



Μονάδα 2:

**Επιχειρηματική
πρακτική**

Θέμα 2.2.

**Δημιουργία αξίας:
Οικονομική, Αγοραία
και Πολιτιστική
αποτίμηση προϊόντων
και υπηρεσιών στις
ΠΔΒ**

Συγγραφείς:

**Marília Durão, Augusto
Neves, Sónia Nogueira,
Patrícia Remelgado, Sandra
Fernandes**

Ίδρυμα:

**Universidade Portucalense,
Πορτογαλία**



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

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή της παρούσας δημοσίευσης δεν συνιστά αποδοχή του περιεχομένου, το οποίο αντανάκλα τις απόψεις μόνο των δημιουργών, και η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δεν φέρει ουδεμία ευθύνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που εμπεριέχονται σε αυτήν. Αριθμός έργου: 2020-1-BG01-KA203-079193.

Το υλικό αυτό αποτελεί μέρος του εκπαιδευτικού περιεχομένου του προγράμματος «Διαχείριση και επιχειρηματικότητα στους κλάδους του πολιτισμού και της δημιουργικότητας». Αναπτύχθηκε στο πλαίσιο της Στρατηγικής Συνεργασίας Erasmus+ «FENICE - Προώθηση της Επιχειρηματικότητας και της Καινοτομίας στις Πολιτιστικές και Δημιουργικές Βιομηχανίες (ΠΔΒ) μέσω Διεπιστημονικής Εκπαίδευσης».

Το περιεχόμενο της εκπαίδευσης με μια ματιά:

Πρόγραμμα Fenice

Ενότητα 1: Κατανόηση της Επιχειρηματικότητας στις ΠΔΒ

Θέμα 1.1. Δημιουργικότητα, Καινοτομία και Διατομεακές Συνεργασίες. Πνευματική ιδιοκτησία.

Θέμα 1.2. Επιχειρηματικότητα, Διοίκηση και Ηγεσία στις ΠΔΒ

Ενότητα 2: Επιχειρηματική Πρακτική – Μοντελοποίηση μίας Επιχείρησης ΠΔΒ

Θέμα 2.1. Σχεδιασμός επιχείρησης για τις ΠΔΒ: προετοιμασία επιχειρηματικού σχεδίου και παρουσίαση επιχειρηματικών ιδεών

Θέμα 2.2. Δημιουργία αξίας: Οικονομική, Αγοραία και Πολιτιστική αποτίμηση προϊόντων και υπηρεσιών στις ΠΔΒ

Θέμα 2.3. Αγορά, Ανταγωνισμός, Κατανάλωση και εμπορική προώθηση (Branding) στις ΠΔΒ

Περισσότερες πληροφορίες μπορείτε να βρείτε στην αρχική σελίδα του έργου:
<http://www.fenice-project.eu>

Δήλωση πνευματικών δικαιωμάτων:



Το παρόν έργο χορηγείται με άδεια Creative Commons Αναφορά Δημιουργού - Μη Εμπορική Χρήση - Παρόμοια Διανομή 4.0 Διεθνές (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).

Μπορείτε να:

- μοιραστείτε - αντιγράψετε και αναδιανέμετε το υλικό με κάθε μέσο και τρόπο
- προσαρμόσετε - αναμείξετε, τροποποιήσετε και δημιουργήσετε πάνω στο υλικό

υπό τους ακόλουθους όρους:

- Αναφορά Δημιουργού - Θα πρέπει να καταχωρίσετε αναφορά στον δημιουργό, με σύνδεσμο της άδειας, και με αναφορά αν έχουν γίνει αλλαγές. Μπορείτε να το κάνετε αυτό με οποιονδήποτε εύλογο τρόπο, αλλά όχι με τρόπο που να υπονοεί ότι ο δημιουργός αποδέχεται το έργο σας ή τη χρήση που εσείς κάνετε.
- Μη Εμπορική Χρήση - Δε μπορείτε να χρησιμοποιήσετε το υλικό για εμπορικούς σκοπούς.
- Παρόμοια Διανομή - Αν αναμείξετε, τροποποιήσετε, ή δημιουργήσετε πάνω στο υλικό, πρέπει να διανείμετε τις δικές σας συνεισφορές υπό την ίδια άδεια όπως και το πρωτότυπο.

Sweet
Pea

FOTOGRAFIA

Μελέτη περίπτωσης

Ορισμός της αξίας των συναισθημάτων από την
Sweet Pea, Εικονογράφηση και φωτογραφία
(Sandra Maia)





Περιγραφή

Η Sandra Maia είναι η δημιουργός και ιδρύτρια της Sweet Pea, μιας εταιρείας που εστιάζει στο σχέδιο και τη φωτογραφία, με ιδιαίτερη έμφαση στις παραγωγές που τοποθετούν την οικογένεια στο επίκεντρο του συνόλου του έργου.

