



# FLAVOURS of EUROPE

## Καλώς ήρθατε!

Γεια σε όλους & όλες! Ας γνωριστούμε. Είμαι η Jana. Θα είμαι η βοηθός σας καθ' όλη τη διάρκεια αυτού του μαθήματος με αρκετές ιδέες, συμβουλές και σχόλια, με σκοπό να σας βοηθήσω να ολοκληρώσετε το μάθημα με επιτυχία.

Ας πούμε μερικά πράγματα εκ των προτέρων:

- Κάθε ενότητα χωρίζεται σε κεφάλαια. Στο τέλος κάθε κεφαλαίου θα μπορείτε να συμπληρώσετε το ερωτηματολόγιο αυτοαξιολόγησης για να προχωρήσετε στην επόμενη φάση.
- Μαζί με το υλικό κάθε κεφαλαίου, υπάρχει αρκετό συμπληρωματικό υλικό για τη βελτίωση των γνώσεών σας σε κάθε θέμα:
  - **Σύνδεσμοι ενδιαφέροντος.** Ιστοσελίδες στις οποίες μπορείτε να μεταβείτε για να εμπλουτίσετε τις πληροφορίες σας. ΣΗΜΕΙΩΣΗ: οι περισσότεροι σύνδεσμοι είναι διαθέσιμοι στα Αγγλικά
  - **Πρόσθετες πληροφορίες.** Ορισμένα πληροφορίες σε πλαίσια υπάρχουν για να αποσαφηνίσουν ορισμένες ιδέες, έννοιες, ορισμούς...
  - **Μελέτες περιπτώσεων.** Οι καλύτερες εμπειρίες που θα σας βοηθήσουν να έχετε μια πρακτική εικόνα για κάθε ένα από τα θέματα.
- Είμαι στη διάθεσή σας για ό,τι χρειαστείτε κατά τη διάρκεια αυτής της μαθησιακής διαδικασίας.





FLAVOURS  
of EUROPE

## Εργαλειοθήκη Κατάρτισης - Ενότητα #3

10 βήματα για την Ψηφιοποίηση  
της Γαστρονομικής  
Πολιτιστικής Κληρονομιάς

# ΚΕΦΑΛΑΙΑ

Εισαγωγή.

1. Ψηφιοποίηση και προώθηση της ταυτότητας της αγροτικής γαστρονομίας.
  2. Ανάπτυξη δεξιοτήτων ψηφιακού μάρκετινγκ από τα ενδιαφερόμενα μέρη.
  3. Διάδοση της κληρονομιάς μέσω ψηφιακής και βιωματικής αφήγησης.
  4. Αναγνώριση και ψηφιοποίηση της εθνοποικιλότητας και της βιοποικιλότητας στην επαρχία.
  5. Ο ρόλος των Έξυπνων Ψηφιακών Πλατφορμών.
  6. Δημιουργία βάσης δεδομένων με εθνικές και ευρωπαϊκές συνταγές.
  7. Ψηφιοποίηση επαρχιακής επιχείρησης γαστρονομίας.
- Συμπέρασμα.



Ας ξεκινήσουμε!

# ΚΕΦΑΛΑΙΑ

## Εισαγωγή.

1. Ψηφιοποίηση και προώθηση της ταυτότητας της αγροτικής γαστρονομίας.
  2. Ανάπτυξη δεξιοτήτων ψηφιακού μάρκετινγκ από τα ενδιαφερόμενα μέρη.
  3. Διάδοση της κληρονομιάς μέσω ψηφιακής και βιωματικής αφήγησης.
  4. Αναγνώριση και ψηφιοποίηση της εθνοποικιλότητας και της βιοποικιλότητας στην επαρχία.
  5. Ο ρόλος των Έξυπνων Ψηφιακών Πλατφορμών.
  6. Δημιουργία βάσης δεδομένων με εθνικές και ευρωπαϊκές συνταγές.
  7. Ψηφιοποίηση επαρχιακής επιχείρησης γαστρονομίας.
- Συμπέρασμα.



## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, ο γαστρονομικός τουρισμός είναι «ένα είδος τουριστικής δραστηριότητας που χαρακτηρίζεται από την εμπειρία του επισκέπτη με το φαγητό και τα σχετικά με αυτό προϊόντα και δραστηριότητες, συμπεριλαμβανομένων αυθεντικών, παραδοσιακών ή/και καινοτόμων γαστρονομικών εμπειριών».

Το είδος αυτό του τουρισμού βασίζεται στη γαστρονομική κληρονομιά και παραδόξως δεν ήταν πλήρως αναγνωρισμένο πριν το 2010, οπότε και η UNESCO συμπεριέλαβε στη λίστα άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς την παραδοσιακή κουζίνα του Μεξικού, τα γεύματα στη Γαλλία και το πλάσιμο μπισκότων με τζίντζερ από τη βόρεια Κροατία.

Η άυλη πολιτισμική κληρονομιά συμπεριλαμβάνει παραδόσεις και ζωντανές εκφράσεις που έχουμε κληρονομήσει από τους προγόνους μας και μεταδίδουμε στους απογόνους μας, όπως είναι οι προφορικές παραδόσεις, οι ερμηνευτικές τέχνες, οι κοινωνικές πρακτικές, οι τελετές, οι γιορτές, γνώσεις και πρακτικές σχετικές με τη φύση και το σύμπαν ή δεξιότητες παραγωγής παραδοσιακών τεχνουργημάτων.

Η γαστρονομία συνδέει την ταυτότητα ενός μέρους με τα ιστορικά χαρακτηριστικά του και την κληρονομιά του. Είναι το σημείο διασύνδεσης ανάμεσα στην παράδοση και στον μοντερνισμό, ανάμεσα στο ορισμένο και στο παγκόσμιο.

Ως κομμάτι της ιστορίας, της κουλτούρας, της ταυτότητας, της οικονομίας και της κοινωνικής ζωής, η γαστρονομική κληρονομιά και ο τουρισμός μπορούν να παίξουν ρόλο – κλειδί στην αναζωογόνηση της οικονομίας μιας περιοχής.

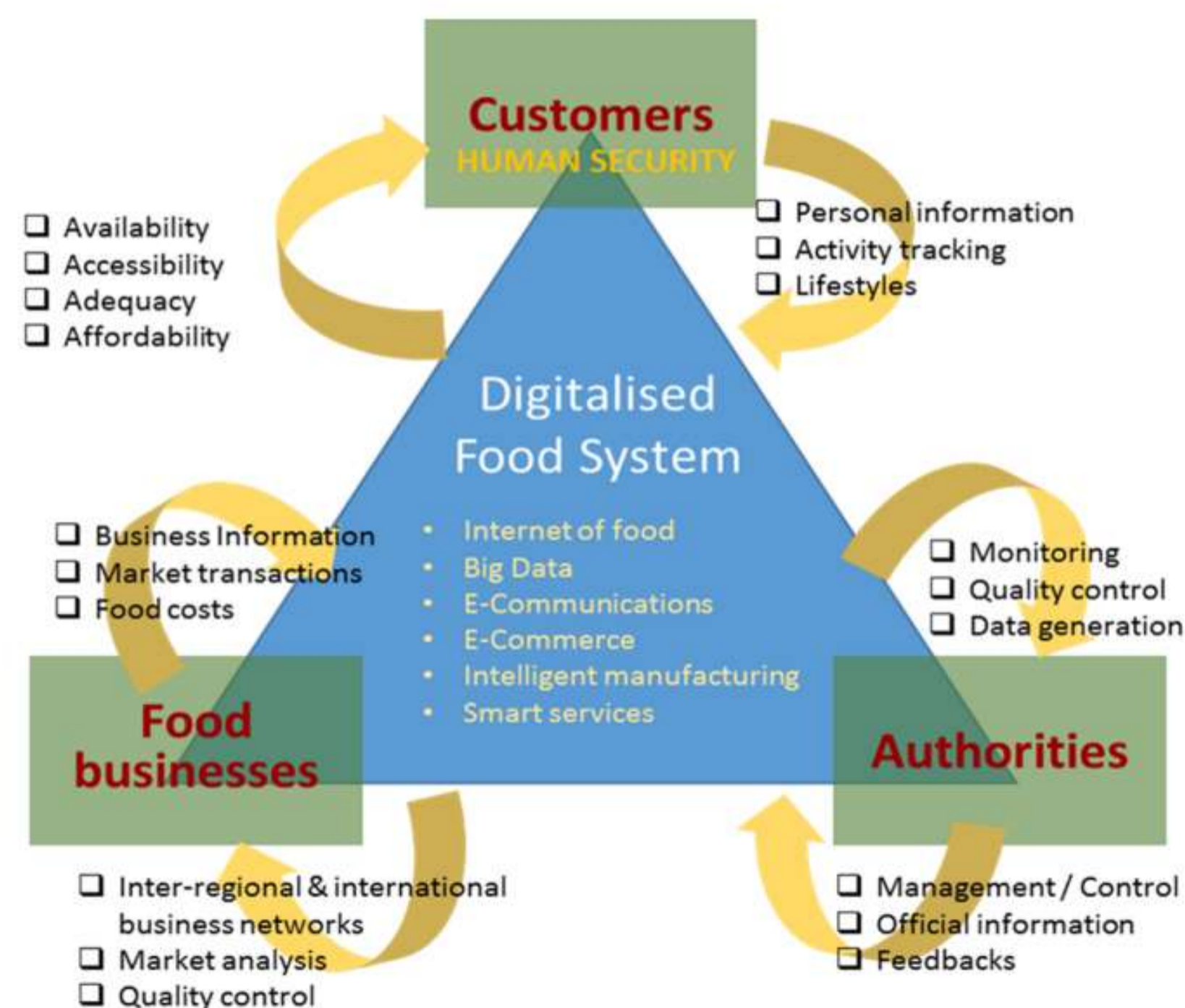


Η παραδοσιακή κουζίνα είναι ένα στοιχείο της παράδοσης που χαρακτηρίζει έντονα την ταυτότητα και μοναδικότητα ενός τουριστικού προορισμού. Οι οργανισμοί προώθησης και διατήρησης των προορισμών τονίζουν όλο και πιο πολύ την επιρροή του γαστρονομικού τουρισμού ως πρωταρχικού παράγοντα ανάπτυξης του τουρισμού εν γένει. Εδώ είναι που έρχεται ο ψηφιακός παράγοντας, για την προώθηση της κληρονομιάς με τον πλέον πρωτότυπο τρόπο.

Η ψηφιοποίηση ως έννοια διαδίδεται όλο και πιο πολύ σε κάθε πεδίο.

Ως ψηφιοποίηση εννοείται η μετατροπή αναλογικών πληροφοριών και διεργασιών σε ψηφιακή μορφή.

Όσον αφορά στο φαγητό με την ευρεία έννοια, με τον καιρό η ψηφιακή μεταμόρφωση έχει επηρεάσει σημαντικά την επεξεργασία φαγητού με αυξημένη παραγωγικότητα, διαφοροποίηση, ασφάλεια και διάρκεια ζωής.



Σχήμα 1 Οι αλληλεπικαλυπτόμενες σχέσεις εντός ενός ψηφιοποιημένου συστήματος φαγητού (Raheem, 2019)





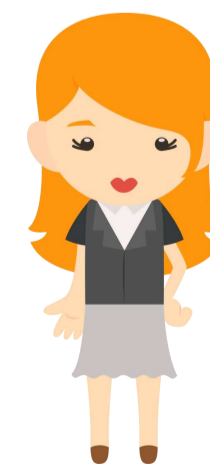
FLAVOURS  
of EUROPE

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Πρόσφατα αυτό έχει αρχίσει να επηρεάζει όλο και πιο πολύ τη γαστρονομία και τον τουρισμό, συνεπικουρώντας την ανάπτυξη γρηγορότερων και πιο διαφανών υπηρεσιών, καθιστώντας εφικτή την προσθήκη παραδοσιακών μεθόδων προμήθειας φαγητού.

Η ψηφιακή εποχή μας δημιουργεί όλο και πιο πολλές ευκαιρίες επιχειρηματικότητας, με τη διάθεση ψηφιακών λύσεων που μπορούν να ενεργοποιούν πόρους οι οποίοι μέχρι πρότινος δεν συνδέονταν ευθέως με το φαγητό και τον τουρισμό.

