

**SPOLUPRÁCA MEDZI ORGANIZÁCIAMI
KULTÚRNEHO A KREATÍVNEHO
PRIEMYSLU (CCI)
A TECHNOLOGICKY ORIENTOVANÝMI
SPOLOČNOSŤAMI (AVM)
PODPORA INOVÁCIÍ V STREDNEJ EURÓPE**



ODPORÚČANIE V OBLASTI POLITÍK PROGRAMU COCO4CCI



#COCO4CCI

Túto publikáciu pripravili partneri projektu COCO4CCI

BIZ-UP - Business Upper Austria - OÖ Wirtschaftsagentur GmbH bwcon GmbH

Bwcon - Baden-Württemberg: Connected

CCIS - Chamber of Commerce and Industry of Slovenia

CIKE - Creative Industry Košice

CREARE - Creative Region Linz & Upper Austria GmbH

CPK - Academy of Art in Szczecin

HdM - Hochschule der Medien Stuttgart

RRA LUR - Regionalna razvojna agencija Ljubljanske urbane regije

SIAV - CONFINDUSTRIA Veneto

SBA - Slovak Business Agency

NCC - Północna Izba Gospodarcza w Szczecinie

UNIVE - Università Ca' Foscari Venezia

Autori: Grit Ackermann, Sylwia Bąkowska, Elisa Gritti, Gabriel Gruber, Ladislava Juhászová, Dr. Monika Klein, Dr. Magdalena Małachowska, Laura Smith, Prof. Giovanni Vaia, Magdalena Weinle

Názory vyjadrené v tejto publikácii sú názormi autorov a nemusia nevyhnutne odrážať názory programu Interreg Central Europe.

Vedúci partner projektu COCO4CCI:

Chamber of Commerce and Industry of Slovenia (Obchodná a priemyselná komora Slovenska)

Dimičeva ulica 13

1000 Ljubljana

Slovensko

<https://www.interreg-central.eu/COCO4CCI>

Marec 2022



ZHRNUTIE

Cieľom tejto publikácie o odporúčaniach v oblasti politik je byť sprievodcom a referenciou na vytvorenie priaznivého prostredia a ekosystému pre medzisektorovú spoluprácu. Predstavuje poznatky získané v rámci projektu Interreg Central Europe Culture and Creative Industries Cooperation Collider (COCO4CCI). Hlavným cieľom projektu COCO4CCI (2019 - 2022) je zlepšenie zručností v oblasti vzájomnej spolupráce medzi kultúrnym a kreatívnym priemyslom (CCI) a vyspelými technologicky orientovanými spoločnosťami (AVM) v regióne strednej Európy. Partnerstvo spája tieto dva svety a vytvára plán, nástroje a ekosystém na dosiahnutie kolízneho efektu. Podobne ako v prípade častíc v urýchľovači, myšlienkou urýchľovača spolupráce je spojiť odlišné odvetvia a vytvoriť tak súčet väčší ako jeho časti.

Pre spojenie týchto dvoch svetov a spoznanie ich vzájomných potrieb projekt COCO4CCI navrhol a uplatnil holistický prístup:

1. Príprava podkladov a výskum: Skúmanie úrovne pripravenosti, potenciálu a očakávaného vplyvu. Identifikácia technológií, komunikácia a služby na zapojenie AVM a CCI a vzbudenie ich záujmu o medzisektorovú spoluprácu.
2. Collaboration Collider - Urýchľovač spolupráce: Bola vytvorená kampaň na zvýšenie povedomia o tom, ako myslí a koná priemysel. Na základe konceptu „WHOLEBRAINER” bolo pripravených niekoľko aktivít:
 - Aktivity zamerané na zvyšovanie povedomia
 - Školiace nástroje pre CCI na lepšie pochopenie technológií, trendov a myslenia výrobcov
 - Nástroje na vytváranie kontaktov a iniciovanie spoločných projektov medzi CCI a AVM.

Vo výsledku všetky strany niečo získali; mnohým CCI sa naskytili nové príležitosti na spoluprácu s AVM, čo viedlo k nadviazaniu partnerstiev. AVM zase získali koncepcie a nástroje na iniciovanie a sprevádzanie medzisektorových partnerstiev. Značný počet spoluprác tak ponúka nové obchodné príležitosti pre CCI. Čo je však najdôležitejšie, kampaň zmenila spôsob, akým sa obe strany navzájom vnímajú.

Obohatení o skúsenosti z tohto procesu a ochotní podeliť sa o ne, partneri projektu pripravili súbor odporúčaní určených verejným orgánom, tvorcom politik a organizáciám podporujúcim CCI.



OBSAH

ZHRNUTIE	3
ÚVOD	5
VÝCHODISKÁ - AKO SA TO VŠETKO ZAČALO	7
Kultúrny a kreatívny priemysel (CCI)	7
Technologicky orientované spoločnosti (AVM)	9
Vonkajší a vlastný obraz AVM a CCI	9
RÁMEC: COCO4CCI - OD PROJEKTOVÉHO ZÁMERU K PROJEKTOVÝM ŠTRUKTÚRAM	13
Prístup WHOLEBRAINER	13
Pilotný proces a metodológia	14
ZÍSKANÉ SKÚSENOSTI	19
DOPADY MEDZISEKTOROVEJ SPOLUPRÁCE	22
Prínos pre technologicky orientované spoločnosti (AVM)	24
Prínos pre subjekty CCI	24
Multiplikačný efekt	25
ODPORÚČANIA V OBLASTI POLITÍK	28
VÝHLAD ALEBO BUDÚCNOSŤ MEDZISEKTOROVEJ SPOLUPRÁCE	33
POUŽITÁ LITERATÚRA	35

Glosár:

AVM - technologicky orientované spoločnosti (advanced manufacturers)

BSO - organizácie podporujúce podnikanie (Business support organizations)

CCI - kultúrny a kreatívny priemysel (Culture and Creative Industry)



ÚVOD

Kultúrny a kreatívny priemysel (CCI) má pre stredoeurópsky región veľkú obchodnú aj kultúrnu hodnotu. Je základnou hnacou silou hospodárskeho rastu, zamestnanosti a inovácií v celom hospodárstve. Je uznávaný pre svoj pozitívny vplyv na spoločnosť. CCI prispieva k prosperite nášho regiónu, podporuje aktívne občianstvo, vytvára spoločné hodnoty a podmienky pre sociálne začlenenie a sociálnu súdržnosť, ako aj rozvoj medzikultúrneho dialógu (EK, 2018; UNCTAD, 2018; ECBN, 2020; Eurostat 2020a; IDEA Consult et al., 2021).

Odhady ukazujú, že kultúrny a kreatívny priemysel sa na celkovej produkcii Európskej únie z hľadiska HDP podieľa približne 7,8 % (Boix- Domènech & Soler-Marco, 2017). Eurostat (2020b) odhaduje, že činnosť v oblasti kultúrneho a kreatívneho priemyslu sa v roku 2019 podieľala na zamestnanosti v EÚ takmer 3,7 %, čo predstavuje 7,4 milióna pracovných miest. V roku 2018 približne 1,2 milióna kultúrnych podnikov v EÚ vytvorilo hodnotu 155 miliárd EUR (Eurostat, 2020b). Pred vypuknutím pandémie COVID-19 rástol počet podnikov vytvorených v kultúrnom sektore v EÚ27 v rokoch 2012 až 2017 priemerným ročným tempom 1,5 % (Eurostat 2020, citované v IDEA Consult et al., 2021, 15).

CCI ukrýva väčší potenciál, ktorý sa zatiaľ nepodarilo využiť. S neustálym vývojom kultúrneho a kreatívneho sektora rastie potreba podporovať rozširovanie a rozvoj zručností zamestnaných odborníkov, ako aj otvárať nové smery a príležitosti prostredníctvom prierezových inovácií. Projekt COCO4CCI sa snaží podporiť rast a kapacity spolupráce kultúrneho a kreatívneho priemyslu (CCI) a technologicky orientovaných spoločností (AVM). Spája subjekty zo stredoeurópskeho regiónu s cieľom spoločne objavovať a formulovať osvedčené postupy na podporu prierezových inovácií. Projekt spája kompetencie na dosiahnutie cieľov spolupráce, experimentovanie s **nástrojmi efektu urýchľovania** a výmenu poznatkov o dobre fungujúcich programoch a stratégiách na ďalší rozvoj spolupráce, ako aj stratégií a procesov v oblasti prierezových inovácií.

V konzorciu pod vedením Slovinskej obchodnej a priemyselnej komory sa spojilo 12 partnerov zo 6 krajín vrátane financujúcich agentúr, miest a obcí a medzinárodných kultúrnych inštitúcií: Vďaka vyváženej kombinácii partnerov z oboch svetov, sveta CCI a sveta AVM, disponovalo projektové konzorcium správnymi kompetenciami, know-how a skúsenosťami na vypracovanie relevantných koncepcií na podporu medzisektorovej spolupráce.



Vo výsledku každá zúčastnená strana niečo získala.

- Mnohé CCI našli lepšie príležitosti na spoluprácu s technologicky orientovanými spoločnosťami a nadviazali partnerstvá s výrobnými spoločnosťami.
- Organizácie podporujúce podnikanie (BSO) získali koncepcie a nástroje na iniciovanie a sprevádzanie medzisektorových partnerstiev.
- Vďaka výraznému počtu spoluprác vznikli nové príležitosti na podnikanie pre kultúrny a kreatívny priemysel (CCI).
- Ešte dôležitejšie je dosiahnutie zmeny myslenia v oboch sektoroch.

