



FLAVOURS of EUROPE

Добре дошли!



Здравейте на всички! Представям се. Аз съм Яна. Ще ви придружавам по време на курса с някои идеи, съвети и коментари, с цел да ви помогна да завършите успешно курса.

Не забравяйте няколко неща предварително:

- Всеки модул е разделен на части. В края на всеки модул ще можете да попълните въпросника за самооценка, за да преминете към следващия етап.
- Заедно с материалите от всеки модул има няколко допълнителни материала, които да подобрят знанията ви по всяка тема:
 - **Връзки, които представляват интерес.** Уебсайтове, на които можете да попълните информацията си.
 - **Допълнителна информация.** Някои карета, които ще се появят в текста, за да се изяснят някои идеи, понятия, определения..
 - **Казуси.** Най-добрият опит, който ще ви помогне да придобиете практическа представа за всяка от темите.
- Ние сме на ваше разположение, за да ви помогнем с всичко, от което се нуждаете по време на този учебен процес.



FLAVOURS of EUROPE

Модул от комплекта за обучение #2

10 стъпки за дигитализация
на кулинарното културно наследство

Уроци

Въведение.

1. Как да дигитализираме и популяризираме идентичността на културното наследство на селската кулинария.
2. Развиване на умения за дигитален маркетинг сред ангажираните страни.
3. Комуникация на културното наследство чрез дигитални и разказващи истории, свързани с преживявания.
4. Идентифициране и дигитализиране на етноразнообразието и биоразнообразието в селските райони.
5. Ролята на интелигентните дигитални платформи.
6. Как да се създаде база данни за национален и европейски списък с рецепти.
7. Как да се дигитализира кулинарен бизнес в селските райони.

Заклучение.



Да започнем

Уроци

Въведение.

1. Как да дигитализираме и популяризираме идентичността на културното наследство на селската кулинария.
2. Развиване на умения за дигитален маркетинг сред ангажираните страни.
3. Комуникация на културното наследство чрез дигитални и разказващи истории, свързани с преживявания.
4. Идентифициране и дигитализиране на етноразнообразието и биоразнообразието в селските райони.
5. Ролята на интелигентните дигитални платформи.
6. Как да се създаде база данни за национален и европейски списък с рецепти.
7. Как да се дигитализира кулинарен бизнес в селските райони.

Заклучение.



Въведение

Гастрономическият туризъм, според UNWTO, е "вид туристическа дейност, характеризираща се с опита на посетителите, свързан с храната и свързаните с нея продукти и дейности по време на пътуването, включително автентично, традиционно и/или иновативно кулинарно преживяване".

Този вид туризъм се основава на гастрономическото наследство и изненадващо не е напълно признат до 2010 г., когато ЮНЕСКО включва в списъка на нематериалното културно наследство традиционната кухня на Мексико, гастрономическото хранене на френски език и занаята на медниците от Северна Хърватия .

Нематериалното културно наследство включва традициите, живите изрази, наследени от нашите предци и предадени на нашите потомци, като например устни традиции, сценични изкуства, социални практики, ритуали, празнични събития, знания и практики, свързани с природата и вселената, или уменията, необходими за производството на традиционни занаяти.

Гастрономията е елементът, който свързва идентичността на дадено място, историческите характеристики и наследството. Тя е свързващото звено между традицията и модерността, между специфичното и универсалното.

Като част от историята, културата, идентичността, икономиката и социалния живот, гастрономическото наследство заедно с туризма може да бъде ключов момент за съживяване на икономиката на даден регион.





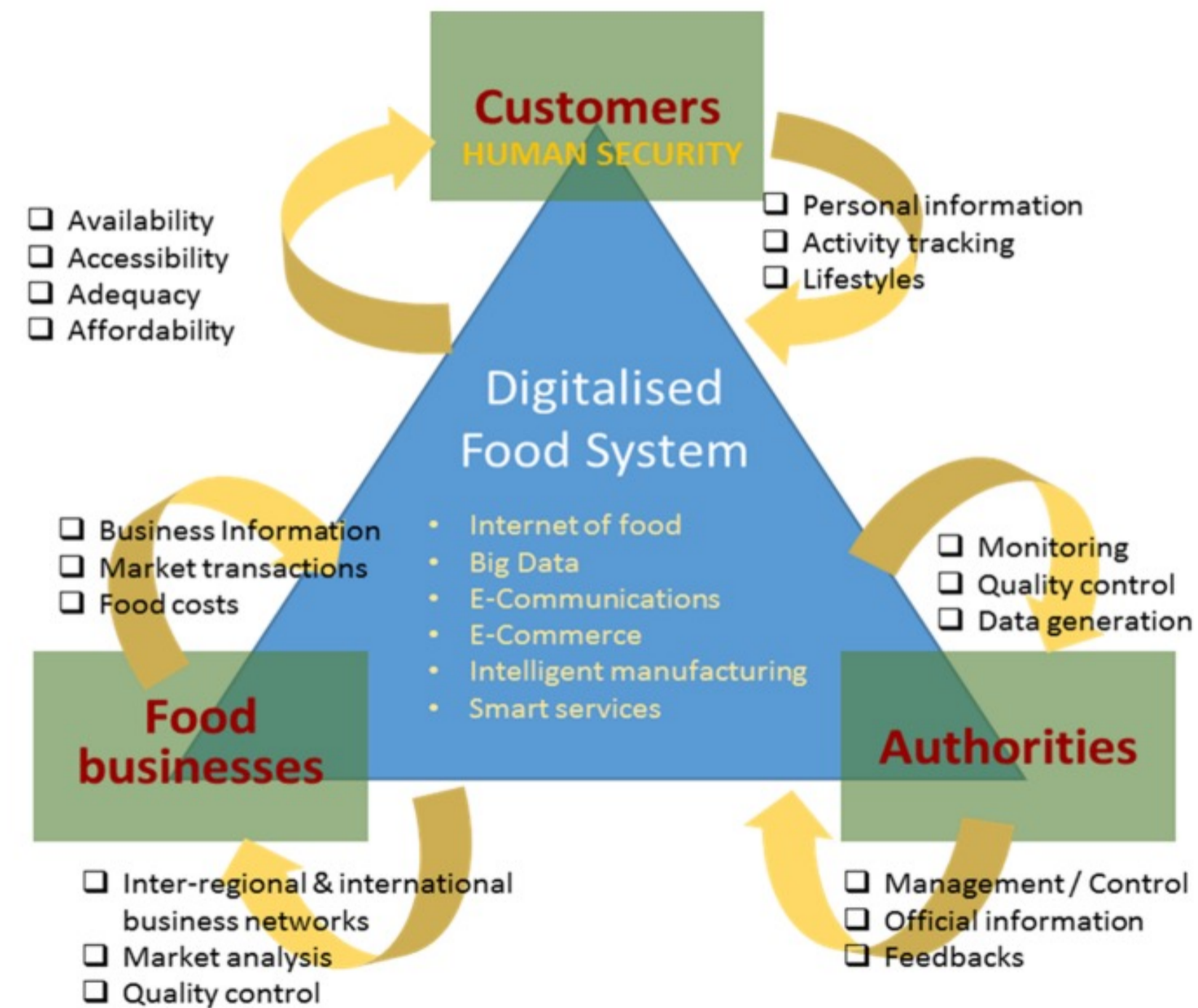
Въведение.

Традиционната кухня е културен елемент, който до голяма степен бележи идентичността и уникалността на туристическите дестинации, а маркетинговите и управленските организации на дестинацията са все по-заинтересовани да подчертаят влиянието на гастрономическия туризъм като основен фактор за развитието на туризма. И точно тук се появява дигиталният фактор, като помощно средство за популяризиране на това наследство по възможно най-оригинален начин.

Цифровизацията е все по-широко разпространено ключово понятие във всяка област.

Цифровизацията по същество означава преобразуване на аналогова информация и процеси в цифрова форма.

Ако се отнасяме до храните в широк смисъл, с течение на времето цифровата трансформация оказва силно влияние върху преработката на храни в смисъл на повишаване на производителността, диверсификацията, безопасността и срока на годност.



Фигура 1 Припокриващи се взаимоотношения в рамките на дигитализираната хранителна система (Raheem, 2019)





FLAVOURS
of EUROPE

Въведение.

Напоследък това започна да оказва по-голямо влияние върху гастрономията и туризма, което спомага за развитието на по-бързи и по-прозрачни услуги и чрез което могат да се добавят традиционните начини за доставка на храна.

Дигиталният период, в който живеем, генерира все повече възможности за предприемаческата среда, чрез дигитални решения, които могат да активират ресурси, които преди не са били пряко свързани с храните и туризма.