Προκειμένου να καταλάβουμε πώς χρησιμοποιείται η ψηφιοποίηση στη μεταμόρφωση του γαστρονομικού τουρισμού, πρέπει να κατανοήσουμε τα χαρακτηριστικά της ψηφιοποίησης όσον αφορά στα δεδομένα που χρησιμοποιούνται, τις υποδομές, τους διαύλους επικοινωνίας και τα ψηφιακά προϊόντα. Έτσι θα καταλάβουμε τις αλλαγές που φέρνει η ψηφιοποίηση στον τουρισμό και στην προσφορά τουριστικών υπηρεσιών και εμπειριών.



Οι σωστές ερωτήσεις σχετικά με την επίδραση της τεχνολογίας στον γαστρονομικό τουρισμό είναι πώς γίνεται, πότε εφαρμόζεται και πώς αλλάζει τη σχέση ανάμεσα στην επιχείρηση και στην κατανάλωση.



# ΚΕΦΑΛΑΙΑ

Εισαγωγή.

1. Ψηφιοποίηση και προώθηση της ταυτότητας της αγροτικής γαστρονομίας.
  2. Ανάπτυξη δεξιοτήτων ψηφιακού μάρκετινγκ από τα ενδιαφερόμενα μέρη.
  3. Διάδοση της κληρονομιάς μέσω ψηφιακής και βιωματικής αφήγησης.
  4. Αναγνώριση και ψηφιοποίηση της εθνοποικιλότητας και της βιοποικιλότητας στην επαρχία.
  5. Ο ρόλος των Έξυπνων Ψηφιακών Πλατφορμών.
  6. Δημιουργία βάσης δεδομένων με εθνικές και ευρωπαϊκές συνταγές.
  7. Ψηφιοποίηση επαρχιακής επιχείρησης γαστρονομίας.
- Συμπέρασμα.



# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

## Ψηφιοποίηση και προώθηση της ταυτότητας της αγροτικής γαστρονομίας

Στο κεφάλαιο αυτό θα μάθετε για τη διαδικασία της ψηφιοποίησης και το πώς, μέσω αυτής της διαδικασίας, μπορείτε να προωθήτε την πολιτιστική κληρονομιά της επαρχιακής σας γαστρονομίας.

Με τη δημιουργία της λίστας της Άυλης Πολιτισμικής Κληρονομιάς της UNESCO το 2010 άρχισε να δίνεται έμφαση στο φαγητό και στις γαστρονομικές κουλτούρες ως δεικτών ταυτότητας, και στο πώς η γαστρονομία μπορεί να υποστηρίξει την οικονομική, πολιτική και κοινωνική ενδυνάμωση των τοπικών κοινοτήτων (Zocchi, Corvo, 2021).

Ορισμένοι ειδικοί αποκαλούν αυτό το φαινόμενο **«στροφή στην κληρονομιά»**. Ο όρος αυτός καθορίζει τον συνδετικό κρίκο ανάμεσα στην κρίση ταυτότητας και στο πώς το φαγητό καλύπτει ένα κληρονομικό χάσμα, προωθώντας τους τοπικούς αγροτικούς πόρους και τον γαστρονομικό τουρισμό.

Όταν μιλάμε για αειφορία, το σύστημα της τροφής αποτελεί βασικό κομμάτι. Διερευνάται όλο και πιο πολύ το πώς η κληρονομιά μπορεί να ενισχύει τη βιωσιμότητα του συστήματος αυτού, και το πώς συνεισφέρουν οι τοπικές κοινότητες στην προστασία των παραδοσιακών τροφικών πόρων και τι εργαλεία χρειάζονται για να συντηρούν αυτήν την κληρονομιά.

### Γνωρίζετε ότι...



Η συμπερίληψη του φαγητού στην κληρονομιά ενέχει τη **«μεταμόρφωση του φαγητού, των τόπων και των πρακτικών σε πολιτισμική κληρονομιά μέσω των αξιών που συνδέονται με αυτά, περιγράφοντας έτσι την κληρονομιά ως διεργασία»** (Sjöholm J, 2016).





FLAVOURS  
of EUROPE

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Ψηφιοποίηση και  
προώθηση της  
ταυτότητας της  
αγροτικής  
γαστρονομίας

Όσον αφορά στην πολιτιστική κληρονομιά του φαγητού, κάθε κοινότητα διακρίνεται χάρη στις γνώσεις που αποκτά με τον χρόνο. Οι γνώσεις αυτές αποκτώνται μέσω της αλληλεπίδρασης με το περιβάλλον και τις συνθήκες ζωής, με πολλές από αυτές να έχουν αποδεδειγμένα επιστημονική βάση (Bergflødt et al. 2012). Μεταδίδονται από γενιά σε γενιά και αντιπροσωπεύουν το αποτέλεσμα μια ιστορικής διαδικασίας που αφορά στη χρήση των πόρων. Με αυτόν τον τρόπο, η εκ νέου ανακάλυψη αυτών των πόρων συμπεριλαμβάνει την έννοια της προόδου (Cannarella και Piccioni 2011, Handayani και Prawito 2009).

Τα πρόσφατα χρόνια η ψηφιακή μεταμόρφωση έχει γενικά αλλάξει την προσφορά και τη ζήτηση προσφέροντας αυξημένη αλληλεπίδραση, με το διαδίκτυο να αποτελεί πια απαραίτητο εργαλείο για το μάρκετινγκ. Η ψηφιοποίηση έχει αλλάξει τον τρόπο που αλληλοεπιδρούμε μεταξύ μας, αλλά ταυτόχρονα έχει προσθέσει αξία στις καινοτόμες υπηρεσίες.





FLAVOURS  
of EUROPE

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1  
Ψηφιοποίηση και  
προώθηση της  
ταυτότητας της  
αγροτικής  
γαστρονομίας

Οι ψηφιακές ιδιότητες που εμπεριέχουν στοιχεία που βοηθούν την ενίσχυση της γαστρονομικής κληρονομιάς είναι οι εξής:

- Δυνατότητα προγραμματισμού και αυτοαναφορική φύση των δεδομένων, τα οποία αυξάνουν τις δυνατότητες αυτοματοποίησης.
- Ψηφιακή συνδεσιμότητα (ασύρματη, ενσύρματη, δορυφορική), οι υποδομές που αποτελούν την κινητήριο δύναμη της επικοινωνίας και της κινητικότητας.
- Η πανταχού παρουσία. Μέσω της τεχνολογίας μπορούμε να είμαστε παρόντες σε πολλά μέρη ταυτόχρονα, ενώ έχουμε πρόσβαση στις υπηρεσίες από οπουδήποτε, από οποιαδήποτε συσκευή, σχεδόν οποτεδήποτε.
- Ψηφιακή ευελιξία. Επιτρέπει την αναδιάρθρωση στοιχείων δια μέσω βιομηχανιών και της αλυσίδας αξίας, οδηγώντας σε νέα επιχειρηματικά μοντέλα που είναι όσο πιο βιώσιμα είναι εφικτό.
- Ψηφιακή ορατότητα, ειδικά στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, η οποία μεταμορφώνει την επικοινωνία, την κοινωνικοποίηση και τη δύναμη της κατανομής πληροφοριών.
- Εξατομίκευση, ώστε ο πειραματιζόμενος να έχει τη δυνατότητα να προσαρμόζει τα προϊόντα και τις υπηρεσίες του με βάση τις δικές του προτιμήσεις και αξίες, μέσα από τις ψηφιακές δυνατότητες.

Μην ξεχνάτε:



*Η ψηφιοποίηση του γαστρονομικού τουρισμού αποσκοπεί στην προώθηση της γαστρονομικής κληρονομιάς προσφέροντας στον επισκέπτη αυθεντικές εμπειρίες, χρησιμοποιώντας νέες τεχνολογίες. Συνεπώς, πριν χρησιμοποιήσουμε ψηφιακά στοιχεία, πρέπει να γνωρίζουμε τα κίνητρα των επισκεπτών/τουριστών σε σχέση με τις γαστρονομικές εμπειρίες.*



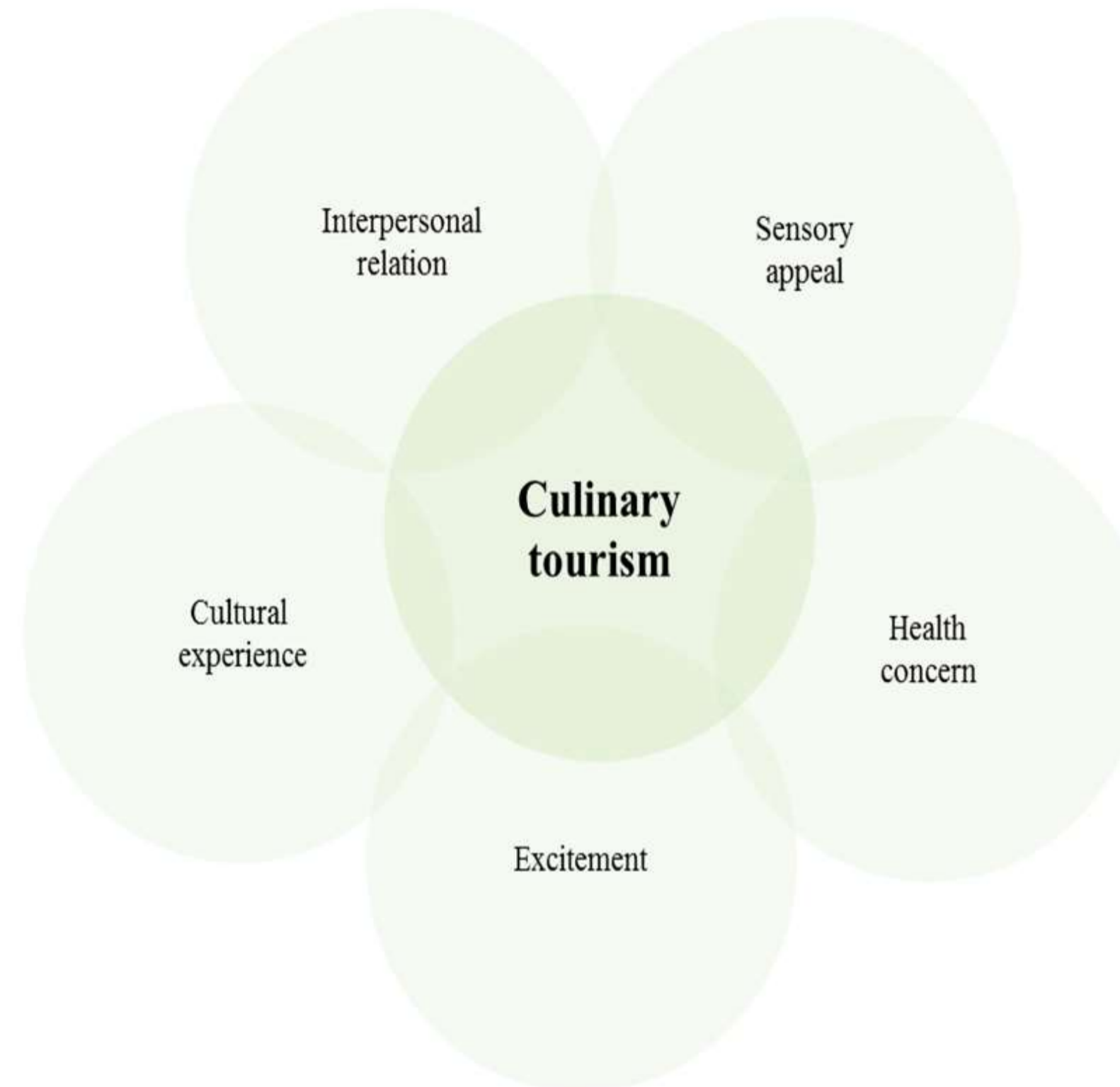


FLAVOURS  
of EUROPE

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Ψηφιοποίηση και  
προώθηση της  
ταυτότητας της  
αγροτικής  
γαστρονομίας

Προκειμένου να εξηγήσουν τη στάση των τουριστών απέναντι στα τοπικά φαγητά και ποτά, οι Kim και Eves ανέπτυξαν μια κλίμακα κινήτρου που αποτελείται από πέντε βαθμίδες οι οποίες προκύπτουν από 26 αντικείμενα. Οι πέντε αυτές βαθμίδες είναι τα πολιτισμικά βιώματα, ο ενθουσιασμός, οι διαπροσωπικές σχέσεις, η αισθητηριακή ελκυστικότητα και τα θέματα υγειονομικού ενδιαφέροντος.