Cieľom tejto publikácie je podporiť ľudí s rozhodovacou právomocou tým, že im ponúkne informácie, ktoré im pomôžu lepšie pochopiť potenciál a vplyv CCI, a to najmä v rámci spolupráce s rôznymi sektormi. Táto publikácia ponúka výsledky našej práce, získané poznatky a odporúčania v oblasti politik na zlepšenie rámcových podmienok medzisektorovej spolupráce.

INFO BOX!

COCO4CCI

12 partnerských organizácií zo 6 krajín spolupracovalo v tandemovom zložení „klasickej“ organizácie na podporu podnikania a centier CCI s cieľom vytvoriť medzinárodnú sieť regionálnych štruktúr podporujúcich medzisektorovú spoluprácu medzi sektormi CCI a AVM.

Viac o našich aktivitách a výsledkoch sa dozviete na našej webovej stránke.

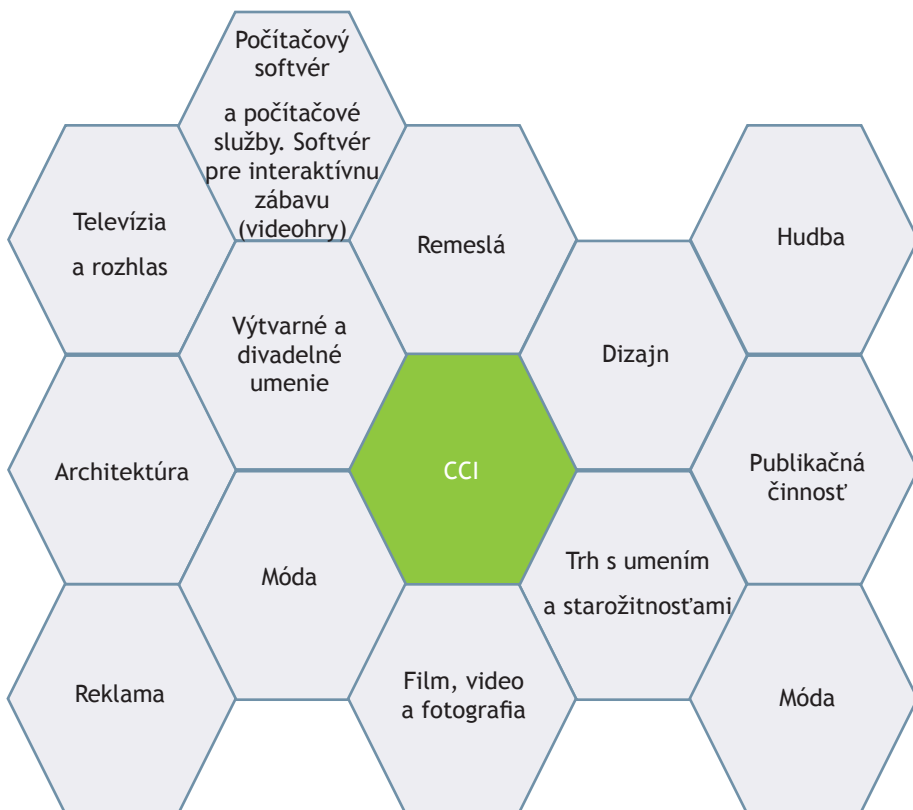
COCO4CCI webstránka



VÝCHODISKÁ - AKO SA TO VŠETKO ZAČALO

Kultúrny a kreatívny priemysel (CCI)

V roku 1998 bol termín **kreatívny priemysel** prvýkrát použitý v správe „The Creative Industries Mapping Document” britského ministerstva pre digitálne technológie, kultúru, médiá a šport s cieľom rozšíriť definíciu kultúrneho sektora a sledovať štrukturálne zmeny spôsobené rozvojom nových technológií. Dokument definoval kreatívny priemysel ako „činnosti, ktoré majú svoj pôvod v individuálnej tvorivosti, zručnostiach a talente a majú potenciál vytvárať bohatstvo a zamestnanosť prostredníctvom rozvoja a využívania „duševného vlastníctva” a identifikoval trinásť odvetví.



V poslednom čase sa kultúrny a kreatívny priemysel stal predmetom veľkej pozornosti zo strany rôznych oblastí, ako je hospodárstvo, politika a verejná správa v oblasti kultúry a rozvoja mnohých krajín.

Kreatívny a kultúrny priemysel znamená inovácie. Inovácia je definovaná ako zmena niečoho, čo už existuje, a to najmä zavedením nových metód, myšlienok alebo produktov. Za tri hlavné veci, ktoré podporujú inovácie, sa považujú:

- **Spotrebiteľský trh:** zmena vnímania a vzťahu so zákazníkmi, ktorí sú čoraz viac pripravení a uvedomujú si, čo a ako chcú konzumovať.
- **Technologická revolúcia:** digitalizácia a automatizácia menia všetky klasické výrobné a spotrebné prostriedky.
- **Trvalá udržateľnosť:** Otázky udržateľnosti a sociálneho vplyvu podnikateľských aktivít sa stávajú čoraz dôležitejšími.

Aby sa inováciám darilo, musí existovať napätie. Definovanie výziev pre inovácie môže vychádzať z potrieb alebo za účelom implementovania technológií do novej oblasti použitia. Inovačný potenciál narastá ešte viac prostredníctvom disruptívnych metód a zmenou nastavenia mysle, ako je prepájanie CCI s procesmi AVM.

INFO BOX!

Ak sa chcete dozvedieť viac o CCI v zúčastnených regiónoch, prejdite na stránku [Transnational mapping report - positioning of the regions in central Europe](#).

Report



Technologicky orientované spoločnosti (AVM)

Technologicky orientované spoločnosti predstavujú stabilitu a rast. **Výrobný priemysel** je významnou devízou európskej ekonomiky a dôležitým motorom zamestnanosti a prosperity. Kľúčovú úlohu zohráva aj v oblasti výskumu a inovácií, keďže zodpovedá za 64 % výdavkov súkromného sektora na výskum a vývoj a 49 % výdavkov na inovácie v Európe (EUROSTAT 2020). Na toto odvetvie pripadajú 2 milióny podnikov (približne 1 z 10 všetkých podnikov v nefinančnej podnikovej ekonomike EÚ-27), hrubá pridaná hodnota vo výške 2078 miliárd eur, 32,1 milióna pracovných miest v roku 2019 vo výrobe v EÚ-27 vrátane 14,5 milióna pracovných miest v modernej výrobe (). Moderná výroba využíva inovatívne technológie a metodiky na zlepšenie konkurencieschopnosti vo výrobných odvetviach. Dôležité prvky modernej výroby predstavujú robotika, 3D a 4D tlač, umelá inteligencia a vysokovýkonná výpočtová technika na modelovanie.

Vonkajší a vlastný obraz AVM a CCI

Požiadali sme niekoľko spoločností CCI a AVM, aby sa zúčastnili na prieskume s cieľom zistiť, aký obraz majú samy o sebe a o sebe navzájom. Toto vnímanie sme použili ako základ pre všetky činnosti v rámci projektu COCO4CCI.

CCI sa vníma ako odvetvie, ktoré uplatňuje kreatívne riešenia na splnenie konkrétnych úloh a rieši problémy inovatívnymi spôsobmi. Využíva to najlepšie z dvoch svetov: kreatívne a trhové myslenie. Vyvíja a navrhuje nové výrobky a služby s ohľadom na zisk aj spoločenský prínos (udržateľnosť, nulový odpad atď.). Týmto spôsobom je CCI inovačným urýchľovačom, ktorý prináša príležitosti na zlepšenie prostredníctvom kreativity.^{1, 2}

CCI firmy vo všeobecnosti definujú technologicky orientované spoločnosti (AVM) ako oveľa konzervatívnejší a primárne obchodne orientovaný sektor, pre ktorý sú charakteristické rigidnejšie štruktúry a dlhé rozhodovacie procesy. CCI sa považuje skôr za poskytovateľa výkonných služieb, ktorý nemusí nevyhnutne pôsobiť na rovnakej úrovni ako AVM.

1 Sektor CCI zastupovali hráči z týchto odvetví: film, múzeá, divadlo, reklama, marketing, dizajn (priemyselný, módný, služby, grafický dizajn), digitálna výroba, remeslá, elektronický obchod, architektúra, softvér, AR/VR.