За да се осъзнае как дигитализацията може да се използва в трансформацията на гастрономическия туризъм, основното внимание трябва да се насочи към разбирането на свойствата на дигитализацията в перспективата на използваните данни, инфраструктурата, комуникационните канали и цифровите продукти. Това позволява правилното разбиране на промените, които дигитализацията внася в туризма и предоставянето на туристически услуги и преживявания.



Правилните въпроси, които могат да бъдат зададени за влиянието на технологиите в гастрономическия туризъм, са как се осъществяват, кога се прилагат и как променят връзката между бизнеса и потреблението.



Уроци

Въведение.

1. Как да дигитализираме и популяризираме идентичността на културното наследство на селската кулинария.
2. Развиване на умения за дигитален маркетинг сред ангажираните страни.
3. Комуникация на културното наследство чрез дигитални и разказващи истории, свързани с преживявания.
4. Идентифициране и дигитализиране на етноразнообразието и биоразнообразието в селските райони.
5. Ролята на интелигентните дигитални платформи.
6. Как да се създаде база данни за национален и европейски списък с рецепти.
7. Как да се дигитализира кулинарен бизнес в селските райони.

Заклучение.

Урок 1

Как да дигитализираме и популяризираме идентичността на културното наследство на селската кулинария.

В този раздел ще научите повече за процеса на дигитализация и как чрез него можете да популяризирате културното наследство на вашата селска гастрономия.

Със създаването през 2010 г. на списъка на нематериалното културно наследство на ЮНЕСКО започна да се обръща внимание на храната и кулинарните култури като маркери за идентичност и на това как гастрономията може да насърчи икономическото, политическото и социалното овластяване на местните общности (Zocchi, Corvo, 2021).

Този феномен се нарича от някои експерти "heritage turn", като с този термин се определя връзката между кризата на идентичността и начина, по който храната запълва празнината в наследството чрез популяризиране на местните селскостопански ресурси и хранителния туризъм.

Когато се говори за устойчивост, хранителната система е един от ключовите аспекти, които трябва да се вземат предвид. В настоящата дискусия все повече се проучва как наследството повишава устойчивостта на хранителната система и как местните общности допринасят за опазването на традиционните хранителни ресурси и какви инструменти са им необходими за запазването на този вид наследство.

Знаете ли, че...?



Хранителната хератизация "се отнася до превръщането на храните, местата и практиките в културно наследство като ценности, свързани с тях, като по същество описва наследството като процес" (Sjöholm J, 2016).





FLAVOURS of EUROPE

Урок 1
Как да дигитализираме и
популяризираме
идентичността на
културното наследство на
селската кулинария.

В областта на културното хранително наследство всяка общност може да се отличи по своите знания, придобити с течение на времето. Тези знания са резултат от взаимодействието с околната среда и условията на живот, като много от тях са с доказана научна основа (Bergflødt et al. 2012). То се предава от поколение на поколение и представлява резултат от исторически процес, отнасящ се до използването на ресурсите. По този начин преоткриването на тези ресурси включва идеята за прогрес (Cannarella and Piccioni 2011, Handayani and Prawito 2009).

През последните години цифровата трансформация като цяло промени търсенето и предлагането, предлагайки все по-голямо взаимодействие, а интернет се превърна в ключов маркетингов инструмент.

Цифровизацията промени начина, по който хората взаимодействат помежду си, но в същото време е процес, който добави стойност към предизвикателствата на иновациите в областта на услугите.





Урок 1

Как да дигитализираме и популяризираме идентичността на културното наследство на селската кулинария.

Дигиталните свойства, които включват полезни елементи за подобряване на гастрономическото наследство, са следните:

- Програмируемостта и самореференциалният характер на данните, които предлагат по-голям потенциал за автоматизация;
- Цифровата свързаност (безжични, кабелни, сателитни технологии) - инфраструктурата, която е двигател на комуникацията и мобилността;
- Всеприсъствие, така че чрез технологиите можем да присъстваме на няколко места едновременно, а услугите могат да бъдат достъпни от всяко място, от всяко устройство, почти по всяко време;
- Цифрова модулност, която позволява преконфигуриране на елементите по отраслите и веригата за създаване на стойност, за да се стигне до нови бизнес модели, които са възможно най-устойчиви;
- Цифрова видимост, особено чрез социалните медии, които трансформират комуникацията, социализацията и силата на разпространение на информацията;
- Персонализация, така че експериментаторът да има възможност да адаптира продуктите и услугите си според собствените си предпочитания и ценности чрез цифрови функции.

Запомнете:



Дигитализацията на гастрономическия туризъм има за цел да популяризира гастрономическото наследство, като предоставя на посетителите автентични преживявания с помощта на новите технологии. Затова преди да се приложат цифровите елементи, е важно да се познава мотивацията на посетителите/туристите за кулинарни преживявания.

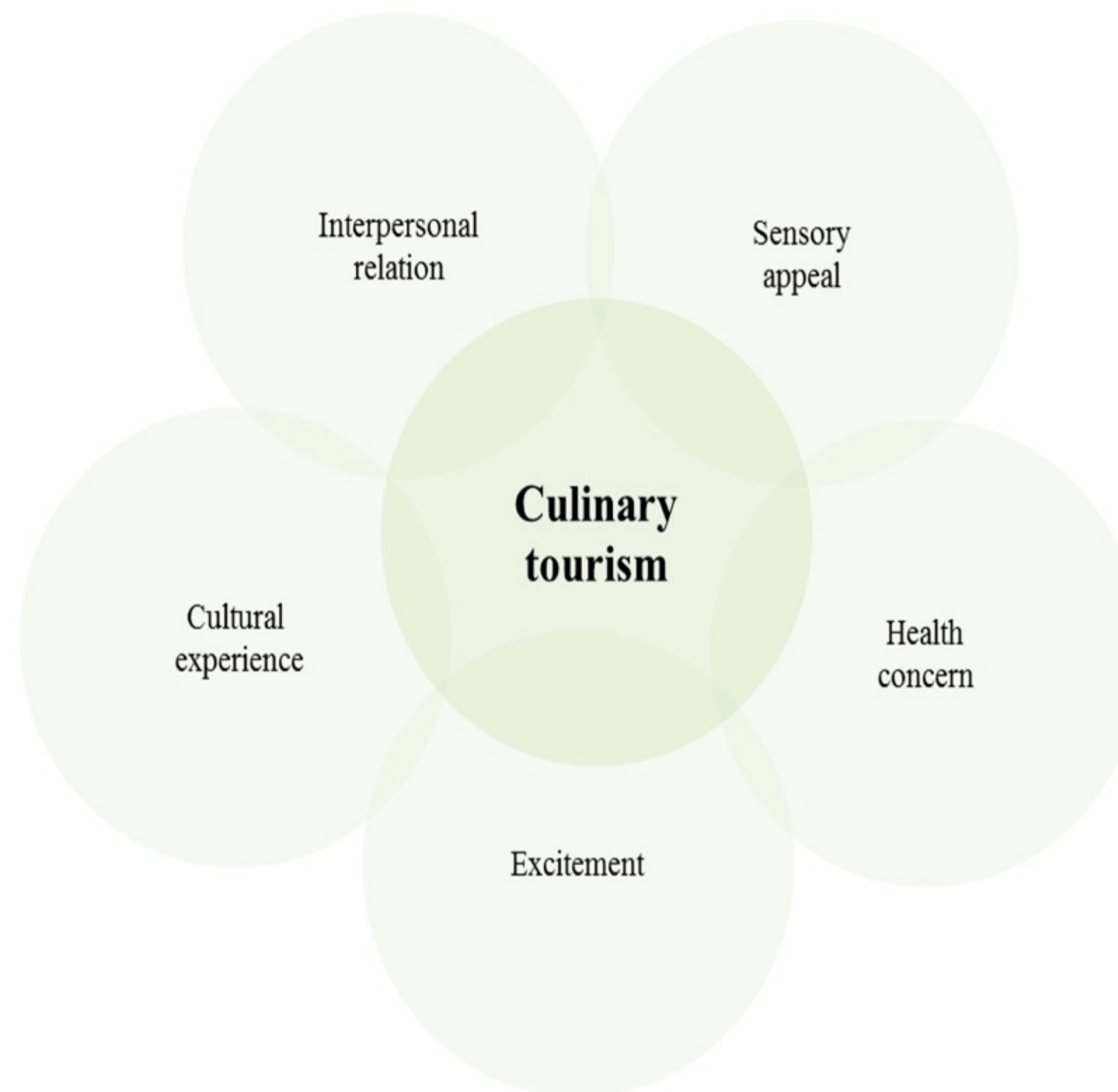




Урок 1

Как да дигитализираме и популяризираме идентичността на културното наследство на селската кулинария.

За да обяснят поведението на туристите, които опитват местни храни и напитки, Ким и Ивс разработват мотивационна скала, съставена от пет мотивационни измерения, генерирани от 26 елемента. Петте мотивационни измерения са: културен опит, възбуждане, междуличностни отношения, сетивна привлекателност и грижа за здравето.