Σχήμα 2 Τα πέντε κίνητρα στη σχετική κλίμακα των Kim και Eves (Kim, 2012)



Πιο συγκεκριμένα, τα **πολιτισμικά βιώματα** συσχετίζονται με την επιθυμία του τουρίστα να ζήσει διαφορετικές κουλτούρες, πράγμα που επιτυγχάνεται με τη δοκιμή νέων φαγητών.

Ο **ενθουσιασμός** έχει να κάνει με την ανάγκη να ζούμε συναρπαστικές εμπειρίες στις διακοπές μας, καλύπτοντας έτσι την ανάγκη μας να ξεφεύγουμε από τη ρουτίνα.

Η τρίτη βαθμίδα, οι **διαπροσωπικές σχέσεις**, αναφέρεται στην επιθυμία μας να γνωρίζουμε νέους ανθρώπους, να κάνουμε παρέα με συγγενείς και φίλους και να ξεφεύγουμε από τις σχέσεις ρουτίνας.

Ο γαστρονομικός τουρισμός θεωρείται επίσης μια εμπειρία των αισθήσεων. Εξ ου και η τέταρτη βαθμίδα, η **αισθητηριακή ελκυστικότητα**, η οποία συνδέεται με τα αισθητηριακά χαρακτηριστικά του φαγητού τα οποία παίζουν σημαντικό ρόλο στις επιλογές ενός γαστρονομικού τουρίστα.

Τα **θέματα υγειονομικού ενδιαφέροντος** είναι το πέμπτο κίνητρο που επηρεάζει την κατανάλωση τοπικών φαγητών και ποτών σε τουριστικούς προορισμούς.



# ΚΕΦΑΛΑΙΑ

Εισαγωγή.

1. Ψηφιοποίηση και προώθηση της ταυτότητας της αγροτικής γαστρονομίας.

2. Ανάπτυξη δεξιοτήτων ψηφιακού μάρκετινγκ από τα ενδιαφερόμενα μέρη.

3. Διάδοση της κληρονομιάς μέσω ψηφιακής και βιωματικής αφήγησης.

4. Αναγνώριση και ψηφιοποίηση της εθνοποικιλότητας και της βιοποικιλότητας στην επαρχία.

5. Ο ρόλος των Έξυπνων Ψηφιακών Πλατφορμών.

6. Δημιουργία βάσης δεδομένων με εθνικές και ευρωπαϊκές συνταγές.

7. Ψηφιοποίηση επαρχιακής επιχείρησης γαστρονομίας.

Συμπέρασμα.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Ανάπτυξη δεξιοτήτων ψηφιακού μάρκετινγκ από τα ενδιαφερόμενα μέρη.

Στο μικρό αυτό κεφάλαιο θα εστιάσουμε στις δεξιότητες ψηφιακού μάρκετινγκ που πρέπει να αναπτύξουν τα ενδιαφερόμενα μέρη.

Για την ανάδειξη των προϊόντων της κληρονομιάς, απαιτούνται προσόντα κι επενδύσεις στο μάρκετινγκ.

Οι παραγωγοί αυτών των προϊόντων, ειδικά οι μικρού μεγέθους, δυσκολεύονται να υιοθετούν στρατηγικές μάρκετινγκ που εστιάζουν στην κληρονομιά.





FLAVOURS  
of EUROPE

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Ανάπτυξη δεξιοτήτων  
ψηφιακού μάρκετινγκ  
από τα ενδιαφερόμενα  
μέρη

Ακολουθούν κάποιες τυπικές δυσκολίες:

- Έλλειψη ψηφιακών δεξιοτήτων.
- Ανεπαρκής χρηματοδότηση του μάρκετινγκ.
- Θέματα σχετικά με το ψηφιακό χάσμα, τα οποία αποτρέπουν την πρόσβαση σε ψηφιακές ευκαιρίες.
- Η αντίληψη ότι οι ψηφιακές τεχνολογίες είναι χρήσιμες για μεγάλες εταιρείες, αλλά όχι και για μικρούς παραγωγούς ή για όσους φτιάχνουν παραδοσιακά φαγητά.
- Ιδεολογική αντίθεση στην υιοθέτηση του μάρκετινγκ, το οποίο θεωρείται «καπιταλιστική» φιλοσοφία διαχείρισης με στόχο την υπερκατανάλωση.

Συνεπώς, οι παραγωγοί προϊόντων κληρονομιάς και τα συλλογικά τους όργανα πρέπει:

- Να επενδύσουν στην ανάπτυξη των ψηφιακών τους δεξιοτήτων. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί μέσω της επίσημης εκπαίδευσης, ευκαιριών που προσφέρουν εκπαιδευτικά ιδρύματα ή άλλοι σχετικοί φορείς.
- Να αναπτύξουν τη διαδικτυακή τους παρουσία. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι άμεσα προσβάσιμα και δεν έχουν κανένα κόστος. Το άλλο τους πλεονέκτημα είναι ότι συχνά παράγουν περιεχόμενο οι ίδιοι οι χρήστες και η φήμη της επιχείρησης διαδίδεται από στόμα σε στόμα, ειδικά αν δίνονται τα κατάλληλα κίνητρα. Η διαδικτυακή παρουσία συνιστά μια πολύτιμη μάρκετινγκ επένδυση που οι παραγωγοί μπορούν να χρησιμοποιούν για να διαδίδουν τις αφηγήσεις τους σχετικά με την πολιτιστική κληρονομιά.
- Να δίνουν ξεχωριστή ταυτότητα στα συστατικά τους. Πρόκειται για μια προωθητική προσέγγιση, κατά την οποία παραγωγοί πρώτων υλών ή ενδιάμεσων προϊόντων τα διαφημίζουν κατευθείαν στους καταναλωτές, οι οποίοι έτσι πείθονται ότι τα προϊόντα που περιέχουν αυτά τα συστατικά είναι υψηλής ποιότητας.





# ΚΕΦΑΛΑΙΑ

Εισαγωγή.

1. Ψηφιοποίηση και προώθηση της ταυτότητας της αγροτικής γαστρονομίας.
  2. Ανάπτυξη δεξιοτήτων ψηφιακού μάρκετινγκ από τα ενδιαφερόμενα μέρη.
  3. Διάδοση της κληρονομιάς μέσω ψηφιακής και βιωματικής αφήγησης.
  4. Αναγνώριση και ψηφιοποίηση της εθνοποικιλότητας και της βιοποικιλότητας στην επαρχία.
  5. Ο ρόλος των Έξυπνων Ψηφιακών Πλατφορμών.
  6. Δημιουργία βάσης δεδομένων με εθνικές και ευρωπαϊκές συνταγές.
  7. Ψηφιοποίηση επαρχιακής επιχείρησης γαστρονομίας.
- Συμπέρασμα.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

### Διάδοση της κληρονομιάς μέσω ψηφιακής και βιωματικής αφήγησης

Στο κεφάλαιο αυτό θα μάθουμε πώς μπορούμε να διαδίδουμε την πολιτιστική μας κληρονομιά μέσω ψηφιακής και βιωματικής αφήγησης.

Οι ιστορίες είναι ένα αποτελεσματικό προωθητικό εργαλείο προσέγγισης του καταναλωτή. Η ψηφιακή αφήγηση συγκεκριμένα είναι ένας οικονομικός τρόπος να απευθυνόμαστε στα διαδικτυακά ακροατήρια και ακολούθους, ενώ μας επιτρέπει να προσεγγίζουμε τις νεότερες γενιές των **«ψηφιακών αυτοχθόνων»**. Μας δίνει επίσης τη δυνατότητα να χρησιμοποιούμε ιστορίες και περιεχόμενο που παράγουν οι ίδιοι οι χρήστες, για προωθητικούς σκοπούς.





FLAVOURS  
of EUROPE

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3  
Διάδοση της  
κληρονομιάς μέσω  
ψηφιακής και  
βιωματικής αφήγησης

### Τυπικές προκλήσεις και δυσκολίες της συντονισμένης αφήγησης ιστοριών:

- Η ψηφιακή αφήγηση απαιτεί την παραγωγή υψηλής ποιότητας μιντιακού περιεχομένου, και οι ντόπιοι παραγωγοί συχνά δεν έχουν τον χρόνο και τις γνώσεις να φτιάξουν κάτι τέτοιο.
- Ξένοι επαγγελματίες πιθανώς δεν θα γνωρίζουν καλά τη γαστρονομική κληρονομιά μιας περιοχής.
- Οι ντόπιοι παραγωγοί συχνά δεν φτιάχνουν ιστοτόπους ή προφίλ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ή δεν έχουν τις δεξιότητες και τον χρόνο να τα ενημερώνουν ή να ανταποκρίνονται γρήγορα στους καταναλωτές.

### Συνεπώς, οι ντόπιοι παραγωγοί πρέπει:

- Να υποστηρίξουν την εμπορική τους ταυτότητα με ένα αφήγημα.
- Να αναβαθμίσουν τις δεξιότητές τους και να αυξήσουν τις επενδύσεις τους στην ψηφιακή προώθηση και στην αφήγηση ιστοριών. Πρέπει να εδραιώσουν την παρουσία τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ούτως ώστε να επωφελούνται από τη συζήτηση που γίνεται για τα προϊόντα τους στο διαδίκτυο. Πρέπει να παρέχουν στους ξένους ειδικούς αυτών των πεδίων αρκετές πληροφορίες για την τοπική κουλτούρα και παραδόσεις, εξασφαλίζοντας ότι το μήνυμα που θα καταλήγει στον τουρίστα και στους ξένους πελάτες θα παραμένει αυθεντικό, και θα το αναγνωρίζουν και οι ντόπιοι.
- Να σχεδιάζουν προσεκτικά τη δυνατότητα παραγωγής περιεχομένου από τους χρήστες. Μπορούν να αξιολογούν όλα τα σημεία επαφής με τους καταναλωτές, ξεδιαλέγοντας κάποιες «**instagrammable**» σκηνές ή δημιουργώντας καινούργιες με αυτή τη λογική. Προκειμένου να επωφελούνται από το περιεχόμενο των χρηστών, οι ντόπιοι παραγωγοί πρέπει να προωθούν τα προφίλ τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και τα σχετικά χάσταγκ.





FLAVOURS  
of EUROPE

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3  
Διάδοση της  
κληρονομιάς μέσω  
ψηφιακής και  
βιωματικής αφήγησης

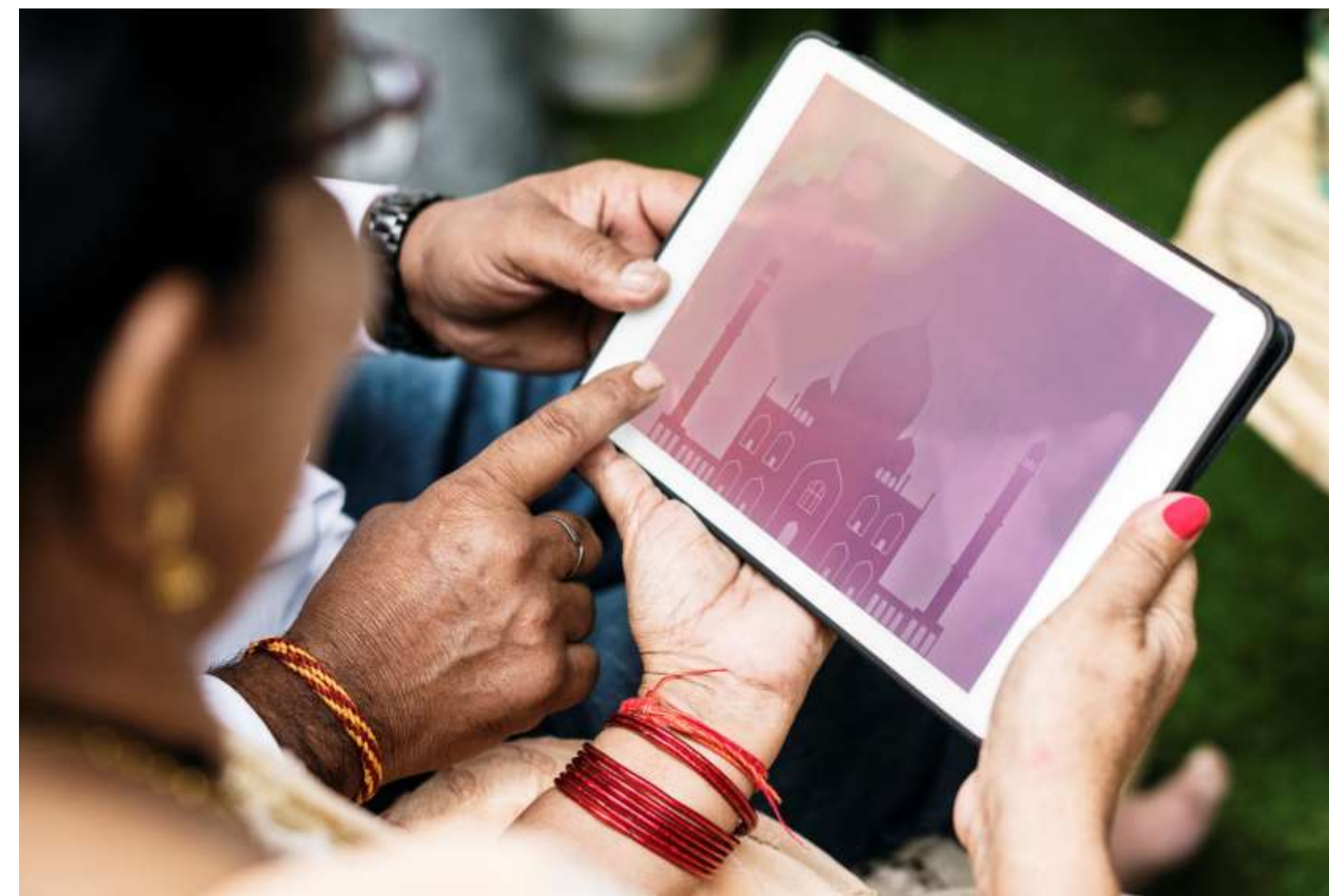
## Η μετάβαση από την πολιτιστική κληρονομιά, στην ψηφιακή

