

Στρατηγικές Παραγωγής και Διανομής Αγαθών και Υπηρεσιών στο Πολιτιστικό, Αθλητικό και Τουριστικό Πεδίο

ΕΘΝΙΚΗ ΣΧΟΛΗ ΔΗΜΟΣΙΑΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ
ΚΖ ' ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗ ΣΕΙΡΑ «ΔΗΜΗΤΡΗΣ ΤΖΑΝΑΚΗΣ»
Τμήμα Πολιτιστικής Διοίκησης

Μόνικα Νίκη Τσιλιμπέρδη
Προϊσταμένη Δ/σης Ανάπτυξης Σύγχρονης Δημιουργίας, ΥΠΠΟΑ

ΑΘΗΝΑ 2021

Στρατηγικές Παραγωγής και Διανομής Αγαθών και Υπηρεσιών στο Πολιτιστικό, Αθλητικό και Τουριστικό Πεδίο

Α. Βασικές αρχές των στρατηγικών παραγωγής και διανομής αγαθών – Καινοτόμες προσεγγίσεις

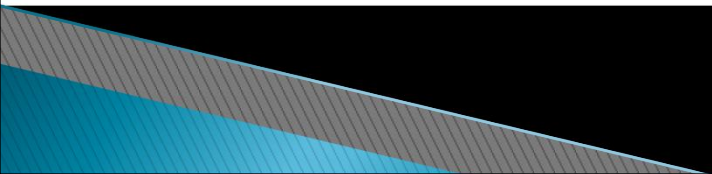
Β. Ο Πολιτιστικός και Δημιουργικός Τομέας– Μέρος Α

Γ. Ο Πολιτιστικός και Δημιουργικός Τομέας– Μέρος Β

Δ. Ο Αθλητικός Τομέας

Ε. Ο Τουριστικός Τομέας

ΣΤ. Παραδείγματα στρατηγικής διαχείρισης και διανομής από τον πολιτιστικό, αθλητικό και τουριστικό τομέα



ΠολιτισΜικός– ΠολιτισΤικός

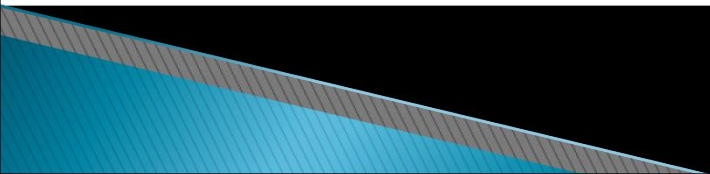
http://blogs.sch.gr/kkiourtsis/files/2012/02/politistikos_politismikos.pdf

πολιτισμικός -> αυτός «που ανήκει ή αναφέρεται στον πολιτισμό»,

πολιτιστικός -> αυτός «που αφορά τον πολιτισμό και ειδικότερα, που ευνοεί, υπηρετεί, προωθεί την ανάπτυξη του»

(λεξικό του Ινστιτούτου νεοελληνικών σπουδών του Ιδρύματος Μανόλη Τριανταφυλλίδη)

Χρησιμοποιούμε **ΜΟΝΟ** τον όρο Πολιτιστικές και Δημιουργικές Βιομηχανίες ή Πολιτιστικός και Δημιουργικός Τομέας

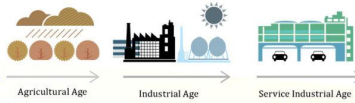


Σύγχρονη Πολιτιστική Δημιουργία και Πολιτιστικές και Δημιουργικές Βιομηχανίες – Σύγχρονες Μορφές Πολιτιστικής Διαχείρισης

- A. Οι Πολιτιστικές και Δημιουργικές Βιομηχανίες και τα Νέα Επιχειρηματικά Μοντέλα**
- B.** Χαρακτηριστικά Βασικών Κλάδων των Πολιτιστικών και Δημιουργικών Βιομηχανιών (*εικαστικά, θέατρο, κινηματογράφος, μουσική και ενδεικτικά από τον δημιουργικό κλάδο το gaming*)
- Γ.** Η Περιφερειακή Πολιτιστική Πολιτική και ο ρόλος των Φεστιβάλ στον Πολιτιστικό και Δημιουργικό Τομέα
- Δ.** Πολιτικές ενίσχυσης των Πολιτιστικών και Δημιουργικών Βιομηχανιών στην Ελλάδα και το εξωτερικό– Ενισχύσεις σε περιόδους κρίσεων (μέτρα ενίσχυσης των καλλιτεχνών λόγω των επιπτώσεων του Covid 19)
- Ε.** Η διαδικασία επιχορηγήσεων από το Υπουργείο Πολιτισμού – Το status του καλλιτέχνη

Revolutionary Road to Creative Cities

Four Ages of A Modern Economy



Based on Richard Florida's (2002) *The Rise of the Creative Class, Cities and the Creative Class*.

Attracting talent to build a creative economy requires a shift from an economy dependent solely on fiscal growth, to one that is more holistic and incorporates a dynamic cultural atmosphere and thriving quality of life.

Generate and attract Creative Individuals

Creatives are a critical factor. They constitute the Creative Class. Their function is to create new ideas, technologies, and creative content thus bringing a dynamic economy to the city.



- Musician
- Film & TV
- Technologist
- Architect
- Writer/Journalist
- Educator
- Designer
- Scientist
- Artist



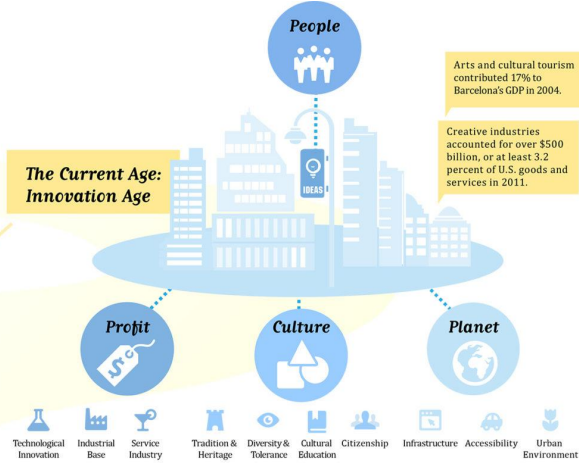
Creative Class

Creative Enterprises

Creative Cluster

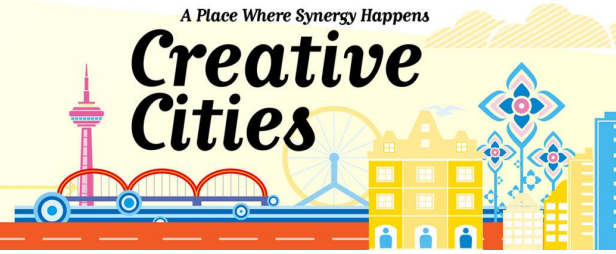


The Current Age: Innovation Age

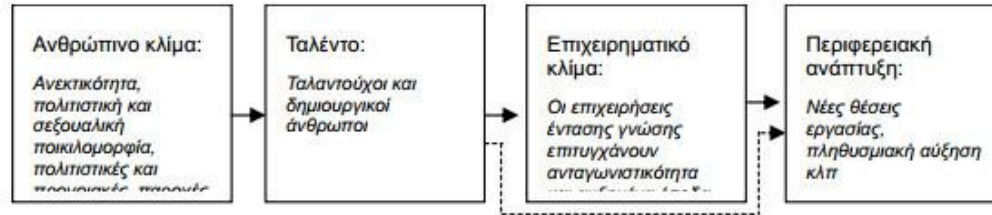


A Place Where Synergy Happens

Creative Cities



Εικόνα 1 Ο μηχανισμός ανάπτυξης του Florida



Πηγή: Asheim και Hansen (2009, p. 428)

Ο Florida περιγράφει μια περίπου γραμμική διαδικασία ανάπτυξης, όπου το 'ανθρώπινο κλίμα' (δηλ. οι παράγοντες που επηρεάζουν θετικά τη χωροθέτηση των ανθρώπων) τείνει να γίνει εξίσου σημαντικός, αν όχι σημαντικότερος παράγοντας από το επιχειρηματικό κλίμα (τους παράγοντες που επηρεάζουν τη χωροθέτηση των επιχειρήσεων)

Σύμφωνα με τον Florida, ιδιαίτερα οι εργαζόμενοι που ανήκουν στη λεγόμενη 'δημιουργική τάξη' (και στους κλάδους που αυτή εντοπίζεται) δεν ακολουθούν τις δουλειές, αλλά αντίθετα οι δουλειές ακολουθούν τη δημιουργική τάξη.



Ορισμός: Τί είναι και ποιές είναι οι Πολιτιστικές και Δημιουργικές Βιομηχανίες



1970-1990. Πολιτιστικές βιομηχανίες

(1970-) Αρχίζει να αξιοποιείται από την πολιτική ο όρος «πολιτιστικές βιομηχανίες» ως μέσο τοπικής ανάπτυξης.

(1983-1986) Χαλαρώνει κι άλλο ο διαχωρισμός τέχνης-αγοράς. Προωθούνται οι τοπικές πολιτιστικές αγορές (σύνδεση με αστική αναγέννηση, θέσεις εργασίας, κοινωνική ενσωμάτωση κλπ).

Η περίπτωση του Σέφιλντ (creative city, cluster, district)
Σύγκρουση εργατικής τάξης – Συντηρητικών για ιδιωτικοποιήσεις
Ανέγερση πολιτιστικής συνοικίας στο κέντρο της πόλης.

Όχι πλέον επιδοτήσεις, αλλά ανταποδοτικές επενδύσεις.

‘New Labour’ and Creative Industries

- The role of creative enterprise and cultural contribution ... is a key economic issue ... The value stemming from the creation of intellectual capital is becoming increasingly important as an economic component of national wealth ... Industries, many of them new, that rely on creativity and imaginative intellectual property, are becoming the most rapidly growing and important part of our national economy. They are where the jobs and the wealth of the future are going to be generated (Chris Smith, in DCMS, 1998).
- Creative talent will be crucial to our individual and national success in the economy of the future (Tony Blair, in DCMS, 2001).
- In the coming years, the creative industries will be important not only for our national prosperity, but for Britain's ability to put culture and creativity at the center of our national life (Gordon Brown, in DCMS, 2008).

{History of the 'Creative Industries'}

- In May 1998, Lord Chris Smith wanted money from the treasury and a political agenda to recognise this and gain advantage from the IP, which at the time was not well regulated...
- ...hence the creative industries were born:
 - “those industries which have their origin in individual creativity, skill and talent and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of **intellectual property**.” (DCMS, 1998).



1998. Η γέννηση των «δημιουργικών» βιομηχανιών

- *Περίοδος διακυβέρνησης Νέων Εργατικών. Η δημιουργικότητα δένεται στο άρμα της νέας οικονομίας της γνώσης και της δικτύωσης*
- Βρετανικό Υπουργείο Πολιτισμού (DCMS, 1998): «Οι δημιουργικές βιομηχανίες βασίζονται στην ατομική δημιουργικότητα, την ικανότητα και το ταλέντο και μπορούν να συνεισφέρουν στη δημιουργία πλούτου και θέσεων εργασίας μέσω της παραγωγής και εκμετάλλευσης **πνευματικής ιδιοκτησίας**».



Department for Culture
Media & Sport

«η βιομηχανία που συνδυάζει τη δημιουργία, την παραγωγή και την εμπορευματοποίηση άυλης εργασίας, πολιτιστικής φύσης, το αντικείμενο της οποίας συνήθως προστατεύεται από κανόνες πνευματικών δικαιωμάτων και μπορεί να πάρει τη μορφή αγαθού ή υπηρεσίας»



Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή (ESSnet-Culture 2012) χαρακτηρίζει ως πολιτιστική δραστηριότητα **«...κάθε δραστηριότητα που ενσωματώνει πολιτιστική αξία και καλλιτεχνική έκφραση (culture-based). Ως τέτοια θεωρείται κάθε δραστηριότητα προσανατολισμένη ή όχι στην αγορά, με ή χωρίς εμπορική σημασία, η οποία ασκείται από κάθε είδους οικονομική μονάδα όπως άτομα, επιχειρήσεις, οργανωμένες ομάδες πολιτών, επαγγελματίες ή ερασιτέχνες»**





Ο όρος «**Δημιουργικές Βιομηχανίες**» περιλαμβάνει όλες τις επιχειρήσεις που έχουν ως πυρήνα της δραστηριότητάς τους την «ικανότητα για δημιουργία» (creation), με την έννοια της διανοητικής και κοινωνικής διεργασίας για την παραγωγή νέων ιδεών, εννοιών, σχεδίων, συνδέσμων, διαδικασιών και clusters. Η νέα ιδέα πρέπει να είναι πρωτότυπη, προσωπική, με περιεχόμενο, και να είναι χρήσιμη και ικανή να οδηγήσει σε ένα συγκριτικό οικονομικό πλεονέκτημα. Εναλλακτικά, κατά το βρετανικό παράδειγμα, ως «δημιουργικές βιομηχανίες ορίζονται αυτές που έχουν ως κέντρο αναφοράς την ατομική δεξιοτεχνία, το ταλέντο και τη δημιουργικότητα και έχουν δυνατότητες παραγωγής πλούτου και δημιουργίας νέων βιώσιμων θέσεων εργασίας μέσω της οικονομικής εκμετάλλευσης της πνευματικής ιδιοκτησίας». Με άλλα λόγια, **έμφαση δίνεται στη γνώση και στο ταλέντο ως βασική εισροή παραγωγής και λιγότερο στο τελικό προϊόν αυτό καθαυτό**, το οποίο ενδιαφέρει πρωτίστως την πολιτιστική βιομηχανία.

Οι δημιουργικές βιομηχανίες δηλ. καλύπτουν ένα ευρύτερο πεδίο από ότι οι πολιτιστικές βιομηχανίες, κατά τρόπο ώστε να αναδεικνύονται νέες δυναμικές που δεν είχαν γίνει άμεσα και ευρέως αντιληπτές στο χώρο της πολιτικής για τον πολιτισμό, την απασχόληση και την εκπαίδευση

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή (ESSnet-Culture 2012) διατύπωσε **τέσσερα βασικά κριτήρια** που πρέπει να ικανοποιεί ο ορισμός του πολιτισμού και της δημιουργίας:

(i) διαβάθμιση της έντασης του πολιτισμού και της δημιουργίας (culture-based feature), δηλ. της ικανότητας δημιουργίας, εφεύρεσης και πρωτοτυπίας,

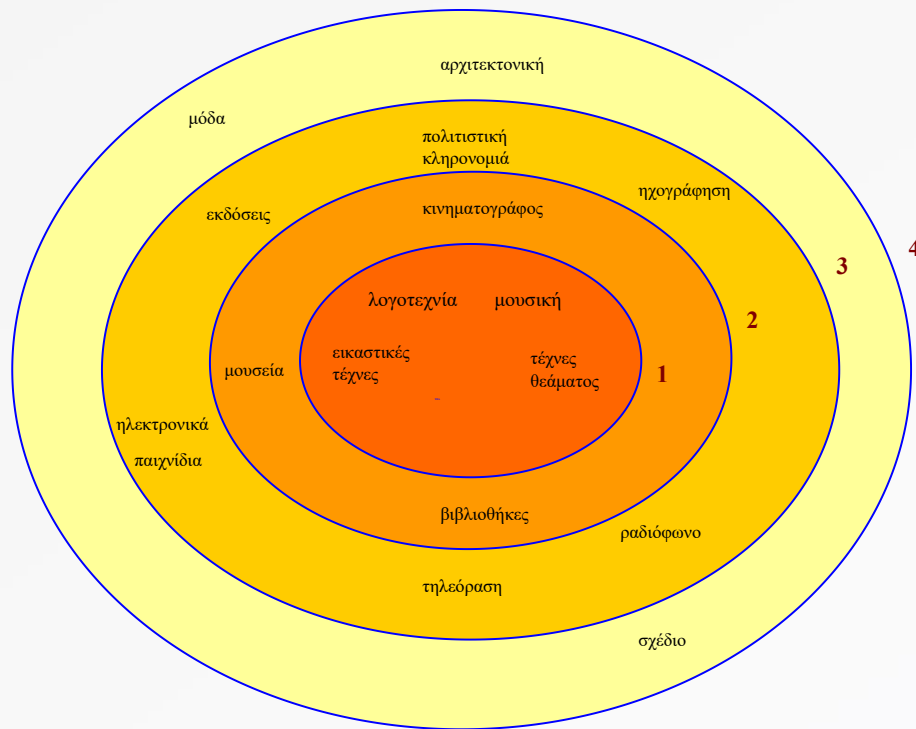
(ii) διασφάλιση του δικαιώματος ιδιοκτησίας (εμπορικό σήμα, πνευματικά δικαιώματα),

(iii) μέθοδος παραγωγής (κόστος, δυνατότητα και ευκολία αναπαραγωγής, εκμετάλλευση οικονομιών κλίμακας) και

(iv) χρηστική αξία, δηλ. ποιά είναι η συμβολική ή εσωτερική αξία που έχει το προϊόν για τον κάθε καταναλωτή χωριστά.



