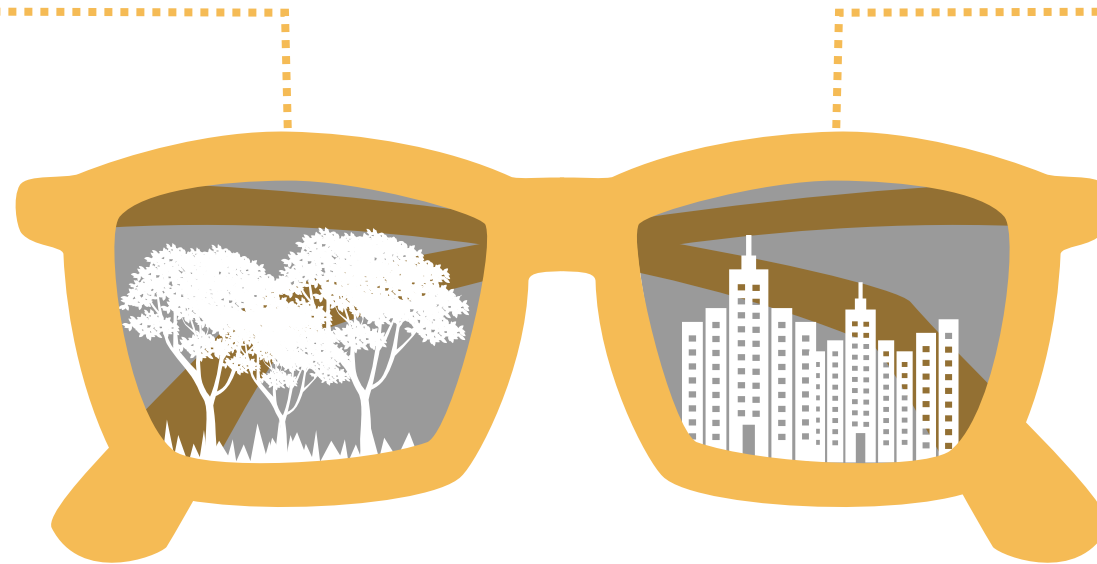


# Nem kormányzati szervezet (NGO) – jellemzők

- A civil szervezetek non-profit tevékenységet folytatnak – ez azt jelenti, hogy az Ön szervezete nem egyéni profittermelésre, hanem társadalmi cél szolgálatára létezik. Kereskedelmi tevékenységet folytathat, de a nyereségnek vissza kell szállnia a szervezethez, és a jövőbeni tevékenységeit finanszírozni fogja.
- A részletes szabályozás országonként eltérő lehet.
- Az Ön finanszírozása bizonyos mértékig nyilvános lesz. Jöhet adománygyűjtésből, kereskedelmi tevékenységből és támogatásokból is.

## Előnyök

- Relatív függetlenség
- Rugalmasság
- Közfinanszírozás és támogatásokhoz való hozzáférés
- Kevésbé bürokratikus struktúra
- Közbizalom



## Hátrányok

- Pénzügyi instabilitás

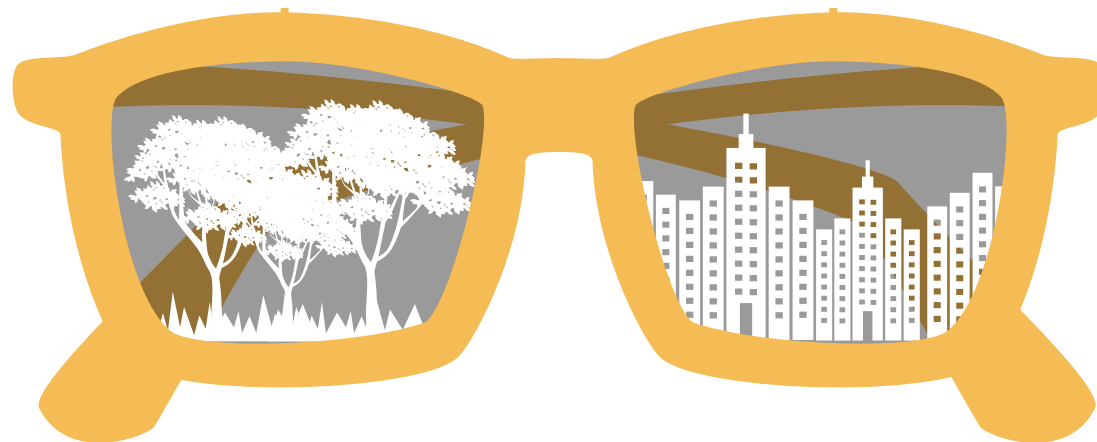


# Egyéni tulajdonú vállalkozás (kis- vagy középvállalkozás)

- A kulturális termékeket és tevékenységeket üzleti törekvésként kezelik
- Olyan szervezet, amelynek fő célja, hogy működésével profitot termeljen