Αν και έχει υπόβαθρο στη φυσική αγωγή, η Sandra ανακάλυψε το πάθος της στη χειροτεχνία και τη φωτογραφία. Όπως και οι περισσότεροι επιχειρηματίες, άρχισε να κάνει μικρές δουλειές ενώ ήταν ακόμη καθηγήτρια γυμναστικής. Σύντομα όμως συνειδητοποίησε ότι αυτή η παράλληλη εργασία θα είχε τη βιωσιμότητα ώστε να καταστεί η κύρια πηγή εισοδήματός της. Για τον σκοπό αυτό, παρακολούθησε μαθήματα σχετικά με τη χειροτεχνία και τη φωτογραφία, ως τρόπο εμπάθυνσης των γνώσεών της σε αυτούς τους τομείς που ήταν αγαπημένοι της και στους οποίους έβλεπε ότι θα μπορούσε να εργαστεί ανεξάρτητα.

Ωστόσο, η Sandra ομολογεί ότι, εάν σήμερα μπορούσε να ξεκινήσει από την αρχή, θα αφιέρωνε περισσότερο χρόνο για να γράψει στο χαρτί όλες τις ιδέες και τις προοπτικές της. Αυτό σημαίνει ότι δεν είναι καλό να έχετε απλώς μια καλή ιδέα ή ένα πάθος για αυτό που κάνετε ή θέλετε να κάνετε. Πρέπει επίσης να διαθέτετε ένα σχέδιο δράσης, το οποίο συνήθως λαμβάνει τη μορφή επιχειρηματικού σχεδίου.

Στις πολιτιστικές και δημιουργικές βιομηχανίες, το επιχειρηματικό σχέδιο θα πρέπει να λαμβάνει υπόψη ότι τα πολιτιστικά προϊόντα έχουν ένα διπλό χαρακτηριστικό: έχουν συμβολική αξία και οικονομική αξία. Θα πρέπει επίσης να σημειωθεί ότι στα πολιτιστικά προϊόντα, η πραγματική αγορά καθορίζει την οικονομική αξία· και η αγορά ιδεών καθορίζει την πολιτιστική τους αξία.

Από την άλλη πλευρά, υπάρχει επικάλυψη πνευματικών ή καλλιτεχνικών κινήτρων εις βάρος του ενδιαφέροντος ή της υλικής απόδοσης που προκύπτει από μια δεδομένη δημιουργία (Thorsby, 1994). Ο τεχνίτης/καλλιτέχνης επιδιώκει να παρατείνει τον χρόνο που αφιερώνει στο αισθητικό του έργο, παρά την αλήθεια ότι το έργο αυτό δεν επαρκεί για να εξασφαλίσει την κάλυψη των σημαντικότερων αναγκών του. Ως εκ τούτου, ο τεχνίτης/καλλιτέχνης αφιερώνει μέρος του χρόνου του στην εργασία που του παρέχει την ευλογοφάνεια να προμηθευτεί προϊόντα σε ποσότητες κατάλληλες για την ικανοποίηση αυτών των αναγκών· μόλις επιτευχθεί ο στόχος αυτός, τείνει στη συνέχεια να αφοσιωθεί στις δημιουργικές ασκήσεις του, ακόμη και αν αυτές είναι λιγότερο ικανοποιητικές από τις μη καλλιτεχνικές (Thorsby 1994, 2001).

Στην περίπτωση της Sandra, ο κύριος στόχος της, όπως προαναφέρθηκε, είναι οι οικογένειες, οι οποίες δείχνουν ιδιαίτερη αγάπη σε προϊόντα και υπηρεσίες που περιλαμβάνουν τη δημιουργία αντικειμένων και/ή φωτογραφιών με βρέφη/παιδιά με τους γονείς τους. Στο πλαίσιο αυτό, μπορεί να διαπιστωθεί ότι η Sandra έχει μια ισχυρή και ενθουσιώδη σχέση με το έργο που προσφέρει ή δημιουργεί, η οποία δεν βασίζεται συνεχώς σε μια λογική υλικού συμφέροντος, και ενίοτε αρνείται μια συμπεριφορά και αξιολόγηση πιο ισοπεδωμένη από οικονομικούς εμπειρογνώμονες, οι οποίοι τείνουν να χαρακτηρίζουν τους συμβασιούχους εργαζομένους ως κάποιους που ασχολούνται μόνο με την ανταμοιβή τους και τη συνολική προσπάθεια που θα πρέπει να κάνουν για την εκτέλεση μίας συγκεκριμένης εργασίας. Κατ' αυτόν τον τρόπο, η Sandra δεν παρακινείται μόνο από την υλική ανταμοιβή, αλλά επιπλέον την ενδιαφέρει η ικανοποίηση μιας ανάγκης ή η εξασφάλιση πνευματικής αναγνώρισης – και μερικές φορές αυτό αποτελεί την ουσιαστική πηγή έμπνευσης (Flew, 2012).

Πηγή/σύνδεσμος



https://www.instagram.com/sweetpea_fotografia/

<https://www.instagram.com/sweetpea.design.ilustracao/>



<https://www.facebook.com/sweetpeafotografia/>

Flew, T. (2012). *The Creative Industries. Culture and Policy*. London/New Deli: Sage.

Thorsby, D. (1994). *The Production and Consumption of Arts: A View of Cultural Economics*. *Journal of Economics of Literature*, vol. 32, no 1, pp. 1-29.

Thorsby, D. (2001). *Economics of Culture*. Cambridge: Cambridge University Press.

Χώρα

Πορτογαλία