



ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΑΝΟΙΧΤΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

Οικονομία του Πολιτισμού

ΤΟΜΟΣ Β

Πόροι

Ε. ΓΛΥΤΣΗ
Γ. ΚΟΡΡΕΣ

ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΤΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ

Πόροι

Σημείωση

Το ΕΑΠ είναι υπεύθυνο για την επιμέλεια έκδοσης και την ανάπτυξη των κειμένων σύμφωνα με την Μεθοδολογία της εξ Αποστάσεως Εκπαίδευσης. Για την επιστημονική αριότητα και πληρότητα των συγγραμμάτων την αποκλειστική ευθύνη φέρουν οι συγγραφείς, κριτικοί αναγνώστες και ακαδημαϊκοί υπεύθυνοι που ανέλαβαν το έργο αυτό.

Copyright © 2002

Για την Ελλάδα και όλο τον κόσμο

ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΑΝΟΙΚΤΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

Οδός Παπαφλέσσα & Υψηλάντη, 26222 Πάτρα

Τηλ.: (0610) 314094, 314206, Φαξ: (0610) 317244

ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΕΣ ΤΟΥ ΔΙΔΑΚΤΙΚΟΥ ΥΛΙΚΟΥ

του Τόμου

Πόροι

Ακαδημαϊκός Υπεύθυνος της Θεματικής Ενότητας

Κωστής Δάλλας

Επιμέλεια Έκδοσης

Αγγελική Βελοπούλου

Συγγραφή

Γεώργιος Κορρές

Έλενα Γλύτση

Κριτική Ανάγνωση

Γεώργιος Τσομπάνογλου

Ματούλα Σκαλτσά

Επιμέλεια στη Μέθοδο της Εκπαίδευσης από Απόσταση

Μόριρα Χιλλ

Γλωσσική Επιμέλεια

Μαριλένα Μαυρογένη

Καλλιτεχνική Επιμέλεια/

Ηλεκτρονική Σελιδοποίηση

Αθηνά Καλαμάκη

Συντονισμός ανάπτυξης εκπαιδευτικού υλικού

και γενική επιμέλεια των εκδόσεων

ΟΜΑΔΑ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΕΡΓΟΥ ΕΑΠ/1997-2002

ISBN 960-538-451-5

Σύμφωνα με τον Ν. 2121/1993

*απαγορεύεται η συνολική ή αποσπασματική
αναδημοσίευση του βιβλίου αυτού ή η αναπαραγωγή του
με οποιοδήποτε μέσο, χωρίς την άδεια του εκδότη.*



ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΑΝΟΙΚΤΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

ΣΧΟΛΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ

Διοίκηση Πολιτισμικών Μονάδων

ΘΕΜΑΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ

Οικονομία του Πολιτισμού

ΤΟΜΟΣ Β

ΠΟΡΟΙ

ΠΑΤΡΑ 2002

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Πρόλογος	11
-----------------	-----------

Κ. Δάλλας

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Γ. Κορρές

Πόροι των πολιτιστικών μη κερδοσκοπικών σωματείων	13
--	-----------

Σκοπός	13
Προσδοκώμενα Αποτελέσματα	13
Έννοιες-Κλειδιά	13
Εισαγωγικές Παρατηρήσεις.....	14

Ενότητα 1.1

Έννοια και διακρίσεις των οικονομικών και των μη κερδοσκοπικών οργανώσεων	16
1.1.1 Ορισμός και γνωρίσματα της επιχείρησης	16
1.1.2 Είδη και μορφές των οικονομικών μονάδων.....	17

Ενότητα 1.2

Χρηματοδότηση και πόροι των οικονομικών οργανισμών	21
1.2.1 Είδη και μορφές χρηματοδότησης	22
1.2.2 Πηγές άντλησης κεφαλαίων και χρηματοδότησης	24
1.2.3 Το πρόβλημα της χρηματοδότησης	28
1.2.4 Χαρακτηριστικά και μορφές δανείων	30
1.2.5 Εναλλακτικές μορφές χρηματοδότησης και άντλησης πόρων.....	34

	Ενότητα 1.3
Ο θεσμός της χορηγίας	41
Σύνοψη	44
Γλωσσάρι.....	46
Παράρτημα	48
Βιβλιογραφία	51
Οδηγός για Περαιτέρω Μελέτη.....	52

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Γ. Κορρές

Παραγωγή, τιμολόγηση, πώληση προϊόντων	53
Σκοπός	53
Προσδοκώμενα Αποτελέσματα	53
Έννοιες-Κλειδιά	53
Εισαγωγικές Παρατηρήσεις.....	53
	Ενότητα 2.1
Παραγωγή και διοίκηση	55
	Ενότητα 2.2
Προγραμματισμός της παραγωγής.....	59
	Ενότητα 2.3
Μέθοδοι σχεδιασμού των παραγωγικών διαδικασιών	68
	Ενότητα 2.4
Μεθόδευση της σχεδίασης της παραγωγικής διαδικασίας	73
	Ενότητα 2.5
Έλεγχος των συστημάτων παραγωγής	74
	Ενότητα 2.6
Προώθηση (μάρκετινγκ) και σχεδιασμός προϊόντων	77
2.6.1 Η έννοια του μάρκετινγκ	81
2.6.2 Στρατηγική των επιχειρηματικών αποφάσεων	83

Ενότητα 2.7

Είσπραξη – Τιμολόγηση: Πολιτική είσπραξης	87
Σύνοψη	91
Γλωσσάρι	92
Παράρτημα	94
Βιβλιογραφία	95
Οδηγός για Περαιτέρω Μελέτη	96