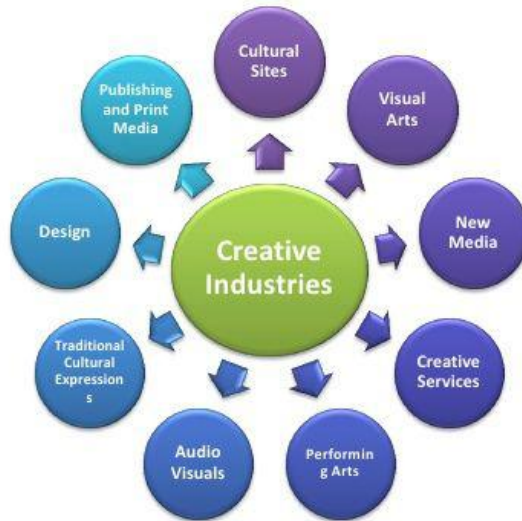
Ο Πολιτιστικός και Δημιουργικός Τομέας



Σημείωση: 1,2: αμιγώς πολιτιστικές και δημιουργικές δραστηριότητες (πυρήνας). 3,4: συναφείς δραστηριότητες (περιφέρεια), ΤΠΔ: τομέας πολιτισμού και δημιουργίας. Πηγές: Throsby (2001), ΚΕΑ (2006).

Ως **δημιουργικά** ορίζονται τα **επαγγέλματα** που σχετίζονται με το σύνολο της πολιτιστικής και δημιουργικής βιομηχανίας όπως οι εικαστικές τέχνες (ζωγραφική, γλυπτική, φωτογραφία κλπ), οι παραστατικές τέχνες (θέατρο, χορός, μουσική κλπ), εφαρμοσμένες τέχνες (γραφιστική, product design, web design κλπ), η αρχιτεκτονική, η λογοτεχνία αλλά και ό,τι σχετίζεται με την αναπαραγωγή τους όπως εκδόσεις, περιοδικά, εφημερίδες, ραδιόφωνο, τηλεόραση, διαφήμιση κ.ά

Defining the Creative Industries



Classification of Creative Industries – UNCTAD 2008
(United Nations Conference on Trade and Development)

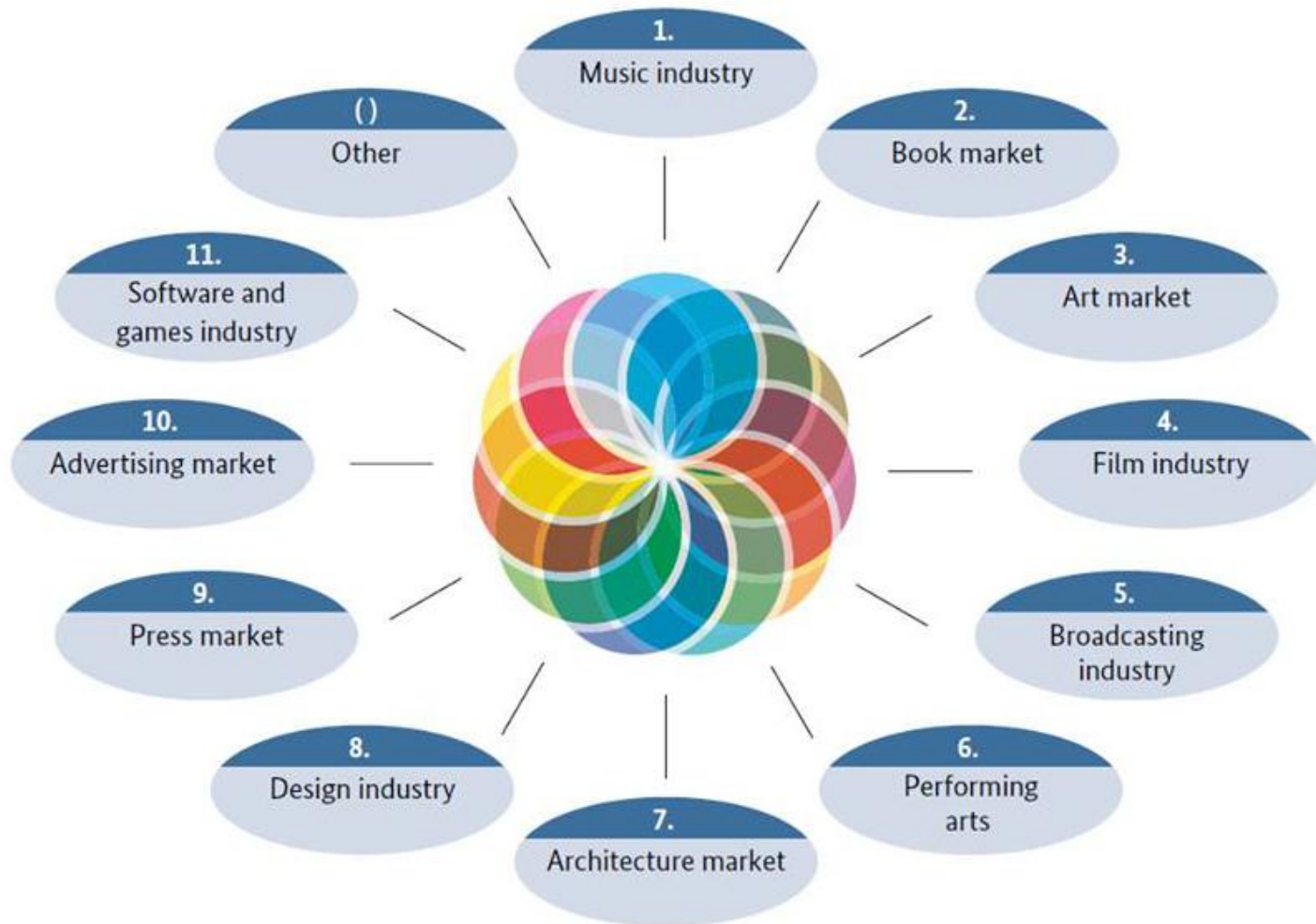


Dasar Industri Kreatif Negara (2010)
Ministry of Information, Communication and Culture

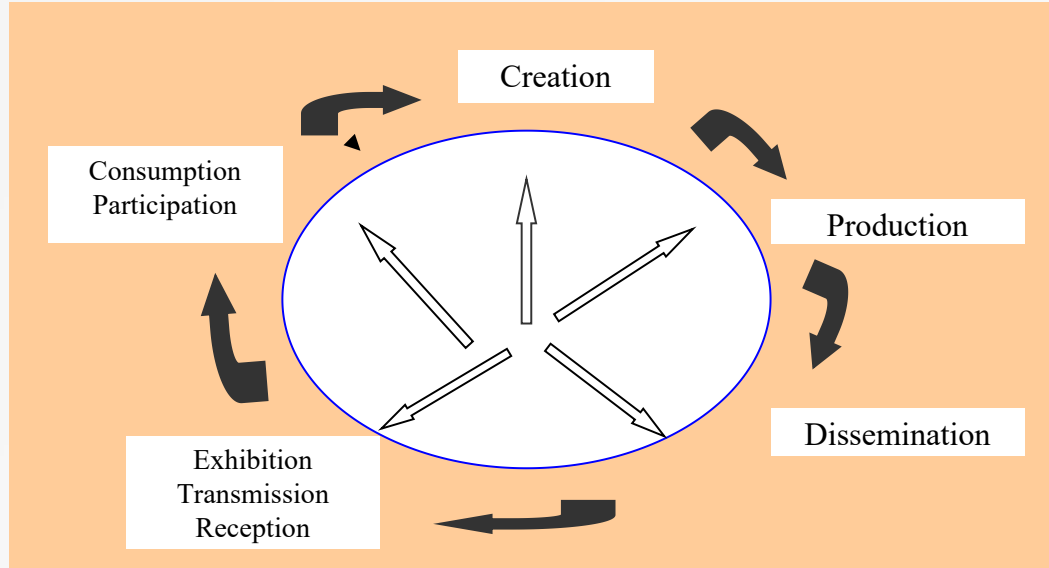
Designed by: Anasudin Shukri - anasudin@gmail.com

www.mscomalaysia.my

2



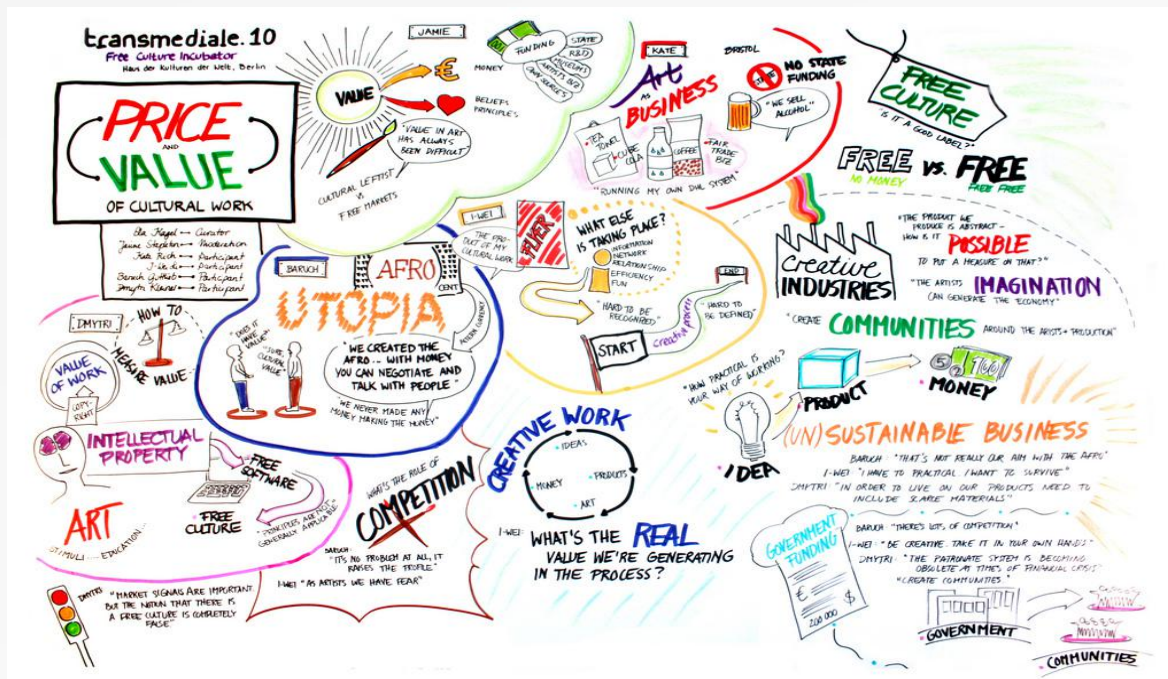
2. The Culture Circle (Unctad 2009)



3. The ESSnet-Culture Framework (2012)

- ✂ It does not prioritise any culture domain over the others
- ✂ It puts creation as the first feature at the root of cultural activities
- ✂ 10 domains, 6 functions, 4 variables

Τί προσφέρουν οι Πολιτιστικές και Δημιουργικές Βιομηχανίες



- Πλούτο
 - Θέσεις εργασίας
 - Ενίσχυση της τοπικής ανάπτυξης
- Θετικές επιδράσεις σε άλλους κλάδους (π.χ. τουρισμός, περιβάλλον)
 - Ποικιλία προϊόντων που αντανακλά κοινωνική ποικιλομορφία
 - Ποιότητα ζωής
 - Ενίσχυση της κοινωνικής συνοχής

The UK Creative Economy 2017

JOBS

The Creative Economy 2017

3.12 MILLION JOBS

1 IN 11

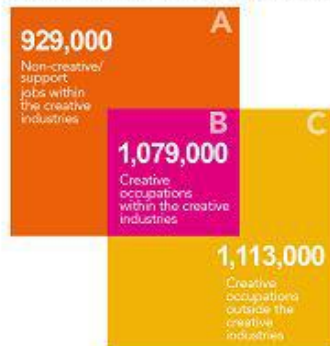
UK JOBS

80k

CREATIVE ECONOMY JOBS ADDED IN 2017

EMPLOYMENT

Employment in the UK creative economy 2017



Total 3.12m jobs in the UK creative economy

creative economy = A+B+C
creative industries = A+B

REGIONS

% of UK creative industries jobs by region 2017

Figures rounded to total 100%



www.thecreativeindustries.co.uk

Source: DCMS statistics, July 2018



Έρευνα McKinsey:

Πολιτισμός + Τουρισμός = ένας από τους πέντε κλάδους που μπορεί να στηρίξει ένα νέο παραγωγικό μοντέλο της Ελλάδας



Έρευνα Deloitte:

Κάθε 1 € που επενδύεται στον πολιτισμό επιστρέφει 3€ (spillover effects)

ΕΠΑνΕΚ 2014-2020
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ
ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ



Ιδιαιτερότητες του Τομέα



Ιδιαιτερότητες του τομέα

-**Αισθητή έλλειψη του «μεσαίου μεγέθους»** στην παραγωγική διαδικασία. Η αγορά κυριαρχείται από τη συνύπαρξη ενός πολύ μικρού αριθμού πολύ μεγάλων επιχειρήσεων και πολυάριθμων πολύ μικρών μονάδων που τις περισσότερες φορές εκπροσωπούνται από ένα μόνο άτομο και λειτουργούν με το πρότυπο της κάθετης παραγωγής

-**Κατακερματισμός της εθνικής αγοράς με έντονη την ατομική δημιουργική συμβολή**, την έλλειψη επαγγελματισμού και τους περιορισμένους οικονομικούς πόρους. Ανεξάρτητοι καλλιτέχνες και δημιουργοί, προϊόν ευπώλητο λόγω χρήσης της τεχνολογίας (μαζική παραγωγή, απευθείας διάθεσή, ελαχιστοποίηση του κόστους αναπαραγωγής και διανομής και ταχεία απόσβεση). Οι μεγάλες εταιρίες αποκομίζουν μεγάλα κέρδη, ενώ οι μικροί παραγωγοί και μεμονωμένοι καλλιτέχνες είναι σε θέση απλώς και μόνο να καλύψουν το κόστος της επένδυσης.

-**Η πιθανότητα αποτυχίας** σε οικονομικούς όρους είναι πολύ μεγάλη

-**Απουσία αυστηρών τυπικών μορφών σχέσεων εργασίας**. Η πιο συνηθισμένη μορφή είναι αυτή του 'project', όπου οι εργαζόμενοι λειτουργούν στο πλαίσιο ομάδας ή δικτύου, ως ελεύθεροι επαγγελματίες (freelancers) ή ως αυτοαπασχολούμενοι (selfemployed). Με την ολοκλήρωση του έργου, η ομάδα ή το δίκτυο διαλύεται.