Фигура 2 Петте мотивационни фактора в мотивационната скала на Ким и Ивс
(Ким, 2012)





FLAVOURS of EUROPE

Урок 1
Как да дигитализираме и
популяризираме
идентичността на
културното наследство на
селската кулинария.

По-специално, културният опит се свързва с желанието на туристите да опознаят различни култури, тъй като опознаването на нови храни и ястия означава и опознаване на нови култури.

Измерението "вълнение" е свързано с необходимостта от практикуване на вълнуващи преживявания по време на почивката, което се свързва и с необходимостта от бягство от рутината.

Третото идентифицирано измерение е междуличностните отношения, което се разглежда като желание за запознаване с нови хора, прекарване на време с приятели и семейство и бягство от рутинните отношения.

Кулинарният туризъм се разглежда и като сетивно преживяване. Сензорната привлекателност всъщност е четвъртото измерение и е свързана със сетивните характеристики на храната, които могат да играят важна роля при избора на кулинарния турист.

Грижата за здравето е петото мотивационно измерение, което влияе върху консумацията на местни храни и напитки в туристическите дестинации.



Урок 1

Как да дигитализираме и популяризираме идентичността на културното наследство на селската кулинария.

Урок 1

Въпроси за самооценка Моля, посочете верния отговор

ВЪПРОС 1

Какво представлява гастрономическият туризъм?

- a) Това е, когато туристите посещават дадено място, за да ядат местна храна.
- b) Това е вид туризъм, който популяризира местната кухня на дадено място.
- c) Вид туризъм, който се характеризира с преживяването на посетителите, свързано с храната и свързаните с нея продукти и дейности по време на пътуването, включително автентично, традиционно и/или иновативно кулинарно преживяване.
- d) Това е вид туризъм, при който туристите отседат в места, които произвеждат местна храна.

ВЪПРОС 2

Каква е целта на дигитализацията на гастрономическия туризъм?

- a) Целта на този вид туризъм е гастрономията на селските места да стане по-известна за туристите с помощта на цифрови източници.
- b) Популяризиране на гастрономическото наследство чрез предоставяне на автентични преживявания на посетителите, като се използват нови технологии.
- c) Да се направи така, че туристите и особено местните жители на селските райони да се запознаят по-добре с използването на цифрови медии.
- d) Нито едно от горните твърдения не е вярно.

ВЪПРОС 3

Кое е важното, за да се обогати гастрономическото наследство чрез цифрови източници?

- a) Дигитална свързаност.
- b) Дигитална видимост.
- c) Персонализация.
- d) Всичко изброено по-горе.

ВЪПРОС 4

Преживяването на нови храни и ястия може да се отдаде на културния опит.

- a) Вярно
- b) Невярно

**ИНТЕРЕСНИ
ЛИНКОВЕ**



<https://www.youtube.com/watch?v=tqJRC0IHN5o>



Уроци

Въведение.

1. Как да дигитализираме и популяризираме идентичността на културното наследство на селската кулинария.
2. Развиване на умения за дигитален маркетинг сред ангажираните страни.
3. Комуникация на културното наследство чрез дигитални и разказващи истории, свързани с преживявания.
4. Идентифициране и дигитализиране на етноразнообразието и биоразнообразието в селските райони.
5. Ролята на интелигентните дигитални платформи.
6. Как да се създаде база данни за национален и европейски списък с рецепти.
7. Как да се дигитализира кулинарен бизнес в селските райони.

Заклучение.

Урок 2

Развиване на умения за дигитален маркетинг сред ангажираните страни.

В този кратък раздел ще разгледаме уменията в областта на дигиталния маркетинг, които заинтересованите страни трябва да развият.

Необходими са маркетингови умения и инвестиции за популяризиране на продуктите на наследството.

Производителите на продукти, свързани с културното наследство, особено ако са по-малки, срещат трудности при възприемането на маркетингови стратегии, съобразени с културното наследство.





Типичните предизвикателства са следните:

- Липса на дигитални компетенции;
- Недостатъчни средства, отделени за пазарни инвестиции;
- проблеми, свързани с цифровото разделение, които възпрепятстват достъпа до цифрови възможности;
- възприемане на цифровите технологии като полезни за по-големите предприятия, но не и за малките производители или занаятчийските хранителни продукти;
- Идеологически пречки за възприемането на маркетинга, разбиран като "капиталистическа" философия на управление и набор от техники, целящи да стимулират свръхпотреблението.

Ето защо производителите на културно наследство и техните колективни организации следва да:

- да инвестират в развитието на своите цифрови умения. Това може да се случи чрез формално обучение, възможности, предлагани от учебни заведения или други съответни участници;
- да развиват своето онлайн присъствие. Социалните медии имат много малки бариери за навлизане и могат да бъдат създадени на практика без разходи. Другото им предимство е, че те често могат да генерират съдържание, създавано от потребителите, и да разпространяват информация от уста на уста, особено ако потребителите са стимулирани да го правят. Онлайн присъствието представлява ценна индивидуална маркетингова инвестиция, която производителите могат да използват за разказване на истории за културното наследство;
- Възприемане на стратегии за брендиране на съставки - промоционален подход, при който производителите на суровини или междинни продукти се рекламират директно пред потребителите, така че те да възприемат крайните продукти, включващи тези съставки, като висококачествени.





FLAVOURS
of EUROPE

Урок 2

Развиване на умения за дигитален маркетинг сред ангажираните страни.

Урок 2

Въпроси за самооценка

Моля, посочете верния отговор

ВЪПРОС 1

Необходими са маркетингови компетенции и инвестиции за популяризиране на продуктите на наследството

- a) **Вярно**
- b) Невярно

ВЪПРОС 2

Всички производители на продукти, свързани с културното наследство, могат да приемат маркетингова стратегия, съобразена с културното наследство.

- a) Вярно
- b) **Невярно**

ВЪПРОС 3

Какви са предизвикателствата, когато става въпрос за развиване на компетенции в областта на дигиталния маркетинг?

- a) Липса на дигитални умения
- b) Липса на експертен опит в областта на маркетинговите умения
- c) Липса на достатъчно инвестиции
- d) **Всички изброени по-горе.**

ВЪПРОС 4

Какво трябва да направят производителите на културно наследство, за да развият своите умения за дигитален маркетинг?

- a) **Да инвестират в курсове за обучение по дигитален маркетинг**
- b) Не могат да направят нещо, защото е трудно да се инвестира в дигитални и маркетингови компетенции, тъй като им липсват и двете - ще отнеме много време
- c) **Запознайте се с използването на социалните медии**
- d) **Приемете стратегия за марката на съставките**

**ИНТЕРЕСНИ
ЛИНКОВЕ**

<https://www.youtube.com/watch?v=bixR-KIJKYM>



Уроци

Въведение.

1. Как да дигитализираме и популяризираме идентичността на културното наследство на селската кулинария.
2. Развиване на умения за дигитален маркетинг сред ангажираните страни.
3. **Комуникация на културното наследство чрез дигитални и разказващи истории, свързани с преживявания.**
4. Идентифициране и дигитализиране на етноразнообразието и биоразнообразието в селските райони.
5. Ролята на интелигентните дигитални платформи.
6. Как да се създаде база данни за национален и европейски списък с рецепти.
7. Как да се дигитализира кулинарен бизнес в селските райони.

Заклучение.



FLAVOURS
of EUROPE

Урок 3

Комуникация на културното наследство чрез дигитални и разказващи истории, свързани с преживявания.

В този раздел ще научим как можем да предаваме нашето наследство чрез дигитални и експериментални разкази.

Разказването на истории е ефективен рекламен инструмент за установяване на връзка с потребителите. По-специално дигиталното разказване на истории е икономически ефективен начин за взаимодействие с онлайн публики и последователи и позволява да се ангажират по-младите поколения "дигитални аборигени". То също така дава възможност за използване на истории и съдържание, генерирани от потребителите, с рекламна цел.





Типични предизвикателства и трудности при разказването на истории с помощта на посредници са следните:

- Дигиталният разказ на истории изисква създаването на висококачествено медийно съдържание, а местните заинтересовани страни често нямат време и умения за създаване на висококачествено съдържание с логика на разказване на истории;
- Специалистите от външни райони могат да имат ограничена информираност за хранителното наследство на даден район;
- Местните производители често не създават уебсайтове и канали в социалните медии или нямат умения и време да анимират последните с непрекъснатост или да реагират бързо на онлайн взаимодействията на потребителите.