## Előnyök

- Teljes függetlenség
- Rugalmasság
- Lehetőség egy kevésbé bürokratikus struktúra kialakítására
- Pénzügyi haszon és - gyakran - stabilitás



## Hátrányok

- Korlátozott (ha van) hozzáférés az állami finanszírozáshoz és támogatásokhoz
- Korlátozott közbizalom
- Magasabb kockázat

# Szövetkezet (kis- vagy középvállalkozás)

- Az egyéni tulajdonú vállalkozásokhoz hasonlóan a szövetkezetek is nyereségorientáltan működnek - a kulturális termékeket és tevékenységeket üzleti vállalkozásként kezelik.
- Olyan emberek csoportja hozta létre és irányítja, akik egyenlő jogokkal és kötelezettségekkel rendelkeznek, és megosztják a nyereséget az összes tag között.
- A Nemzetközi Munkaügyi Szervezet (ENSZ) becslései szerint a globális foglalkoztatás 10%-át a szövetkezetek adják, amelyek többek között Svájcban, Spanyolországban, Olaszországban, Franciaországban, Kanadában, az Egyesült Államokban és Japánban jelentős munkaadók. Mégis - ezt a formát ritkán tekintik lehetőségnek.

## Előnyök

- Fenntarthatóbb
- Laposabb, kevésbé bürokratikus struktúra
- Egyenlő és demokratikus



## Hátrányok

- Nehezebben kezelhető, főleg az elején



- A megfelelő forma kiválasztása a szervezet számára az előnyök és hátrányok gondos mérlegelését igényli
- Különböző formanyomtatványok kerülnek kialakításra különböző módokon és eltérő követelmények szerint, egyedi jogszabályok alapján



## **3. Téma – Kulturális termékek**



# Kulturális Termékek

- A kulturális és örökség terminológiáját nem egységesítették a különböző országokban (UNESCO)
- A kultúra a természetéből fakadóan nem feleltethető meg sem szolgáltatásnak, sem terméknek (Braun és Parker, 1993), mivel mindkettő jelentős részét képezi.
- A kulturális termékek „nem olyanok, mint az áruk más formái” (UNESCO), mivel gyakran kulturális és kereskedelmi értékkel is bírnak.



# Kulturális Termékek folyt



A kulturális termékek olyan áruk és szolgáltatások, amelyek magukban foglalják a következőket:

- művészetek (előadóművészet, vizuális művészet, építészet)
- örökségvédelem (múzeumok, galériák, könyvtárak)
- kulturális iparágak (írott média, műsorszórás, film, hangfelvétel)
- fesztiválok



Az alábbi kategóriákba sorolhatók:

- kézzelfogható kultúra, például műemlékek, irodalom, művészet
- szellemi kultúra, például folklór, vallás, hagyományok, nyelv és politikai örökség
- természeti örökség, amely magában foglalja a fontos kulturális tájakat és a biológiai sokféleséget





# Példák olyan kulturális termékekre, amelyeket egy kulturális központ biztosíthat:

- Filmvetítés
- A helyi hagyományok fesztiváljai
- Helyi és idelátogató művészek kiállításai
- Helyi és vendégművészek koncertjei
- Előadások és panelek, amelyekben a helyi közösség is részt vesz
- Sport tevékenységek
- Versenyek
- Színházi előadások
- Konferenciák és workshopok különböző közösségi csoportok sajátos érdeklődési köre alapján
- Turisztikai tevékenységek, pl. kirándulások történelmi és természeti helyszínek vagy műemlékek meglátogatására
- Étel-ital workshopok
- Egészségügyi és wellness workshopok/tevékenységek
- Technológiai és tudományos műhelyek



**TIPP**

További ötleteket,  
valamint az események  
és tevékenységek  
szervezésének részleteit  
a 2. modulban találja:  
Vállalkozók a kulturális  
turizmusban



# A kulturális termékek kínálatának létrehozása előtt fontos megérteni:

- Ki a helyi közösség, milyen csoportokból áll, hogyan lehet megtalálni őket (térképezés).
- Mik ezeknek a csoportoknak az igényei és elvárásai.
- Milyen kulturális termékek állnak már rendelkezésre.
- Milyen jó gyakorlatok vannak.