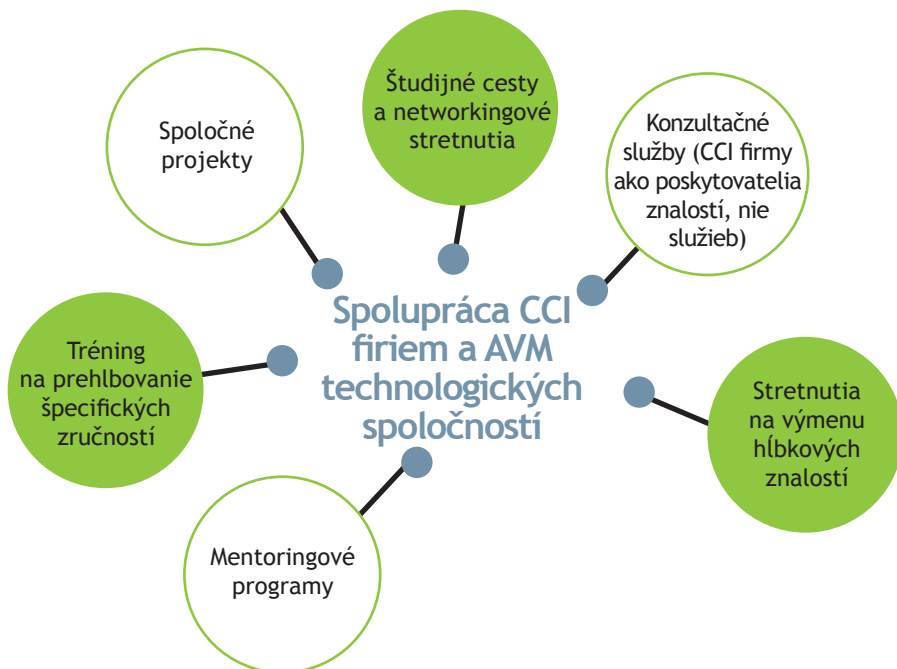
Typy AVM: Strojárstvo, dodávatelia pre automobilový priemysel, zákazkové mramory a kamene, priemyselné inžinierstvo pre potraviny a nápoje, profesionálny kuchynský nábytok, umelá inteligencia, zmiešaná realita, biomedicínske inžinierstvo/lekárske zariadenia, komory a obchodné združenia, výroba drevených výrobkov, výroba dých, výroba vláknotetónu.

2 Problémy a výzvy, ktorým pri nadväzovaní spolupráce čelia subjekty CCI a AVM, boli zmapované prostredníctvom prieskumu uskutočneného v prvých troch kvartáloch roku 2019.

Podľa respondentov z kultúrneho a kreatívneho priemyslu čelia pri spolupráci s inými sektormi, najmä s priemyslom, týmto výzvam:

Nedostatok obchodných znalostí a odbornosti v rámci CCI	Silná konkurencia a tlak v rámci CCI	Administratíva, vládne nariadenia, zákony a dane
Digitalizácia a internacionalizácia a ich vedľajšie účinky	Stereotypy o kreatívnom priemysle	Nedostatok príležitostí na nadväzovanie kontaktov s inými odvetvami
Rozšírenie trhu nad rámec miestneho/regionálneho predaja je ťažké	Sektor CCI je roztrieštený a nestabilný	Nejasná definícia odvetvia kreatívneho priemyslu sťažuje jeho identitu

Na základe otázok CCI firmy zistili, že nasledujúce činnosti by mohli pozitívne ovplyvniť, naštartovať a podporiť budúcu spoluprácu medzi AVM a CCI:



Okrem výmeny poznatkov a zručností, ktorá by viedla k novej (medzinárodnej) spolupráci, by tieto činnosti mali viesť k **novým projektom** so skupinami klientov, ktoré ešte neboli oslovené. Na dosiahnutie tohto cieľa je potrebné zabezpečiť **osobitný proces odbornej prípravy a nadväzovania kontaktov**. Zdieľanie príkladov dobrej praxe, finančnej podpory a kompetenčných centier by zvýšilo záujem CCI o spoluprácu s AVM. **Väčšina zástupcov CCI sa cíti byť pripravená spolupracovať.**

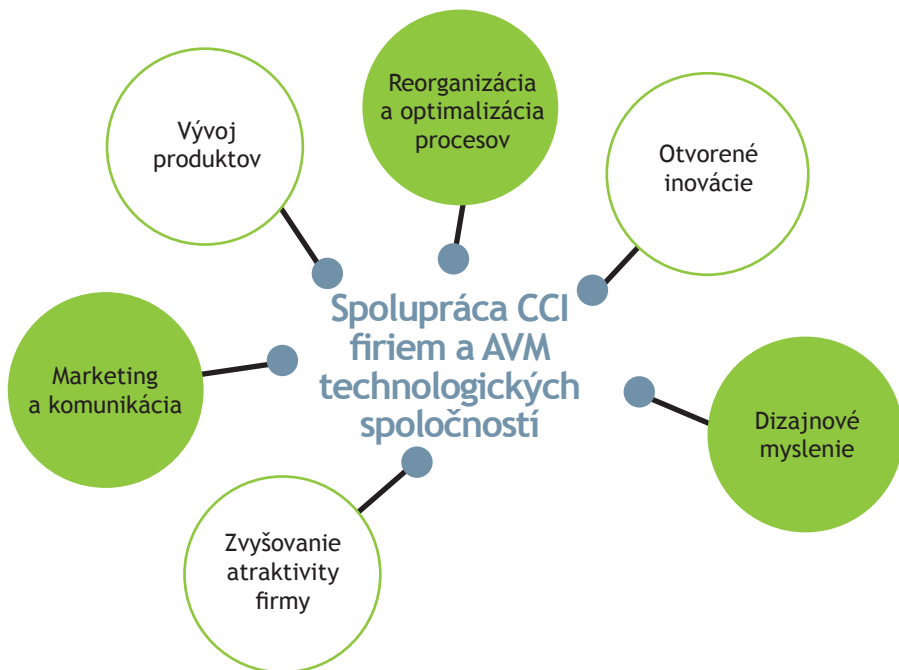
Spoločnosti AVM sa považujú za nadšencov bezpečnosti založenej na štruktúre so silným ekonomickým myslením. Využívajú rýchlo sa vyvíjajúce technológie na získanie konkurenčnej pozície na trhu a dosiahnutie lepšej optimalizácie vo všetkých hodnotových reťazcoch - v procesoch aj obchodných modeloch. AVM sa riadia technickými a ekonomickými požiadavkami. **Sú to väčšinou veľmi tradičné spoločnosti**, aj keď sú inovatívne. Uvažujú v zabehnutých kolajach a očakávajú, že ich partneri si osvoja rovnakú schému.

AVM považujú aktérov kultúrneho a kreatívneho priemyslu za osamelých bojovníkov, ktorí sú však medzi sebou dobre prepojení. Zároveň sú presvedčení, že CCI môže priniesť odvetviu pridanú hodnotu, najmä pokiaľ ide o zlepšenie podnikovej kultúry. Zároveň však predpokladajú, že CCI má nedostatky v oblasti obchodných znalostí, ako aj pasivitu a nedostatočnú proaktivitu, pokiaľ ide o iniciovanie medziodborovej spolupráce a partnerstiev.

Podľa vyspelých výrobných odvetví čelia pri spolupráci s inými odvetviami týmto výzvam:

Rôzne jazyky a rôzne chápanie riešení	Strach z jednaní s kreatívnymi ľuďmi	Vzájomné nepochopenie problémov
Diskusie s vedením spoločnosti AVM	Nedostatok informácií o sebe navzájom	Riziko, že výsledok projektu nebude jasný
Zlá komunikácia a pomalá adaptácia		

Na základe otázok spoločnosti AVM zistili, že spolupráca s CCI zahŕňa:



Prostredníctvom partnerstva s CCI chcú spoločnosti AVM nájsť riešenia sociálnych a environmentálnych problémov a riešiť tieto a ďalšie výzvy pomocou nových nápadov. Takmer všetky spoločnosti by chceli spolupracovať s CCI a cítia sa na to pripravené. Všetci respondenti vítajú riadny proces nadväzovania kontaktov a myslia si, že spolupráca by sa mohla zlepšiť prostredníctvom predchádzajúcich školení a seminárov na získanie potrebných kapacít.

Medzi príklady dobrej praxe patrí sprostredkovanie kontaktu medzi jednotlivými AVM a CCI a naštartovanie konkrétnych projektov spolupráce, ktoré by zvýšili záujem spoločnosti AVM o budúcu spoluprácu.

RÁMEC: COCO4CCI - OD PROJEKTOVÉHO ZÁMERU K PROJEKTOVÝM ŠTRUKTÚRAM

Prístup WHOLEBRAINER

Dominuje u vás ľavá mozgová hemisféra? Alebo pravá? Proces v projekte bol založený na myšlienke **ľavej a pravej mozgovej hemisféry**. Štúdie odhalili, že, v závislosti od podnetu, prebiehajú neurologické reakcie v rôznych oblastiach a častiach mozgu. Napríklad emocionálne a kreatívne procesy aktivujú pravú stranu mozgu, zatiaľ čo pri analytických a technických procesoch možno pozorovať väčšiu aktivitu v ľavej časti mozgu.

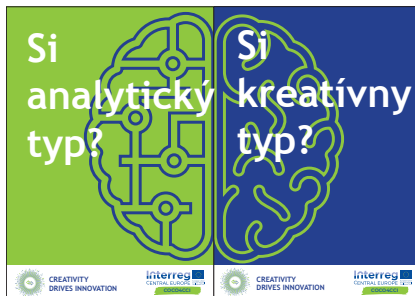
Analogicky, kreatívny sektor predstavuje dominantnú pravú mozgovú hemisféru, zatiaľ čo výrobný priemysel je ľavá mozgová hemisféra. Naším cieľom bolo spojiť tieto dve strany mozgu do riadeného stretu a využiť najlepšie zdroje oboch svetov na vytvorenie spolupráce, inovácií a v konečnom dôsledku svetlej budúcnosti. Oba prístupy sú nesmierne dôležité a majú potenciál vytvoriť niečo veľké. Keďže ľudia s dominantnou ľavou a pravou mozgovou hemisférou môžu pristupovať k rovnakým výzvam rôznymi spôsobmi, spolupráca a kooperácia často viazne kvôli nepochopeniu toho, ako funguje druhá strana.