Η μεταμόρφωση της πολιτιστικής κληρονομιάς σε ψηφιακή, και η διατήρησή της μέσω της μετάδοσής της στις επόμενες γενιές είναι πολύ σημαντική για την οικονομική ανάπτυξη.

Η ψηφιακή κληρονομιά συνίσταται από υλικά μακροπρόθεσμης αξίας βασισμένα σε υπολογιστές, τα οποία πρέπει να διατηρούνται για τις μελλοντικές γενιές. Μάλιστα, πέρα από τη διατήρηση αυθεντικών εγγράφων και υλικών, η ψηφιοποίηση της πολιτισμικής κληρονομιάς εξασφαλίζει και την πρόσβαση σε αυτά από όλους. Η ψηφιοποίηση αποτρέπει τη φθορά και την απώλεια σπάνιων γραπτών έργων, εικόνων, εγγραφών ήχου και βίντεο, και εγγράφων. Ταυτόχρονα είναι σημαντική η συνεισφορά της στον πολιτιστικό τουρισμό, καθώς παρέχει στους επισκέπτες πρόσβαση σε αυτά τα υλικά οποτεδήποτε κι από οπουδήποτε.



*Πρώτα πρέπει να έχουν αναπτυχθεί οι τεχνολογικές υποδομές, ούτως ώστε να αποφευχθούν πιθανά ελαττώματα σχετικά με την τεχνολογία, το διαδίκτυο και τη διαχείριση, κατά τη μεταφορά πολιτιστικών στοιχείων στο ψηφιακό περιβάλλον.*





FLAVOURS  
of EUROPE

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3  
Διάδοση της  
κληρονομιάς μέσω  
ψηφιακής και  
βιωματικής αφήγησης

## Η μετάβαση από την πολιτιστική κληρονομιά, στην ψηφιακή

Η ψηφιοποίηση διευκολύνει τους δυνητικούς επισκέπτες να έχουν πρόσβαση σε πληροφορίες που θα τους βοηθήσουν να επιλέξουν προορισμούς και προϊόντα.

Αυτό οφείλεται στο ότι ο σύγχρονος τουρίστας θέλει να βιώνει την πολιτιστική κληρονομιά στα πλαίσια του δημιουργικού τουρισμού. Ως δημιουργικό τουρισμό εννοούμε «τον τύπο εκείνο του τουρισμού που δίνει στους επισκέπτες τη δυνατότητα να αναπτύξουν τη δημιουργικότητά τους μέσω ενεργής συμμετοχής σε μαθήματα και διδακτικές εμπειρίες, χαρακτηριστικές του προορισμού διακοπών που επισκέπτονται». Πολλοί τουρίστες προτιμούν να βιώνουν την άυλη πολιτιστική κληρονομιά μιας χώρας, όπως την κουζίνα της, τη μουσική της, την κοινωνική ζωή κλπ. Όλα τους ψηφιοποιημένα και διαθέσιμα στο διαδίκτυο, εξασφαλίζοντας έτσι τη διατήρηση και βιωσιμότητα του πολιτιστικού τουρισμού.



# ΚΕΦΑΛΑΙΑ

Εισαγωγή.

1. Ψηφιοποίηση και προώθηση της ταυτότητας της αγροτικής γαστρονομίας.
  2. Ανάπτυξη δεξιοτήτων ψηφιακού μάρκετινγκ από τα ενδιαφερόμενα μέρη.
  3. Διάδοση της κληρονομιάς μέσω ψηφιακής και βιωματικής αφήγησης.
  4. Αναγνώριση και ψηφιοποίηση της εθνοποικιλότητας και της βιοποικιλότητας στην επαρχία.
  5. Ο ρόλος των Έξυπνων Ψηφιακών Πλατφορμών.
  6. Δημιουργία βάσης δεδομένων με εθνικές και ευρωπαϊκές συνταγές.
  7. Ψηφιοποίηση επαρχιακής επιχείρησης γαστρονομίας.
- Συμπέρασμα.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

### Αναγνώριση και ψηφιοποίηση της εθνοποικιλότητας και της βιοποικιλότητας στην επαρχία

Στο κεφάλαιο αυτό θα μάθετε πώς να αναγνωρίζετε την εθνοποικιλότητα και τη βιοποικιλότητα της αγροτικής σας περιοχής, ούτως ώστε να μπορείτε να τις ψηφιοποιείτε.

Σε κύκλους χάραξης διεθνών πολιτικών αναγνωρίζεται όλο και πιο πολύ η σύνδεση της διατήρησης της βιοποικιλότητας με τη διατήρηση της πολιτισμικής ποικιλότητας, καθώς και το ότι οι τοπικές κοινότητες κατέχουν παραδοσιακές οικολογικές γνώσεις τεράστιας αξίας και σημασίας για την παγκόσμια προσπάθεια επίτευξης βιώσιμων στόχων ανάπτυξης. Οι ψηφιακές τεχνολογίες παίζουν σημαντικό ρόλο στη διευκόλυνση της διατήρησης αυτής της πολιτισμικής ποικιλίας.



Γνωρίζετε  
ότι...



*Οι ψηφιακές τεχνολογίες χρησιμοποιούνται ευρέως για τη διατήρηση της βιοποικιλότητας. Πολλά κράτη και ΜΚΟ έχουν ξεκινήσει πρωτοβουλίες για την ανάπτυξη ηλεκτρονικών μέσων αποθήκευσης και επικοινωνιών.*





FLAVOURS  
of EUROPE

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4  
Αναγνώριση και  
ψηφιοποίηση της  
εθνοποικιλότητας και  
της βιοποικιλότητας  
στην επαρχία

Με τους πληθυσμούς των αγροτικών κοινοτήτων να συρρικνώνονται, όσοι παραμένουν αντιμετωπίζουν σωρεία κοινωνικών και οικονομικών προβλημάτων. Αυξάνοντας, όμως, την πρόσβασή τους στην τεχνολογία, ορισμένα από αυτά τα προβλήματα μπορούν να απαλύνονται, προστατεύοντας έτσι ευάλωτες κοινότητες.

Στην αγροτική ψηφιοποίηση χρησιμοποιούνται προηγμένες ψηφιακές τεχνολογίες για την ενδυνάμωση του οικονομικού και κοινωνικού ιστού των πληθυσμών της επαρχίας, παρέχοντάς τους περισσότερες ευκαιρίες να αλληλοσυνδέονται. Οι τεχνολογίες αυτές έχουν διάφορες μορφές – από γεωργικές καινοτομίες μέχρι συστήματα φωτισμού ηλιακής ενέργειας. Όλες, όμως, έχουν τον ίδιο παρονομαστή: Οι άνθρωποι δεν θα έπρεπε να φεύγουν από την επαρχία από ανάγκη. Πολλές οικογένειες έχουν πολιτισμικές και ιστορικές ρίζες στις αγροτικές περιοχές τους. Η ψηφιοποίηση εξασφαλίζει την παραμονή τους εκεί, χωρίς να θυσιάζεται η ποιότητα ζωής τους.

**Γνωρίζετε  
ότι...**



*Στην Ε.Ε. η υλοποίηση του μεγαλύτερου προγράμματος έρευνας και καινοτομίας – του Horizon 2020 – είχε ως αποτέλεσμα πολλά προγράμματα με στόχο τη διασφάλιση της ανταγωνιστικότητας της Ευρώπης σε παγκόσμιο επίπεδο. Για παράδειγμα, το DESIRA εστιάζει συγκεκριμένα στην αξιολόγηση του αντίκτυπου της ψηφιοποίησης, θέτοντας επτά κατευθυντήριες αρχές που θα βοηθήσουν την Ευρώπη να πετύχει την ψηφιοποίηση της επαρχίας μέχρι το έτος 2040. Μια από αυτές τις αρχές είναι και η υλοποίηση πολιτικών που προάγουν την ψηφιακή συμπερίληψη. Κατά τη διάρκεια της ψηφιοποίησης της επαρχίας, ορισμένες αγροτικές περιοχές μπορεί να παραλειφθούν. Έτσι θα αυξηθεί το ψηφιακό χάσμα και η άνιση ανάπτυξη. Για να αποφευχθεί αυτό, το DESIRA θέτει τα ευρωπαϊκά κράτη προ της ευθύνης να εξασφαλίζουν ότι κανείς δεν θα μειονεκτεί λόγω του τρόπου διαβίωσής του. Αυτό πρέπει να το εξασφαλίσουν όλα τα κράτη, όσον αφορά στην ψηφιοποίηση της επαρχίας.*







FLAVOURS  
of EUROPE

#### ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Αναγνώριση και ψηφιοποίηση της εθνοποικιλότητας και της βιοποικιλότητας στην επαρχία

Πέρα από τη βελτίωση των υποδομών της επαρχίας, τη χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας και την ενσωμάτωση τεχνολογιών επικοινωνίας στις γεωργικές βιομηχανίες, η ψηφιοποίηση προσφέρει καλύτερες ευκαιρίες ιδίως σε νέες κοπέλες. Η βελτίωση των μορφωτικών δυνατοτήτων των γυναικών μέσα από την ψηφιοποίηση του σχολείου είναι ίσως μια από τις καλύτερες μεθόδους ενδυνάμωσης των κοριτσιών, καθώς τους παρέχει νέες, αναζωογονητικές προοπτικές του κόσμου στον οποίο ζουν.

Οι ψηφιακές λύσεις έχουν ήδη αποδειχθεί τρομερά χρήσιμες για την παρακολούθηση της βιοποικιλότητας παγκοσμίως εδώ και δεκαετίες. Στο μέλλον, τεχνολογίες όπως η τεχνητή νοημοσύνη (AI) και το ίντερνετ των πραγμάτων μπορούν να βελτιώνουν περαιτέρω τη διαχείριση των δεδομένων που χρειάζεται για την παρακολούθηση, τη λήψη αποφάσεων και την επιβολή του νόμου. Μπορούν επίσης να βοηθούν «πράσινες» δραστηριότητες, να βοηθούν την ενημέρωση του κόσμου για τα προβλήματα που αντιμετωπίζει η βιοποικιλότητα, και να ενθαρρύνουν τους πολίτες να υποστηρίξουν τα απαραίτητα μέτρα.



*Η βιοποικιλότητα περιορίζεται ραγδαία στην Ευρώπη και σε όλο τον κόσμο. Όμως, υπάρχουν ανεκμετάλλευτα δεδομένα και ψηφιακές λύσεις που μπορούν να βοηθήσουν τρομερά στην προστασία των φυσικών μας πόρων.*



# ΚΕΦΑΛΑΙΑ

Εισαγωγή.