Поради това местните производители следва да:

- Възприемат разказвателен подход към етикетирането;
- Подобряват уменията и инвестициите си за цифрово популяризиране и разказване на истории. Те трябва да създадат присъствие в социалните медии, за да споделят по благоприятен начин онлайн разговорите за техните продукти. Когато работят с неместен експерт в тези области, те следва да му предоставят достатъчно информация за местната култура и традиции и да гарантират, че посланията, разпространявани сред туристите и неместните клиенти, остават автентични и културно съзвучни с местните жители;
- Внимателно разработвайте възможности за създаване на съдържание, генерирано от потребителите. Местните производители биха могли да оценят всички съществуващи допирни точки с потребителите от гледна точка на визуалните възможности те за "Instagrammable" моменти или да създадат нови с тази логика. За да се възползват от генерираното от потребителите съдържание, производителите на културно наследство трябва да съобщят и официалните си социални медии и предпочитаните хаштагове.





Урок 3

Комуникация на културното наследство чрез дигитални и разказващи истории, свързани с преживявания

Преход от културно към дигитално наследство.

Превръщането на културното наследство в дигитално, съхраняването му и осигуряването на устойчивост чрез предаването му на бъдещите поколения са от голямо значение за икономическото развитие.

Дигиталното наследство се състои от компютърно базирани материали с трайна стойност, които следва да бъдат запазени за бъдещите поколения. Всъщност, макар че цифровизацията на културното наследство гарантира запазването на оригиналните документи и материали, тя дава възможност за равен достъп на всички до това наследство. Дигитализацията предпазва особено редките писмени произведения, снимки, видеоаудио записи и документи от износване и загуба, а също така има важен принос за културния туризъм, като дава възможност на посетителите да имат достъп до тези материали по всяко време и на всяко място.



Технологичната инфраструктура трябва да бъде разработена на първо място, за да се предотвратят евентуални недостатъци по отношение на технологиите, интернет и управлението при прехвърлянето на културни елементи в дигитална среда.



Урок 3

Комуникация на културното наследство чрез дигитални и разказващи истории, свързани с преживявания

Преход от културно към дигитално наследство.

Дигитализацията улеснява достъпа на потенциалните гости до информация при избора на дестинация и продукт.

Това е така, защото съвременните туристи също искат да се докоснат до културното наследство в контекста на творческия туризъм. Споменатият тук творчески туризъм "е вид туризъм, който предоставя на посетителите възможност да развият своя творчески потенциал чрез активно участие в курсове и учебни преживявания, които са характерни за посещаваната от тях ваканционна дестинация". Преживяването на нематериалното културно наследство на страната, като например кухня, музика, социален живот и т.н., които са дигитализирани и могат да се видят по интернет, за да се гарантира запазването и устойчивостта на културния туризъм, е предпочитание за много туристи.



Въпроси за самооценка Моля, посочете верния отговор

ВЪПРОС 1

Цифровото разказване на истории е икономически ефективен начин за ангажиране на онлайн публики и последователи и позволява да се ангажират по-младите поколения "цифрови аборигени".

- a) Вярно
- b) Невярно

ВЪПРОС 2

Какво представлява дигиталното наследство?

- a) Всички дигитални инструменти, като компютри, таблети и др.
- b) Състои се от компютърно базирани материали с трайна стойност, които трябва да бъдат запазени за бъдещите поколения
- c) стари цифрови източници, които имат голяма стойност на разходите
- d) Няма такова нещо.

ВЪПРОС 3

Какво представлява творческият туризъм?

- a) Това е вид туризъм, при който участвате в арт събития, които повишават вашата креативност.
- b) Той предоставя възможност да развиете творческите си способности чрез активно участие в курсове и учебни преживявания, които са характерни за дадена туристическа дестинация.
- c) Това е видът туризъм, който творците избират да правят
- d) Нито едно от горните

ВЪПРОС 4

Дигитализацията улеснява достъпа на потенциалните гости до информация при избора на дестинация и продукт.

- a) Вярно
- b) Невярно

ИНТЕРЕСНИ ЛИНКОВЕ



<https://www.youtube.com/watch?v=3x77U2U8URQ>



Уроци

Въведение.

1. Как да дигитализираме и популяризираме идентичността на културното наследство на селската кулинария.
2. Развиване на умения за дигитален маркетинг сред ангажираните страни.
3. Комуникация на културното наследство чрез дигитални и разказващи истории, свързани с преживявания.
4. **Идентифициране и дигитализиране на етноразнообразието и биоразнообразието в селските райони.**
5. Ролята на интелигентните дигитални платформи.
6. Как да се създаде база данни за национален и европейски списък с рецепти.
7. Как да се дигитализира кулинарен бизнес в селските райони.

Заклучение.



FLAVOURS
of EUROPE

Урок 4

Идентифициране и дигитализиране на етноразнообразието и биоразнообразието в селските райони.

Урок 4
Идентифициране и дигитализиране
на етноразнообразието и
биоразнообразието в селските
райони.

В този раздел ще научите как можете да идентифицирате етноразнообразието и биоразнообразието във вашия селски район, за да ги дигитализирате.

В средите на международната политика все повече се признава, че опазването на биологичното разнообразие е неразривно свързано с опазването на културното разнообразие и че местните общности притежават традиционни екологични знания с голяма потенциална стойност и значение за глобалните усилия за постигане на целите на устойчивото развитие и именно по този начин дигиталните технологии имат значителна роля за улесняване на опазването на това културно разнообразие.



Знаете ли,
че...?



Дигиталните технологии се използват широко за целите на опазването на биоразнообразието и в момента се провеждат много държавни и неправителствени инициативи за разработване на електронни носители за съхранение и комуникация.





FLAVOURS
of EUROPE

Урок 4
Идентифициране и дигитализиране
на етноразнообразието и
биоразнообразието в селските
райони.

Тъй като населението на селските общности намалява, тези, които остават, се сблъскват с множество социални и икономически проблеми. Но чрез увеличаване на достъпа им до технологии някои от тези проблеми могат да бъдат облекчени, а уязвимите общности - защитени.

Дигитализацията на селските райони включва използването на съвременни цифрови технологии за укрепване на икономическата и социалната структура на селското население, като в крайна сметка му се предоставят повече възможности да води свързан живот. Тези технологии приемат много форми - от иновации в селското стопанство до системи за осветление, захранвани със слънчева енергия - но всички те са насочени към един и същ резултат: Хората не бива да се местят от селата поради необходимост. Много семейства имат културни и исторически връзки със своите селски райони, а цифровизацията гарантира, че те могат да останат там, без да влошават качеството си на живот.

**Знаете ли,
че...?**



Изпълнението на най-голямата в света програма за научни изследвания и иновации - "Хоризонт 2020" - доведе до множество проекти, които имат за цел да осигурят европейската конкурентоспособност в световен мащаб. Например проектът DESIRA се фокусира специално върху оценката на въздействието на дигитализацията, като изложи седем основни принципа, които да помогнат на Европа да постигне дигитализация на селските райони до 2040 г. Сред тези принципи е прилагането на политики, насърчаващи цифровото приобщаване. В процеса на цифровизация на селските райони някои селски райони могат да бъдат изключени, което да доведе до нарастващо цифрово разделение и неравномерно развитие. За да се предотврати това, DESIRA потвърждава, че европейските правителства са отговорни за гарантиране, че хората не са поставени в неравностойно положение въз основа на местоположението си, което правителствата трябва да възприемат универсално, когато става въпрос за цифровизацията на селските райони.





FLAVOURS
of EUROPE

Урок 4
Идентифициране и дигитализиране
на етноразнообразието и
биоразнообразието в селските
райони.

Наред с подобряването на инфраструктурата в селските райони, използването на възобновяеми енергийни източници и внедряването на комуникационни технологии в селскостопанските отрасли, цифровизацията предоставя по-добри възможности за младите момичета. Подобряването на образователните възможности на жените чрез дигитализация на училищата е може би един от най-добрите методи за овластяване на момичетата, тъй като им предоставя нови, освежаващи перспективи за света, в който живеят.

Дигиталните решения вече са доказали, че са изключително полезни при наблюдението на биоразнообразието в световен мащаб в продължение на десетилетия. Занапред технологии като изкуствения интелект (ИИ) и интернет на нещата могат допълнително да подобрят управлението на данните, необходими за мониторинга, вземането на решения и правоприлагането. Те могат също така да помогнат за екологизиране на човешките дейности, да повишат осведомеността относно предизвикателствата, свързани с биологичното разнообразие, и да насърчат гражданите да подкрепят необходимите мерки



Биоразнообразието в Европа и по света бързо се влошава. Съществува обаче огромен неизползван потенциал в използването на данни и дигитални решения за защита на нашите природни ресурси.





FLAVOURS
of EUROPE

Урок 4
Идентифициране и дигитализиране
на етноразнообразието и
биоразнообразието в селските
райони.

Урок 4

Въпроси за самооценка Моля, посочете верния отговор

ВЪПРОС 1

Подобряването на образователните възможности на жените чрез дигитализация на училищата е един от най-добрите методи за овластяване на момичетата.