-**Αυξημένη αδήλωτη εργασία**



Υψηλός βαθμός επιχειρηματικού κινδύνου (*nobody knows principle*)
Ακριβή παραγωγή, φθηνή αναπαραγωγή

**10 από τις 350 ταινίες που παράγονται στην Αμερική
και μόλις 1 στα 10 albums γίνονται hits**
**Λιγότερα από τα μισά περιοδικά βγάζουν τα έξοδά τους
και μόλις το 25% βγάζει κέρδος**

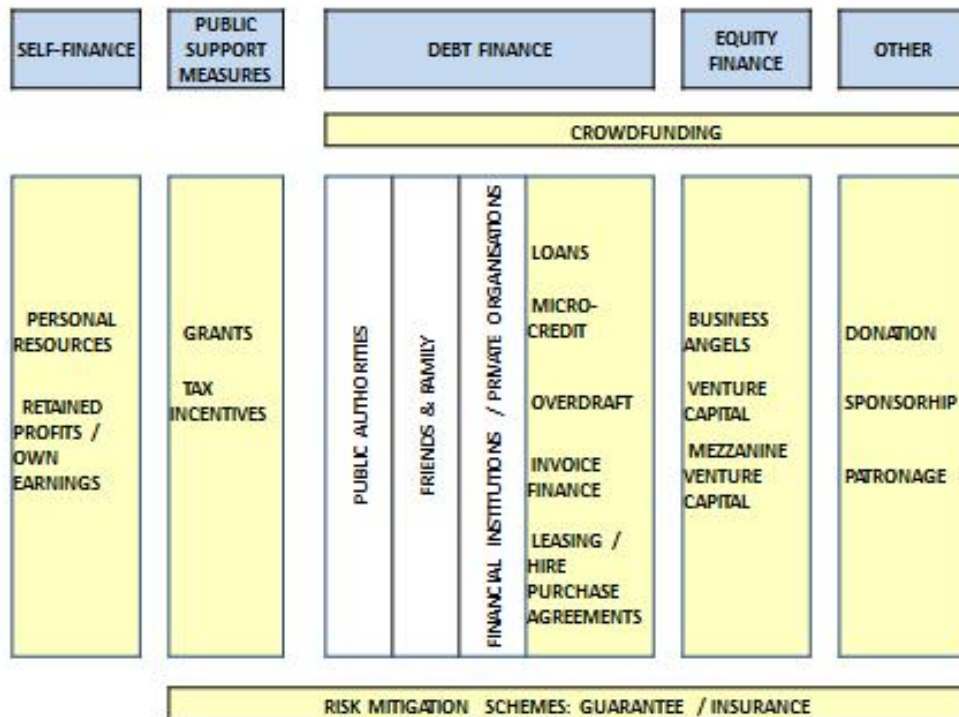
**Όμως, εκείνο το ένα που βγάζει, είναι ικανό να συντηρήσει τη
βιομηχανία**



Πηγές Χρηματοδότησης



- Ίδια Μέσα (FFF)
- Κράτος
- Χορηγίες/Δωρεές
- Ευρωπαϊκά/Διεθνή Προγράμματα
- Επενδυτές
 - Business Angels (επένδυση/διοίκηση, λιγότερες εγγυήσεις-μεγαλύτερο ρίσκο)
 - Venture Capital -Κεφάλαιο επιχειρηματικών συμμετοχών- ο επενδυτής αποκτά τμήμα του μετοχικού κεφαλαίου της εταιρείας ως αντάλλαγμα για την παροχή χρηματοδότησης
- Crowdfunding
- Χρηματοπιστωτικά ιδρύματα

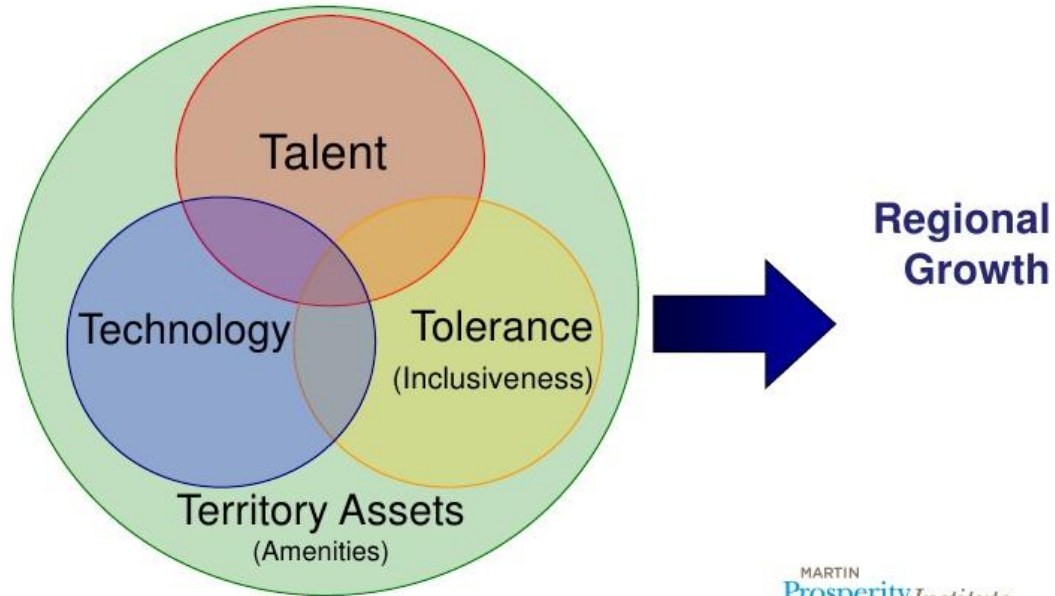


Προαπαιτούμενα για την ανάπτυξη της Δημιουργικής Οικονομίας: 4 T +1 (Florida 2002, Levickaité 2011)

1. Η τεχνολογία (**technology**), δηλαδή η εφαρμοσμένη ανθρώπινη γνώση,
2. Το ταλέντο (**talent**) και η ιδιαίτερη ταυτότητα, δηλαδή το ανθρώπινο κεφάλαιο,
3. Η ανεκτικότητα (**tolerance**), δηλαδή η άρση κάθε φυσικού ή άλλου εμποδίου μεταξύ κοινοτήτων, πόλεων και περιφερειών που περιορίζει ή αποθαρρύνει την πρόσβαση και τη συμμετοχή του πολίτη στην κοινωνία της γνώσης, της πληροφορίας και της καινοτομίας,
4. Η επιλογή του χώρου εγκατάστασης (**territory**) και
5. Ο πειραματισμός (**experimentation**) δηλαδή η εμπειρία από τη διαρκή εισαγωγή νέων ιδεών, προϊόντων και διαδικασιών παραγωγής.



The “Fourth T”



Προϋποθέσεις ανάπτυξης της πολιτιστικής βιομηχανίας

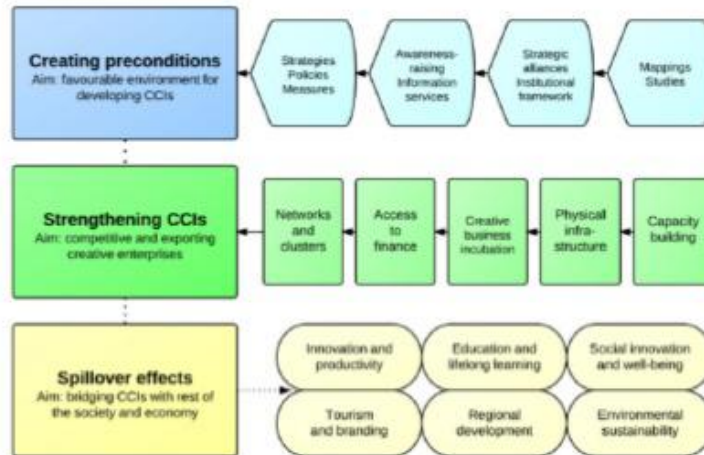
Τεχνολογική δυνατότητα μαζικής αναπαραγωγής έργων

- **Αύξηση του καταναλωτικού κοινού/της αγοραστικής του δύναμης**
 - **Οργάνωση της παραγωγής κατά τα πρότυπα της παραδοσιακής βιομηχανίας (οικονομία, διοίκηση)**
 - **Ανάπτυξη του νομικού πλαισίου περί πνευματικής ιδιοκτησίας ώστε να επιτρέπει την εκμετάλλευση των έργων με εντελώς νέους τρόπους και σε κλίμακα πολύ πλατύτερη από ό,τι στο παρελθόν (περισσότερα έργα προστατεύονται και για περισσότερο χρόνο)**
- **Πολιτικές διευκόλυνσης της πρόσβασης στη χρηματοδότηση**
- **Ανάπτυξη δεξιοτήτων (capacity building) των επαγγελματιών του πολιτισμού και της δημιουργικότητας**
- **Πολιτικές ενίσχυσης της εξωστρέφειας και πρόσβασης στην αγορά**
- **Προώθηση και ενίσχυση διατομεακών συνεργασιών**

Framework for local/regional development

Framework for developing Cultural and Creative Industries (CCIs)

EU OMC Working Group on CCIs, 2012





Βασικά σημεία της βρετανικής πολιτικής για την ανάπτυξη των Πολιτιστικών και Δημιουργικών Βιομηχανιών:

- Η **έγκαιρη διάγνωση** της δυναμικής των πολιτιστικών και δημιουργικών βιομηχανιών.
- Ο **συγκερασμός των δεδομένων της οικονομικής και πολιτικής πραγματικότητας** με την παράλληλη πρόταση λύσεων για τα κατά καιρούς ζητήματα που απασχόλησαν το χώρο των πολιτιστικών βιομηχανιών - κυρίως ως προς την τακτική επιχορηγήσεων και ιδιωτικών επενδύσεων.
- Ο **συνεχής στρατηγικός σχεδιασμός, η υλοποίηση του σχεδιασμού, ο έλεγχος και η αξιολόγησή του** με αποτέλεσμα να παρατηρούνται ανά δεκαετία συνεχείς βελτιώσεις στα σημεία που δημιουργούνται λειτουργικά και θεσμικά ζητήματα.
- Η **μέριμνα για περιφερειακή ανάπτυξη**, που ανεξαρτήτως αποτελέσματος, απασχόλησε και απασχολεί την εθνική πολιτιστική πολιτική.
- Οι **συνέργειες** μεταξύ των φορέων του δημοσίου, της τοπικής αυτοδιοίκησης και του ιδιωτικού τομέα.
- Οι **στοχευμένες πολεοδομικές παρεμβάσεις** και η συνεχής ανανέωση του αστικού πολιτιστικού τοπίου με έργα «ναυαρχίδες».
- Η **σύνδεση πολιτισμού - τουρισμού** και οι παρεμβάσεις προς την κατεύθυνση του πολιτιστικού τουρισμού.
- Οι **συνεχείς μελέτες και έρευνες** επί του θέματος που με πρωτοβουλία του ίδιου του κράτους διεξάγονται σε μόνιμη βάση.
- Η **Προστασία Πνευματικής Ιδιοκτησίας**

Προϋποθέσεις για την ανάπτυξη του Πολιτιστικού και Δημιουργικού Τομέα

1. Χαρτογράφηση – Δημιουργία θεσμικού πλαισίου – Σχεδιασμός πολιτικής
2. Ενίσχυση ικανοτήτων (capacity building) των εργαζομένων
3. Δημιουργία υποδομών (clusters, incubators, hubs, accelerators κλπ)
4. Δημιουργία και ενίσχυση χρηματοδοτικών εργαλείων
6. Πολιτικές διευκόλυνσης για την πρόσβαση στη χρηματοδότηση
5. Ενημέρωση και εκπαίδευση του τομέα (και των συνδεόμενων τομέων)
6. Δημιουργία Στοχευμένης Στρατηγικής για την Πολιτιστική Πολιτική

Στόχοι μιας πολιτικής ανάπτυξης του Πολιτιστικού και Δημιουργικού Τομέα

1. Η έμφαση στην εξωστρέφεια και η προβολή και προώθηση της σύγχρονης ελληνικής δημιουργίας
2. Η ενίσχυση της πολιτιστικής επιχειρηματικότητας, ιδίως της νεανικής, και των νεοφυών επιχειρήσεων (startups)
3. Η υποστήριξη της έρευνας και της καινοτομίας
4. Η δημιουργία ή ενίσχυση υφιστάμενων δομών για την αναβάθμιση της εκπαίδευσης των καλλιτεχνών και ανάπτυξης των δεξιοτήτων τους
5. Η ενίσχυση ολοκληρωμένων προγραμμάτων στον τομέα των ενεργητικών πολιτικών απασχόλησης
6. Η ενίσχυση των συνεργειών και της δικτύωσης μεταξύ των φορέων αλλά και η ανάπτυξη συνεργειών της σύγχρονης δημιουργίας με την πολιτιστική κληρονομιά.





Κατευθύνσεις

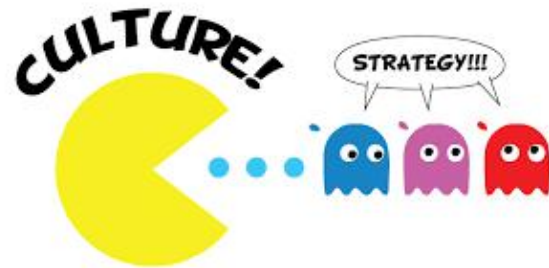
μιας εθνικής στρατηγικής για τον

Πολιτιστικό και Δημιουργικό Τομέα:

- παροχή ισχυρών **κινήτρων** για την **προσέλκυση επενδυτικών κεφαλαίων**.
- παροχή επαρκούς υποδομής για την **αξιοποίηση των πλεονεκτημάτων της ψηφιακής τεχνολογίας** και των εφαρμογών της.
- παροχή κινήτρων για την **ανάδειξη του επιχειρηματικού ταλέντου** μέσω της εκπαίδευσης και της κοινωνικής αναγνώρισης του **«πολιτιστικού επιχειρείν»**.
- **χάραξη πολιτιστικής πολιτικής** με γνώμονα την **εξωστρέφεια** της οικονομίας, δίνοντας έμφαση στον εκσυγχρονισμό και την απλοποίηση της πολιτικής για την προώθηση των εξαγωγών.
- **θέσπιση και αξιόπιστη εφαρμογή του ρυθμιστικού/κανονιστικού πλαισίου** λειτουργίας στον πολιτιστικό και δημιουργικό τομέα της νέας οικονομίας (νομική προστασία των πνευματικών δικαιωμάτων, ίση φορολογική μεταχείριση, ρύθμιση των σχέσεων εργασίας).
- **Αξιοποίηση και συμπληρωματικότητα με νέα χρηματοδοτικά εργαλεία** (πχ ευρωπαϊκά προγράμματα, crowdfunding κλπ).

Culture eats strategy for breakfast.

- Peter Drucker



Μετρήσεις -Χαρτογραφίες



Οι Πολιτιστικές & Δημιουργικές Βιομηχανίες ανά ήπειρο

Big in the north: CCI strongpoints**

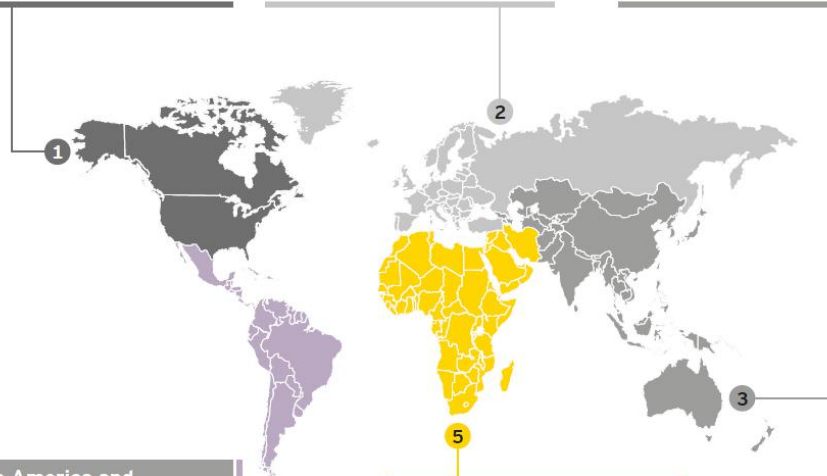
North America
US\$620b | **4.7m**
revenue | jobs
3.3% of regional GDP

Europe
US\$709b | **7.7m**
revenue | jobs
3% of regional GDP

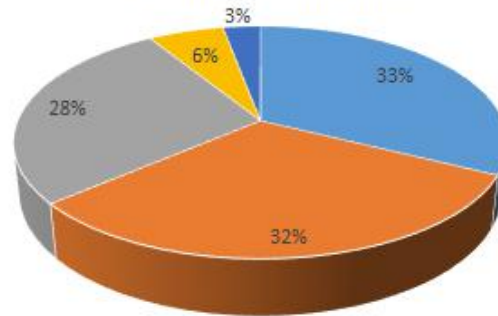
APAC
US\$743b | **12.7m**
revenue | jobs
3% of regional GDP

Latin America and the Caribbean
US\$124b | **1.9m**
revenue | jobs
2.2% of regional GDP

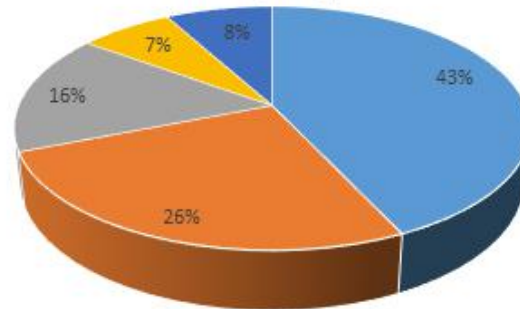
Africa and the Middle East
US\$58b | **2.4m**
revenue | jobs
1.1% of regional GDP



Cultural and Creative Industries Revenues by Region



Jobs by Region



■ Asia Pacific ■ Europe ■ North America ■ Latin America ■ Africa/Middle East

Ο Πολιτιστικός και Δημιουργικός Τομέας στην ΕΕ

-Συνεισφέρει το 4,5% του **ΑΕΠ** της ΕΕ-28

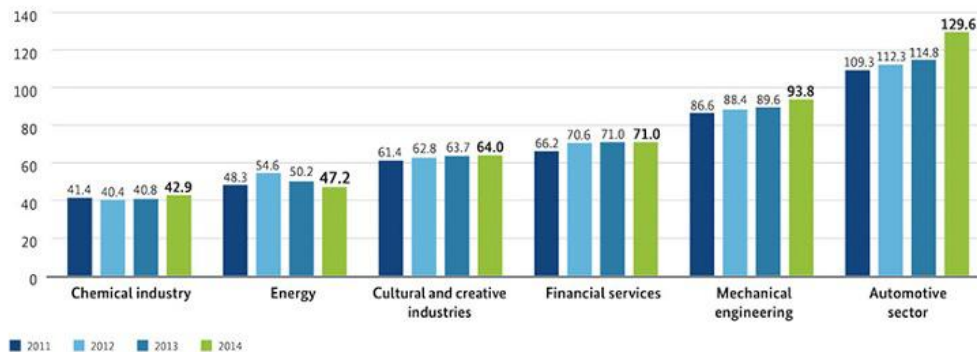
-Αντιπροσωπεύει το 4% της απασχόλησης που αντιστοιχεί σε 8,5 εκατ. θέσεις εργασίας – χωρίς να συνεκτιμώνται οι δευτερογενείς επιδράσεις σε άλλους τομείς.