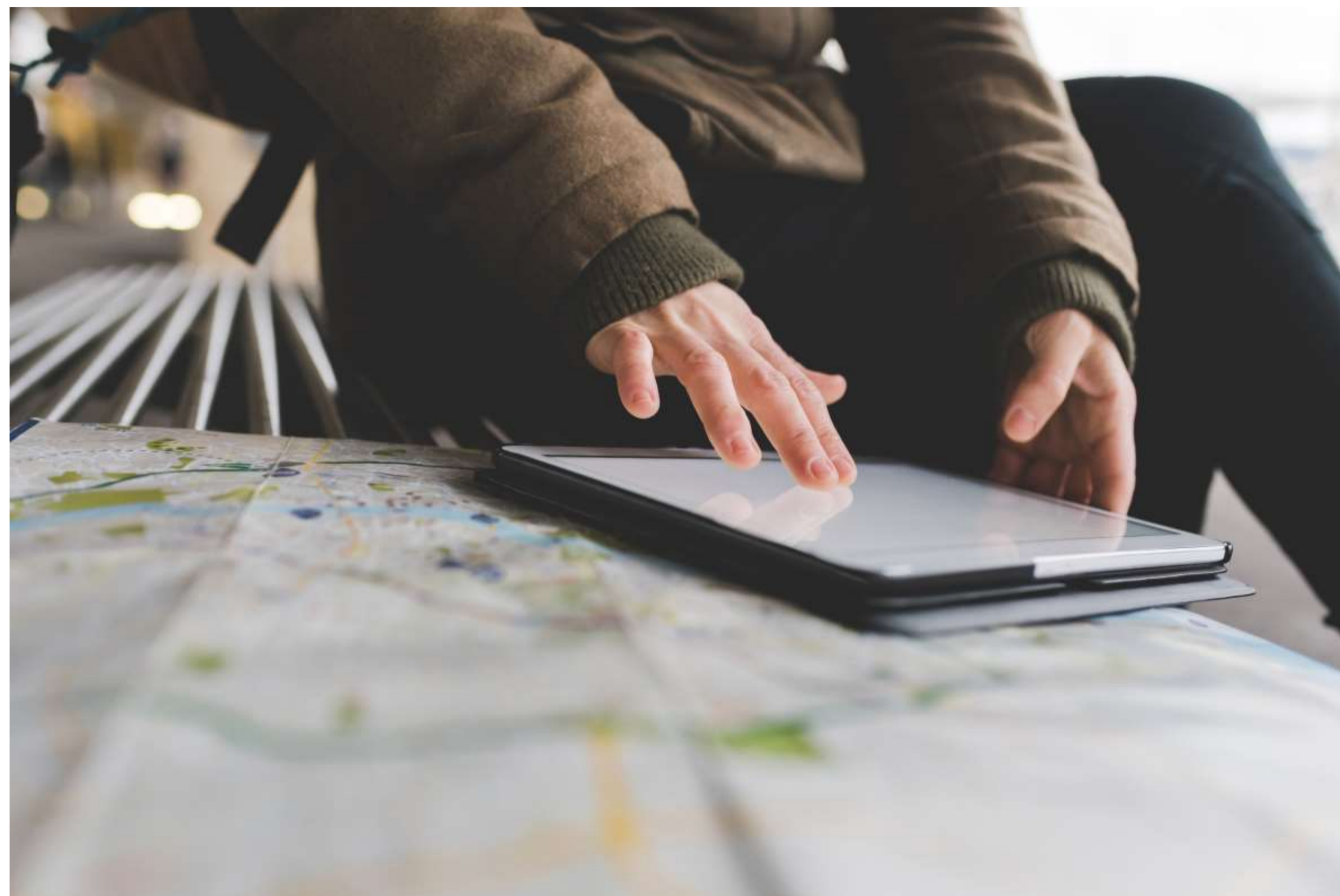
1. Ψηφιοποίηση και προώθηση της ταυτότητας της αγροτικής γαστρονομίας.
  2. Ανάπτυξη δεξιοτήτων ψηφιακού μάρκετινγκ από τα ενδιαφερόμενα μέρη.
  3. Διάδοση της κληρονομιάς μέσω ψηφιακής και βιωματικής αφήγησης.
  4. Αναγνώριση και ψηφιοποίηση της εθνοποικιλότητας και της βιοποικιλότητας στην επαρχία.
  5. Ο ρόλος των Έξυπνων Ψηφιακών Πλατφορμών.
  6. Δημιουργία βάσης δεδομένων με εθνικές και ευρωπαϊκές συνταγές.
  7. Ψηφιοποίηση επαρχιακής επιχείρησης γαστρονομίας.
- Συμπέρασμα.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

### Ο ρόλος των Έξυπνων Ψηφιακών Πλατφορμών

Όπως είδαμε σε προηγούμενα κεφάλαια, στις μέρες μας οι ψηφιακές τεχνολογίες παίζουν σημαντικό ρόλο, ειδικά όσον αφορά στις επιχειρήσεις.

Στο κεφάλαιο αυτό, θα μάθετε τον ρόλο που παίζουν οι έξυπνες ψηφιακές πλατφόρμες.





FLAVOURS  
of EUROPE

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5  
Ο ρόλος των  
Έξυπνων Ψηφιακών  
Πλατφορμών

Οι ψηφιακές πλατφόρμες βοηθούν να συνδέονται οι καταναλωτές που θέλουν μια εξατομικευμένη εμπειρία με τις τοπικές πρωτοβουλίες, μέσω ανταλλαγής πληροφοριών, ορατότητας, προώθησης γαστρονομικών πόρων, ανταλλαγής δεδομένων, οικονομικών οφελών για ντόπιους επιχειρηματίες, ενσωμάτωσης ψηφιακών τεχνολογικών στο οργανωσιακό πλαίσιο, ζωντανής ενημέρωσης βάσεων δεδομένων και αξιολόγησης του παράγοντα της δημιουργίας.

Οι Έξυπνες Ψηφιακές Πλατφόρμες μπορούν:

- Να διαρθρώνουν τις καινοτομίες,
- Να παρέχουν εξειδικευμένες πληροφορίες,
- Να αυξάνουν την ορατότητα των γαστρονομικών πόρων,
- Να απορροφούν και να σχεδιάζουν εμπειρίες,
- Να διαρθρώνουν τους παράγοντες των αγροτικών κοινοτήτων.

Πτυχές καινοτομίας	Χρηστικότητα και λειτουργίες
<b>Κοινότητα</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Ενίσχυση της επαρχίας</li><li>2. Μάρκετινγκ γαστρονομικών υπηρεσιών</li><li>3. Διαχείριση του επιχειρηματικού σχηματισμού</li><li>4. Απευθείας επικοινωνία με τους επισκέπτες</li></ol>
<b>Χρήση για επισκέπτες</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Συγκέντρωση πληροφοριών</li><li>2. Απευθείας επικοινωνία με την αγροτική κοινότητα</li><li>3. Αρχική εμπειρία με την πλατφόρμα</li><li>4. Ορατότητα των γαστρονομικών πόρων και υπηρεσιών</li></ol>

Μην  
ξεχνάτε:



Για τη δημιουργία μίας βάσης δεδομένων με συνταγές, το χρησιμοποιούμενο πλαίσιο θα έπρεπε να είναι παρόμοιο με μια έξυπνη ψηφιακή πλατφόρμα.

Σχήμα 3 Χρηστικότητα και κύριες λειτουργίες  
μιας Έξυπνης Ψηφιακής Πλατφόρμας





## Βασικοί τομείς μιας Έξυπνης Ψηφιακής Πλατφόρμας

α) **Πρόταση αξίας:** Είναι ο τρόπος που μια γεωγραφική περιοχή αναδεικνύει την πολιτισμική και γαστρονομική της ταυτότητα. Η πρόταση αξίας βασίζεται στην προσφορά ολοκληρωμένων υπηρεσιών, φροντίζοντας το περιβάλλον και με σεβασμό απέναντι στην πολιτισμική διαφορετικότητα.

β) **Βασικοί εταίροι:** Η δημιουργία ενός δικτύου αξιόπιστων και αποτελεσματικών συνεργατών. Η διαδικασία επιλογής στρατηγικών εταίρων απαιτεί τον συνυπολογισμό πολλών στοιχείων, όπως τη διασύνδεση με την πρόταση αξίας, τα κριτήρια επιλογής, και την ανάπτυξη μιας αμοιβαία ωφέλιμης σχέσης.

γ) **Βασικοί πόροι:** Κυρίως τα εργαλεία που χρειάζονται για την εκτέλεση των βασικών δραστηριοτήτων, όπως πρόσβαση στο διαδίκτυο, χρήση εφαρμογών για κινητά ή οργανωτές ταξιδιού. Οι πληροφορίες αποθηκεύονται σε μία βάση δεδομένων, ούτως ώστε να είναι εφικτή αργότερα η διεξαγωγή ανάλυσης δεδομένων για τον στρατηγικό σχεδιασμό.

δ) **Σχέση με τους επισκέπτες:** Μια κοινότητα εδραιώνεται γύρω από τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της. Αυτό βοηθά να παρέχονται εξατομικευμένες εμπειρίες μέσω της πλατφόρμας και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

ε) **Δίαυλοι:** Στοιχεία που καθορίζουν πώς η προωθούμενη πολιτιστική κληρονομιά θα φτάσει ως τους επισκέπτες και πώς θα μεταφερθούν οι προτάσεις αξίας ευρέως και αποτελεσματικά.

στ) **Τμήματα επισκεπτών:** Το τμήμα – στόχος των επισκεπτών βασίζεται σε πληροφορίες που έχουν προκύψει από μελέτες βάσει δημογραφικών παραμέτρων, δραστηριοτήτων, κοινωνικής τάξης, τρόπου ζωής κλπ. Η πλατφόρμα θα ενσωματώνεται από τους τοπικούς φορείς, όπου θα αναγνωρίζονται οι δυνητικοί επισκέπτες.



## Βασικοί τομείς μιας Έξυπνης Ψηφιακής Πλατφόρμας

Βασικοί εταίροι	Βασικές δραστηριότητες	Βασικοί πόροι
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ντόπιοι επιχειρηματίες (τεχνίτες, αγρότες, ιδιοκτήτες καταλυμάτων, μάγειρες κλπ)</li> <li>▪ Εξωτερικές εταιρείες (ταξιδιωτικά πρακτορεία, επιτροπές τουρισμού, εταιρείες μάρκετινγκ κλπ) <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Μεταφορικές εταιρείες</li> <li>▪ Διαχειριστές κοινότητας</li> <li>▪ Ψηφιακοί ινφλουένσερ</li> </ul> </li> <li>▪ Εταιρείες παροχής υπηρεσιών</li> <li>▪ Τοπική διακυβέρνηση / τοπικές αρχές</li> <li>▪ Πολιτιστικά ιδρύματα / ΜΚΟ <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ερευνητές</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ανάπτυξη και διαχείριση ιστού</li> <li>▪ Προώθηση υπηρεσιών της πλατφόρμας</li> <li>▪ Προώθηση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Μάρκετινγκ κουλτούρας και πολιτιστικής κληρονομιάς</li> </ul> </li> <li>▪ Εκπαίδευση τοπικών ενδιαφερομένων στη χρήση ψηφιακών εργαλείων <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Συνεργασία με διαφημιστές</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Πρόσβαση στο διαδίκτυο</li> <li>▪ Εφαρμογές για κινητά</li> <li>▪ Συνεργασία άμεσων και έμμεσων φορέων</li> </ul>
Σχέση με τους επισκέπτες	Δίαυλοι	Τμήματα επισκεπτών
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Διαδικτυακά, μέσω της πλατφόρμας</li> <li>▪ Διαδικτυακά, στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Μέσα κοινωνικής δικτύωσης</li> <li>▪ Συμβατικοί πολιτισμικοί και τουριστικοί οργανισμοί <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ψηφιακό μάρκετινγκ</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Επισκέπτες που ενδιαφέρονται για τον γαστρονομικό τουρισμό, τον οικο-τουρισμό, τον πολιτισμικό τουρισμό, τον αγροτουρισμό, τον βιώσιμο τουρισμό και τον βιωματικό τουρισμό.</li> <li>▪ Ταξιδιωτικά πρακτορεία</li> <li>▪ Επιτροπές τουρισμού <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ΜΚΟ</li> </ul> </li> </ul>

Σχήμα 4 Παραδείγματα βασικών τομέων μιας ΕΨΠ



# ΚΕΦΑΛΑΙΟ

Εισαγωγή.