INFO BOX!

„WHOLEBRAINER“

Pravá polovica mozgu zodpovedá za emócie a kreativitu (CCI), ľavá strana sa zaoberá o technické a analytické myslenie vychádzajúce z údajov (tradičné odvetvia priemyslu). Spojenie oboch hemisfér vedie k prehodnoteniu, opätovnému zváženiu a prepracovaniu existujúcich procesov a produktov, čo následne zaisťuje holistický prístup a pomáha generovať inovácie plynúce z nového vnímania produktov, procesov či výziev.

Koncept WHOLEBRAINER pripravuje subjekty z oboch strán na úspešnú spoluprácu a navyše zvyšuje ich povedomie o odlišných spôsoboch práce.



Brožúra



Stret dominantnej pravej a dominantnej ľavej mozgovej hemisféry by vytvoril spoluprácu, ktorá je mimoriadne cenná, pretože niekto s kreatívnym myslením sa môže jednoducho pozrieť na existujúci proces alebo produkt úplne iným spôsobom, zatiaľ čo človek s dominantnou ľavou hemisférou by presne ten istý proces alebo produkt považoval za samozrejmosť a nikdy by ho nespochybnil. Spojenie ľavej a pravej strany mozgu vytvára prístup nazývaný Wholebrainer!

Pilotný proces a metodológia

Čo je potrebné na to, aby sa CCI a AVM pripravili na dlhodobú spoluprácu na úrovni „z očí do očí“? Pilotný proces pozostávajúci zo štyroch krokov rieši hlavné výzvy a uľahčuje vedomý a informovaný proces. Jeho cieľom je vytvoriť rámec pre uľahčený a starostlivo riadený proces vzájomného spoznávania sa CCI a AVM, ako aj vybaviť CCI špecializovanými znalosťami, empatiou a povedomím o potrebách, jazyku a očakávaniach AVM. Prístup COCO4CCI pozostáva zo 4 krokov.

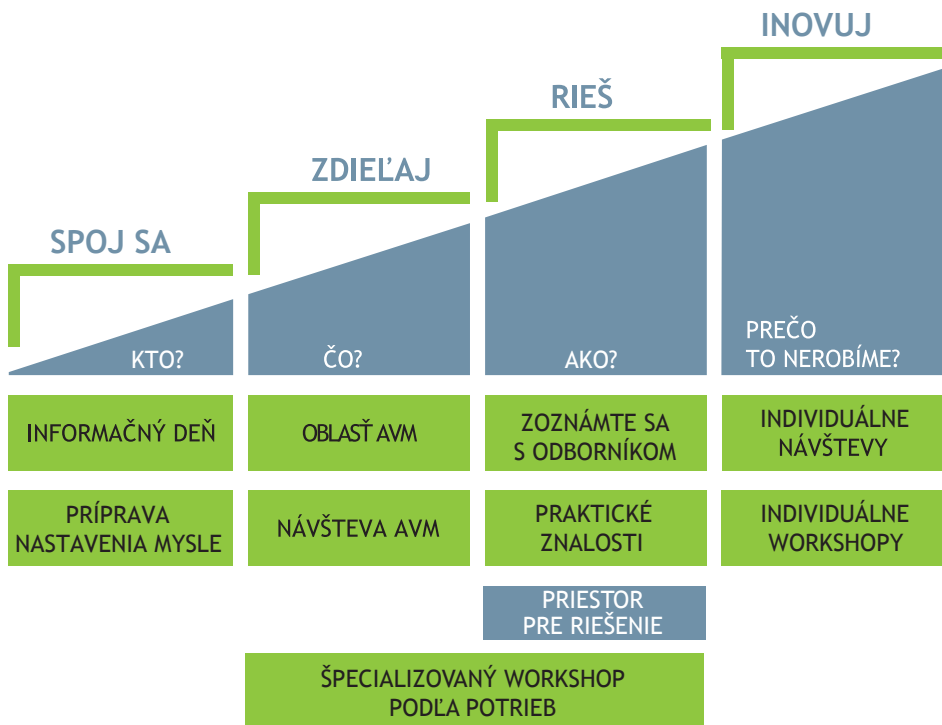
- Zvyšovanie povedomia a definovanie kľúčových hráčov a účastníkov je prvým krokom pilotného procesu „CONNECT - SPOJ SA“.
- V kroku „SHARE - ZDIELAJ“ sa AVM podelí o svoju výzvu a poskytne náhľad na procesy, produkty a organizáciu.
- Krok „RIEŠ“ poskytne CCI relevantné poznatky o požadovaných technológiách a trendoch a zahŕňa prezentáciu CCI o spôsobe riešenia navrhovanej výzvy.

V poslednom kroku, „INNOVATE - INOVUJ“, sú potenciálni partneri pre spoluprácu podporovaní moderovanými stretnutiami na podporu ich budúcich spoločných projektov.

Pri individuálnych návštevách a seminároch sa potenciálnym partnerom poskytuje podpora a povzbudzujú sa k prvým krokom na ceste k spolupráci.

Poradie a tematické zameranie štyroch krokov sa môže a malo by sa prispôbiť a prispôbiť individuálnym potrebám účastníkov a výzvam. Samotná postupnosť nie je pevne stanovená a môže sa meniť podľa individuálnych potrieb:





SPOJ SA

Prvý krok procesu COCO4CCI je venovaný zvyšovaniu povedomia, empatie, záujmu a vytváraniu citlivosti na rôzne spôsoby myslenia. To možno dosiahnuť prostredníctvom nasledujúcich činností:

Informačný deň

Informačný deň je dôležitým nástrojom na zvyšovanie povedomia, ktorý je nasmerovaný na CCI aj AVM. Prostredníctvom tejto aktivity sa potenciálni účastníci procesu COCO4CCI oboznámia s možnosťami a potenciálom medzisektorovej spolupráce a v dôsledku toho získajú dôveru v účasť na tejto spolupráci.

Informačný deň má poskytnúť informácie a stať sa platformou pre stretnutie oboch strán a začatie prvých diskusií o potenciálnej spolupráci.

Spôsob myslenia

Prvý (z troch) rozmerov seminára sa zameriava na nastavenie mysle AVM a bol vyvinutý špeciálne pre CCI. Jeho cieľom je preklenúť komunikačnú a jazykovú priepasť medzi CCI a AVM a poskytnúť CCI obchodné know-how, ktoré jej umožní rovnocenne spolupracovať s AVM a vzájomne si klásť výzvy. Táto časť vzdelávacieho programu je kľúčovým prvkom, ktorý umožní CCI zohrávať kľúčovú úlohu v obchodných a inovačných procesoch v spoločnostiach AVM a zároveň pripraví CCI na nadchádzajúce nástroje spolupráce.



ZDIEĽAJ

Druhý krok sa zameriava na to, aby sa spoločnosti zaoberajúce sa AVM podelili s CCI o svoje výzvy, poznatky a technológie. To sa dá dosiahnuť prostredníctvom nasledujúcich činností:

AVM

Prvá časť podujatí zameraných na vyhľadávanie partnerov: Vybrané spoločnosti AVM prezentujú svoje výzvy vo vopred definovanom a štruktúrovanom stručnom prehľade skupine CCI. Výzva predstavuje problém, na ktorom by chceli spolupracovať s CCI s cieľom nájsť nové a inovatívne nápady.

Návšteva AVM

Cieľom prehliadok spoločností je zbúrať stereotypy o spoločnostiach AVM a vytvoriť pre subjekty CCI zážitok z učenia. Je to príležitosť spoznať príslušnú AVM spoločnosť, získať lepší prehľad o výrobnom mieste, vidieť najnovšie technológie a získať predstavu o procesoch. To v konečnom dôsledku pomôže prispôsobiť riešenie na podmienky AVM a potreby spoločnosti.

Špecializovaný workshop v závislosti od potrieb

Téma a zameranie špecializovaných seminárov do značnej miery závisí od potrieb účastníkov. Po rozhovore s (potenciálnymi) účastníkmi facilitátori vyfiltrujú konkrétne oblasti potrieb a zorganizujú workshop na príslušnú tému.



RIEŠ

Tento krok sa zameriava na podporu CCI firiem pri riešení tejto výzvy a formulovaní riešenia prispôbeného potrebám AVM. V tejto fáze sa iniciuje prvá spolupráca.

Zoznámte sa s odborníkom

Druhý rozmer workshopu je kombináciou kľúčových prednášok s cieľom odovzdať vedomosti, nadviazať kontakty, lepšie sa spoznať a podeliť sa o know-how a skúsenosti týkajúce sa aspoň jedného budúceho trendu. Cieľom je poskytnúť know-how o trendoch súvisiacich s priemyslom a spojiť oba svety, čo vyústi do spolupráce v rámci nových a starých hodnotových reťazcov.

Praktické znalosti

Cieľom seminára tretieho rozmeru je poskytnúť CCI firmám špecializované know-how o technologických trendoch a umožniť im vyzvať spoločnosti z oblasti AVM a spolupracovať s nimi. Množstvo nových technológií a vývojových trendov spôsobuje, že je ťažké sledovať tie, ktoré sú relevantné. Tento workshop definuje kľúčový vývoj a pomôže spoločnostiam CCI oboznámiť sa s rôznymi technologickými trendmi a vyskúšať si ich na vlastnej koži.