**TIPP**

A fentiekről további részleteket a 7. modulban talál: Kulturális vállalkozó – Munka a helyi közösségekkel





# A helyben elérhető kulturális erőforrások feltérképezéséhez tegye fel magának a következő kérdéseket:

- Milyen természeti örökség van ott? Vannak ott érdekes tájak, mérföldkövek vagy biodiverz helyszínek?
- Milyen műemlékek, történelmi épületek és egyéb kézzelfogható tárgyak vannak ott?
- Van valami egyedi étel/ital?
- Vannak helyi művészek?



További  
ötletekért  
tekintse meg  
a 2. és 7.  
modult



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



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

# Következtetés



### 1. Kulturális vállalkozók - főbb jellemzők és stratégiák

- A vállalkozás fogalmai és típusai, beleértve a kulturális vállalkozást
- Vállalkozói jellemzők
- Navigálás a kézikönyvben

### 2. A kulturális örökség ágazatában a szerveződés formái, beleértve a civil szervezeteket, szövetkezeteket és helyi központokat

- A szervezetek típusai
- A különböző szervezeti formák jellemzői
- A megfelelő szervezeti forma kiválasztása

### 3. Termékek és szolgáltatások a kulturális szektorban

- A kulturális termékek típusai és példái
- A helyi közösségnek megfelelő kulturális termékek és szolgáltatások kiválasztása
- Kulturális termékek és szolgáltatások vonzó kínálatának felvázolása a helyi közösség számára



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



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

# Szójegyzék



## FOGALOM

## DEFINÍCIÓ

Vállalkozó	Valaki, aki nagyobb projektet vagy tevékenységet vállal, és új és jobb módszereket talál a dolgok elvégzésére; a vállalkozók bizonyos tulajdonságokkal rendelkeznek, mint például az erőforrások felkutatásának és mobilizálásának képessége, a lehetőségek felismerése, rugalmasság, proaktivitás és kreativitás.
Kulturális vállalkozó	A kulturális területen tevékenykedő vállalkozó, aki a kulturális tevékenységek és kulturális termékek révén hatással van a közösségre és javítani tudja annak állapotát.
Civil szervezet	Non-profit szervezet, amely egy bizonyos társadalmi cél megvalósítására hivatott.
Szövetkezet	A vállalkozás működtetésének kollektív formája, amelyet olyan emberek csoportja hoz létre és irányít, akik egyenlő jogokkal és kötelezettségekkel rendelkeznek, és megosztják a nyereséget az összes tag között.
Kulturális termékek	Olyan áruk és szolgáltatások, amelyek magukban foglalják a művészeteket (előadóművészet, képzőművészet, építészet), a kulturális örökség megőrzését (múzeumok, galériák, könyvtárak), a kulturális iparágakat (írott média, műsorszórás, film, felvétel) és fesztiválokat.



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



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

# Bibliográfia



- 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

# Modul forgatókönyv





## DIGITAL ROUTES

OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

40 Marta friss diplomás kultúratudományt végzett az egyik lengyel egyetemen. 24 éves, és három középiskolás barátjával közösen nyitottak egy kulturális központot/kávézót abban a városban, ahonnan ő is származik. Jelenleg a város viszonylag korlátozott kulturális kínálattal rendelkezik - van mozi, könyvtár és helyi kultúrház. Időnként vannak koncertek, amelyeknek a helyi templom ad otthont, a legközelebbi színház pedig az 50 km-re lévő városban található.