1. Ψηφιοποίηση και προώθηση της ταυτότητας της αγροτικής γαστρονομίας.
  2. Ανάπτυξη δεξιοτήτων ψηφιακού μάρκετινγκ από τα ενδιαφερόμενα μέρη.
  3. Διάδοση της κληρονομιάς μέσω ψηφιακής και βιωματικής αφήγησης.
  4. Αναγνώριση και ψηφιοποίηση της εθνοποικιλότητας και της βιοποικιλότητας στην επαρχία.
  5. Ο ρόλος των Έξυπνων Ψηφιακών Πλατφορμών.
  6. Δημιουργία βάσης δεδομένων με εθνικές και ευρωπαϊκές συνταγές.
  7. Ψηφιοποίηση επαρχιακής επιχείρησης γαστρονομίας.
- Συμπέρασμα.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

### Δημιουργία βάσης δεδομένων με εθνικές και ευρωπαϊκές συνταγές.

Στο κεφάλαιο αυτό θα μάθετε πώς να δημιουργείτε μια βάση δεδομένων για την ανάπτυξη ενός εθνικού και ευρωπαϊκού ευρετηρίου συνταγών.

Η διατήρηση της εθνικής και πολιτισμικής διαφορετικότητας εν γένει στις μέρες μας ενέχει μεγάλες δυσκολίες, όπως και η διατήρηση της βιοποικιλότητας του πλανήτη μας. Στους επικίνδυνους παράγοντες συμπεριλαμβάνεται μέχρι και η εξάπλωση των ψηφιακών μέσων, τα οποία είναι πολύ λίγο πιθανό να λαμβάνουν υπόψη τις τοπικές παραδόσεις.

Οι πολλοί συνδυασμοί γεύσεων, αρωμάτων, τεχνικών, καθώς και ιστορικών, θρησκευτικών και πολιτισμικών στοιχείων, διαμορφώνουν σταδιακά την πολιτισμική κληρονομιά, με αναφορές στη λογοτεχνία, τις λαϊκές παραδόσεις, τη μουσική. Όλα αυτά είναι που καθιστούν μοναδικές τις εθνικές κουζίνες, και τις συνδέουν με άλλους τομείς της ανθρώπινης δραστηριότητας.



Ο Fabio Parasecoli προσδίδει σωστά μια ιδιότητα **«νοηματοδοτικών δικτύων»** στις εθνικές κουζίνες: **«Κάθε στοιχείο της γαστρονομική παράδοσης αποτελεί τμήμα διάφορων αλληλοσυνδεόμενων δικτύων νοημάτων, πρακτικών, εννοιών και ιδεωδών. Το πλήρες εύρος του νοήματος και της αξίας δεν μπορεί να γίνει κατανοητό, αν δεν αναλυθεί η αλληλοεπίδραση με άλλα, φαινομενικά άσχετα πεδία. Μπορούμε να ονομάσουμε αυτά τα δίκτυα «νοηματοδοτικά», γιατί μας βοηθούν να βγάζουμε νόημα από την πραγματικότητα, να κατανοούμε το πολιτισμικό μας περιβάλλον και να δρούμε εντός των κανόνων και των ορίων του»** (Parasecoli, 2005).



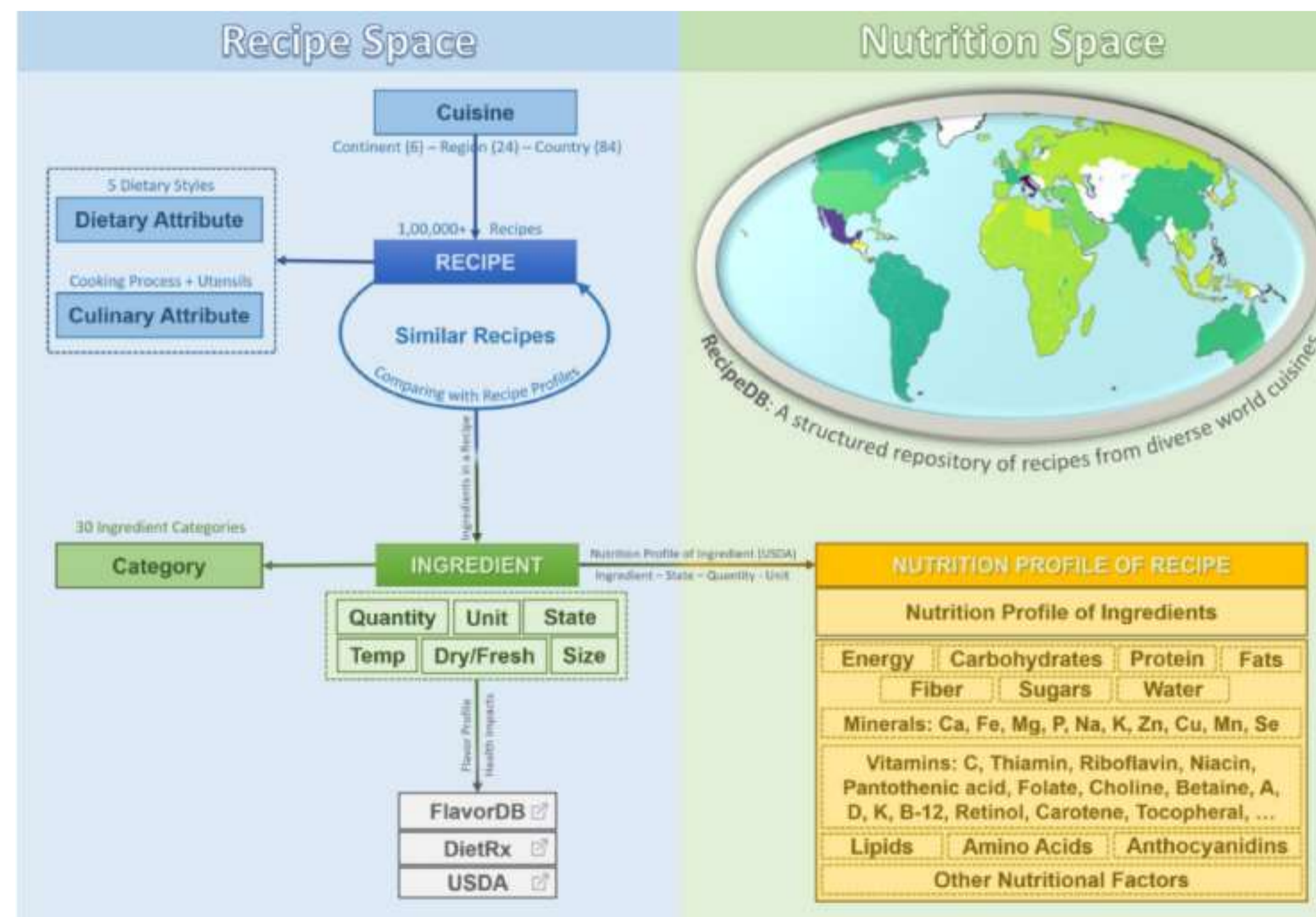


Καθώς ο κόσμος μας μικραίνει από πλευράς ταξιδιών και επικοινωνίας, αυξάνονται οι δυνατότητές μας να ανακαλύπτουμε νέες πολιτισμικές διαστάσεις. Μπορούμε να μάθουμε πολλά για μια εθνοτική ομάδα δοκιμάζοντας τα πιο δημοφιλή πιάτα της. Οι ξένοι επισκέπτες συχνά θέλουν να δοκιμάσουν την τοπική κουζίνα, αλλά διστάζουν, αν δεν έχουν επεξηγηματικές πληροφορίες. Η δημοσίευση συνταγών δεν έχει να κάνει μόνο με τα συστατικά και τις οδηγίες μαγειρέματος, αλλά και με το περιβάλλον όπου φυτρώνουν τα τροφικά προϊόντα. Σε κάθε εθνική κουζίνα υπάρχουν πολλοί παράγοντες που κάνουν τα διάφορα πιάτα να ξεχωρίζουν, όπως συγκεκριμένοι τρόποι επεξεργασίας τροφίμων, κουζινικά σκεύη, τεχνικές μαγειρέματος κλπ. Συνεπώς, η μέθοδος «ψηφιοποίησης» μιας κουζίνας μάς βοηθά να καταλάβουμε τις αρχές της σύγχρονης διαπολιτισμικής ανταλλαγής γνώσεων.

Η μεγάλη πρόκληση του σήμερα είναι να μετατρέψουμε αυτές τις πληροφορίες σε μια κατάλληλη ψηφιακή μορφή, ούτως ώστε η ανταλλαγή πληροφοριών να ανοίγει πόρτες σε ξένους τουρίστες, να ενισχύει τους οικονομικούς δεσμούς και να ανεβάζει κατά πολύ το επίπεδο της διαπολιτισμικής επικοινωνίας. Πολλά προγράμματα ψηφιοποίησης βασίζονται σε κάποιου είδους θεμελιώδη οντολογία η οποία δύναται να επεκτείνεται από μηχανικούς γνώσεων σε ένα ορισμένο πεδίο ειδίκευσης. Ας δούμε την περίπτωση χρήσης της εφαρμογής αυτών των εργαλείων για την ψηφιοποίηση εθνικών κουζινών.



Παράδειγμα επιτυχημένου έργου είναι το RecipeBD (<https://cosylab.iitd.edu.in/recipebd>). Πρόκειται για δομημένη συλλογή συνταγών, συστατικών και διατροφικών προφίλ, διασυνδεδεμένων με προφίλ γεύσεων και συλλόγους υγείας. Έχουν ενσωματωθεί ενδελεχώς 118.171 συνταγές από κουζίνες από όλη την υδρόγειο (6 ήπειροι, 26 γεωπολιτισμικές περιοχές και 74 χώρες), εκτελεσμένες μέσω 268 διεργασιών (θέρμανση, βράσιμο, ψήσιμο κλπ), συνδυάζοντας πάνω από 20.262 ποικίλα υλικά, τα οποία συνδέονται περαιτέρω με τα γευστικά τους μόρια (FlavorDB), τα διατροφικά προφίλ (Υπουργείο Γεωργίας των ΗΠΑ) και εμπειρικά αρχεία συσχέτισης με ασθένειες από τη MEDLINE (DietRx). Στόχος αυτής της πηγής είναι η διευκόλυνση των επιστημονικών εξερευνήσεων του γαστρονομικού τομέα (συνταγές, υλικά, διεργασίες/τεχνικές μαγειρέματος, διατροφικά στίλ κλπ) που συνδέονται με τη γεύση (προφίλ γεύσης) και την υγεία (διατροφή και συσχέτιση με νόσους) για ποικίλες εφαρμογές.



Σχήμα 5 Η δομή της βάσεως δεδομένων RecipeDB



## Βήματα δημιουργίας βάσης δεδομένων για την εξερεύνηση συνταγών.

### 1. Επισκόπηση βάσης δεδομένων

Στο βήμα αυτό, οι συνταγές κατανέμονται σε κουζίνες ανά γεωπολιτισμική περιοχή, χαρτογραφήσεις και σημάνσεις με διαφορετικά χαρακτηριστικά (διατροφικά στίλ, διεργασίες μαγειρέματος κλπ). Είναι πολύ σημαντικό να είναι φιλικό προς τον χρήστη το περιβάλλον εργασίας, για την αναζήτηση και περιήγηση στις συνταγές. Διαδραστικές οπτικοποιήσεις δεδομένων και διασυνδεδεμένες επιλογές αναζήτησης βοηθούν στην εύρεση σχετικών πληροφοριών.

### 2. Συγκέντρωση δεδομένων

Συστήνεται η επιθεώρηση πολλών αποθετηρίων ως πιθανών πηγών δεδομένων, με γνώμονα την ομοιογένεια της δομής τους και τη διαθεσιμότητα γεωπολιτισμικών χαρτών και αριθμών. Οι πληροφορίες αυτές μπορούν μετά να χωρίζονται σε πολλά μέρη (συστατικά, οδηγίες μαγειρέματος, γεωπολιτισμικοί χάρτες κλπ).

Κατά την κατασκευή του συνόλου δεδομένων, οι πληροφορίες πρέπει να είναι δομημένες κατάλληλα με την επισήμανση κάθε λέξης, χρησιμοποιώντας διανύσματα αντιπροσώπευσης και συσσωμάτωση, πράγμα που βασικά σημαίνει την αναγνώριση μοναδικών διανυσμάτων αντιπροσώπευσης για την αύξηση της ποικιλομορφίας της βάσης δεδομένων.