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

Ε. Γλύτση

Τέχνη και πολιτική του ιδιωτικού τομέα της οικονομίας – Χορηγία **97**

Σκοπός	97
Προσδοκώμενα Αποτελέσματα	97
Έννοιες-Κλειδιά	97
Εισαγωγικές Παρατηρήσεις.....	98

Ενότητα 3.1

Χορηγία: Από αρχαία λειτουργία σε πρωτοβουλία του ιδιωτικού τομέα της σύγχρονης οικονομίας	99
Σκοπός	99
Προσδοκώμενα Αποτελέσματα	99
Έννοιες-Κλειδιά	99
Εισαγωγικές Παρατηρήσεις.....	100
3.1.1 Η χορηγία ως λειτουργία της αθηναϊκής δημοκρατίας των κλασικών χρόνων.....	100
3.1.2 Η χορηγία ως πρωτοβουλία του ιδιωτικού τομέα της σύγχρονης οικονομίας	105
3.1.3 Χορηγία – Πατρωνία – Ευεργετισμός.....	112
3.1.4 Σύγχρονοι χορηγοί	118
Σύνοψη Ενότητας	124

Ενότητα 3.2

Η χορηγία στη σύγχρονη Ευρώπη	125
Σκοπός	125
Προσδοκώμενα Αποτελέσματα	125
Έννοιες-Κλειδιά	125
Εισαγωγικές Παρατηρήσεις.....	125
3.2.1 Η σύγχρονη χορηγία των τεχνών στη Μ. Βρετανία.....	127
3.2.2 Η σύγχρονη χορηγία των τεχνών στην υπόλοιπη Ευρώπη.....	131
3.2.3 Η σύγχρονη χορηγία των τεχνών στην Ελλάδα	135
3.2.4 CEREC: Ο πανευρωπαϊκός χορηγικός διαμεσολαβητής.....	142
Σύνοψη Ενότητας	146

Ενότητα 3.3

Χορηγία των τεχνών: Αποτίμηση και στρατηγική ανάπτυξη.....	147
Σκοπός	147
Προσδοκώμενα Αποτελέσματα	147
Έννοιες-Κλειδιά	147
Εισαγωγικές Παρατηρήσεις.....	147
3.3.1 Αποτίμηση του θεσμού της χορηγίας των τεχνών	148
3.3.2 Προτεινόμενος οδηγός για την καλή εφαρμογή της χορηγίας των τεχνών	153
Σύνοψη Ενότητας	162
Παράρτημα	163
Βιβλιογραφία	169
Οδηγός για Περαιτέρω Μελέτη.....	173

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Ο παρών τόμος, ο δεύτερος της Θεματικής Ενότητας «Οικονομία του Πολιτισμού», η οποία εντάσσεται στο Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών «Διοίκηση Πολιτισμικών Μονάδων», εξετάζει το ζήτημα των πόρων που απαιτούνται για τη χρηματοδότηση της δραστηριότητας των πολιτιστικών μονάδων.

Το κεφάλαιο 1 σας εισάγει στις βασικές έννοιες και στους τρόπους χρηματοδότησης και εξεύρεσης πόρων των μη κερδοσκοπικών πολιτιστικών μονάδων. Με αφετηρία το πλαίσιο λειτουργίας των μη κερδοσκοπικών οργανισμών γενικά, εξηγεί τις διαφορετικές μορφές χρηματοδότησης που υπάρχουν, τα βήματα και τις προϋποθέσεις που απαιτούνται για την υλοποίηση ενός επενδυτικού σχεδίου, και τα ζητήματα που συνδέονται με τη δανειοδότηση και τις εναλλακτικές μορφές χρηματοδότησης που τίθενται στη διάθεση των πολιτιστικών μονάδων. Το κεφάλαιο 2 αναλύει τις βασικές έννοιες που αφορούν τη διαδικασία παραγωγής, τιμολόγησης, προώθησης και πώλησης των προϊόντων των μη κερδοσκοπικών οργανισμών, όπως είναι οι πολιτιστικές μονάδες. Τέλος, το κεφάλαιο 3 εξετάζει αναλυτικά τον θεσμό της πολιτιστικής χορηγίας, ανατρέχοντας στις ιστορικές της ρίζες, που είναι η αρχαία χορηγία, η πατρωνία και ο ευεργετισμός, και πραγματευόμενο τα διδάγματα της σύγχρονης διεθνούς και ελληνικής εμπειρίας, τη σημασία, τα κριτήρια και τις μεθόδους εφαρμογής της χορηγίας στις πολιτιστικές μονάδες.

Οι γνώσεις που θα αποκτήσετε, συνολικά, από τη μελέτη του παρόντος τόμου θα σας δώσουν τη δυνατότητα να κατανοήσετε καλύτερα σε θεωρητικό επίπεδο και να αντιμετωπίσετε αποτελεσματικότερα στην πράξη το θεμελιώδες σημασίας ζήτημα της εξεύρεσης πόρων στις πολιτιστικές μονάδες. Από αυτή την άποψη, οι γνώσεις αυτές αποτελούν το αναγκαίο συμπλήρωμα όσων αποκομίσατε κατά τη μελέτη του τόμου Α της παρούσας Θεματικής Ενότητας, αλλά και όσων αφορούν τον στρατηγικό σχεδιασμό και τον προγραμματισμό στις πολιτιστικές μονάδες (από τη Θεματική Ενότητα «Πολιτιστική Πολιτική και Διοίκηση») καθώς και το μάρκετινγκ των πολιτιστικών προϊόντων και υπηρεσιών (από τη Θεματική Ενότητα «Πολιτιστική Επικοινωνία»).

*Κων/νος Δάλλας
Ακαδημαϊκός Υπεύθυνος
της Θεματικής Ενότητας*