- a) **Вярно**
- b) Невярно

ВЪПРОС 2

Какви са предимствата на цифровизацията в селските райони?

- a) Няма реални недостатъци; цифровизацията ще се отрази на селския туризъм, тъй като повече хора ще се преместят от родното си място
- b) **Тя укрепва икономическата и социалната структура на населението в селските райони**
- c) Тя кара местните хора да станат по-запознати с цифровите технологии
- d) **Въвежда възобновяеми енергийни източници**

ВЪПРОС 3

Как новите технологии помагат за опазването на биологичното разнообразие?

- a) Те повишават осведомеността за предизвикателствата пред биоразнообразието
- b) Насърчават гражданите да подкрепят необходимите мерки
- c) Насърчават екологосъобразните човешки дейности
- d) **Всички горепосочени**

ВЪПРОС 4

Дигитализацията трябва да гарантира, че хората в селските райони могат да останат в родния си град, без да се нарушава качеството им на живот

- a) **Вярно**
- b) Невярно

**ИНТЕРЕСНИ
ЛИНКОВЕ**

<https://www.youtube.com/watch?v=KBSOoQWhfzk>



Уроци

Въведение.

1. Как да дигитализираме и популяризираме идентичността на културното наследство на селската кулинария.
2. Развиване на умения за дигитален маркетинг сред ангажираните страни.
3. Комуникация на културното наследство чрез дигитални и разказващи истории, свързани с преживявания.
4. Идентифициране и дигитализиране на етноразнообразието и биоразнообразието в селските райони.
5. **Ролята на интелигентните дигитални платформи.**
6. Как да се създаде база данни за национален и европейски списък с рецепти.
7. Как да се дигитализира кулинарен бизнес в селските райони.

Заклучение.

Урок 5

Ролята на интелигентните дигитални платформи.

Както видяхте в предишните раздели, дигиталните технологии играят важна роля в наши дни и особено когато става въпрос за бизнес.

В този раздел ще се запознаете с ролята на интелигентните дигитални платформи.





Дигиталните платформи са посредник между потребителите, които искат персонализирано изживяване, и местните инициативи чрез обмен на информация, осигуряване на видимост, популяризиране на гастрономическите ресурси, споделяне на данни, генериране на икономически ползи за местните предприемачи, интегриране на цифровите технологии в организационния контекст, предоставяне на възможност за актуализиране на базата данни в реално време и оценяване на фактора на създаване.

Интелигентните цифрови платформи са в състояние да:

- да изразяват иновационните пропелери;
- Предоставя специализирана информация;
- Повишават видимостта на гастрономическите ресурси;
- да абсорбира и проектира опит;
- Изявява участниците в селските общности.

Иновационни аспекти	Използваемост и функции
Общност	<ol style="list-style-type: none">1. Подобряване на селските райони2. Маркетинг на гастрономически услуги3. Управление на създаването на предприятия4. Пряка комуникация с посетителите
Използване от посетители	<ol style="list-style-type: none">1. Централизира информацията2. Директна комуникация със селската общност3. Първоначален опит чрез платформата4. Видимост на гастрономическите ресурси и услуги

Запомнете: *За да се създаде база данни с рецепти, използваната рамка трябва да е подобна на тази на интелигентна дигитална платформа.*



Фигура 3 Използваемост и основни функции на една интелигентна дигитална платформа





Основни области на дигиталната платформа за интелект

- a) **Предложение за стойност:** Това е начинът, по който даден географски район разкрива своята културна и гастрономическа идентичност. Стойностното предложение се основава на предлагането на комплексни услуги чрез грижа за околната среда и зачитане на културното многообразие.
- b) **Ключови партньори:** Създаване на мрежа от надеждни и ефективни партньори. По време на процеса на избор на стратегически партньори трябва да се вземе предвид обширен списък от елементи, като например връзка с предложението за стойност, критерии за подбор и развиване на взаимоотношения, от които печелят всички.
- c) **Ключови ресурси:** предимно инструменти за прилагане на ключовите дейности на практика, като например достъп до интернет, използване на мобилни приложения или планиране на пътувания. Информацията ще се съхранява в база данни, така че по-късно да може да се извършва анализ на данните за стратегическо планиране
- d) **Връзка с посетителите:** създава се общност около неговите продукти и услуги, а това помага да се осигури персонализирано преживяване чрез платформата и социалните медии.
- e) **Канали:** елементи, които определят начина, по който популяризираното наследство ще достигне до посетителите и ще предаде широко и ефективно предложенията за стойност.
- f) **Сегменти на посетителите:** целевият сегмент на посетителите се определя въз основа на информация, получена от проучвания, въз основа на демографски параметри, дейности, социална класа, начин на живот и др. Платформата ще бъде интегрирана от местните участници, където са идентифицирани потенциалните посетители.



Основни области на дигиталната платформа за интелект (ДПИ)

Основни партньори	Основни дейности	Основни ресурси
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Местни предприемачи (занаятчии, фермери, собственици на места за настаняване, готвачи и др.) ▪ Външни фирми (туристически агенции, туристически бордове, маркетингови компании и др.) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Транспортни фирми ▪ Управители на общности ▪ Влиятелни лица в областта на цифровите технологии <ul style="list-style-type: none"> ▪ Доставчици на услуги ▪ Местни правителства / органи ▪ Културни институции / неправителствени организации <ul style="list-style-type: none"> ▪ Изследователи 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Разработване и управление на уеб сайтове; ▪ Промоция на услугите на платформата; <ul style="list-style-type: none"> ▪ Промоция в социалните медии; ▪ Маркетинг в областта на културата и културното наследство; ▪ Обучение на местните заинтересовани страни за използване на цифрови технологии; ▪ Привличане на рекламодатели. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Достъп до интернет; ▪ Мобилни приложения; ▪ Сътрудничество на преки и непреки участници.
Връзки с посетителите	Канали	Сегменти на посетителите
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Онлайн чрез платформата ▪ Онлайн чрез социалните медии 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Социални медии ▪ Конвенционални културни и туристически организации <ul style="list-style-type: none"> ▪ Дигитален маркетинг 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Посетители, които се интересуват от гастрономически туризъм, екотуризъм, културен туризъм, агротуризм, устойчив туризъм и преживелищен туризъм; ▪ Туристически агенции; ▪ туристически бордове; <ul style="list-style-type: none"> ▪ НПО.

Фигура 4 Примери за ключови области на ДПИ





FLAVOURS
of EUROPE

Урок 5
Ролята на интелигентните
дигитални платформи.

Урок 5

Въпроси за самооценка Моля, посочете верния отговор

ВЪПРОС 1

Стойностното предложение се основава на предлагането на комплексни услуги, като се грижи за околната среда и зачита културното многообразие.

- a) Вярно
- b) Невярно

ВЪПРОС 2

Дигиталните платформи са посредник между потребителите, които искат персонализирано преживяване, и местните инициативи чрез обмен и споделяне на информация.

- a) Вярно
- b) Невярно

ВЪПРОС 3

Каква е функцията на интелигентните дигитални платформи в селския туризъм?

- a) Те предоставят специализирана информация
- b) Те обединяват участниците в селските общности
- c) Помагат при проектирането на нови преживявания
- d) А и С.

ВЪПРОС 4

По време на процеса на избор на стратегически партньори трябва да се разгледа обширен списък от елементи, като например връзка с предложението за стойност, критерии за подбор и разработване на взаимоотношения, от които печелят всички.

- a) Вярно
- b) Невярно

LINKS OF
INTEREST



<https://www.youtube.com/watch?v=n6b6Uw1YpzY>



Уроци

Въведение.

1. Как да дигитализираме и популяризираме идентичността на културното наследство на селската кулинария.
2. Развиване на умения за дигитален маркетинг сред ангажираните страни.
3. Комуникация на културното наследство чрез дигитални и разказващи истории, свързани с преживявания.
4. Идентифициране и дигитализиране на етноразнообразието и биоразнообразието в селските райони.
5. Ролята на интелигентните дигитални платформи.
6. Как да се създаде база данни за национален и европейски списък с рецепти.
7. Как да се дигитализира кулинарен бизнес в селските райони.

Заклучение.



Урок 6

Как да се създаде база данни за национален и европейски списък с рецепти.

В този раздел ще научите как можете да създадете база данни за разработване на национален и европейски списък с рецепти.

Запазването на етническото и културното разнообразие като цяло се превръща в голямо предизвикателство в днешно време, подобно на задачата за запазване на биологичното разнообразие на нашата планета. Сред застрашаващите фактори е дори разпространението на цифровите медии, които едва ли ще се съобразяват с местните традиции.

Многобройните комбинации от вкусове, аромати, техники, както и исторически, религиозни и културни алюзии постепенно формират наследството с препратки в литературата, фолклора, музиката - всичко, което прави националните кухни уникални и взаимосвързани с други области на човешката дейност.