Μετά από αυτό το βήμα, μπορούμε επίσης να δημιουργούμε μοντέλα ώστε να «εκπαιδεύουμε» τη βάση δεδομένων να βρίσκει συσχετίσεις ανάμεσα σε όλες τις συνταγές.

Κάθε συνταγή μπορεί να τοποθετείται στη γεωπολιτισμική της αντιστοιχία, σε διάφορα επίπεδα ιεράρχησης (π.χ. χώρα, μακροπεριφέρεια, περιφέρεια, υποπεριφέρεια κλπ). Η χαρτογράφηση αυτή μπορεί να γίνεται βάσει γαστρονομικών/πολιτισμικών ομοιοτήτων.

### 3. Αρχιτεκτονική βάσης δεδομένων και περιβάλλον ιστού

Η βάση δεδομένων πρέπει να διευκολύνει την κατανόηση και την περιήγηση σε περίπλοκες συσχετίσεις ανάμεσα σε κουζίνες, συστατικά, μεθόδους επεξεργασίας, πολιτισμικές και πολιτιστικές πληροφορίες, και τις κατηγορίες τους.

Η εικονογράφηση των διαδραστικών δεδομένων και το μεγάλο εύρος φιλικών προς τον χρήστη επιλογών αναζήτησης παρέχουν γρήγορη εύρεση των επιθυμητών πληροφοριών.





# FLAVOURS of EUROPE

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6  
Δημιουργία βάσης  
δεδομένων με εθνικές  
και ευρωπαϊκές  
συνταγές

**1** A chord diagram showing the relationships between various food categories. A central vertical list includes: Amino Acids, Bakery, Beverage, Beverage-Alcoholic, Cereal, Condiment, Dairy, Egg, Essential Oil, Fish, Fruit, Fruit-Derivative, Herb, Legume, Meat, Meat-Derivative, Nuts and Seeds, Plant, Plant-Derivative, Spices, and Vegetable. Lines connect these categories to numerous specific items on the left and right arcs.

**2** A screenshot of the RecipeDB website for a 'Tomato' recipe. It includes a title, a small image of tomatoes, and a list of health benefits: 'Supports Digestion', 'Healthy Benefits of Tomato Skin (Dark)', 'Boosts Immunity of Tomato Skin (Purple)', and 'Antioxidant in Tomato?'. Below is a table of nutritional information per 100g.

Item	Calories	Energy (kcal)	Carbohydrate (g)	Protein (g)	Fat (g)	Salt (mg)
Tomato (Whole)	1	24	3.9	1.0	0.2	27
Tomato (Sliced)	1	24	3.9	1.0	0.2	27
Tomato (Diced)	1	24	3.9	1.0	0.2	27
Tomato (Crushed)	1	24	3.9	1.0	0.2	27

**3** A box titled '10 Most frequently used ingredients of 'Vegetable' category'. It shows three images: 'Tomato Paste', 'Onion', and 'Tomato'.

**4** A 'Recipe of the day' featuring a plate of 'Hibiscus & Sumac Prawns from Hibiscus'.

**5** A 'Search By' section with filters for Region, Country, and Recipe Title. Each filter has a corresponding icon (6, 7, 8, 9).

**6** A search filter icon for Region.

**7** A search filter icon for Country.

**8** A search filter icon for Recipe Title.

**9** A search filter icon for another category.

**10** A screenshot showing a list of recipes from Indonesian Cuisine. The table has columns for Recipe Title, Name, Date, Author, Ingredients, Cooking, Prep, and Recipe.

Recipe Title	Name	Date	Author	Ingredients	Cooking	Prep	Recipe
Indonesian-Style Ketchup	Indonesian-Style Ketchup	2023-07-14	IndoCook	100g	10min	10min	View
Indonesian-Style Ketchup	Indonesian-Style Ketchup	2023-07-14	IndoCook	100g	10min	10min	View
Indonesian-Style Ketchup	Indonesian-Style Ketchup	2023-07-14	IndoCook	100g	10min	10min	View
Indonesian-Style Ketchup	Indonesian-Style Ketchup	2023-07-14	IndoCook	100g	10min	10min	View
Indonesian-Style Ketchup	Indonesian-Style Ketchup	2023-07-14	IndoCook	100g	10min	10min	View
Indonesian-Style Ketchup	Indonesian-Style Ketchup	2023-07-14	IndoCook	100g	10min	10min	View
Indonesian-Style Ketchup	Indonesian-Style Ketchup	2023-07-14	IndoCook	100g	10min	10min	View
Indonesian-Style Ketchup	Indonesian-Style Ketchup	2023-07-14	IndoCook	100g	10min	10min	View
Indonesian-Style Ketchup	Indonesian-Style Ketchup	2023-07-14	IndoCook	100g	10min	10min	View
Indonesian-Style Ketchup	Indonesian-Style Ketchup	2023-07-14	IndoCook	100g	10min	10min	View

**11** A screenshot showing 'By cooking processes, top 50 recipes similar to: IndoCook's Indonesian-Style Ketchup'. The table lists recipe titles, regions, countries, and similarity scores.

Recipe Title	Region	Country	Similarity Score
Indonesian-Style Ketchup	Indonesian-Style	Indonesia	100
Indonesian-Style Ketchup	Indonesian-Style	Indonesia	95
Indonesian-Style Ketchup	Indonesian-Style	Indonesia	90
Indonesian-Style Ketchup	Indonesian-Style	Indonesia	85
Indonesian-Style Ketchup	Indonesian-Style	Indonesia	80
Indonesian-Style Ketchup	Indonesian-Style	Indonesia	75
Indonesian-Style Ketchup	Indonesian-Style	Indonesia	70
Indonesian-Style Ketchup	Indonesian-Style	Indonesia	65
Indonesian-Style Ketchup	Indonesian-Style	Indonesia	60
Indonesian-Style Ketchup	Indonesian-Style	Indonesia	55

**12** A world map showing the geographical distribution of recipes, with a focus on Europe and the Mediterranean region.

Σχήμα 6. Το περιβάλλον χρήσης της RecipeDB. Τονίζονται χαρακτηριστικά αναζήτησης και περιήγησης των δεδομένων.



#### 4. Περιπτώσεις χρήσης

Το βήμα αυτό είναι πιο εμπειρικό και απεικονίζει τη χρηστικότητα μιας βάσης δεδομένων συνταγών για διάφορες εφαρμογές.

Οι χρήστες έχουν τη δυνατότητα να αναζητούν συνταγές ανά κουζίνα στο επίπεδο των περιφερειών μίας χώρας. Η λειτουργία αυτόματης συμπλήρωσης στο πεδίο αναζήτησης μπορεί να βοηθήσει τον άπειρο χρήστη. Πατώντας στο όνομα μιας συνταγής θα ανοίγει μια σελίδα με λεπτομέρειες για αυτή, ενώ μπορούν να εμφανίζονται κι άλλες σελίδες με περισσότερες πληροφορίες ή ενδιαφέρουσες πληροφορίες.

Μπορούμε επίσης να σχεδιάζουμε περίπλοκες αναζητήσεις με προηγμένη αναζήτηση. Αυτή επιτρέπει τη δημιουργία περίπλοκων ερωτημάτων, χρησιμοποιώντας ατομικά στοιχεία (κουζίνα, τίτλος συνταγής, συστατικά που συμπεριλαμβάνονται ή όχι, τρόποι μαγειρέματος και σκεύη, και μακροθρεπτικά συστατικά).



Το φαγητό είναι περίπλοκη υπόθεση, στην οποία εμπλέκονται μέθοδοι μαγειρέματος (συνταγές), γεύσεις, θρεπτικές αξίες και η υγεία. Μια βάση δεδομένων εθνικών και ευρωπαϊκών συνταγών μπορεί να βοηθήσει στη συμπλήρωση αυτού του παζλ.

Τέτοιες βάσεις δεδομένων μπορούν να αποτελούν δομημένα αποθετήρια ποικιλόμορφων συνταγών, ενσωματώνοντας πολιτισμικές, γαστρονομικές και διατροφικές πλευρές. Η δημιουργία μιας συντηρούμενης και δομημένης γαστρονομικής γνωσιακής βάσης επιτρέπει ανοικτές εξερευνήσεις.

Τα συγκεντρωμένα δεδομένα αποτελούν ισχυρή πηγή για την ανάλυση της ταυτότητας μίας κουζίνας με μετρήσιμες παραμέτρους, των ομοιοτήτων των κουζινών μεταξύ τους, των καθοριστικών μοτίβων των κουζινών, και άλλων, πέραν του ότι αποτελούν μια εξαιρετική πηγή απαντήσεων σε ερωτήματα. Συνεπώς, η βάση δεδομένων συνιστά έναν ποσοτικοποιημένο πόρο της γαστρονομικής κληρονομιάς, υπό τη μορφή ενός δομημένου αποθετηρίου συνταγών.

**Μην  
ξεχνάτε:**



*Πέρα από τη βελτίωση της ποσότητας των δεδομένων, υπάρχει μεγάλο περιθώριο βελτίωσης της ποιότητας των δεδομένων των συνταγών. Η συγκέντρωση γενικών παραδοσιακών συνταγών είναι μία από τις βασικές μελλοντικές κατευθύνσεις.*

# ΚΕΦΑΛΑΙΑ

Εισαγωγή.

1. Ψηφιοποίηση και προώθηση της ταυτότητας της αγροτικής γαστρονομίας.
2. Ανάπτυξη δεξιοτήτων ψηφιακού μάρκετινγκ από τα ενδιαφερόμενα μέρη.
3. Διάδοση της κληρονομιάς μέσω ψηφιακής και βιωματικής αφήγησης.
4. Αναγνώριση και ψηφιοποίηση της εθνοποικιλότητας και της βιοποικιλότητας στην επαρχία.
5. Ο ρόλος των Έξυπνων Ψηφιακών Πλατφορμών.
6. Δημιουργία βάσης δεδομένων με εθνικές και ευρωπαϊκές συνταγές.
7. Ψηφιοποίηση επαρχιακής επιχείρησης γαστρονομίας.

Συμπέρασμα.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

### Ψηφιοποίηση επαρχιακής επιχείρησης γαστρονομίας

Στην ενότητα αυτή θα μας απασχολήσει η ψηφιοποίηση της επαρχιακής σας γαστρονομικής επιχείρησης.

Στον σύγχρονο επιχειρηματικό κόσμο απαιτούνται νέες προσεγγίσεις για την ενίσχυση της καινοτομίας και της εφευρετικότητας στις αγροτικές επιχειρήσεις. Για να επιτευχθεί αυτό, απαιτούνται διευρυμένες γνώσεις πάνω στις ψηφιακές τεχνολογίες, καθώς και να καθορίζεται το πώς, πότε, πού και γιατί μπορούν να χρησιμοποιούνται αυτές. Οι προωθητικές ενέργειες με τη χρήση ψηφιακών τεχνολογιών πρέπει να βρίσκονται στο επίκεντρο, με ιδιοκτήτες και διευθυντές εταιρειών παγκοσμίως να αντιλαμβάνονται τα οφέλη τους. Η πρόσβαση στις παγκόσμιες αγορές, η αποτελεσματική διανομή προϊόντων και η διάδοση της εμπορικής ταυτότητας μπορούν επίσης να παρέχουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και να εξασφαλίζουν την αποτελεσματική επιχειρηματική επικοινωνία.







FLAVOURS  
of EUROPE

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7  
Ψηφιοποίηση  
επαρχιακής  
επιχείρησης  
γαστρονομίας

Κάποιες πρωταρχικές έννοιες της επιχειρηματικότητας είναι η ανεξαρτησία, η καινοτομία, η λήψη αποφάσεων, η πρόβλεψη, η υλοποίηση και η επιτυχία. Μια αγροτική επιχείρηση, όμως, πρέπει να είναι καλύτερα αναπτυγμένη, προκειμένου να βελτιώσει τη συμμετοχή της στην οικονομία. Η μεταμόρφωση των πρακτικών της αγροτικής επιχειρηματικότητας μπορεί να αυξήσει την επιτυχία, αλλά αυτό μπορεί να επιτευχθεί μόνο μέσω της ψηφιοποίησης. Δηλαδή, μέσω της μετατροπής των αναλογικών πληροφοριών σε ψηφιακή μορφή, και τη χρήση τους σε ευρύτερα κοινωνικά και θεσμικά πλαίσια.