Riešenie (nápad)

Druhou časťou workshopov o spolupráci je workshop CCI o prezentácii nápadov. Po predstavení výzvy AVM majú firmy CCI možnosť prezentovať svoj prístup a nápady na riešenie výzvy. Riešenie ešte nie je detailné, ide skôr o návrh a myšlienku. Technologicky orientovaná spoločnosť (AVM) si vyberie nápad a prístup, ktorý najlepšie vyhovuje jej potrebám. V ďalšom priebehu, keď sa CCI a AVM dohodnú na spolupráci, budú spoločne pracovať na riešení.

INFO BOX!

Vzájomná spolupráca

Vzájomná spolupráca znamená inováciu zameranú na používateľa, plánovanie nového alebo výrazne vylepšeného produktu, služby alebo obchodného procesu.





INOVUJ

V tomto kroku sprevádzame vybrané CCI a AVM a ponúkame individuálne workshopy, ktoré zahŕňajú inovatívne metódy, ako napríklad Design Thinking - dizajnové myslenie.

Individuálne návštevy

Individuálne návštevy sú určené pre vybrané AVM a CCI s cieľom poskytnúť podporu a usmernenie pri prvých krokoch potenciálnej spolupráce.

Individuálne workshopy

Téma a zameranie jednotlivých seminárov do veľkej miery závisí od potrieb účastníkov a ponúkajú sa individuálne vo forme ďalších stretnutí.

INFO BOX!

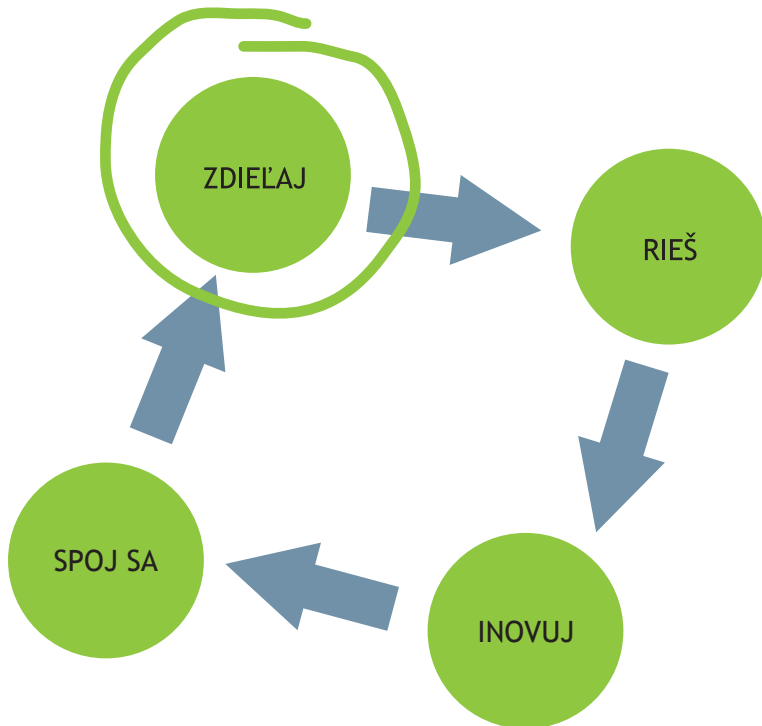
Sieť COCO4CCI sprostredkovala viac ako 30 projektov spolupráce medzi CCI a AVM. Viac informácií o našich úspešných projektoch nájdete tu.

Príbehy o úspechoch



ZÍSKANÉ SKÚSEENOSTI

Z každého kroku pilotného procesu vyplynuli štyri hlavné závery. Získané poznatky sa však neobmedzujú len na tieto kroky, ale navzájom sa prekrývajú, dopĺňajú a navzájom na seba nadväzujú:



SPOJ SA | Faciliatátor: Faciliatátor je iskrou, ktorá iniciuje celý proces. Jeho úlohou je identifikovať potenciálnych aktérov, komunikovať, inšpirovať a motivovať rôzne strany poukazovaním na príležitosti a potenciál medzisektorovej spolupráce. Sprostredkovateľ sa nebojí spochybniť proces a vyzvať všetkých účastníkov a môže byť impulzom na narušenie pohodlného myslenia a produktívnych procesov. Kľúčovými kritériami pre sprostredkovateľa sú empatia s AVM a CCI, počúvanie, filtrovanie relevantných informácií a ich prípadný preklad pre príslušné strany. Kľúčovými faktormi úspechu sú investovanie času, empatia a štruktúrovaný prístup.

Kto je „sprostredkovateľ“? Facilitátor nemusí byť len jedna osoba, ale skôr malý tím zložený z odborníkov vo svojej oblasti. Pri zdieľaní výzvy je dôležité mať poruke odborníka v danej oblasti, inak môže byť výzva založená len na marketingu alebo komunikácii.

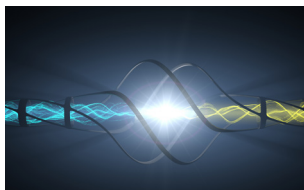
ZDIEĽAJ | Jazyk: Mnohé výzvy a prvé kontakty boli ťažké a dokonca sa ukončili predčasne, pretože strany jednoducho nehovorili rovnakým jazykom. „Jazyk“ sa nevzťahuje na národný jazyk, ktorým sa hovorí, ale skôr na terminológiu, na spôsob, akým sa dorozumievame a ako si rozumieme. CIC firmy majú pocit, že im chýbajú obchodné znalosti a pochopenie obchodného jazyka a správania sa, zatiaľ čo pre AVM firmy je ťažšie pochopiť tvorivé myslenie a vybočiť zo zabehnutých koľají. Bolo celkom jasné, že výzvy, ktoré sa naformovali, sa musia vzdialiť od technologických formulácií, ktoré používajú firmy s technologickým zameraním (AVM). Niektoré výzvy sa ukázali ako zbytočne komplikované a odradili potenciálne CCI firmy, pretože pochybovali o ich zručnostiach a schopnostiach. S pomocou sprostredkovateľa bolo možné výzvy rozčleniť a vyfiltrovať kľúčovú výzvu, ktorá bola následne sformulovaná menej podrobným a obmedzujúcim spôsobom. Výsledkom bola výzva, ktorá bola v konečnom dôsledku pre kreatívov príťažlivejšia, zaujímavejšia a prístupnejšia.

RIEŠ | Dôvera + Čas: Budovanie dôvery medzi firmami CCI a AVM je kľúčovým míľnikom. Zahŕňa vzájomnú dôveru pri nastavovaní interných pracovných procesov, ako aj vzájomnú dôveru pri zdieľaní nápadov bez toho, aby sme boli na začiatku procesu vylúčení. Zúčastnené strany musia byť ochotné investovať čas, aby sa navzájom spoznali a začať budovať dôveru. Štruktúrovaný prístup a mediátor môžu vytvoriť prostredie, v ktorom sa môže rozvíjať dôvera, vždy je však dôležité mať na pamäti, že každý proces a účastník má individuálne potreby.

INFO BOX!

Urýchľovač spolupráce:

Keď v urýchľovači dôjde k zrážke častíc, ich výsledná energia je vyššia než súčet jednotlivých častíc. Podobným princípom sa riadi aj projekt COCO4CCI, v ktorom ide o prepojenie, resp. metaforickú „zrážku“ rozdielnych odvetví.



Aj v tomto prípade bola najväčšou výzvou pandémie Covid-19. Dôvera sa buduje pri osobnej interakcii. Pri online stretnutiach bolo ťažké dosiahnuť takúto úroveň dôvery. Veľké časové investície, riadený a dobre štruktúrovaný proces facilitácie a osobné stretnutia vždy, keď to bolo možné, boli jediným spôsobom, ako túto výzvu prekonať.

INOVUJ | Závazok: V tomto procese sa každá strana musí angažovať už od začiatku. To sa dá dosiahnuť prostredníctvom stretnutí, budovania vzťahu prostredníctvom facilitátora, kde sa otvorene stanovujú očakávania, ciele a proces a zabezpečí sa, aby neexistovali žiadne skryté programy. Nakoniec je potrebné prijať záväzok presadzovať nové myšlienky a spoluprácu. V momente vzniku spolupráce je dôležité spoločne definovať ciele týchto záväzkov, aby sa zúčastnené strany stali partnermi. Medzi pracovné postupy patrí definovanie časového plánu, mílnikov, zodpovednosti, očakávaní a spôsobu spolupráce. Tu začne facilitátor ustupovať do úzadia a nechá oba svety, aby sa stretli v kontrolovanom prostredí.

INFO BOX!

Ústredným prvkom všetkých transformácií sú členovia tímu a lídri, ktorí majú odvahu premýšľať v širších súvislostiach a rozvíjať dlhodobú perspektívu v širšom obchodnom kontexte.



DOPADY MEDZISEKTOROVEJ SPOLUPRÁČE

V dobách ako je pandémia ochorenia COVID-19 môže byť spolupráca medzi výrobnými spoločnosťami a kreatívnym sektorom riešením, ktoré môže pomôcť zachovať dobré podmienky v oboch týchto odvetviach. Čoraz výraznejšie prenikanie medzisektorových partnerstiev do najrôznejších odvetví svedčí o tom, že takéto partnerstvá sa stávajú novou strategickou paradigmou. Lepšia spolupráca oboch sektorov by neznamenala len zlepšenie činnosti jednotlivých organizácií a ľudí, ktorí v nich pracujú, ale bola by prínosom aj pre miestne komunity a inštitúcie podporujúce podnikanie. Medzisektorové inovácie prinášajú do hospodárskeho a spoločenského života novú energiu.