Фабио Парасеколи с право прилага концепцията за "означаващи мрежи" към националните кухни: "Всеки елемент от кулинарната традиция е част от няколко взаимосвързани мрежи от значения, практики, концепции и идеали; пълният обхват на неговото значение и стойност не може да бъде разбран, без да се анализира взаимодействието му с други, привидно несвързани области. Можем да определим тези мрежи като "означаващи", защото те ни помагат да осмислим реалността, като ни позволяват да разберем културната си среда и да действваме в рамките на нейните правила и граници" (Parasecoli, 2005).

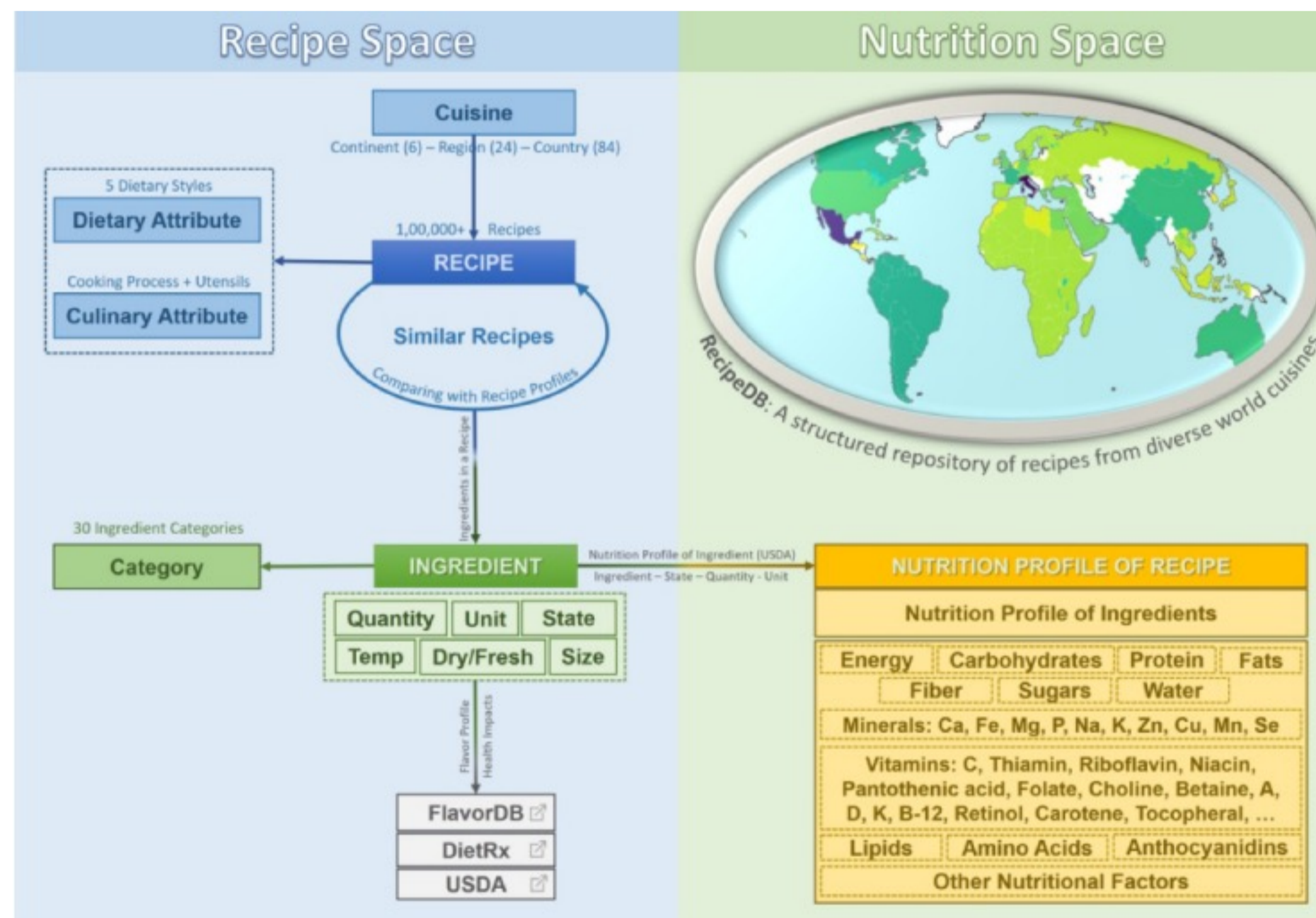


Тъй като светът става все по-малък по отношение на пътуванията и комуникациите, получаваме много възможности да открием нови културни измерения за себе си. Човек може да разбере много за дадена национална група само като опита известните ѝ ястия. Чуждестранните посетители често имат голямо желание да опитат местната кухня, но може да го сметнат за рисковано, ако не им бъде предоставена достатъчно обяснителна информация. Споделянето на готварски рецепти включва не само списък с обикновени съставки и указания за готвене, но и средата, в която растат хранителните продукти. Националните кухни включват голям брой фактори, които правят ястията специални, включително специфични начини за обработка на цялата храна, използване на прибори, прилагане на техники за готвене и др. Следователно случаят на използване на цифровизация на кухнята е доста поучителен за разбирането на принципите на съвременния обмен на межкултурни знания.

Голямото предизвикателство днес е да се кодира тази информация в подходяща дигитална форма, за да може обменът на данни да отвори врати за чуждестранни туристи, да стимулира икономическите връзки и да изведе межкултурната комуникация на много по-високо ниво. Много проекти за цифровизация са изградени около идеята за използване на някаква основополагаща онтология, която може да бъде разширена от инженерите по знания в определена специфична област на експертиза. Ще разгледаме случая на използване на тези инструменти за цифровизиране на националните кухни.



Пример за успешен проект е RecipeBD (<https://cosylab.iiitd.edu.in/recipebd>), който представлява структурирана компилация от рецепти, съставки и хранителни профили, свързани с вкусови профили и здравни асоциации. Репертоарът се състои от щателно интегриране на 118 171 рецепти от кухни по целия свят (6 континента, 26 геокултурни региона и 74 държави), приготвени чрез 268 процеса (нагряване, варене, варене, задушаване, печене и т.н.), чрез смесване на над 20 262 различни съставки, които са допълнително свързани с техните вкусови молекули (FlavorDB), хранителни профили (Министерство на земеделието на САЩ) и емпирични записи на асоциации със заболявания, получени от MEDLINE (DietRx). Този ресурс има за цел да улесни научните изследвания на кулинарното пространство (рецепта, съставка, процеси/техники на готвене, стилове на хранене и т.н.), свързани с вкусови (ароматен профил) и здравни (хранителни и болестни асоциации) атрибути, търсещи различни приложения.



Фигура 5 Структура на базата данни RecipeDB



Стъпки за създаване на база данни като ресурс за проучване на рецепти.

1. Преглед на базата данни

Тази стъпка включва класифициране на рецептите в кухни по геокултурни региони, картографиране и етикетиране с различни характеристики (стилове на хранене, процеси на готвене и др.). От съществено значение е да се предложи удобен за потребителя интерфейс за извършване на справки и разглеждане на рецепти. Могат да се предоставят интерактивни визуализации на данни и взаимосвързани опции за търсене, за да се извлича съответната информация.

2. Съставяне на данни

Посочено е да се прегледат много хранилища на рецепти като потенциален източник на данни въз основа на еднаквост на структурата и наличие на геокултурни карти и брой. След това тази информация може да бъде разделена на няколко части (данни за съставките, данни за инструкциите за готвене, данни за геокултурното картографиране и др.)

По време на конструирането на набора от данни трябва да се изисква информация в структуриран формат чрез конструиране на набора от данни, маркиране на всяка дума във всяка фраза по цел, използване на вектори на представяне и клъстериране, което означава основно идентифициране на уникални вектори на представяне, за да се увеличи разнообразието на базата данни.

След тази стъпка можем също така да създадем модели за "обучение" на базата данни, за да получим интерференции за всички рецепти в базата данни.

Всяка рецепта може да бъде съпоставена с нейната геокултурна корелация на различни нива на йерархията (например: държава, макрорегион, регион, подрегион и т.н.) и съпоставянето на това ниво може да се извърши въз основа на кулинарни/културни прилики.

3. Архитектура на базата данни и уеб интерфейс

Базата данни трябва да улеснява лесното разбиране и навигация в сложните взаимовръзки между кухните, съставките, методите на обработка, информацията за културата и наследството и техните категории.