-Η Ευρώπη είναι, παγκοσμίως ο κορυφαίος εξαγωγέας προϊόντων του δημιουργικού τομέα.



Σύγκριση του Πολιτιστικού και Δημιουργικού Τομέα με άλλους Παραγωγικούς Φορείς

(in bn euros)



Aid to interpretation: Gross value added in the cultural and creative industries amounted to €64 billion in 2014. This is less than the comparative figures for mechanical engineering or the automotive sector, but more than for those for the chemical industry and the energy industry.

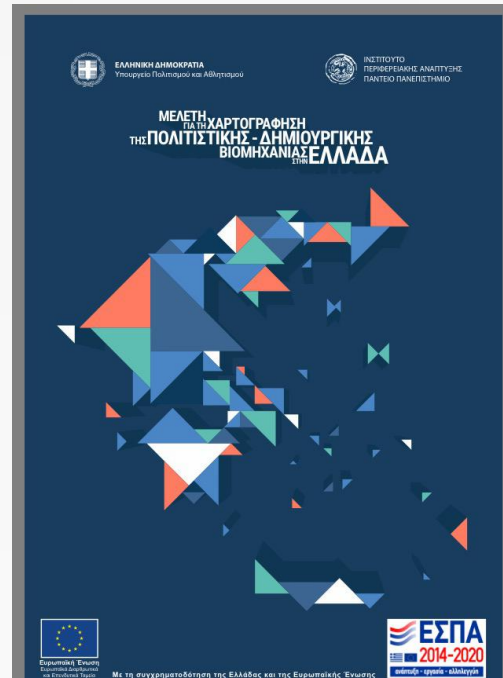
Additional information: The term 'cultural and creative industries' is used to refer to the activities defined by the following two-digit codes from the 2008 Classification of Economic Activities: 58, 59-60, 73, 90-92. Deviations from figures published in the preceding year are due to corrections in the national accounts.

Περιορισμοί των μετρήσεων

- Έλλειψη συναίνεσης ως προς το ποιες βιομηχανίες πρέπει να περιλαμβάνονται
 - Ελλείψεις στατιστικών στοιχείων (δυσκολίες κωδικοποίησης, μετακινούμενοι ή/και αφανείς «πληθυσμοί», μη εναρμονισμένα στοιχεία)
 - Δυσκολία αποτύπωσης της μη οικονομικής αξίας



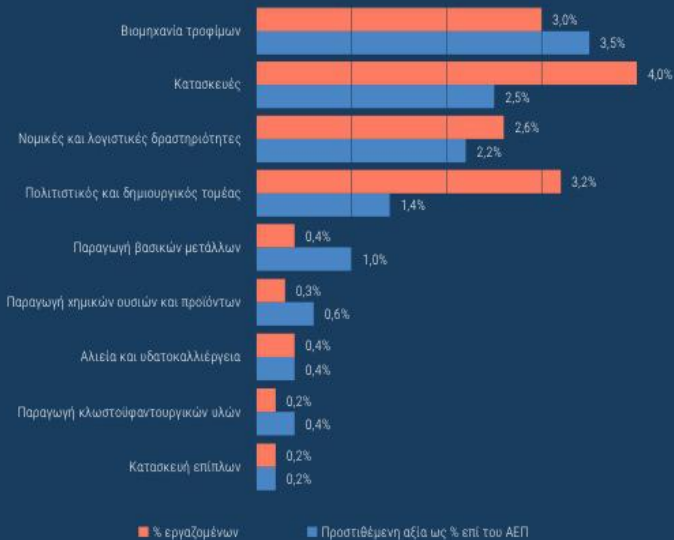
- Η μελέτη «Χαρτογράφηση του Πολιτιστικού και Δημιουργικού Τομέα στην Ελλάδα» ανατέθηκε από το ΥΠΠΟ στο Ινστιτούτο Περιφερειακής Ανάπτυξης
- Δύο σκέλη: Εθνικό και Περιφερειακό
- Δεδομένα, Μητρώο Επιχειρήσεων ΕΛΣΤΑΤ, Structural Business Statistics, Eurostat (2008-2014)





1

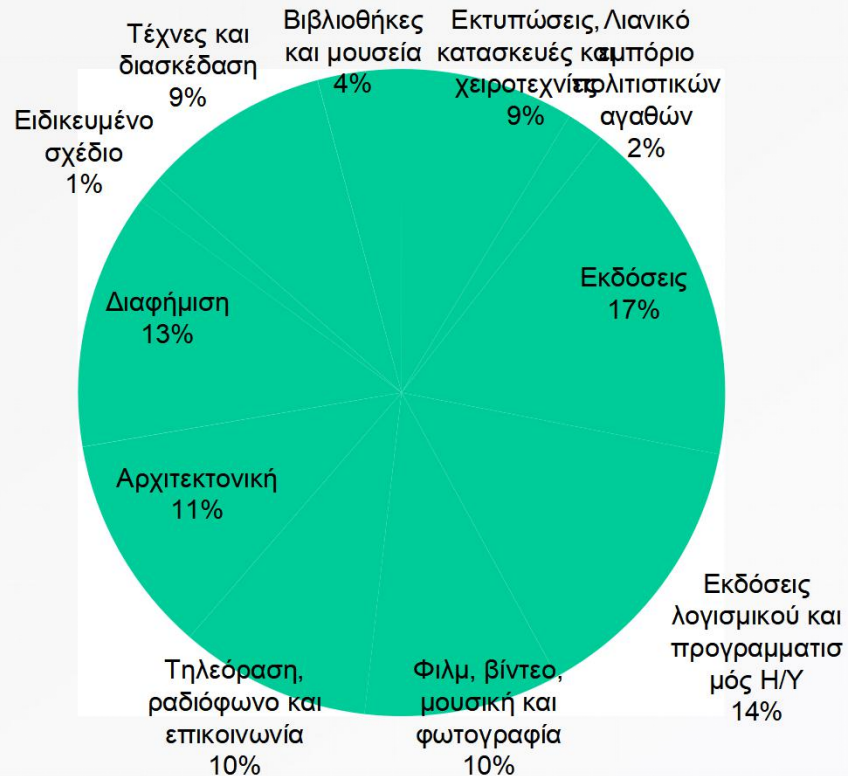
Βασικά μεγέθη επιλεγμένων κλάδων της ελληνικής οικονομίας, 2014

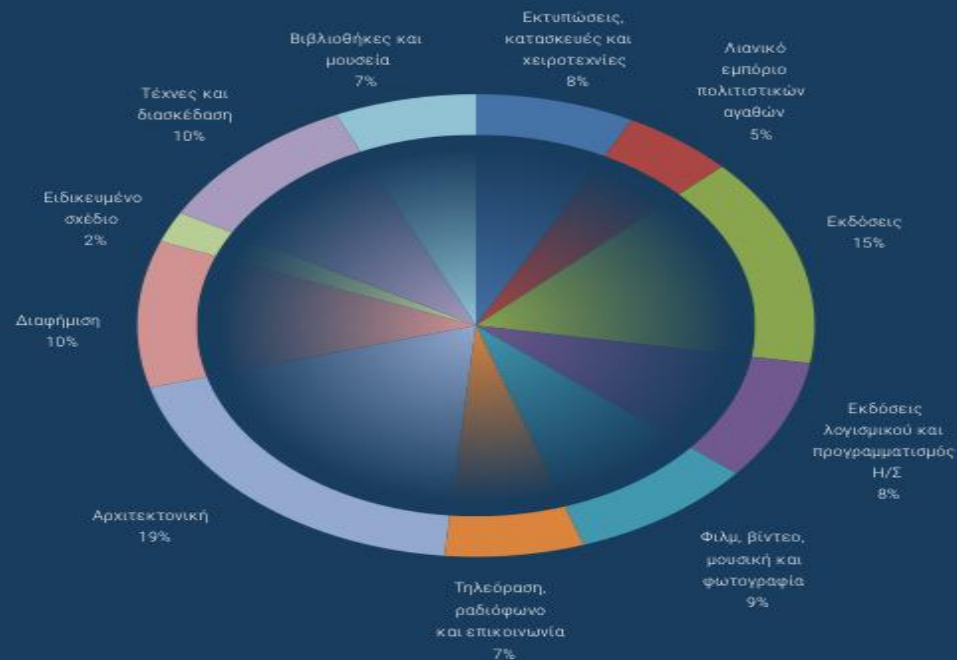


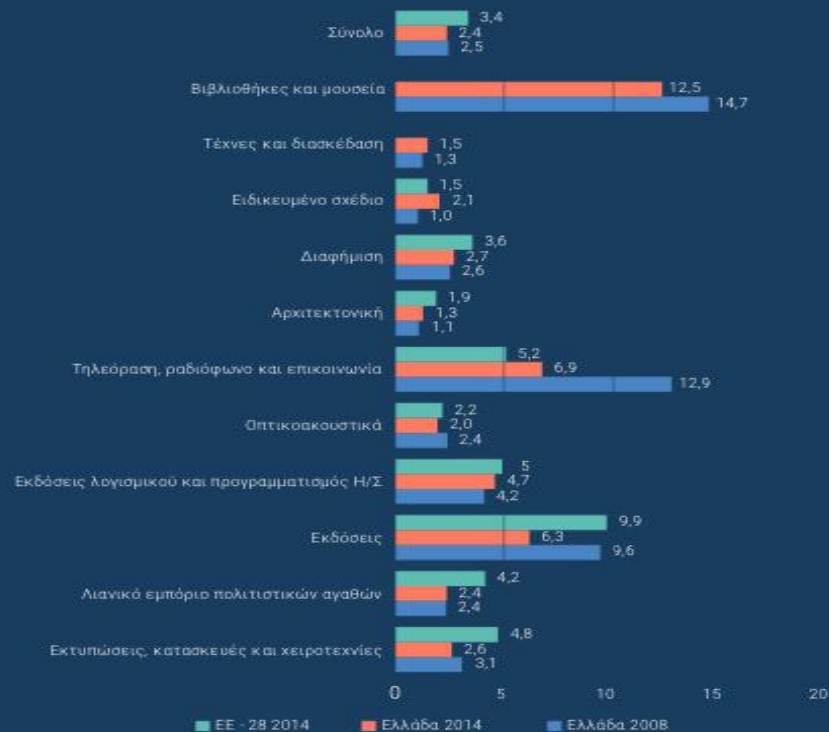
Πηγή: Eurostat, ΕΛΣΤΑΤ, ΥΠΠΟΑ

ΤΟΜΕΙΣ	Εργαζόμενοι			Προστιθέμενη αξία		
	Αριθμός εργαζομένων 2014	Μεταβολή 2008-14	Μεταβολή 2013-14	Π.Α. (σε εκατ. €) 2014	Μεταβολή 2008-14	Μεταβολή 2013-14
Εκτυπώσεις, κατασκευές και χειροτεχνίες	8.428	-36,80%	-7,00%	184,45	-36,50%	6,80%
Λιανικό εμπόριο πολιτιστικών αγαθών	5.909	-16,40%	5,80%	39,75	-56,70%	-11,20%
Εκδόσεις	16.224	-39,20%	1,30%	371,7	-52,30%	4,10%
Εκδόσεις λογισμικού και προγραμματισμός Η/Υ	9.337	0,50%	3,50%	296,85	-30,20%	16,80%
Οπτικοακουστικά	9.746	-32,20%	0,70%	208,1	-57,90%	54,80%
Τηλεόραση, ραδιόφωνο και επικοινωνία	7.357	-53,80%	15,20%	202,7	-71,00%	15,70%
Αρχιτεκτονική	21.223	-27,70%	-0,10%	232,6	-77,20%	-15,70%
Διαφήμιση	11.370	-9,60%	-3,90%	271,2	-39,20%	3,90%
Ειδικευμένο σχέδιο	2.394	-0,20%	0,10%	29,3	-47,60%	27,90%
Τέχνες και διασκέδαση	11.200	-11,10%	-10,40%	198,6	-40,90%	-6,70%
Βιβλιοθήκες και μουσεία	7.500	-43,60%	15,40%	88,8	-2,60%	16,80%
Σύνολο	110.688	-29,50%	0,40%	2124,1	-55,10%	6,90%

Μερίδια ΚΠΔ στην προστιθέμενη αξία του πολιτιστικού και δημιουργικού τομέα, Ελλάδα, 2014