Najlepším spôsobom, ako pochopiť kľúčové domény a dopady budúcej spolupráce organizácií CCI a AVM, je rozdeliť ich do dvoch trendov: vertikálny trend vníma spoluprácu prostredníctvom sledovania prínosu inovácií prameniacych z CCI v subjektoroch AVM, zatiaľ čo horizontálny trend predvída možný posun CCI v rámci nového zadefinovania a tvorby nových obchodných modelov.

Vertikálny trend

Úlohou výrobných spoločností je prehodnotiť svoj tradičný pohľad na produkty a služby:

- Dodanie novej hodnoty produktom a službám, ktoré prináša konkurenčnú výhodu.
- Pridávanie nových služieb k produktom a investície do predpredajnej a popredajnej starostlivosti a servisných procesov.
- Prispôbovanie pozície značky a vytváranie zmysluplných produktov/služieb/vzťahov so zákazníkmi prostredníctvom komunikácie a nových príbehov.

INFO BOX!

Výrobné spoločnosti musia prehodnotiť svoju tradičnú zameranosť na produkty a služby. Nový spôsob myslenia zohľadňujúci prebiehajúce zmeny je nevyhnutný. Kultúra a kreativita pritom v tom najlepšom zmysle slova búrajú bariéry tradičnej logiky výrobných procesov.



Horizontálny trend

Pomalý horizontálny pohyb kreativity ukazuje, ako sa z CCI môže stať strategické aktívum v odvetviach, ktoré tento sektor zväčša vnímajú ako irelevantný pre svoju činnosť. Týka sa to najmä technologických a digitálnych oblastí, ale napr. aj potravinárstva, agropotravinárstva či cestovného ruchu.

Je to nová brána k prostrediu s veľkým potenciálom.

- Z pohľadu koncepcie urýchľovača spolupráce je obzvlášť zaujímavý horizontálny trend, ktorý predstavuje predpoklad pre vznik nových biznis modelov.
- Nový spôsob myslenia, v rámci ktorého už kreativita a kultúra nepredstavujú nepriateľov logiky výrobných spoločností, ale navzájom sa potrebujú.

K očakávaným prínosom medzisektorovej spolupráce medzi subjektmi CCI a technologicky orientovanými spoločnosťami patrí prinajmenšom osem menovaných dopadov. Pozorovali sme tiež rastový a inovačný potenciál kontaktov medzi kultúrnym a kreatívnym sektorom a technologicky orientovanými spoločnosťami. Vnímali sme silné aj slabšie stránky a pozorovali sme očakávané dopady podporných a kontinuálnych politík tak na CCI, AVM, ako aj na spoločnosť ako takú.

Očakávané dopady na subjekty CCI a AVM:

Nové produkty ako priame vstupy pre urýchlenie spolupráce	Spoluvytváranie dlhodobej hodnoty pre jednotlivé odvetvia	Nové biznis modely
Nová definícia: CCI v úlohe sprostredkovateľa	Nové ekosystémy a konektivita	Rast udržateľnosti
Inovácie človek - počítač	Nový štandard: pracovné miesta a wellbeing	

Prínos pre technologicky orientované spoločnosti (AVM)

Nové produkty ako priame vstupy pre urýchlenie spolupráce

Špecifická hodnota, ktorú prináša spolupráca s kultúrnymi a kreatívnymi organizáciami prinesie prospech produktom aj službám v rôznych priemyselných odvetviach. Historické aj súčasné faktory, kultúra, reputácia, dedičstvo, tvorivosť, umenie a predstavivosť, to všetko sa spája v kombinácii hmotných a nehmotných hodnôt, ktorá je základom nového ekonomického modelu zrodeného z medzisektorovej spolupráce. Kultúra a kreativita prinášajú inovácie do všetkých zložiek produktu, čím zvyšujú jeho hodnotu a nesporne povedú k obrovským prínosom ako je inovatívny dizajn, digitalizácia zameraná na človeka a data mining, nové funkcie, nové významy, ekologická udržateľnosť a cirkularita, či posilnenie kultúry na miestnej i globálnej úrovni (Bakshi, McVittie, Simmie, 2008).

Spoluvytváranie dlhodobej hodnoty pre jednotlivé odvetvia

Medzisektorové partnerstvá majú obrovský potenciál prispievať k vytváraniu dlhodobej konkurenčnej výhody (Klein, 2020). Prístupy, kompetencie a zručnosti CCI budú kľúčové pre vznik nových hodnotových paradigiem v rámci ostatných odvetví. Už teraz je to bežne badateľné v podobe významných zmien v komunikácii firiem. Pridaná hodnota, ktorú vnášajú kreatívne subjekty, sa prejavuje napríklad v podobe novej estetiky, webovej prezentácie či v kampaniach založených na príbehoch. V budúcnosti však bude takáto spolupráca potrebná aj na mnohých ďalších frontoch, ktoré tvoria neoddeliteľnú súčasť dôležitých transformačných procesov: na trhoch - napr. prostredníctvom procesov servitizácie, digitalizácie či obehovosti hospodárstva; v organizačných modeloch - efektívnosť, agilita, inteligentné pracovné postupy, výskum a vývoj; vo vzťahoch s ďalšími aktérmi a najmä so zákazníkmi - spoluvytváranie riešení; a prispôsobovanie a hodnotové vzťahy v období pred a po predaji.

Prínos pre subjekty CCI

Nové biznis modely

Medzisektorový prístup prinesie značné modifikácie aj do jednotlivých oblastí kreatívneho a kultúrneho priemyslu. Vzniknú úplne nové obchodné modely, ktoré navždy zmenia toto odvetvie. Ak bola predtým digitalizácia kľúčovou hnacou silou zmien, celosvetová pandémia priniesla náhle a traumatické zmeny. V hudobnom priemysle, videopriemysle aj v literárnom odvetví badať výraznú zmenu tradičného využívania ich produktov, sprostredkovateľských procesov a distribučných kanálov a ich adaptáciu na obchodné modely na báze platforiem. Divadlá, múzeá a bežné kultúrne aktivity sa zas počas pandémie otvorili digitálnemu svetu a prišli s novými spôsobmi online prehliadok či digitálnych hudobných koncertov, ktorými sa snažili vysporiadať so problémami, ktoré priniesla politika sociálneho odstupu. Po tomto neočakávanom trende bude nasledovať overenie hybridných modelov spájajúcich digitálne a reálne zážitky, ktoré nepochybne otvoria dvere ďalším, nedoziernym príležitostiam, no ktoré si však budú vyžadovať, aby si kreatívni profesionáli neustále osvojovali nové zručnosti spojené s využívaním umelej inteligencie, virtuálnej a zmiešanej reality, dataminingu, a pod.



Nová definícia: CCI v úlohe sprostredkovateľa

Existuje definícia novej roky CCI ako mediátora (Koleva, 2021). Z pohľadu medzisektorovej spolupráce a z nej vyplývajúcich inovačných procesov je dichotómia staré/nové odvetvia už nepotrebná. Proces hľadania životaschopných riešení vyhovujúcich potrebám ekonomiky (poskytovateľom služieb alebo výrobcom) alebo riešení pre komunitu (spotrebiteľov, koncových užívateľov a verejnosť) nesie spoločné črty. Dôležitosť výmeny poznatkov zdôrazňovaná medzisektorovými partnerstvami s CCI môže prispieť k posilneniu a podpore kľúčového významu organizácií CCI, ktoré pôsobia ako sprostredkovatelia a iniciátori medzisektorových inovácií. Podstatné je, že inovácie, ktoré sú výsledkom spolupráce AVM so subjektmi CCI, transformujú roly a hodnotové reťazce v rámci rastových faktorov v iných priemyselných odvetviach. Táto dôležitá skutočnosť môže posilniť subjekty CCI, umožniť im získať nové postavenie a zabezpečiť im novú formálnu úlohu v rámci spomínaných procesov.

Multiplikačný efekt

Nové ekosystémy a konektivita

Kultúrne a kreatívne sektory fungujú v rámci ekosystémov. Ústredným princípom týchto ekosystémov je myšlienka, že kultúrne aj kreatívne systémy sú navzájom prepojené s ďalšími príbuznými, ale i úplne odlišnými odvetvami, s ktorými medzisektorovo a transdisciplinárne spolupracujú. Kultúrne a kreatívne ekosystémy sú živnou pôdou pre inovácie a zapadajú do širšieho konceptu inovácií, kde vidíme posun od výlučne technologických inovácií - STEM (veda, technológie, technické predmety, matematika) k modelu STEAM (veda, technológie, technické predmety, matematika a umenie), ktorý teda zohľadňuje aj sociálne a spoločenské aspekty inovácií. Tento prístup sa odráža aj v nových programoch ako je Horizont Európa alebo Znalostné a inovačné komunity (KIC) pre kultúrny a kreatívny priemysel (CCI), v ktorých kultúrny a kreatívny sektor zohráva dôležitú úlohu. Dôležitým očakávaným dopadom je posilnenie existujúcich a podpora vzniku nových kreatívnych centier a ekosystémov.

INFO BOX!

Kultúra a kreativita prinášajú inovácie do všetkých zložiek produktu, čím zvyšujú jeho hodnotu a nesporne povedú k obrovským prínosom ako je inovatívny dizajn, digitalizácia zameraná na človeka a data mining, nové funkcie, nové významy, ekologická udržateľnosť a cirkularita, či posilnenie kultúry na miestnej i globálnej úrovni.