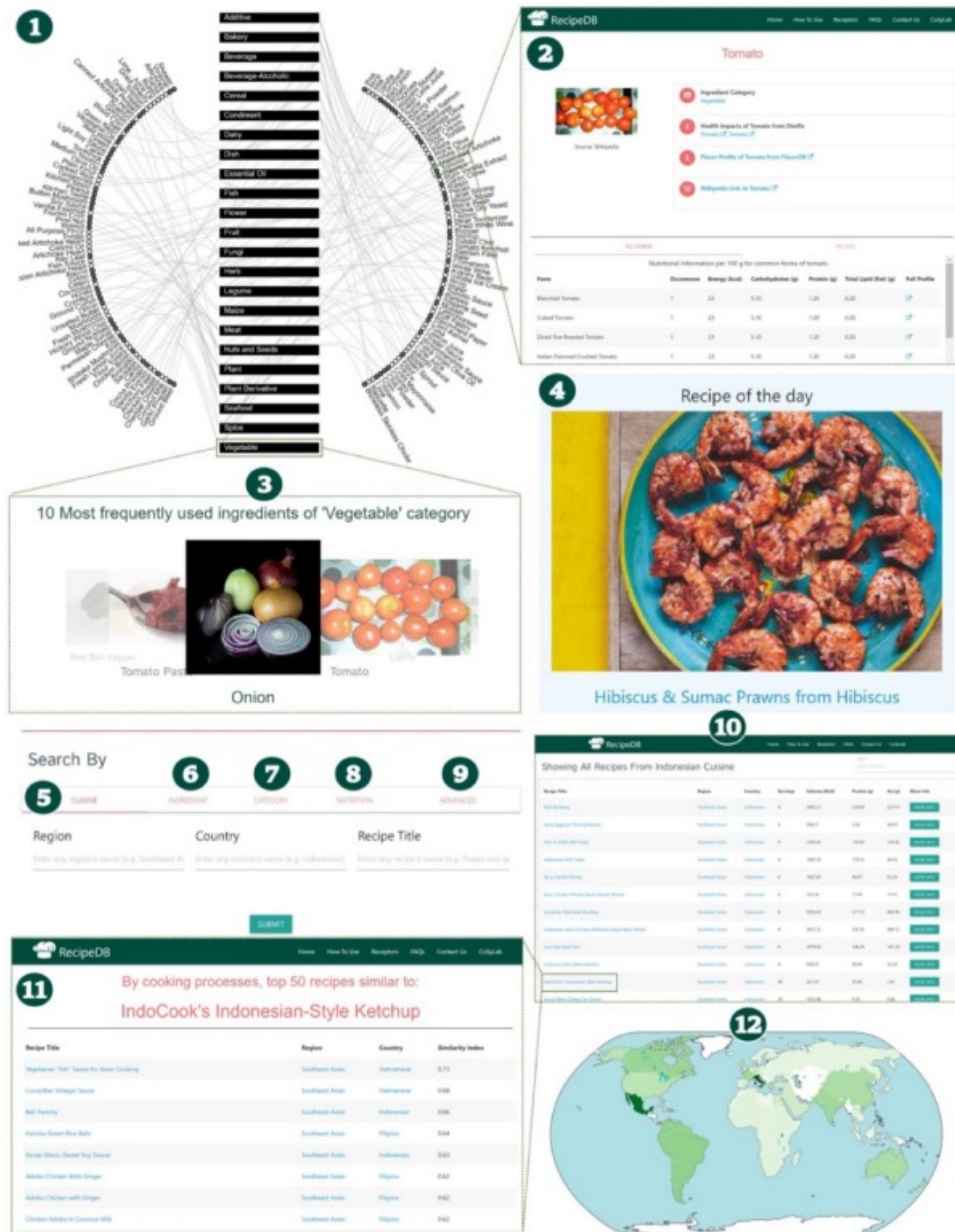
Интерактивната визуализация на данните и голямото разнообразие от удобни за потребителя търсения осигуряват бърз достъп до желаната информация.





FLAVOURS of EUROPE

Урок 6
Как да се създаде
база данни за
национален и
европейски списък с
рецепти.



Фигура 6 Схема на потребителския интерфейс на RecipeDB с подчертани функции за търсене и навигация в данните





FLAVOURS
of EUROPE

Урок 6
Как да се създаде
база данни за
национален и
европейски списък с
рецепти.

4. Случаи на използване

Тази стъпка е по-емпирична и илюстрира полезността на базата данни с рецепти за различни приложения.

Потребителите имат възможност да търсят рецепти по кухня на ниво региони на дадена държава. Всяко поле може да се захранва с еднобуквен текст на автопредложение, за да се даде възможност на непосветените потребители. Щракването върху името на рецептата може да доведе до страница със структурни данни за рецептата и "повече информация" или други изскачащи страници могат да предоставят различна информация или взаимосвързани факти зад рецептата.

Чрез създаването на база данни с рецепти има възможност да се разработят сложни заявки с разширено търсене. Разширеното търсене дава възможност за създаване на нюансирани заявки, като се използват отделните елементи на заявката (кухня, заглавие на рецептата, използвана/неизползвана съставка, процеси на готвене и използвани прибори и макронутриенти).



Храната е сложна тема, преплетена с традиционните готварски практики (рецепти), вкуса, храненето и здравето. Базата данни с национални и европейски рецепти може да бъде един поглед към пъзела на храната, основан на данни.

Този вид база данни има силата да осигури структурирани хранилища на разнообразни рецепти, които да интегрират културните, кулинарните и хранителните аспекти. Чрез създаването на кураторска и структурирана база от кулинарни знания, базата данни дава възможност за изследвания с отворен край.

Събраните данни са мощен източник за анализ на "идентичността" на кухнята в измерими параметри, сходство между кухните, квинтесенциални модели в кухните и др., освен че са отличен ресурс за задаване на запитвания. По този начин базата данни предоставя количествен ресурс на кулинарното наследство чрез структурирано хранилище на рецепти.

Запомнете:



*Освен подобряването на
количеството на данните, има много
възможности за подобряване на
качеството на данните за рецептите.
Съставянето на общи традиционни
рецепти е една от ключовите бъдещи
насоки.*

Въпроси за самооценка Моля, посочете верния отговор

ВЪПРОС 1

Важен въпрос ли е запазването на етническото и културното многообразие?

- a) Да, това е
- b) Не, не е

ВЪПРОС 2

Не е много важно да се предоставя обяснителна информация на чуждестранните посетители в базите данни за местната кухня, тъй като те могат лесно да я намерят в интернет.

- a) Вярно
- b) Невярно

ВЪПРОС 3

Какви са стъпките за създаване на база данни като ресурс за проучване на рецепти?

- a) Съставяне на данни - Преглед на данните - Архитектура на базата данни и веб интерфейс - Случаи на използване
- b) Преглед на данните - Съставяне на данни - Архитектура на базата данни и веб интерфейс - Случаи на използване
- c) Архитектура на базата данни и веб интерфейс - Съставяне на данни - Използване на случаи - Преглед на данните
- d) Преглед на данните - Съставяне на данни - Използване на случаи - Архитектура на базата данни и веб интерфейс.

ВЪПРОС 4

Чрез създаването на кураторска и структурирана база от знания за кулинарията, базата данни дава възможност за изследвания с отворен край.

- a) Вярно
- b) Невярно

ИНТЕРЕСНИ ЛИНКОВЕ



<https://www.youtube.com/watch?v=H2aM5yKgJY0>



Уроци

Въведение.

1. Как да дигитализираме и популяризираме идентичността на културното наследство на селската кулинария.
2. Развиване на умения за дигитален маркетинг сред ангажираните страни.
3. Комуникация на културното наследство чрез дигитални и разказващи истории, свързани с преживявания.
4. Идентифициране и дигитализиране на етноразнообразието и биоразнообразието в селските райони.
5. Ролята на интелигентните дигитални платформи.
6. Как да се създаде база данни за национален и европейски списък с рецепти.
7. Как да се дигитализира кулинарен бизнес в селските райони.

Заклучение.



FLAVOURS
of EUROPE

Урок 7

Как да се дигитализира кулинарен бизнес в селските райони.

В този раздел ще се занимаем с дигитализирането на вашия селски гастрономически бизнес.

В съвременния свят на бизнеса са необходими нови подходи за засилване на иновациите и изобретенията в селските предприятия, а за да се постигне това, трябва да бъдат правилно определени широки познания и разбиране на дигиталните технологии, как могат да се използват, кога могат да се използват, къде могат да се използват и защо се използват от селските предприемачи. Промоционалните маркетингови стратегии, използващи цифрови технологии, следва да бъдат централен въпрос, а ползата от тях следва да бъде по-добре разбрана от собствениците и мениджърите на предприятия по света. Достъпът до световните пазари, ефективната дистрибуция на продуктите и по-високата осведоменост за марката също могат да осигурят конкурентно предимство и да гарантират ефективна бизнес комуникация.





FLAVOURS
of EUROPE

Урок 7
Как да се дигитализира
кулинарен бизнес в
селските райони.