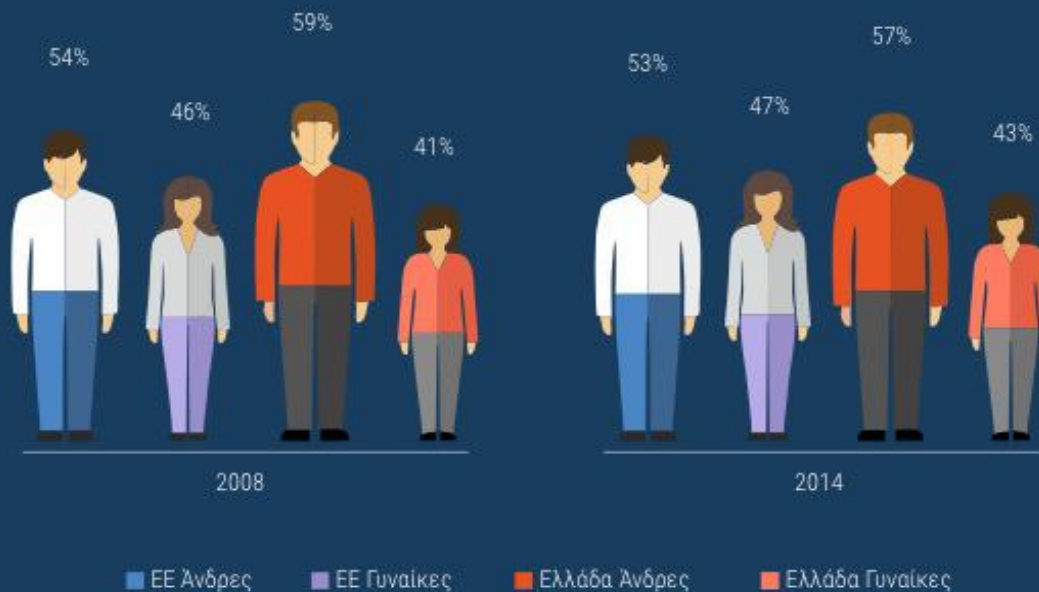


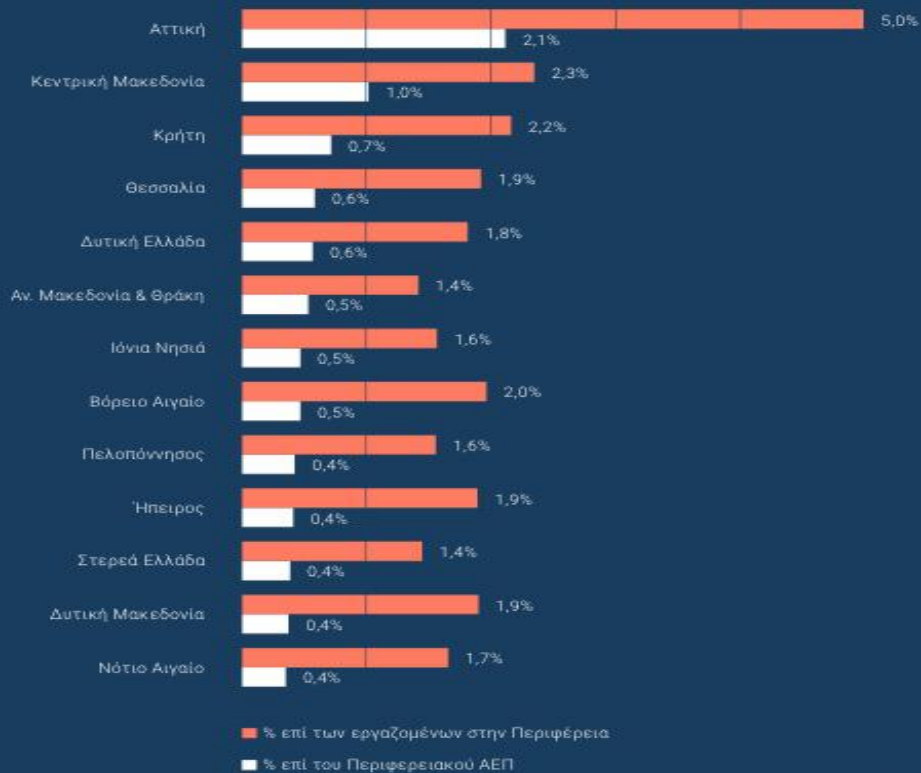


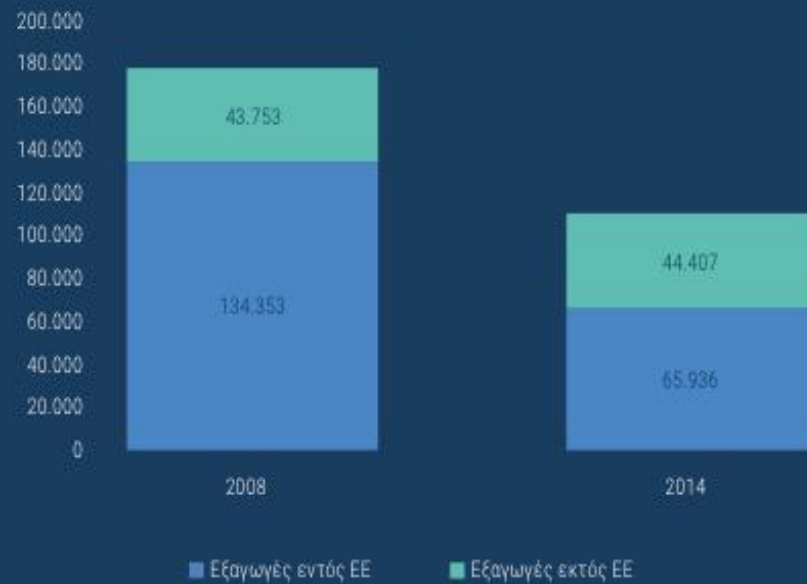


Πηγή: Eurostat, ΕΛΣΤΑΤ, ΥΠΠΟΑ.

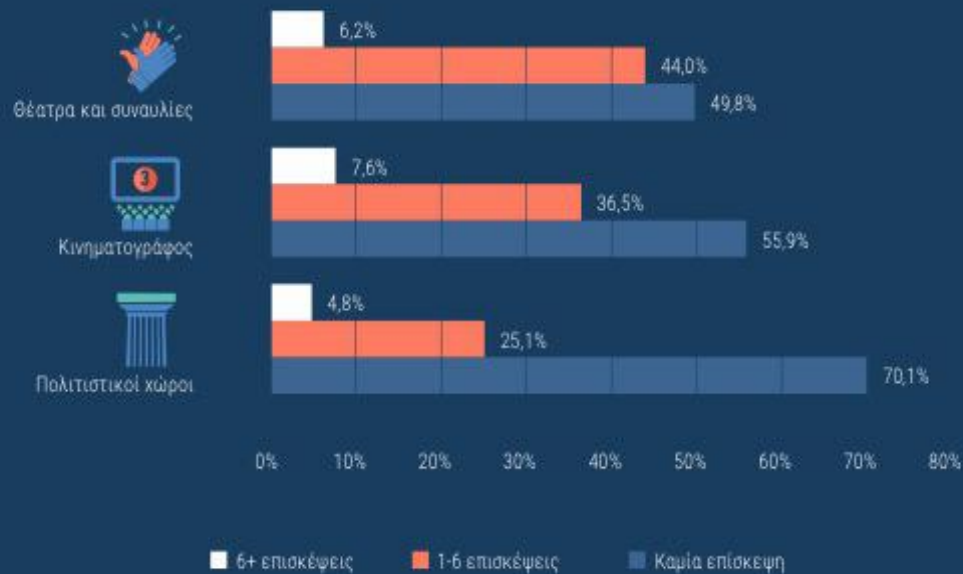
Σημ.: Για τους κλάδους «Τέχνες και διασκέδαση» και «Βιβλιοθήκες και μουσεία» δεν υπάρχουν επαρκή στοιχεία για ΕΕ-28.







Συχνότητα επίσκεψης σε πολιτιστικούς χώρους, κινηματογράφους, θέατρα και συναυλίες στην Ελλάδα, 2007 και 2011





Στοιχεία για το θέατρο και τον χορό στην Ελλάδα, 2015

5.000 Ήθοποιοι	40 Θέατρα σκηνών
1.254 Σκηνοθέτες θεάτρου, κινηματογράφου και τηλεόρασης	400 Λυρικοί τραγουδιστές
375 Θεατρικοί συγγραφείς, μουσικοί και μεταφραστές	2.000 Τεχνικοί κινηματογράφου/θεάτρου ¹
400 Χορευτές	684 Σχολές θεάτρου, χορού και ιωδεία
110 Χορογράφοι	55.142 Μαθήτες σχολών
34 Έργα σύγχρονου χορού	377 Θεατρικές σκηνές
	1.542 Θεατρικές παραστάσεις*

Πηγή: Παρελμένα Οργανισμό Θεάματος Αεροστατος, Εταιρεία Ελλήνων Σκηνοθετών, Εταιρεία Ελλήνων Θεατρικών Συγγραφέων, Μουσικών και Μεταφραστών, Σωματείο Ελλήνων Χορογράφων, athena.gr.
*Στοιχεία μόνο για Αττική



Στοιχεία για την ελληνική κινηματογραφική παραγωγή και τους κινηματογράφους, 2015

31 Εγκώριες ταινίες και ντοκιμαντέρ (2016)
151 Εγκώριες εταιρείες παραγωγής κινηματογραφικών ταινιών και τηλεοπτικών προγραμμάτων (2011)
190 Σκηνοθέτες και παραγωγοί (μέλη ΕΣΠΕΚ και ΣΑΠΟΕ)
294 Κινηματογράφοι
2,7 ανά 100.000 κατοίκους
495 Θρόνες προβολής
4,6 ανά 100.000 κατοίκους
53 Κινηματογραφικές λέσχες

Πηγή: Ελληνικό Κέντρο Κινηματογράφου, ΕΣΠΕΚ, ΣΑΠΟΕ



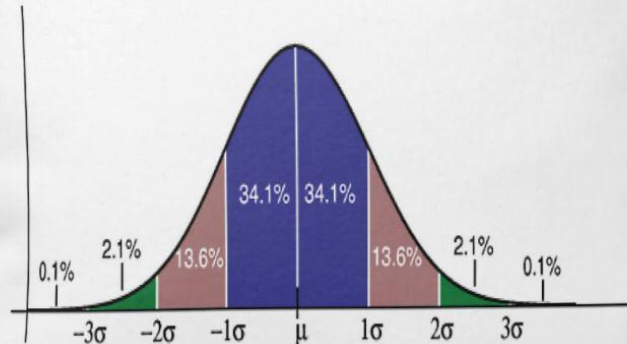
Στοιχεία για τη μουσική παραγωγή στην Ελλάδα

1.734.530 Μουσικά έργα στο αρχείο της ΑΕΠΙ, 2014
13.718 Στιχουργοί και συνθέτες (Μέλη ΑΕΠΙ, 2014)
1.313 Τραγουδιστές (Μέλη Ερατώ, 2015)
1.426 Μουσικοί (Μέλη Απόλλων, 2012)
71 Δισκογραφικές εταιρείες (μέλη GRAMMO, 2015)

¹ Οι τεχνικοί περιλαμβάνουν και όλες τις δημιουργικές ειδικότητες του χώρου εκτός των σκηνοθετών (π.χ. διευθυντές φωτογραφίας, σκηνογράφοι, μοντέρ, σκηνογράφοι, ενδυματολόγοι κ.λπ.)

ΣΤΑΧΟΔ	Κλάδοι Πολιτισμού και Δημιουργικότητας	Βαρύτητα στη μελέτη	ESSNet-Culture
	Εκτιμώσεις, κατασκευές και χειροτεχνίες		
1812	Άλλες εκπαιδευτικές δραστηριότητες	50%	εκτός
1813	Υπηρεσίες προεξόφησης και προεγγραφής μέσων	50%	εκτός
1814	Βιβλιοδετικές και συναφείς δραστηριότητες	50%	εκτός
1820	Αναπαραγωγή προεγγεγραμμένων μέσων	50%	εκτός
3212	Κατασκευή κοσμημάτων και συναφών ειδών	100%	εκτός
3213	Κατασκευή κοσμημάτων απομίμησης και συναφών ειδών	50%	εκτός
3220	Κατασκευή μουσικών οργάνων	100%	εκτός
3240	Κατασκευή παιχνιδιών κάθε είδους	50%	εκτός
	Λιανικό εμπόριο πολιτιστικών αγαθών		
4761	Λιανικό εμπόριο βιβλίων σε ειδικευμένα καταστήματα	50%	μερικώς
4763	Λιανικό εμπόριο εγγράφων μουσικής και εικόνας σε ειδικευμένα καταστήματα	50%	μερικώς
7722	Ενοίκιο βιντεοκασετών και δίσκων	50%	μερικώς
	Εκδόσεις		
5811	Έκδοση βιβλίων	100%	πλήρως
5813	Έκδοση εφημερίδων	100%	πλήρως
5814	Έκδοση περιοδικών κάθε είδους	100%	πλήρως
5819	Άλλες εκδοτικές δραστηριότητες	100%	εκτός
	Εκδόσεις λογισμικού και προγραμματισμός Η/Υ		
5821	Έκδοση παιχνιδιών για ηλεκτρονικούς υπολογιστές	100%	πλήρως
5829	Έκδοση άλλου λογισμικού	100%	εκτός
6201	Δραστηριότητες προγραμματισμού ηλεκτρονικών συστημάτων	50%	εκτός
	Οπτικοακουστικά		
5911	Δραστηριότητες παραγωγής κινηματογραφικών ταινιών, βίντεο και τηλεοπτικών προγραμμάτων	100%	πλήρως
5912	Δραστηριότητες συνοδευτικές της παραγωγής κινηματογραφικών ταινιών, βίντεο και τηλεοπτικών προγραμμάτων	100%	πλήρως
5913	Δραστηριότητες διανομής κινηματογραφικών ταινιών, βίντεο και τηλεοπτικών προγραμμάτων	100%	πλήρως
5914	Δραστηριότητες προβολής κινηματογραφικών ταινιών	100%	πλήρως
5920	Ηχογραφήσεις και μουσικές εκδόσεις	100%	πλήρως
7420	Φωτογραφικές δραστηριότητες	100%	μερικώς
	Τηλεόραση, ραδιόφωνο και επικοινωνία		
6020	Τηλεοπτικός προγραμματισμός και τηλεοπτικές εκπομπές	100%	πλήρως
6201	Δραστηριότητες προγραμματισμού ηλεκτρονικών συστημάτων	100%	πλήρως
6312	Δικτυακές πύλες	100%	πλήρως
6391	Δραστηριότητες πρακτορείων ειδήσεων	100%	πλήρως
	Αρχιτεκτονική		
7111	Δραστηριότητες αρχιτεκτόνων	100%	πλήρως
	Διαφήμιση		
7311	Διαφημιστικά γραφεία	100%	μερικώς
	Ειδικευμένο σκέδιο		
7410	Δραστηριότητες ειδικευμένου σκεδίου	100%	πλήρως
	Τέχνες και διασκέδαση		
90	Δημιουργικές δραστηριότητες, τέχνες και διασκέδαση	100%	πλήρως
	Βιβλιοθήκες και μουσεία		
91	Δραστηριότητες βιβλιοθηκών, αρχειοφυλακείων, μουσείων και λοιπών πολιτιστικές δραστηριότητες	100%	πλήρως

STATISTICS



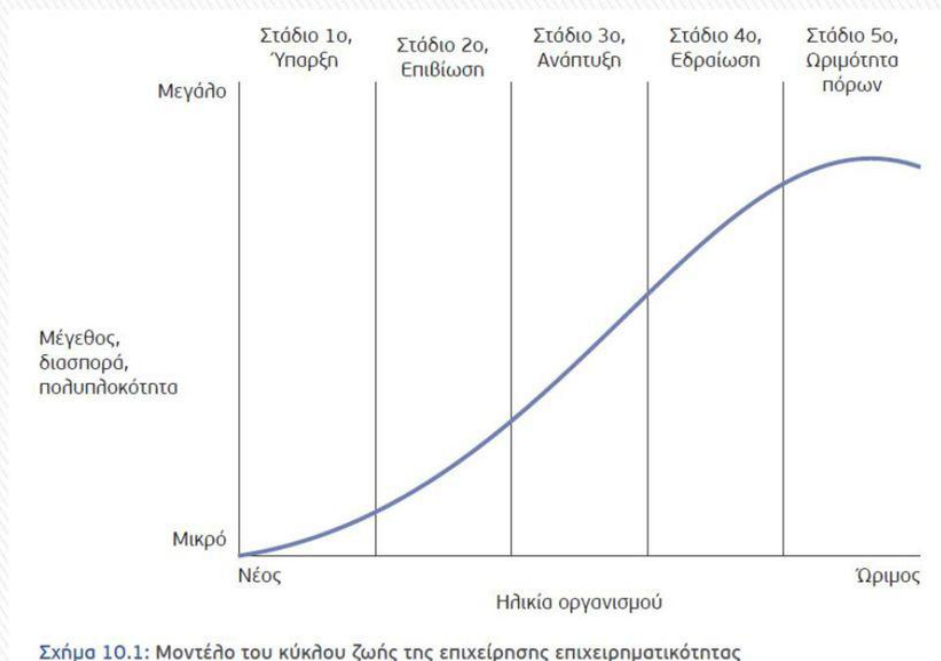
**IF YOU TORTURE THE NUMBERS
LONG ENOUGH,
YOU CAN GET THEM TO SAY ANYTHING**

© WORDS & UNWORDS

Ζ. Εταιρικές Μορφές Οργάνωσης



Μοντέλα σταδίων



Σχήμα 10.1: Μοντέλο του κύκλου ζωής της επιχείρησης επιχειρηματικότητας

Επιλογή νομικής μορφής επιχείρησης

- Ατομική επιχείρηση
 - ευέλικτη και απλή μορφή
 - δεν απαιτείται σημαντικό κεφάλαιο για την ίδρυση της
 - δεν απαιτείται να δημοσιεύονται λογιστικές καταστάσεις
 - έχει πολύ περιορισμένες οικονομικές δυνατότητες και δυνατότητες ανάπτυξης
 - δεν έχει καμία προστασία σε περίπτωση αποτυχίας
- Ομόρρυθμη εταιρεία (Ο.Ε.)
 - δεν απαιτείται η τήρηση πολύπλοκων βιβλίων.
 - οι εταίροι είναι συνυπεύθυνοι / αρκετά υψηλή πιστοληπτική ικανότητα εταιρίας
 - σχετικά χαμηλός συντελεστής φορολόγησης
 - οι εταίροι της ομόρρυθμης εταιρείας ευθύνονται με ολόκληρη την περιουσία τους
 - με τη λύση της εταιρείας δεν παύει η ευθύνη τους
 - λάθος κάποιου εταίρου μπορεί να έχει επιπτώσεις στην περιουσία των υπολοίπων
- Ετερόρρυθμη εταιρεία (Ε.Ε.)
 - τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα για τους ομόρρυθμους εταίρους της Ε.Ε. είναι τα ίδια με τα πλεονεκτήματα της Ο.Ε.
 - οι ετερόρρυθμοι εταίροι έχουν περιορισμένη ευθύνη
 - οι ετερόρρυθμοι εταίροι δεν έχουν τη δυνατότητα να συμμετάσχουν στη διαχείριση της εταιρείας

Επιλογή νομικής μορφής επιχείρησης

- Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης (Ε.Π.Ε.)
 - σχετικά εύκολη ίδρυση.
 - σχετικά μικρό κεφάλαιο για την ίδρυση
 - η ευθύνη των εταίρων είναι περιορισμένη
 - υπάρχει δυνατότητα συγκέντρωσης μεγαλύτερου κεφαλαίου
 - είναι πιο εύκολη η χρηματοδότηση από πιστωτικά ιδρύματα
 - απαιτείται να δημοσιεύονται λογιστικές καταστάσεις
 - υπόκειται σε αυστηρές νομικές, λειτουργικές και φορολογικές διατυπώσεις
- Ανώνυμη Εταιρεία (Α.Ε.)
 - δυνατότητα συγκέντρωσης μεγαλύτερου κεφαλαίου
 - μεγάλη δυνατότητα προσέλκυσης δανειακών κεφαλαίων
 - δυνατότητα εισαγωγής στο Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών
 - η ευθύνη είναι της εταιρίας όχι των εταίρων
 - οι μετοχές διαβιβάζονται εύκολα
 - υπάρχει επίσημη δομή και οργανόγραμμα
 - υψηλό κόστος έναρξης
 - απαιτείται μεγάλο αρχικό μετοχικό κεφάλαιο
 - αυστηρές νομικές και λειτουργικές διατυπώσεις
 - απαιτείται να δημοσιεύονται λογιστικές καταστάσεις
- Ιδιωτική Κεφαλαιουχική Εταιρεία (Ι.Κ.Ε.)
 - χαμηλό κόστος έναρξης
 - χαμηλό αρχικό κεφάλαιο
 - η ευθύνη είναι της εταιρίας όχι των εταίρων
 - εξαίρεση ο εταίρος που συμμετέχει με εγγυητική εισφορά που έχει ευθύνη μέχρι του ύψους της εισφοράς του

Γενικά οι ΑΜΚΕ και οι ΚΟΙΝΣΕΠ μπορούν να υιοθετηθούν ως νομικές μορφές από μια κοινωνική επιχείρηση.