Márta és barátai valami mást akartak csinálni egy „kulturális kávézó” megnyitásával. Az ötletük az volt, hogy egy olyan befogadó teret hozzanak létre, ahol az emberek elfogyaszthatják a teájukat vagy kávéjukat, süteményeket és harapnivalókat, és ahol rendszeresen kulturális eseményeket fognak szervezni. Az étlap nem túl nagy, tartalmaz néhány egészséges és ízletes, de ugyanakkor könnyen elkészíthető ételt, valamint kávé, teát, limonádét, bort és kézműves sört mikrosörfőzdéktől. A "kulturális menü" viszont eddig filmvetítésekből, helyi művészek időszakos kiállításáiból, koncertekből, könyvklubokból, gyermekeknek szóló műhelymunkákból, főzőtanfolyamokból és érdekes emberekkel folytatott beszélgetésekből áll. A filmvetítések, kiállítások, könyvklubok és beszélgetések ingyenesen látogathatók, a koncertekre, workshopokra és tanfolyamokra pedig jegyet kell váltani. A kínálat az igények és erőforrások feltérképezésén alapul, amelyet

Marta és barátai már a projekt korai szakaszában elvégeztek. Kapcsolatba léptek a helyi szervezetekkel - egy közösségi házzal, néhány idősek számára fenntartott intézménnyel, egy fogyatékkal élő lakosokkal foglalkozó civil szervezettel, iskolákkal és óvodákkal, egy helyi sportlétesítménnyel és nem utolsósorban a helyi önkormányzattal. Megkérdezték e szervezetek tagjait, hogy mi érdekelné az egyes csoportokat. Ez lehetővé tette számukra, hogy megértsék, kikből áll a helyi közösség, és milyen igényeik vannak. A kulturális kínálatot ezekhez az igényekhez igazították. A csoport úgy döntött, hogy kávézójuk egy szövetkezet lesz.

Ez nyereségorientált, de a tevékenységnek kereskedelmi és nem kereskedelmi elemei is vannak, és sikerült némi állami támogatást szerezniük. A költségvetés fennmaradó részét a kávézó és a jegyáras rendezvények értékesítéséből fedezik. Ebben a korai szakaszban a szövetkezetnek négy tagja van, de attól függően, hogy a kulturális kávézójuk mennyire jól működik, bővíthet. A tagok felváltva töltik be a különböző szerepeket, amelyeket a tevékenység megkövetel. Döntéseiket konszenzussal hozzák, így rengeteg beszélgetés zajlik. Ez néha hosszabb munkaidőt jelent, de nem bánják, mert élvezik a munkát és egymás társaságát. Már látják, hogy egyre gyorsabbak a döntéshozatalban. A nyereséget egyenlően megosztják egymás között.



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

## KÉRDÉSEK:

Egy vállalkozót leginkább a következőképpen lehetne jellemezni : 1. üzletorientált és koncentrált 2. rugalmas, találékony és kreatív 3. jártas a számvitelben és a pénzügyekben. A kulturális vállalkozó számára megfelelő szerveződési forma : 1. KKV ill. a szövetkezet 2. Egy közfinanszírozott szervezet vagy civil szervezet 3. A fentiek mindegyike, a konkrét kontextustól függően

Az alábbi állítások közül melyik NEM igaz a szövetkezetekre:

1. A szövetkezetek fenntarthatóbbak, mint az egyéni tulajdonú vállalkozások
2. Nagyon kevés szövetkezet működik szerte a világon, és ezek korlátozott foglalkoztatást biztosítanak
3. Demokratikus vállalkozásokként, ahol mindenki beleszól és konszenzusos döntéseket hoz, a szövetkezeteket néha nehéz lehet irányítani, különösen a kezdetekkor.

Melyik az alábbi válaszok közül, amelyek csak kézzelfogható kulturális termékeket tartalmaznak?

1. Zene, folklór, hagyományok
2. Műemlékek, politikai örökség, tájképek
3. Irodalom, művészet, műemlékek.

A megfelelő kulturális termékek kiválasztásánál prioritásként kell kezelni:

1. A szükségletek és erőforrások feltérképezése során azonosított helyi igényeket kell figyelembe venni.
2. Maximalizálják a profitot
3. A különböző kulturális központokban szabványosítva vannak



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



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

# **KERESS MINKET ONLINE!**



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



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



Ez a dokumentum a fenti szabályok szerint másolható, reprodukálható vagy módosítható.  
Ezen túlmenően a dokumentum és a szerzői jogi megjegyzés minden vonatkozó része  
szerzőinek elismerését, engedélyét kell kérni.

Minden jog fenntartva. © Copyright 2022 DIGITALROUTES@CULTURE



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

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