Основните понятия в предприемаческата практика включват независимост, иновации, вземане на решения, прогнозиране, изпълнение и постигане на успех. Въпреки това предприемачеството в селските райони трябва да бъде по-добре развито, за да се подобри по-широкото му икономическо участие. Трансформацията в начина на практикуване на селското предприемачество би могла да привлече по-голям бизнес успех, но ефективна икономическа дейност може да се постигне само чрез цифровизация на селското предприемачество. Цифровизацията може да бъде описана от гледна точка на инфраструктурните процеси, свързани с цифровите технологии, при които аналоговата информация се транскрибира в цифрова форма и се прилага в по-широк социален и институционален контекст.

Значението на дигитализацията не се ограничава само до продукти, услуги и производствени процеси, а включва широк спектър от компетенции, включително маркетинг, бизнес мрежи, промоционален микс, дистрибуция на продукти, управление на веригата за доставки, достъп до международни пазари и управление на растежа за постигане на конкурентно предимство. Цифровизацията на всички бизнес процеси е възможна и по този начин лесно може да се преодолее възлагането на определени услуги на външни изпълнители или недостигът на човешки капитал, с който разполагат предприятията в селските райони, тъй като цифровизацията може да се използва за положително активиране на новосъздадени предприятия и потенциални млади предприемачи, които желаят да работят в селска среда по този начин.

Знаете ли,
че...?



Малко са изследванията за това как дигитализацията може да подобри оцеляването и развитието на селските предприятия, което води до липса на знания и разбиране на връзката ѝ с подобряването на успеха на селските индустрии. Знанията относно ползите от цифровизацията на селските предприятия и как тя може да подобри капацитета за функциониране на предприятията остават предимно предположения сред специалистите и политиците.

Съществуват обаче много доказателства от международна гледна точка, които показват, че малкият бизнес, който обикновено се намира в селските райони, играе решаваща роля за създаването на различни различни икономики.



Стимули за дигитализация на предприемачеството в селските райони.

1. Технологично развитие

За да се постигнат възможности за развитие на общността, академични подобрения, социални промяна и политически и предприемачески растеж, правителствата трябва да дадат приоритет на инсталирането на оптични технологии, като по този начин направят ширококолентовата свързаност достъпна за селските общности. Осигуряването на оптична свързаност до всички жилища в селските райони би задоволило не само битовите комуникации, но и би позволило цифровизацията на бизнес инициативите в селските райони. Смята се, че чрез стратегически партньорски съюзи с частния сектор публичният сектор и правителствата както на развитите, така и на развиващите се страни дават възможност за създаване на цифрови инфраструктури, които ще осигурят цифровизацията на всички селски райони.

2. Социално-икономически фактори

Социално-икономическите фактори са основни аспекти, които оказват влияние върху предприемаческото поведение и функционирането на предприятията. Икономическият растеж е функция както на нарастването на ресурсите, така и на темповете на технологичните промени, като земята, трудът, капиталът и предприемачеството са ресурсите във факторите на производството. Икономистите, които са изследвали въздействието на тези ресурси или фактори на производство при определянето на причините за икономическия растеж, признават растежа на предприемачеството за техен основен източник. Основният принос за икономическия растеж на всички нации е този на предприемаческия фактор, тъй като именно предприемачите допринасят за методите за постигане на конкретни цели, които включват онези иновации, отговорни за технологичния прогрес. Следователно не увеличаването на количеството на другите производствени фактори стимулира икономическото развитие, а по-скоро усилията на предприемачите, които поемат рисковете за иновациите и организират и координират всички производствени фактори.

3. Пречки пред дигитализацията на предприемачеството в селските райони

Предприемачеството в селските райони е изправено пред предизвикателствата на финансовия недостиг, недостатъците в мрежи, електричество, оборудване, маркетинг, малки и отдалечени пазари, лоши транспортни системи и корупция. В много страни оскъдните инфраструктурни съоръжения, лошият достъп до технологии и липсата на ширококолентова свързаност и изправни пътища са основни предизвикателства пред развитието.





FLAVOURS
of EUROPE

Урок 7
Как да се дигитализира
кулинарен бизнес в
селските райони.

Стимули за дигитализация на предприемачеството в селските райони.

4. Предприемачески услуги в селските райони

Самите собственици/управители на малки и средни предприятия (МСП) не разполагат с необходимите умения и способности, необходими за стартиране и функциониране на бизнес, а при селските предприятия, които се характеризират с много трудни фактори, като ограничени ресурси, малки размери и разпръснато и отдалечено местоположение, разходите по транзакциите за дейностите в селските райони са високи, което до голяма степен е резултат от времето, необходимо за осигуряване на спазването на бизнес стандартите. Селските предприятия са изправени пред рискове, които варират от управлението на дисбаланса на властта, който изпитват в сравнение с по-големите предприятия, до купувачите, които могат да влияят върху условията и стандартните изисквания за извършване на продажби. Освен това селските предприятия имат ограничен достъп до актуална пазарна информация, главно поради слабата транспортна и комуникационна инфраструктура, особено в селска среда, което изключително затруднява участието на тези предприятия на пазари с висока стойност.

5. Институционални предизвикателства пред предприемачеството в селските райони

Разгръщането на предприемачеството изисква среда, която да позволява на предприемачите да създават, управляват и при необходимост да закриват предприятия в контекст, в който се гарантира спазването на върховенството на закона, уреждащо процедурите за разкриване, лицензиране и регистрация, както и защитата на физическата и интелектуалната собственост. Съществуващата регулаторна среда следва да насърчава хората да стартират собствен бизнес, да опитват нови бизнес идеи и да поемат пресметнати рискове, като в същото време поддържа административната тежест до минимума, необходим за подкрепа на устойчивите цели на публичната политика и развитието.



Въпроси за самооценка Моля, посочете верния отговор

ВЪПРОС 1

Трансформацията в начина, по който се практикува предприемачеството в селските райони, може да привлече по-голям бизнес успех чрез дигитализиране на предприемачеството в селските райони

- a) Вярно
- b) Невярно

ВЪПРОС 3

Малките предприятия играят важна роля в създаването на различни икономики.

- a) Вярно
- b) Невярно

ВЪПРОС 2

Значението на дигитализацията се ограничава само до продуктите, услугите и производствените процеси.

- a) Вярно
- b) Невярно

ВЪПРОС 4

Кои са пречките пред предприемачеството в селските райони?

- a) Липса на финансова подкрепа
- b) Слаб достъп до технологии и пазарна информация
- c) Високи разходи за транзакции
- d) Всички изброени по-горе

ИНТЕРЕСНИ ЛИНКОВЕ



<https://www.youtube.com/watch?v=K2fuyrNUoHI>

Уроци

Въведение.

1. Как да дигитализираме и популяризираме идентичността на културното наследство на селската кулинария.
2. Развиване на умения за дигитален маркетинг сред ангажираните страни.
3. Комуникация на културното наследство чрез дигитални и разказващи истории, свързани с преживявания.
4. Идентифициране и дигитализиране на етноразнообразието и биоразнообразието в селските райони.
5. Ролята на интелигентните дигитални платформи.
6. Как да се създаде база данни за национален и европейски списък с рецепти.
7. Как да се дигитализира кулинарен бизнес в селските райони.

Заклучение.

Заклучение

Дигитализацията на икономиката води след себе си развитието на нови бизнес модели и нови форми на социална и бизнес организация. Предприятията и жителите на селските райони трябва да се подготвят и планират, за да могат да се възползват от възможностите, които предоставя цифровизацията, за да се даде възможност за приобщаващо развитие и подобряване на качеството на живот на жителите.

Внедряването на технологиите в сферата на културното наследство може да засили преживяванията на посетителите, като подобри както спомените, така и чувството за принадлежност. Подобряването на образа на спомените от посещението на културното наследство може да допринесе за повишаване на осведомеността за миналото и да се превърне в желание за взаимодействие с наследството по устойчиви начини. Така че е от решаващо значение да се вземе предвид нарастващата роля, която технологиите играят в културния сектор, като технологиите вече са признати за един от основните компоненти на културното преживяване.

През последните години се появиха иновативни и завладяващи технологични приложения в сектора на културното наследство. Този феномен определи бързата и съществена промяна в практиките на използване, предлагане и опазване на културното наследство представя двойна класификация на макрокатегориите технологии, които могат да се наблюдават в културния сектор: онлайн технологии, които се фокусират върху използването на уебсайтове и мобилни приложения, и технологии на място, като обиколки с екскурзовод и устройства, които подобряват посещението (напр. аудио гайдове, GPS локатори и мобилни приложения). Много от тези технологии обогатиха преживяването и направиха информацията по-достъпна за различните сегменти посетители. Чрез новите комуникационни технологии може да се споделя допълнителна информация с посетителите, като по този начин тя се превръща във фокусна точка с добавена стойност към преживяването на наследството.