- Οι ΑΜΚΕ είναι προτιμότερες όταν υπερτερεί ο κοινωνικός του οικονομικού σκοπού (βλ. μικρότερη εμπορική δραστηριότητα), είναι μικρός και σταθερός ο αριθμός των εταίρων και δεν μεταβάλλεται συχνά, δεν ενοχλεί η απεριόριστη ευθύνη των εταίρων, δεν ενδιαφέρει η πραγματοποίηση και η διανομή τυχόν κερδών και δεν ενδιαφέρει η ρητή δέσμευση στη δημοκρατική διοίκηση της εταιρίας. Οι εταίροι μιας ΑΜΚΕ μπορούν να αμειφθούν για συγκεκριμένη εργασία που παρέχουν, αλλά δεν μπορούν να πάρουν μέρος από τα κέρδη με την ιδιότητά τους ως εταίροι.
- Οι ΚΟΙΝΣΕΠ είναι προτιμότερες όταν προβλέπεται ταυτόχρονη επιδίωξη κοινωνικού και οικονομικού σκοπού (μεγαλύτερη ένταξη στην αγορά στην εξασφάλιση εσόδων), ενδιαφέρει η δραστηριοποίηση σε πολλαπλές οικονομικές δραστηριότητες, υπάρχει δέσμευση στη συλλογική διάσταση, επιτρέπεται με σχετική ευκολία η αλλαγή της σύνθεσης των μελών, υπάρχει δέσμευση στη δημοκρατική διοίκηση, ενδιαφέρει η περιορισμένη διανομή κερδών στους/στις εργαζόμενους/ες.
- Πολλές ΜΚΟ υιοθετούν τη νομική μορφή της ΑΜΚΕ, αλλά κάθε ΜΚΟ δεν είναι ΑΜΚΕ όπως και κάθε ΑΜΚΕ δεν είναι ΜΚΟ. Οι ΜΚΟ, για τις οποίες τώρα προωθείται θεσμικό πλαίσιο στην Ελλάδα, είναι μια μορφή οργανώσεων που τονίζουν την αυτοτέλειά τους από το κράτος και θεωρητικά έχουν έντονη στόχευση στην κοινωνική ωφέλεια (συνηγορία για τα δικαιώματα μειονοτήτων, αποκλεισμένων ομάδων, κοινωνική φροντίδα, προστασία περιβάλλοντος, κ.λπ.).

Νέες Μορφές Οργάνωσης

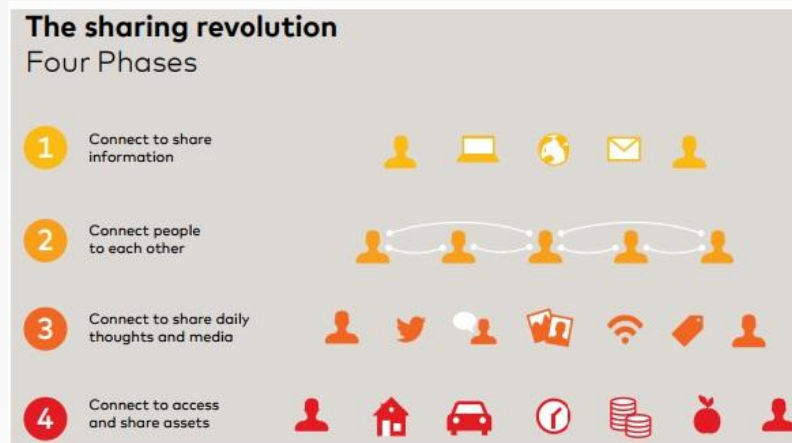


CoWorking



Κυρίαρχοι νεοεισερχόμενοι όροι στη νέα αυτή εποχή αποτελούν η **οικονομία διαμοιρασμού** (sharing economy), η **ανοιχτή καινοτομία** (open Innovation), ο **ανοιχτός σχεδιασμός** (open design), η **δημιουργική οικονομία** (Howkins,2001), η **αλληλοκάλυψη αναγκών από ιδιώτες** (crowd sourcing) και η **αλληλοεκπαίδευση** (peer to peer). Επίσης με την εκδημοκράτιση των τεχνολογικών μέσων παρατηρούμε σαφή τάση προς τη **τηλεργασία** αλλά και **άνοδο των ελεύθερων επαγγελματιών** και των **νεοφυών επιχειρήσεων** (startups). Επίσης εντοπίζουμε ένα **νέο εργασιακό τοπίο**, έντονα ανασφαλές για τους ελεύθερους επαγγελματίες.

Σε αυτό το πλαίσιο λοιπόν εμφανίζονται **οι συνεργατικοί χώροι εργασίας** (co-working spaces) στις διάφορες μορφές και παραλλαγές τους αποτελώντας την εφαρμογή της οικονομίας διαμοιρασμού στους εργασιακούς χώρους



Συνεργατικοί Χώροι

Δημιουργήθηκαν και από την ανάγκη που προέκυψε σε μια παγκοσμιοποιημένη κοινωνία για παραγωγή κοινοτόμων προϊόντων, υπηρεσιών και διαδικασιών, που μπορούν να αξιοποιηθούν ακόμη και από επιχειρήσεις ή οργανισμούς που δεν ανήκουν στον πολιτιστικό και δημιουργικό τομέα, με παράλληλη εξοικονόμηση πόρων, χώρων, τεχνολογικών μέσων και εργατικού δυναμικού.

Botsman, R., & Roger

New York, NY: Collins.



Οι συνεργατικοί χώροι εργασίας (co-working spaces) είναι **κοινόχρηστοι χώροι εργασίας**, οι οποίοι χρησιμοποιούνται από διαφορετικές κατηγορίες επαγγελματιών, της δημιουργικής οικονομίας κατά κύριο λόγο, ελεύθερους επαγγελματίες και μικρές επιχειρήσεις.

Πρακτικά αποτελούν πλήρεις γραφειακές εγκαταστάσεις με δυνατότητα ευέλικτης ενοικίασης σχεδιασμένες έτσι ώστε να ωθούν στην αλληλεπίδραση και τη συνεργασία μεταξύ των χρηστών. Επίσης στη λογική της συνεχούς εξέλιξης των μελών τους προσφέρουν συμπληρωματικές υπηρεσίες λειτουργίας και ανάπτυξης των επιχειρήσεων αλλά και πλήθος σεμιναρίων και εκδηλώσεων δικτύωσης και καινοτομίας (hackathons, innovation events). Ένας πολύ ενδιαφέρον ορισμός είναι αυτός που αναφέρει η Nina Pohler (2013): **οι συνεργατικοί χώροι εργασίας είναι το αποτέλεσμα της ανάγκης για στρατηγικές οι οποίες θα αντιμετωπίσουν το ρίσκο και τα προβλήματα των νέων μορφών ευέλικτης εργασίας**. Ως εκ τούτου, ο ορισμός των συνεργατικών χώρων προκύπτει από τις ανάγκες του κοινού που καλύπτει.

WHAT IS A HACKATHON?



1 CUP
INNOVATION



5 CUPS
TECHNOLOGY



1 BIG HANDFUL
EXCITEMENT



1,000 TEASPOONS
FRIENDSHIP



A PINCH OF
EMPOWERMENT

Τρία είδη συνεργατικών σχημάτων εντοπίζονται κάτω από τον όρο co-working :

- ✓ **έντασης κόστους** που βασίζεται απλά στη λογική του διαμοιρασμού των πόρων και μειώνει τα λειτουργικά κόστη των μελών
- ✓ **έντασης πόρων** όπου τα μέλη αναζητούν νέους πόρους γνώσης και καινοτομίας και παρατηρούμε μία δυαδική επικοινωνία
- ✓ **έντασης συνεργατικών σχέσεων** όπου το ζητούμενο είναι η αλληλεπίδραση και η συνεργασία μεταξύ των μελών και η βιωσιμότητα της κοινότητας



BENEFITS OF COWORKING

Of course you already have a home office.

ΤΡΙΤΟΙ ΤΟΠΟΙ Εργασίας

-κατ' οίκον εργασία (πρώτος τόπος)

-εργασία σε έναν τυπικό εργασιακό χώρο (δεύτερος τόπος)

-εργασία σε ένα κοινόχρηστο χώρο (τρίτος τόπος) όπου μπορούν να συναθροίζονται, και να εργάζονται με ευέλικτους ρυθμούς, επαγγελματίες, δημιουργώντας επαγγελματικές συνεργασίες και κοινωνικούς δεσμούς.

Οι αρχικοί τρίτοι τόποι μπορεί να είναι οι καφετέριες και οι χώροι εστίασης των μεγάλων αλυσίδων γρήγορου φαγητού στις ΗΠΑ. Επίσης, οι συνεργατικοί χώροι (coworking spaces), μπορούν να παρομοιαστούν με τα λογοτεχνικά καφέ (cafés littéraires) που άνθισαν τις πρώτες δεκαετίες του 20ου αιώνα.

Ένα κύριο χαρακτηριστικό των τρίτων τόπων είναι ότι, πέρα από το γεγονός ότι οι χρήστες τους μοιράζονται διάφορους πόρους, η ανάπτυξη συνεργασιών μεταξύ των εργαζομένων-χρηστών, μπορεί να οδηγήσει στην λεγόμενη «συμπτωματική παραγωγή» (**serendipity production**). Δηλαδή, η τυχαία συνάντηση δύο ή περισσότερων επαγγελματιών σε έναν τέτοιο χώρο, μπορεί να οδηγήσει στην παραγωγή μιας νέας ιδέας που αργότερα μπορεί να μετουσιωθεί σε μια νέα υπηρεσία ή προϊόν.





Serendipity

(n.) finding something beautiful
without looking for it.

Είδη Συνεργατικών Χώρων



Συνεργατικά γραφεία

Η ανάγκη για αλληλεπίδραση και συνέργειες σε συνδυασμό με μειωμένο κόστος προϋπήρχε της δημιουργίας των co-working spaces και είχε βρει διέξοδο στα συνεργατικά γραφεία. Τα συνεργατικά γραφεία σχηματίζονται όταν ένας μικρός αριθμός (συνήθως 2-10 άτομα) ελευθέρων επαγγελματιών και αυτοαπασχολούμενων ομοειδούς ή συγγενούς ή συμπληρωματικού επαγγελματικού αντικειμένου ενοικιάζουν από κοινού έναν εργασιακό χώρο και μοιράζονται το ενοίκιο και τα λειτουργικά έξοδα του χώρου, και επωφελούνται από το συνεργατικό περιβάλλον που δημιουργείται. Συνήθως τα μέλη ενός συνεργατικού γραφείου λειτουργούν μέσω ενός κοινού δικτύου, έχουν μια επαγγελματική αλλά και κοινωνική εγγύτητα και πλέον των λειτουργικών εξόδων του χώρου, μπορεί να μοιράζονται projects, τεχνολογικό εξοπλισμό, γνώσεις, προσωπικά και επαγγελματικά δίκτυα και μέρος του ελεύθερου χρόνου.

Το συνεργατικό γραφείο μπορεί να παρουσιάζει στοιχεία κολεκτιβοποίησης. Στις κολεκτίβες εργασίας, τα μέλη μοιράζονται όχι μόνο κοινούς πόρους αλλά και πολιτικές ιδέες, λειτουργούν κάτω από ένα κοινό brand name, χωρίς να ιδιοποιούνται την εργασία τους και χωρίς να καρπώνονται υπεραξία από μισθωτή εργασία.



Θερμοκοιτίδες - Εκκολαπτήρια (Incubators)

Είναι διαμορφωμένοι χώροι, οι οποίοι δημιουργούνται για να παρέχουν ένα περιβάλλον που προσφέρει τεχνικές και επιχειρηματικές υποδομές και ειδικές υπηρεσίες για ένα χρονικό διάστημα. Σκοπός είναι να διευκολύνουν το ξεκίνημα και την ανάπτυξη νέων καινοτόμων επιχειρήσεων, οι οποίες στη συνέχεια μετακινούνται σε δικούς τους επαγγελματικούς χώρους και τη θέση τους καταλαμβάνουν άλλες νεότερες επιχειρήσεις.

Τα εκκολαπτήρια απευθύνονται σε υπό ίδρυση επιχειρήσεις ενώ οι θερμοκοιτίδες σε νεο-ιδρυμένες.

Ενδεικτικές παροχές: επιπλωμένο και εξοπλισμένο γραφείο (σε κλειστό ή ανοικτό-ενιαίο χώρο), τηλεπικοινωνίες και υπηρεσίες διαδικτύου, πρόσβαση σε ηλεκτρονικές βιβλιοθήκες και βάσεις δεδομένων, χώροι υποδοχής συνεργατών και πελατών, γραμματειακή υποστήριξη, λογιστήριο, χώροι συσκέψεων και συνεδριάσεων, νομική υποστήριξη, διοικητική διαχείριση, παροχή συμβουλευτικής υποστήριξης κ.λπ.).





Αποτελεί το χώρο φιλοξενίας και "εκκόλαψης" νέων επιχειρηματικών προσπαθειών που δημιούργησε η πρεσβεία του βασιλείου της Ολλανδίας στην Αθήνα προκειμένου να αντιμετωπίσει το πρόβλημα της "διαρροής εγκεφάλων" νέων επαγγελματιών από την Ελλάδα.

Το **Orange Grove** προσφέρει γραφεία και ανάλογο εξοπλισμό (καρέκλες, τραπέζια, γρήγορη σύνδεση στο ίντερνετ, εκτυπωτές κλπ.), καθώς και πρόσβαση σε αίθουσες συσκέψεων. Ωστόσο, δεν πρόκειται για ένα απλό co-working space, καθώς παρέχει εκπαιδευτικά σεμινάρια για σειρά θεμάτων, όπως νομικά, λογιστικά, μάρκετινγκ κλπ., ευκαιρίες δικτύωσης και συμβουλευτικών υπηρεσιών, οι οποίες θα παρέχονται από τις συνεργαζόμενες εταιρείες, όπως οι Philips, KLM, Unilever, Coco-Mat, Athenian Breweries, οι οποίες και χρηματοδοτούν την πρωτοβουλία, και από κορυφαία ολλανδικά πανεπιστήμια, όπως του Άμστερνταμ και του Ντελφτ.



creative
ive indu
dustries
ies
creative
ive indu
dustries
ies

Τεχνολογικά Πάρκα

Είναι κρατικές και ιδιωτικές επιχειρηματικές μονάδες που έχουν ως κύριο στόχο τη **διάχυση της τεχνογνωσίας που παράγεται στην Ακαδημαϊκή Κοινότητα** (Πανεπιστήμια, Ερευνητικά Κέντρα και Ινστιτούτα, το Ανοικτό Πανεπιστήμιο και τα ΑΤΕΙ) **προς τις επιχειρήσεις**, ώστε οι τελευταίες να είναι σε θέση να επωφεληθούν άμεσα και ουσιαστικά από αυτή. Με αυτό τον τρόπο, τα Τεχνολογικά Πάρκα επιχειρούν να φέρουν κοντά τους δυο αυτούς πόλους δημιουργίας και ανάπτυξης, στηρίζοντας την άνετη και αποδοτική αλληλεπίδρασή τους και δημιουργώντας το πλέον ευνοϊκό περιβάλλον επιχειρηματικότητας και ανάπτυξης στην εκάστοτε περιοχή.