Rast udržateľnosti

Kreatívny priemysel nie je len jedným z najrýchlejšie sa rozvíjajúcich odvetví svetovej ekonomiky, ale je zároveň jedným z najtransformatívnejších sektorov pokiaľ ide o generovanie príjmov, vytvárania pracovných miest či ziskov z exportu.

Okrem ekonomických prínosov sú výsledkom pôsobenia kultúrnych a kreatívnych sektorov aj zameranie na ľudí, udržateľný rozvoj miest, rozvoj kreativity a kultúry a napĺňanie Agendy 2030.

Kreativita a kultúra majú zároveň značnú nepeňažnú hodnotu, ktorá prispieva k inkluzívnemu sociálnemu rozvoju, dialógu a vzájomnému porozumeniu medzi ľuďmi. Kultúra je hnacím motorom aj prostriedkom udržateľného a humánneho rozvoja, umožňuje ľuďom prevziať kontrolu nad vlastným napredovaním a podporuje inovácie a kreativitu, ktoré môžu byť motiváciou pre inkluzívny a udržateľný rast.

Rozvoj medzisektorovej spolupráce subjektom CCI umožní prispievať k rozvoju, zvyšovaniu a posilňovaniu jednotlivých aspektov sociálnych inovácií i udržateľného rozvoja v kontexte priemyselných, ale aj iných odvetví, v ktorom pôsobia.

Inovácie človek-počítač

Digitálna transformácia znamená oveľa viac ako len digitalizáciu. Je to o tom, ako sa naučiť vnímať spotrebiteľa ako dôležitého spoluautora procesov, ktorý sa do ich tvorby zapája prostredníctvom participatívneho dizajnu (tzv. co-dizajnu). Pre firmy bude čoraz viac nutné poznať a vedieť definovať kritériá ovplyvňujúce celkový ďalší vývoj projektu, a preto sa budú musieť viac zamerať na prístupy zapájajúce do procesu hľadania a tvorby riešení všetky zainteresované subjekty. Vývoj nástrojov digitalizácie sa tak môže sústrediť na riešenia reagujúce na ľudské hodnoty, zvyky, interakcie, či dokonca ľudské problémy, pričom profesionáli z oblasti CCI môžu v tomto procese zohrávať kľúčovú úlohu, ak budú ich kultúrne a kreatívne zručnosti na odstočnej úrovni.

Nový štandard: pracovné miesta a wellbeing

Oblasť kultúrneho a kreatívneho priemyslu je v rámci európskej ekonomiky dôležitým zdrojom rastu a úracovných miest. Vďaka svojmu inovačnému potenciálu a prínosu k zvyšovaniu konkurencieschopnosti si táto oblasť získala značnú pozornosť na úrovni tvorcov politik, ktorí sa snažia nájsť spôsob, ako naplno využiť potenciál CCI ako hnacej sily inovácií, a zároveň ako vytvoriť silnejšie prepojenia s inými sektormi a prispieť tak k posilneniu a udržateľnosti európskej ekonomiky a spoločnosti. Ak sa CCI vydá na túto cestu potvrdzovania vlastnej identity, prognózy rastu trhov, pracovných miest a kreatívneho podnikania budú nasledovať trendy, ktoré sme mohli sledovať už v minulosti. Netýka sa to len ekonomických faktorov, ale aj zvyšovania sociálnej súdržnosti a wellbeingu, kultúrnych a sociálnych interakcií či udržateľného rozvoja: odvetvia CCI môžu byť prínosom k sociálnemu rozvoju v širšom zmysle slova.

Pandémia ochroenia COVID-19 výrazne ovplyvnila odvetvia kultúrneho a kreatívneho priemyslu. Obmedzenia týkajúce sa sociálnych vzťahov a pohybu osôb budú mať pravdepodobne dlhodobé následky v podobe značného poklesu príjmov a rastu nezamestnanosti, vďaka čomu sa zastavil naštartovaný pozitívny trend a kríza zasiahla všetky oblasti ekonomiky. Tieto problémy je potrebné zohľadniť pri plánovaní ďalších programov v rámci CCI, vrátane návrhov na podporu a oživenie tohto sektora. Návrat do starých koľají už nie je možný. Adaptované a odolné odvetvia CCI sa stanú súčasťou „nového spoločenského štandardu“ a bude dôležité, aby si vlády, inštitúcie a samosprávy tento nastúpený trend osvojili a podporovali ho. Spolupráca medzi výrobnými spoločnosťami a kreatívnym sektorom môže byť cestou, ako zabezpečiť dobré podmienky v oboch týchto oblastiach i v spoločnosti ako takej, a zároveň môže byť vhodným nástrojom na vytváranie udržateľných pracovných miest a podporu vzniku firiem.

Význam prínosu kultúrnych a kreatívnych odvetví pre spoločenský, kultúrny a hospodársky život je nepopierateľný (Transnational Report, 2020). Vychádzajúc z koncepcie otvorených inovácií, kreatívny priemysel vnáša inovácie do rôznych odvetví (Chesbrough, 2003). Akademické zdroje dlho analyzovali, ako kultúrny a kreatívny priemysel podporuje inovácie v podnikaní, v technologických odvetviach a v spoločnosti ako celku, a ako zohráva kľúčovú úlohu pri zlomových zmenách v postmodernej a postindustriálnej ekonomike (Potts, 2007). Dodnes však o tom existuje len málo kvantitatívnych dôkazov a aj napriek tomu, že príklady dobrej praxe svedčia o výhodách CCI, trpí spolupráca medzi rôznymi odvetviami fragmentáciou a nedostatočným rozšírením (Klein, 2020). Chýbajú tiež informácie o koncepciách, ktoré by ukazovali, ako zlepšiť efektivnosť takejto spolupráce.

INFO BOX!

Výzvou je nájdenie spôsobu, ako naplno využiť potenciál CCI ako hnacej sily inovácií, a zároveň vytvoriť silnejšie prepojenia s inými sektormi a prispieť tak k posilneniu a udržateľnosti európskej ekonomiky a spoločnosti.



ODPORÚČANIA V OBLASTI POLITÍK

Kreatívny priemysel využíva vo svojich aktivitách diverzifikované, kreatívne a flexibilné metódy a zručnosti a zohráva kľúčovú úlohu v rámci štrukturálnych zmien v Európe. Prispieva tiež k prechodu od tradičnej znalostnej ekonomike. Výhody medzisektorovej spolupráce sú dobre známe v akademickom prostredí aj v organizáciách na podporu podnikania, no ešte stále pretrvávajú potreba prispôsobiť podporné štruktúry a úlohu CCI i detaily medzisektorovej spolupráce a explicitne ich doplniť do regionálnych/národných politík a stratégií. Cieľovou skupinou týchto odporúčaní sú politici pôsobiaci na národnej, regionálnej a lokálnej úrovni, ale aj tradičné organizácie podporujúce podnikanie a podporné infraštruktúry v rámci sektora CCI.

POTREBA PODPORNÝCH ŠTRUKTÚR

Dobre pripravené národné, regionálne a miestne štruktúry na podporu podnikania sa spravidla zameriavajú len na tradičné odvetvia a opomínajú sektor CCI, pre ktorý neposkytujú podporu zodpovedajúcu jeho potrebám a nezohľadňujú jeho jazyk či spôsob myslenia. Je preto potrebné prijať opatrenia na otvorenie tradičných ekosystémov podpory podnikania aj pre subjekty CCI, aby bola zaistená aj podpora a propagácia tohto sektora, a aby sa uľahčila medzisektorová spolupráca aj s organizáciami CCI. Je nevyhnutné uznať dôležitosť spolupráce pri inováciách, tvorbe riešení a vytváraní hodnoty pre všetky zainteresované subjekty tak v regionálnom, ako aj v medzinárodnom kontexte.

ODPORÚČANÉ KROKY:

- Prioritizácia podpory CCI v rámci infraštruktúry na podporu podnikania.
- Prezentácia kapacity subjektov CCI a ich možného prínosu pre digitálnu transformáciu, udržateľnosť a odolnosť firiem a pre prechod na nové obchodné a organizačné modely.
- Vytvorenie ekosystému podporujúceho kultúrny a kreatívny priemysel a medzisektorové inovácie.
- Podpora nových biznis modelov a spoločného vytvárania hodnôt
- Zabezpečenie financovania organizácií podporujúcich podnikanie a sprostredkovateľských organizácií, ktoré podporujú a facilitujú medzisektorové inovačné procesy a tvorbu prototypov.

Podporné štruktúry, ktoré vznikajú najmä z iniciatívy prameniacej z kultúrneho prostredia, sa zväčša zameriavajú výlučne na subjekty CCI. Spravidla sú však izolované a nie sú prepojené s inými odvetviami najmä kvôli jazykovým a kultúrnym bariéram medzi tradičnou infraštruktúrou na podporu podnikania a infraštruktúrou na podporu subjektov CCI. Pre odstránenie tohto javu je kľúčové prepájať, sieťovať a integrovať podporné štruktúry pre CCI do tradičných priemyselných a podnikateľských podporných štruktúr v snahe zabezpečiť čo najlepší podporu medzisektorovej spolupráce.