Η σημασία της ψηφιοποίησης δεν περιορίζεται στα προϊόντα, στις υπηρεσίες και στις διαδικασίες παρασκευής. Συμπεριλαμβάνει ένα ευρύ φάσμα προσόντων, συμπεριλαμβανομένων του μάρκετινγκ, της επιχειρηματικής δικτύωσης, της προώθησης, της διανομής προϊόντων, της διαχείρισης της εφοδιαστικής αλυσίδας, της πρόσβασης σε διεθνείς αγορές και της διαχείρισης της ανάπτυξης με στόχο το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Είναι εφικτή η ψηφιοποίηση όλων των επιχειρηματικών διεργασιών. Έτσι μπορούν να λύνονται με ευκολία προβλήματα όπως η ανάθεση ορισμένων υπηρεσιών σε τρίτους ή το έλλειμα ανθρώπινου δυναμικού, καθώς η ψηφιοποίηση μπορεί να έχει θετικό αντίκτυπο σε νεοφυείς επιχειρήσεις και νέους επιχειρηματίες που θέλουν να δραστηριοποιηθούν στην επαρχία.

**Γνωρίζετε  
ότι...**



*Λίγες έρευνες έχουν διεξαχθεί σχετικά με το πώς θα μπορούσε η ψηφιοποίηση να βελτιώσει την επιβίωση και την ανάπτυξη των επιχειρήσεων της επαρχίας. Αυτό έχει οδηγήσει σε έλλειμμα γνώσης και κατανόησης του πώς μπορεί να βελτιώσει την επιτυχία αυτών των επιχειρήσεων. Η γνώση σχετικά με τα οφέλη της ψηφιοποίησης των επαρχιακών επιχειρήσεων και το πώς αυτές μπορούν να βελτιώσουν τις επιχειρησιακές τους δυνατότητες παραμένει σε υποθετικό επίπεδο ανάμεσα στους επαγγελματίες και στους φορείς χάραξης πολιτικών.*

*Παρόλα αυτά, υπάρχουν πολλές ενδείξεις σε διεθνές επίπεδο ότι οι μικρές επιχειρήσεις, οι οποίες γενικά βρίσκονται στην επαρχία, παίζουν κρίσιμο ρόλο στη δημιουργία διαφόρων οικονομιών.*





FLAVOURS  
of EUROPE

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7  
Ψηφιοποίηση  
επαρχιακής  
επιχείρησης  
γαστρονομίας

## Παράγοντες ψηφιοποίησης της επαρχιακής επιχειρηματικότητας.

### 1. Τεχνολογική ανάπτυξη

Για την ανάπτυξη της κοινότητας, τις ακαδημαϊκές βελτιώσεις, την κοινωνική αλλαγή και την πολιτική και επιχειρηματική ανάπτυξη, τα κράτη πρέπει να δώσουν προτεραιότητα στην εγκατάσταση οπτικών ινών, ώστε να έχουν πρόσβαση οι επαρχιακές κοινότητες σε γρήγορες συνδέσεις στο διαδίκτυο. Έτσι δεν θα βελτιωθεί μόνο η επικοινωνία στα νοικοκυριά, αλλά θα γίνει εφικτή η ψηφιοποίηση επιχειρηματικών πρωτοβουλιών. Συνάπτοντας στρατηγικές συμμαχίες με τον ιδιωτικό τομέα, ο δημόσιος τομέας ανεπτυγμένων και αναπτυσσόμενων χωρών μπορεί να εγκαταστήσει ψηφιακές υποδομές, εξασφαλίζοντας την ψηφιοποίηση ολόκληρης της επαρχίας.

### 2. Κοινωνικο-οικονομικοί παράγοντες

Οι κοινωνικο-οικονομικοί παράγοντες επηρεάζουν την επιχειρηματική συμπεριφορά και λειτουργία. Η οικονομική ανάπτυξη είναι συνάρτηση της ανάπτυξης των πόρων και του ρυθμού της προόδου της τεχνολογίας. Η γη, η εργασία, το κεφάλαιο και η επιχειρηματικότητα αποτελούν πόρους παραγωγής. Οικονομολόγοι που έχουν μελετήσει τις επιδράσεις αυτών των πόρων στην οικονομική ανάπτυξη, αναγνωρίζουν την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας ως κύρια πηγή τους. Η συνεισφορά του επιχειρηματικού τομέα στην οικονομική ανάπτυξη όλων των χωρών είναι πρωταρχικής σημασίας, καθώς η επιχειρηματίες είναι αυτοί που συνεισφέρουν μεθόδους επίτευξης συγκεκριμένων στόχων, συμπεριλαμβανομένων των καινοτομιών που οδηγούν στην τεχνολογική πρόοδο. Συνεπώς, η οικονομική πρόοδος δεν παίρνει ώθηση από την ποσοτική αύξηση των άλλων παραγόντων, αλλά από τους κόπους των επιχειρηματιών, οι οποίοι αναλαμβάνουν τα ρίσκα της καινοτομίας, και οργανώνουν και συντονίζουν όλες τις επιχειρηματικές ενέργειες.

### 3. Εμπόδια για την ψηφιοποίηση της επαρχιακής επιχειρηματικότητας

Οι επιχειρήσεις της επαρχίας αντιμετωπίζουν δυσκολίες όπως οικονομικά ελλείμματα, προβλήματα δικτύωσης, ηλεκτρισμού, εξοπλισμού, μάρκετινγκ, μικρές και μακρινές αγορές, ανεπαρκή συστήματα μεταφοράς και διαφθορά. Σε πολλές χώρες, οι φτωχές υποδομές, η δύσκολη πρόσβαση στην τεχνολογία και η έλλειψη γρήγορων συνδέσεων στο διαδίκτυο και συντηρημένων οδικών δικτύων, συνιστούν σημαντικές δυσκολίες για την ανάπτυξη.





FLAVOURS  
of EUROPE

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7  
Ψηφιοποίηση  
επαρχιακής  
επιχείρησης  
γαστρονομίας

## Παράγοντες ψηφιοποίησης της επαρχιακής επιχειρηματικότητας.

### 4. Πόροι επαρχιακής επιχειρηματικότητας

Οι ιδιοκτήτες/διευθυντές μικρομεσαίων επιχειρήσεων μπορεί να μη διαθέτουν τις ικανότητες και δυνατότητες που χρειάζεται μια νεοφυής επιχείρηση. Και με τις επαρχιακές επιχειρήσεις να αντιμετωπίζουν τόσες δυσκολίες, όπως περιορισμένους πόρους, το μικρό τους μέγεθος και τις απομακρυσμένες έδρες τους, τα κόστη των δραστηριοτήτων είναι υψηλά, πράγμα που οφείλεται κυρίως στον χώρο που απαιτείται ώστε να πληρούνται τα επιχειρηματικά στάνταρντ. Οι επαρχιακές επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν ρίσκα που κυμαίνονται από τις διακυμάνσεις του ηλεκτρικού ρεύματος τις οποίες δεν βιώνουν μεγαλύτερες επιχειρήσεις, μέχρι αγοραστές που επηρεάζουν τους όρους και τις προϋποθέσεις των πωλήσεων. Επιπλέον, οι επαρχιακές επιχειρήσεις έχουν περιορισμένη πρόσβαση σε επίκαιρες πληροφορίες για την αγορά, κυρίως λόγω των υποδεέστερων υποδομών μεταφοράς και επικοινωνίας, πράγμα που καθιστά τρομερά δύσκολο για αυτές το να συμμετέχουν σε αγορές υψηλής αξίας.

### 5. Θεσμικές δυσκολίες της επαρχιακής επιχειρηματικότητας

Η επιχειρηματικότητα απαιτεί ένα περιβάλλον που να επιτρέπει στον επιχειρηματία να δημιουργεί, να λειτουργεί, να διαχειρίζεται και, αν είναι απαραίτητο, να κλείνει μια επιχείρηση, σε ένα πλαίσιο όπου εγγυάται η συμμόρφωση με τη νομοθεσία περί διαδικασιών δημοσιοποίησης, αδειοδότησης και καταχώρησης, καθώς και η προστασία της υλικής και πνευματικής περιουσίας. Το υπάρχον ρυθμιστικό περιβάλλον θα πρέπει να ενθαρρύνει τους ανθρώπους να ιδρύουν επιχειρήσεις, να υλοποιούν νέες επιχειρηματικές ιδέες και να παίρνουν υπολογισμένα ρίσκα, περιορίζοντας τα διοικητικά βάρη στον ελάχιστο δυνατό βαθμό ώστε να υποστηρίζεται η βιώσιμη δημόσια πολιτική και οι αναπτυξιακοί στόχοι.



# ΚΕΦΑΛΑΙΑ

Εισαγωγή.

1. Ψηφιοποίηση και προώθηση της ταυτότητας της αγροτικής γαστρονομίας.
2. Ανάπτυξη δεξιοτήτων ψηφιακού μάρκετινγκ από τα ενδιαφερόμενα μέρη.
3. Διάδοση της κληρονομιάς μέσω ψηφιακής και βιωματικής αφήγησης.
4. Αναγνώριση και ψηφιοποίηση της εθνοποικιλότητας και της βιοποικιλότητας στην επαρχία.
5. Ο ρόλος των Έξυπνων Ψηφιακών Πλατφορμών.
6. Δημιουργία βάσης δεδομένων με εθνικές και ευρωπαϊκές συνταγές.
7. Ψηφιοποίηση επαρχιακής επιχείρησης γαστρονομίας.

**Συμπέρασμα.**



FLAVOURS  
of EUROPE

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

Η ψηφιοποίηση της οικονομίας επισύρει την ανάπτυξη νέων επιχειρηματικών μοντέλων και νέων μορφών κοινωνικής και επιχειρηματικής οργάνωσης. Οι εταιρείες και οι κάτοικοι της επαρχίας πρέπει να είναι προετοιμασμένοι και να έχουν κάνει σχέδια ούτως ώστε να δρέψουν τα οφέλη των ευκαιριών που παρέχει η ψηφιοποίηση, ούτως ώστε να γίνει εφικτή η συμπεριληπτική ανάπτυξη και να βελτιωθεί η ποιότητα ζωής των κατοίκων.

Η εφαρμογή της τεχνολογίας στη σφαίρα της πολιτιστικής κληρονομιάς μπορεί να ενισχύσει τις εμπειρίες των επισκεπτών, τόσο όσον αφορά στις αναμνήσεις τους, όσο και σε μια αίσθηση οικειότητας. Η ενισχυμένη αυτή ανάμνηση της επίσκεψης μπορεί να οδηγήσει σε αυξημένη επίγνωση του παρελθόντος και κατ' επέκταση σε επιθυμία αλληλοεπίδρασης με την κληρονομιά με βιώσιμο τρόπο. Συνεπώς, είναι πολύ σημαντικό να λαμβάνεται υπόψη ο ενισχυμένος ρόλος της τεχνολογίας στον τομέα του πολιτισμού. Η οποία τεχνολογία αναγνωρίζεται πλέον ως μία από τις σημαντικές συνιστώσες του πολιτισμικού βιώματος.

Τα πρόσφατα χρόνια έχουν εμφανιστεί καινοτόμες και συναρπαστικές τεχνολογικές εφαρμογές στον τομέα της πολιτιστικής κληρονομιάς. Το φαινόμενο αυτό έχει οδηγήσει σε μία ραγδαία και ουσιαστική αλλαγή των πρακτικών της χρήσης, της προσφοράς και της διατήρησης της πολιτιστικής κληρονομιάς. Οι τεχνολογίες αυτές χωρίζονται σε δύο κατηγορίες: στις τεχνολογίες διαδικτύου, όπως είναι οι ιστότοποι και οι εφαρμογές κινητών τηλεφώνων, και οι επί τόπου τεχνολογίες, όπως οι ξεναγήσεις και οι συσκευές που αναβαθμίζουν την επίσκεψη (π.χ. ηχητικοί ξεναγοί, εντοπιστές GPS και εφαρμογές κινητών τηλεφώνων). Πολλές από αυτές τις τεχνολογίες εμπλουτίζουν την εμπειρία και διευκολύνουν την πρόσβαση των επισκεπτών στις πληροφορίες. Οι νέες τεχνολογίες επικοινωνιών επιτρέπουν την προσφορά επιπρόσθετων πληροφοριών στους επισκέπτες. Έτσι προσθέτουν περισσότερη αξία στην εμπειρία της πολιτιστικής κληρονομιάς.