Δομές/ Προγράμματα Επιτάχυνσης (Accelerators)

Αποτελούν δομές/ προγράμματα με στόχο την **ενίσχυση και στήριξη υπό ίδρυση, νεοφυών και υφισταμένων επιχειρήσεων**, ώστε να περάσουν από το στάδιο της προετοιμασίας στο στάδιο της ίδρυσης και της ωρίμανσης. Οι επιταχυντές παρουσιάζουν κοινά χαρακτηριστικά με τα εκκολαπτήρια, με την έννοια της προσφοράς επαγγελματικών συμβουλών και καθοδήγησης στις νεοσύστατες επιχειρήσεις, **χωρίς να είναι υποχρεωμένες ωστόσο να προσφέρουν φιλοξενία**. Ο βασικός ρόλος που επιτελούν οι επιταχυντές είναι **να βοηθήσουν τις επιχειρήσεις στην πορεία από την ιδέα στο προϊόν**, παρέχοντάς τους καθοδήγηση ή/ και χρηματοδότηση σε πρώιμα στάδια.

Η περίοδος επώασης είναι σύντομη, καθώς στοχεύουν να μετατρέψουν τις επιχειρηματικές ιδέες σε υπηρεσίες και προϊόντα πρωτότυπα ή έτοιμα προς διάθεση στην αγορά.

The advertisement is for Corallia, an organization that "inspires innovation, driving excellence". It features a red header with the text "Open Call for SMEs" and "Apply by September 7, 2018!". Below the header is a grey section containing a world map with labels for UAE, Colombia, Canada, Chile, and China. To the right of the map are six icons representing different industries: Creative Industries (lightbulb), Agriculture (wheat stalks), Space (satellite), Energy (recycling symbol), Mobility (car), and Logistics (warehouse).

Serviced offices

Αποτελούν γραφειακούς χώρους οι οποίοι προσφέρουν ευέλικτη με χαμηλό βαθμό δέσμευσης πρόσβαση σε χώρους και εξοπλισμό γραφείου έναντι κάποιου αντιτίμου. Χαρακτηριστικό παράδειγμα και ηγέτιδα στο χώρο αποτελεί η Regus. Εδώ **απουσιάζουν παντελώς τα χαρακτηριστικά της κοινότητας και της αλληλεπίδρασης μεταξύ των χρηστών**. Το επιχειρηματικό μοντέλο δεν παρουσιάζει μεγάλες διαφορές με τους συνεργατικούς χώρους εργασίας αλλά παρατηρούμε τελείως διαφορετική κουλτούρα, χρήση και χρήστες σε σχέση με τα συνεργατικούς χώρους εργασίας.

Συγκεκριμένα :

- Οι συνεργατικοί χώροι εργασίας δημιουργήθηκαν από και για επαγγελματίες της δημιουργικής οικονομίας ενώ τα επιχειρηματικά κέντρα δημιουργήθηκαν ώστε να εξυπηρετήσουν ανάγκες επαγγελματιών και εταιρειών της παραδοσιακής οικονομίας.
- Το κίνημα των συνεργατικών χώρων εργασίας αυτοδιαχωρίζεται από τα επιχειρηματικά κέντρα προβάλλοντας τον πυρήνα της κουλτούρας του, που αποτελεί η δημιουργία κοινότητας με χαρακτηριστικά αλληλεπίδρασης και συνεργατικότητας.
- Η αισθητική αλλά και κατανομή των χώρων στις δύο κατηγορίες είναι τελείως διαφορετική και αποτελεί ένα εύκολο μέσο για να τις διαχωρίσουμε. Στους συνεργατικούς χώρους παρατηρούμε πληθώρα χώρων για αλληλεπίδραση και επικοινωνία και μοντέρνα διακόσμηση ενώ στα επιχειρηματικά κέντρα παρατηρούμε **κλειστούς χώρους εργασίας και αυστηρή διακόσμηση**.



Χώροι εργασίας, επικοινωνίας και χαλάρωσης ενός Συνεργατικού Χώρου

1. Σε χώρο **Open desk** όπου ευνοεί την επικοινωνία μεταξύ των εργαζομένων προσφέρονται:

Hot Desk: Γραφεία τα οποία είναι ελεύθερα να χρησιμοποιηθούν από οποιοδήποτε μέλος

Dedicated Desk: Γραφεία τα οποία τα χρησιμοποιεί συγκεκριμένο μέλος του συνεργατικού χώρου. Σε πολλές περιπτώσεις διατίθενται κάποια επιπλέον διαχωριστικά για απομόνωση του εργαζομένου.

2. **Offices:** Κλειστά γραφεία με ποικιλία κατόψεων τα οποία μπορούν να καλύψουν τις ανάγκες ενός επαγγελματία ή μικρών εταιρειών.

3. **Meeting areas:** Χώροι που προσφέρονται για συναντήσεις και ποικίλουν σε διαστάσεις και χαρακτηριστικά ανάλογα με τη λειτουργία τους. Καλύπτουν από μικρά επαγγελματικά meetings ως μεγάλες εκδηλώσεις και παρουσιάσεις.

4. **Lounge areas:** Χώροι χαλάρωσης και αναψυχής όπου είναι ο κύριος χώρος επικοινωνίας των μελών της κοινότητας. Αποτελεί το κέντρο του συνεργατικού χώρου εργασίας.

Coworking

- ❑ Hot Desks
- ❑ Collaborative and social atmosphere
- ❑ Flexible memberships
- ❑ Tend to be used by freelancers/independent contractors

Incubators

- ❑ Mentorship
- ❑ Business connections
- ❑ Workshops and events
- ❑ Showcasing opportunities
- ❑ Mainly used by startups and seed companies

Accelerators

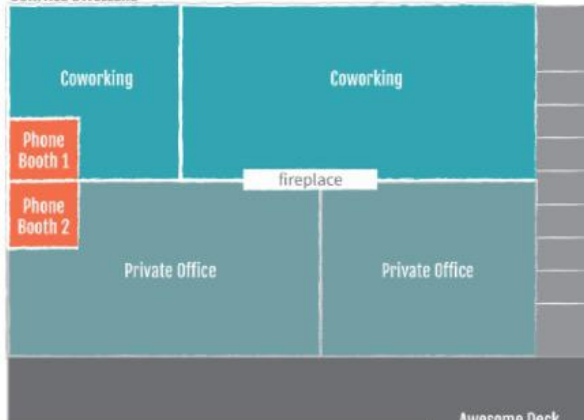
- ❑ Program for a set period of time
- ❑ Direct investment
- ❑ Marketing/Legal/Business support
- ❑ Mainly used by high growth startups with proof of concept

Serviced Offices

- ❑ Short or flexible rental terms (Hourly - Yearly)
- ❑ Fully furnished and equipped office space
- ❑ Mailing address in CBD
- ❑ Mainly used by corporate spillover



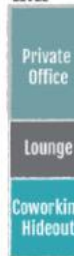
SURFACE DWELLERS



The Layout Lowdown

- Coworking Areas
- Private Offices
- Lounge Areas
- Meeting Areas
- Other

BONUS LEVEL



MIDDLE EARTH

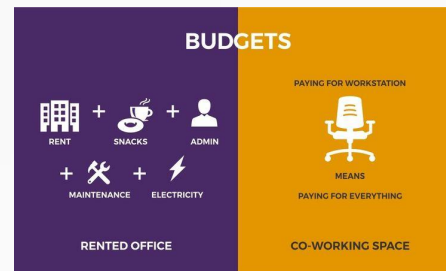


LOWER LEVEL



Οφέλη των ελεύθερων επαγγελματιών και τις startup εταιρείες από τους Συνεργατικούς Χώρους:

- ✓ Μικρό κόστος εγκατάστασης
- ✓ Μικρό κόστος ενοικίασης σε σχέση με ένα παραδοσιακό χώρο
- ✓ Επαγγελματική δικτύωση και συνέργειες – Πρόσβαση σε πληροφόρηση και δίκτυο μεγάλων εταιρειών
- ✓ Ανταλλαγή γνώσεων και καινοτομία
- ✓ Απαλλαγή ενασχόλησης με λειτουργικά
- ✓ Αυξημένη αποδοτικότητα
- ✓ Ευελιξία
- ✓ Κοινωνικοποίηση και ευχάριστη ατμόσφαιρα
- ✓ Ευχάριστο design γραφειακών χώρων



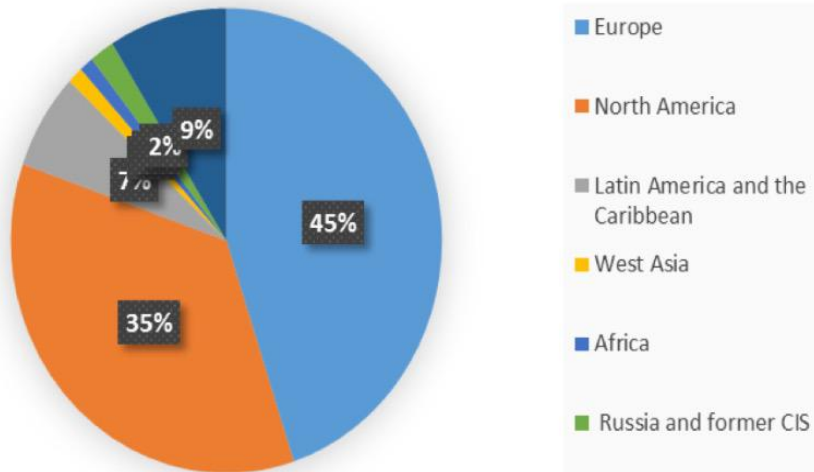


NUMBER OF COWORKING SPACES WORLDWIDE

AS OF OCTOBER 31, EACH YEAR



Γεωγραφία coworking spaces



COUNTRY	CWS	PEOPLE	CWS/PEOPLE
SPAIN	199	46.468.102	233.508
PORTUGAL	42	10.341.330	246.222
AUSTRIA	26	8.767.919	337.228
GERMANY	230	82.176.000	357.287
BELGIUM	29	11.353.461	391.499
UNITED KINGDOM	154	65.110.000	422.792
NETHERLANDS	39	17.089.690	438.197
FRANCE	121	64.851.000	535.959
CZECH REPUBLIC	16	10.572.427	660.777
SWEDEN	15	9.981.799	665.453
ITALY	91	60.589.940	665.824
SWITZERLAND	11	8.391.973	762.907
IRELAND	6	4.757.976	792.996
POLAND	44	38.426.809	873.337
DENMARK	6	5.745.526	957.588
GREECE	10	10.783.748	1.078.375
HUNGARY	8	9.830.485	1.228.811



A directory of co-working spaces in the British Capital

 [Subscribe to the RSS Feed](#)



[Search](#)

[West End](#)

[City / EC1](#)

[North](#)

[East](#)

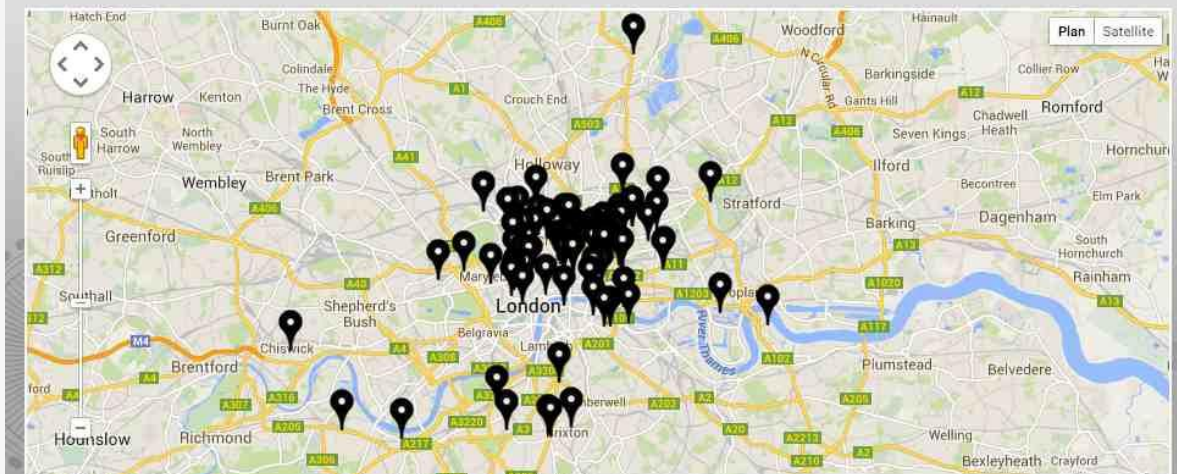
[South](#)

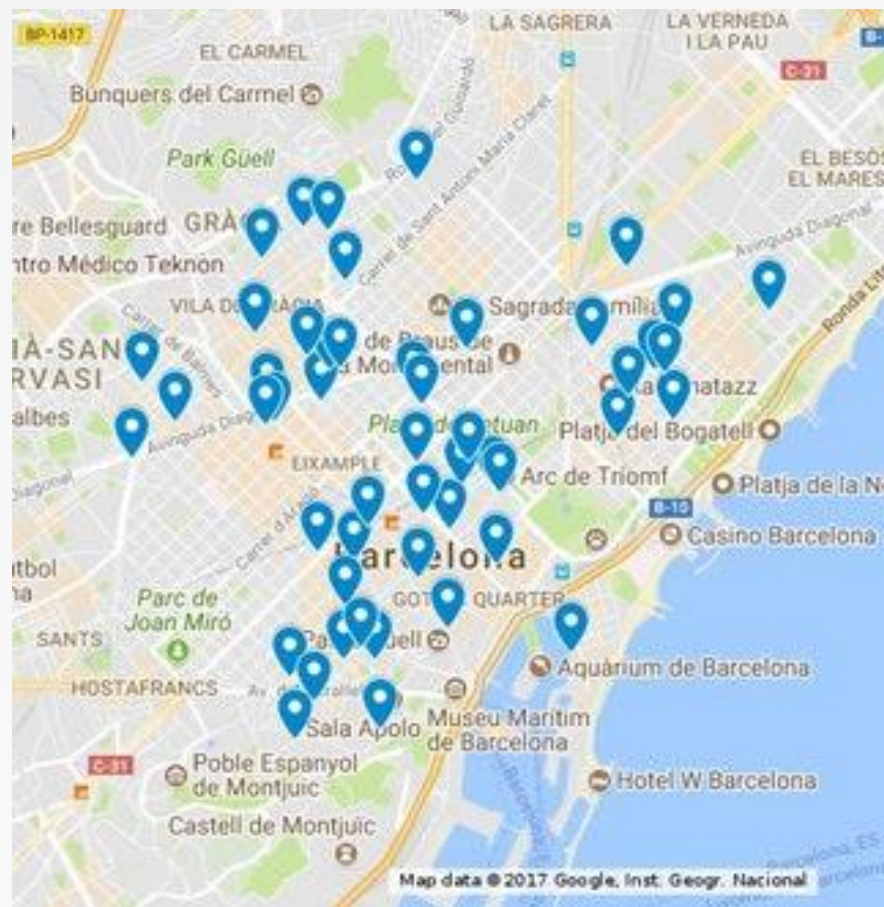
[West](#)

[Contact](#)

[Blog](#)

[Gallery](#)





Μετά την ίδρυση του πρώτου co-working space το 2010, του CoLab, από το 2013-2014 και μετά, είδαμε – κυρίως στην Αθήνα – τη δημιουργία πολλών νέων αντίστοιχων χώρων, αλλά και πρωτοβουλιών με τα χαρακτηριστικά των accelerators και των incubators. Αυτή τη στιγμή στην Ελλάδα λειτουργούν 10 συνεργατικοί χώροι, πάνω από 15 πρωτοβουλίες στήριξης συγγενικών μορφών αλλά και κάποιες πολύ μικρές και ανοργάνωτες προσπάθειες οι οποίες πληθαίνουν και πολλές φορές είναι ευκαιριακές.

Οι 6 εξ αυτών λειτουργούν στην Αθήνα και συγκεκριμένα στην περιοχή του κέντρου σε πολύ μικρή απόσταση μεταξύ τους. Οι υπόλοιποι συνεργατικοί χώροι λειτουργούν 3 στη Θεσσαλονίκη και ένας στην Πάτρα. Επίσης συνεργατικός χώρος ο οποίος όμως έχει χαρακτηριστικά επιχειρηματικού κέντρου λειτουργεί στο Ηράκλειο Κρήτης

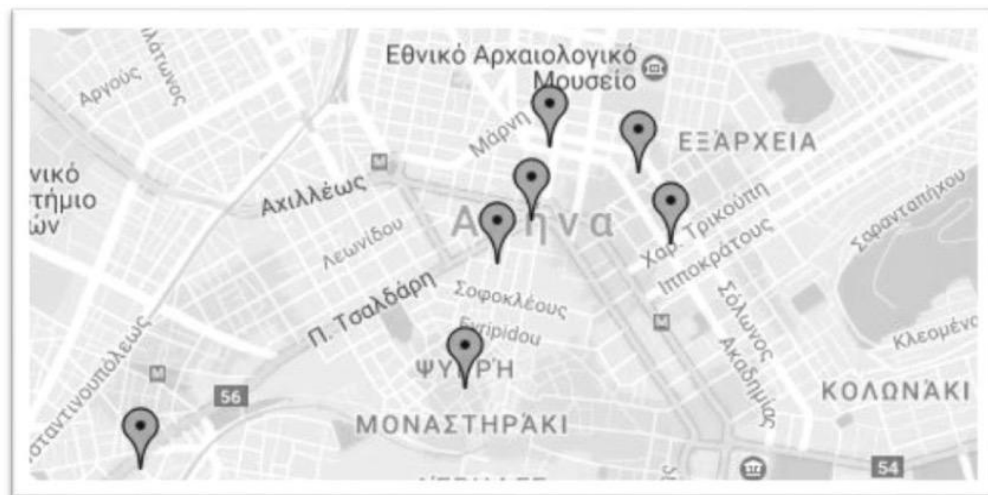
COWORKING SPACE	ΔΗΜΟΣ
THE CUBE	Αθήνα
IMPACT HUB	Αθήνα
TZAFERI 16	Αθήνα
ROMANTSO	Αθήνα
FOUNDATION	Αθήνα
STONE SOUP	Αθήνα
POS COWORKING SPACE	Πάτρα
COHO	Θεσσαλονίκη
MAKE	Θεσσαλονίκη
THERMI LINK	Θεσσαλονίκη

COWORKING TIMELINE



Αριθμός coworking spaces στην Ελλάδα

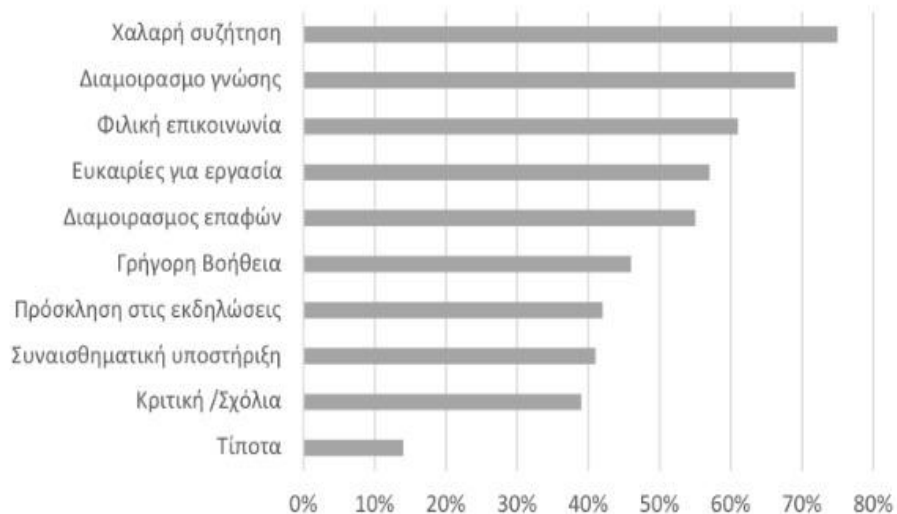




COWORKING SPACE	KATHΓΟΡΙΑ	KOINO
THE CUBE	Co-Working /New learning space	Tech Startups /Tech Makers
IMPACT HUB	New Learning Space/Co-working	Social Entrepreneurs/Tech Startups
TZAFERI 16	Co-Working	Tech startup /Creative Industry
ROMANTSO	Co-Working	Creative Industry
FOUNDATION	New Learning Space/Co-working / Incubator	Tech startups
STONE SOUP	Co-working	Tech startups
POS	Co-working	Tech startups /Students
COWORKING SPACE		
COHO	Co-working	Startups/Creative economy
MAKE	Maker space	Creators/Creative Industry
THERMI LINK	Co-working /Incubator	Tech/Energy

COWORKING SPACE	HOT DESK	DEDICATED DESK	OFFICES/PERSON
THE CUBE	145	175	100
IMPACT HUB	210	-	-
TZAFERI 16	195	280	268
ROMANTSO	-	-	100
FOUND.ATION	150	150	200
STONE SOUP	100		
POS	150	150	-
COHO	124	124	-
MAKE	150	150	-
THERMI LINK	200	-	-
AVERAGE	154	182,25	189,3333333

Ζητούμενα μελών από κοινότητα



Το **Impact HUB Athens** είναι ένας ιδιαίτερος χώρος, καθώς εκτός από τη δυνατότητα φιλοξενίας επαγγελματιών και εταιρειών, προσφέρει ένα τοπικό δίκτυο, μία "κοινότητα", παγκόσμια συνδεδεμένη με τα 40 HUBs που λειτουργούν και στις πέντε ηπείρους του κόσμου.

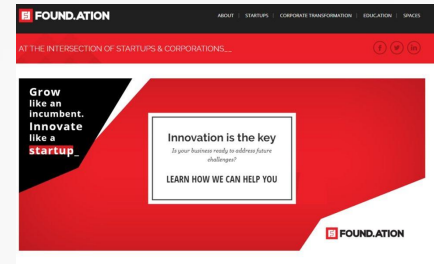
Το HUB Athens διαθέτει φιλικούς, άνετους χώρους εργασίας, συναντήσεων και εκδηλώσεων που εμπνέουν και συνδέουν τους ανθρώπους. Το Impact Hub απευθύνεται τόσο σε τεχνολογικές εταιρείες, όσο και σε πρωτοβουλίες, projects και freelancers διαφορετικών τομέων: περιβάλλον, κοινωνικές επιχειρήσεις, πολιτισμός, εκπαίδευση, αγροτικά προϊόντα, σχεδιασμός, οικονομικά, τουρισμός κ.α. Επίσης, σε άτομα και επιχειρήσεις του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα που θέλουν να έχουν ενεργή επαφή και συμβολή στην κοινότητα αυτή.



Το **Ρομάντζο** απευθύνεται κατά κύριο λόγο σε μικρές εταιρείες και ελεύθερους επαγγελματίες της δημιουργικής οικονομίας (Γραφίστες ,αρχιτέκτονες, φωτογράφους, κλπ). Επίσης διαφοροποιείται ως προς τη δομή του καθώς απουσιάζει η λογική του hot ή dedicated desk σε open space και παρέχει αυτόνομους γραφειακούς χώρους. Το οικονομικό του μοντέλο βασίζεται στο χώρο των event ο οποίος χρησιμοποιείται για εκδηλώσεις πολιτισμούς και πολυπληθείς εκδηλώσεις διασκέδασης.



Το **Found.ation** λειτουργεί ως New Learning space με στόχευση σε τεχνολογικά startup και είναι το μόνο το οποίο τρέχει προγράμματα επιχειρηματικής επώασης και επιτάχυνσης. Έχει αναπτύξει ισχυρές συνεργασίες με vcs και πλήθος των μελών του έχει χρηματοδοτηθεί. Έχοντας συνάψει συνεργασίες με σημαντικές εταιρείες τεχνολογίας οι οποίες χρηματοδοτούν τα σεμινάρια τα οποία προσφέρει σε πολύ ελκυστικές τιμές ή δωρεάν.

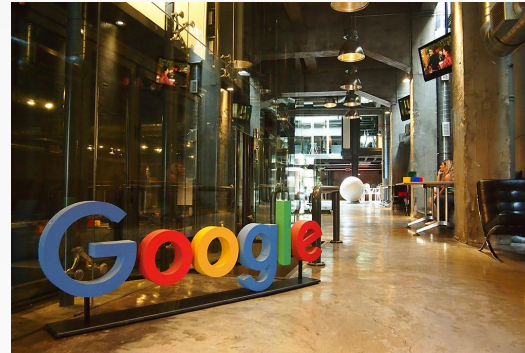


Το **The Cube** είναι ο μεγαλύτερος συνεργατικός χώρος και έχει κύρια στόχευση τις τεχνολογικές startups. Είναι πιο κοντά στην παραδοσιακή μορφή co-working space και προσφέρει και αυτό πλήθος σεμιναρίων και εκδηλώσεων σχετικά με την επιχειρηματικότητα και την τεχνολογία.

Επίσης στο χώρο λειτουργεί maker space με 3d printer και λοιπό εξοπλισμό και φιλοξενεί το Athens Mini Maker Faire δίνοντας το στίγμα του προς το δημιουργικό κατασκευαστικό κομμάτι της τεχνολογίας.



Το **Τζαφέρι** το οποίο δημιουργήθηκε από διαφημιστικό όμιλο ο οποίος στο χώρο στεγάζει και τα γραφεία του διαφοροποιείται ως προς την ποιότητα των κτιριακών εγκαταστάσεων προβάλλοντας το design ως ανταγωνιστικό του πλεονέκτημα αλλά και τις συμπληρωματικές υπηρεσίες ανάπτυξης με έμφαση τη διαφήμιση. Το κτίριο ξεκίνησε τη λειτουργία του το 2008 φιλοξενώντας στο χώρο μεγάλες εταιρείες σε λογική παραδοσιακής ενοικίασης χώρου και το 2013 εξελίχθηκε σε coworking space.

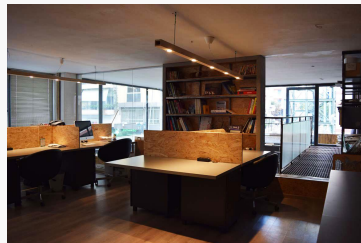


Τα **Maker Spaces** είναι εργαστήρια, συχνά μη κερδοσκοπικά, που προσφέρουν εργαστήρια εξοπλισμένα με σύγχρονο και παραδοσιακό εξοπλισμό, προκειμένου να βοηθήσουν τους δημιουργούς που δεν διαθέτουν τα κατάλληλα μέσα. Συχνά έχουν κοινωνικό χαρακτήρα.

Το **Athens Makerspace** είναι πρωτοβουλία του ΣυνΑθηνά του Δήμου Αθηναίων και δίνει ανοιχτή πρόσβαση σε 3D εκτυπωτή, laser cutting, ξυλουργείο, ραπτομηχανές κλπ καθώς και μια ποικιλία από εκπαιδευτικά hands-on workshops και μ



Το **Make** είναι ένα maker space στη Θεσσαλονίκη που παρέχει εξοπλισμό και εργαλεία για βιομηχανικούς σχεδιαστές, αρχιτέκτονες και προσφέρει συμπληρωματικά υπηρεσίες εξοπλισμένων γραφείων .



Τα **fab labs** είναι εργαστήρια (συνήθως συνδέονται με πανεπιστήμια και Επιμελητήρια) που ασχολούνται με τη βιομηχανική έρευνα και ανάπτυξη, την διάχυση και διάδοση τεχνολογιών ψηφιακής παραγωγής και κατασκευής, μέσα από την λειτουργική, εκπαιδευτική, τεχνική και μελετητική υποστήριξη. Στόχος του είναι η διαχείριση ενός concept, η μετάβαση στο στάδιο του development και η παράδοση του τελικού prototype, κλείνοντας το στάδιο της κατασκευής (fabrication) και προτυποποίησης, αναμένοντας το στάδιο της παραγωγής (mass production- mass customization), όπου μπορεί να συμβάλει με παροχή προδιαγραφών παραγωγής.



Το **Fab Lab Athens** είναι συμβεβλημένο με την σχολή Αρχιτεκτόνων ΕΜΠ, το Τεχνικό Επιμελητήριο Ελλάδος (ΤΕΕ) και τον Οργανισμό Ανοιχτών Τεχνολογιών (ΕΕΛΛΑΚ).

Τα **Hacker spaces** είναι χώροι αφιερωμένοι στο δημιουργικό hacking κώδικα και κατασκευών. Το **Hackerspace.gr [HSGR]** στην Αθήνα είναι ένας χώρος 120 τ.μ. ανοιχτός σχεδόν 24/7 για όλους τους ανθρώπους που θέλουν να μοιραστούν (κώδικα και ιδέες) και να συνεργαστούν με άλλους.



A typology of open collaborative spaces

		Innovation approach	
		Exploration	Exploitation
Governance type	Top-Down	<ul style="list-style-type: none">• Fab labs	<ul style="list-style-type: none">• Living labs• Labs inside organizations
	Bottom Up	<ul style="list-style-type: none">• Hacker spaces	<ul style="list-style-type: none">• Coworking spaces



Το **gi-Cluster** (Συνεργατικός Σχηματισμός Ψυχαγωγικών και Δημιουργικών Τεχνολογιών & Εφαρμογών) συστάθηκε έχοντας ως αποστολή του τη δημιουργία ενός παγκοσμίου κλάσης, πλήρως λειτουργικού επιχειρηματικού οικοσυστήματος καινοτομίας, που στοχεύει στην παραγωγή νέων τεχνολογιών και ανταγωνιστικών προϊόντων, αξιοποιώντας επιστημονικό, επιχειρηματικό και ερευνητικό ταλέντο από όλους τους τομείς των Ψυχαγωγικών και Δημιουργικών Τεχνολογιών & Εφαρμογών, συμβάλλοντας ουσιαστικά στη βελτίωση της θέσης της Ελλάδας στη διεθνή κατάταξη.



ΜΕΛΗ	CLUSTERS Οργανισμοί	COWORKING SPACES Ελεύθεροι επαγγελματίες, επιχειρηματίες, μικρές εταιρείες
ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΕΚΤΑΣΗ	Χώρα, Πόλη	Πόλη/Κτίριο
ΑΛΛΗΛΕΠΙΔΡΑΣΗ ΜΕ ΤΟΠΙΚΟΥΣ ΚΑΤΟΙΚΟΥΣ	Περιορισμένη	Μέση/Υψηλή
ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗ	Υψηλή/ Μέση	Χαμηλή
ΠΟΡΟΙ ΔΙΑΜΟΙΡΑΣΜΟΥ	Υποδομές (δημόσιες και ιδιωτικές)/Υπηρεσίες/Γνώσεις/Δίκτυα	Γραφειακές εγκαταστάσεις/Υπηρεσίες/Γνώσεις/Δίκτυα
ΣΧΕΣΕΙΣ ΜΕΤΑΞΥ ΤΩΝ ΜΕΛΩΝ	Συνεργασία και ανταγωνισμός	Συνεργασία
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	Επίσημη και ανεπίσημη, άμεση και εικονική	Ανεπίσημη και άμεση

Πίνακας 1.1 : Τα coworking spaces ως micro clysters

Η Δυναμικότητα της Καινοτομίας στους Συνεργατικούς Χώρους

1. Οι χώροι που απλά εξυπηρετούν την ανάγκη για συστέγαση και εξοπλισμό, δεν παράγουν καινοτόμα αποτελέσματα, καθώς όσοι φιλοξενούνται σε αυτές συνήθως δεν συνεργάζονται και δεν ασχολούνται με κοινά project.

2. Οι χώροι όπου επικρατούν συνθήκες συνεργατικής κοινότητας, είναι σαφώς πιο καινοτομικός ως προς το αποτέλεσμα που παράγουν τα μέλη του (Οι πρόσθετες υπηρεσίες που συνήθως δίνονται στα μέλη είναι α. συμβουλευτικές υπηρεσίες και β. παροχή εκπαιδευτικών υπηρεσιών ανάπτυξης δεξιοτήτων).

3. Ο πιο καινοτομικός τύπος ΣΧ είναι αυτός που με διάφορα κίνητρα προτρέπει τη συνεργασία μεταξύ των μελών, και έχει δημιουργήσει σχεδόν συνθήκες κοινότητας ανάμεσά τους.



OFFLINE, I AM

BACK SOON, I SHALL BE

memegenerator.net