ODPORÚČANÉ KROKY:

- Zabezpečenie interoperability a spolupráce medzi podpornou infraštruktúrou zameranou výlučne na subjekty CCI a podporným ekosystémom pre firmy s cieľom výmeny know-how, vývoja spoločných koncepcií a poskytovania vzájomnej podpory.
- Zaistenie dobrej prepojenosti sprostredkovateľov.
- Podpora komúnit a platforiem, reálnych aj virtuálnych, kde sa môžu subjekty CCI a AVM stretávať a rozvíjať vzájomnú spoluprácu.

POTREBA STIMULOV

Voucherové schémy sú obľúbeným nástrojom podpory podnikania, vďaka ktorému majú malé a stredné podniky (MSP) prístup k praktickým a efektívnym stimulom podporujúcim ich konkurencieschopnosť. Ide o programové riešenie podporujúce medzisektorovú spoluprácu medzi technologickými MSP a subjektmi CCI. MSP môžu vouchery využiť na financovanie malých medzisektorových projektov. Tento typ krátkodobých stimulov má dlhodobý vplyv na zvyšovanie inovačného potenciálu a konkurencieschopnosti. Rovnako dôležité je však poskytovať programy zamerané na financovanie zakladania a rozširovania organizácií CCI.

Kreativita podporuje inovácie! Subjekty CCI musia byť v rámci inovačných voucherových schém vnímané ako partneri.

INFO BOX!

Tradičný ekosystém podpory podnikania je potrebné otvoriť pre subjekty CCI a je vhodné tiež podniknúť kroky na propagáciu a podporu tohto sektora a na facilitáciu medzisektorovej spolupráce medzi firmami a organizáciami CCI.

Odporúčania politik



ODPORÚČANÉ KROKY:

- Vytvorenie strategických dokumentov pre potreby rozvoja sektora CCI:
 - o na národnej a regionálnej úrovni
 - o zahrnúť do dokumentov aj potrebu medzisektorovej spolupráce
 - o poukázať na širší kontext rozvoja CCI aj za hranicami
 - o zodpovednosť za formovanie politík a stratégií nesú zástupcovia organizácií CCI a firiem
- Meranie:
 - o zapojenie iných ako ekonomických a kvalitatívnych ukazovateľov (ako je napr. vplyv na kvalitu života a wellbeing obyvateľov, vplyv na sociálnu inklúziu či inovácie) do hodnotenia dopadov CCI v danom regióne,
 - o aplikácie alebo vypracovanie nástrojov na meranie ekonomických a sociálnych dopadov pôsobenia subjektov CCI s cieľom zhodnotiť a preukázať ich vplyv a význam na medzinárodnej, národnej a regionálnej úrovni.
- Lobovanie v záujme zvyšovania povedomia o tejto téme.
- Podpora spolupráce v oblasti kultúrnych a hospodárskych politík.

UKOTVENIE PROBLEMATIKY CCI NA INŠTITUCIONÁLNEJ ÚROVNI

Hoci sú niektoré oblasti CCI už etablované a našli si svoje miesto na trhu, väčšina kultúrneho a kreatívneho priemyslu ostáva aj napriek obrovskému potenciálu nerozvinutá a rozdrobená. Na podporu spoločností zastupujúcich menej organizované oblasti CCI je potrebné, aby vznikali špecifické strategické dokumenty zamerané na podporu verejných investícií v daných sektoroch. Je vhodné realizovať analýzy relevantných ekosystémov, diagnostikovať stav zdrojov a identifikovať výzvy, ktorým subjekty CCI čelia. Je tiež potrebné vytvárať vhodné podmienky pre verejné alebo súkromné podporné inštitúcie, ktoré by poskytovali finančné programy alebo investície smerujúce k napĺňaniu identifikovaných potrieb organizácií z prostredia CCI. Nevyhnutné je aj dokumentovanie prínosov a poznatkov a mapovanie dopadov a úspechov v tejto oblasti.

INFO BOX!

Digitálna revolúcia a používanie digitálnych nástrojov výrazne ovplyvní možné scenáre medzisektorovej spolupráce. Digitálna revolúcia sa z 20 % opiera o technológiu a z 80 % o nastavenie myslenia. Ak dáma na prvé miesto ľudí a umožníme spoluprácu naprieč odvetvami, budeme pripravení na čokoľvek, čo budúcnosť prinesie.



ODPORÚČANÉ KROKY:

- Oslovenie a zakotvenie subjektov CCI na inštitucionálnej úrovni a odovzdanie zodpovednosti za realizáciu strategických cieľov týmto subjektom.
- Vyhodnotenie efektívnosti a úspešnosti projektov na základe vopred definovaných kľúčových ukazovateľov výkonnosti (KPI) a osvedčených postupov.
- Zavedenie benchmarkingu v rámci CCI pre potreby porovnania s inými odvetviami alebo kontextmi s cieľom zviditeľniť ich vzťahy a vzájomnú závislosť subjektov v prostredí, v ktorom pôsobia.

VÝSKUM V OBLASTI CCI

Na posúdenie vplyvu CCI na rast a ekonomiku ako celok je potrebné zozbierať viac štatistických dát (napr. údaje o zamestnanosti, produktivite, pridanej hodnote, a pod.). Je pritom dôležité, aby bol zber údajov pravidelný a mal jednotnú formu (napr. delenie podľa nomenklatúry, odvetvia, typu podniku), aby bolo možné porovnávanie dát a výsledkov na európskej úrovni. Odporúča sa zväziť odvetvový prístup, zamerať sa na spracovanie údajov o podnikoch s aktivitami spadajúcimi do dvoch alebo viacerých odvetví a zavedenie vhodných metód na meranie a zmapovanie genézy nápadov.

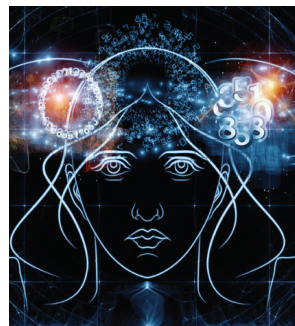
ODPORÚČANÉ KROKY:

- Investovanie do výskumu v oblasti kultúrneho a kreatívneho priemyslu, vrátane zamerania na zmapovanie jeho prínosu a vplyvu na politiky hospodárskeho rastu (na regionálnej a/alebo národnej úrovni v rámci EÚ).
- Zozbierané údaje musia byť sformátované a poskytnuté tvorcom politik s cieľom zlepšiť proces formulácie relevantných politik a programov.
- Zabezpečiť možnosť zahrnutia výsledkov do všeobecných dlhodobých podporných opatrení.

INFO BOX!

Online konferencia s názvom „Creative collaborations for the future - drivers for interdisciplinary and cross-sectoral innovations in Europe“ (Kreatívna spolupráca pre budúcnosť - stimuly pre interdisciplinárne a medzisektorové inovácie v Európe) predstavila iniciatívu The New European Bauhaus (Nový európsky Bauhaus), ako aj kreatívne prístupy a medzisektorové inovácie v Európe v kontexte projektu COCO4CCI.

Videozáznam



VÝHLAD ALEBO BUDÚCNOŠ MEDZISEKTOROVEJ SPOLUPRÁČE

Partneri projektu COCO4CCI koordinovali v období od októbra do decembra 2021 medzinárodný workshop, do ktorého sa zapojilo 35 zainteresovaných subjektov, a cieľom ktorého bolo navrhnuť zásady budúcej medzisektorovej spolupráce. Vychádzajúc z kľúčových otázok medzinárodnej správy a navrhutej stratégie, vznikla diskusia o budúcnosti spolupráce kultúrneho a kreatívneho priemyslu s ďalšími priemyselnými odvetvami. Spomínaný workshop vychádzal z metodiky participatívneho výhľadu a viedol k nasledujúcim výsledkom:

Krátkodobé aktivity zamerané na posilnenie medzisektorovej spolupráce so subjektmi CCI

- **Vzdelávanie:** nové vzdelávacie programy musia byť štruktúrované tak, aby pokračovali vo formovaní nových kompetencií, otvoreného myslenia a transdisciplinárnych nástrojov. Virtuálne nástroje, technológie ale aj noví odborníci - facilitátori predstavujú strategické prvky spolupráce medzi subjektmi CCI a AVM.
- **Informovanosť a šírenie poznatkov:** jednotlivé strany zapojené do medzisektorovej spolupráce majú štruktúrovať a posilňovať šírenie osvedčených postupov tak, aby to viedlo k zlepšeniu kultúry medzisektorovej spolupráce a povedomia o nej.
- **Facilitácia a mediácia:** spoločné oblasti, ciele a pracoviská môžu sprístupňovať a zároveň zjednodušovať možnosti vzájomného stretávania a spolupráce medzi organizáciami z prostredia CCI a AVM. Odborníci a facilitátori pôsobiaci naprieč odvetvami môžu tiež prispieť k urýchleniu dosiahnutia stanovených cieľov.
- **Spájanie a sieťovanie:** formalizácia spoločnej metódy vychádzajúcej z činností, časových rámcov, uskutočniteľnosti a prototypovania by zvýšila pravdepodobnosť úspechu spoločných projektov.

Dlhodobé scenáre zapájajúce medzisektorovú spoluprácu so subjektmi CCI

- **Digitálna revolúcia:** rozšírenie a konsolidácia digitálnych nástrojov výrazne ovplyvní možné scenáre medzisektorovej spolupráce. Umelá inteligencia, robotizácia, 3D tlač, virtuálna a rozšírená realita, blockchain, digitálna ekonomika či technológie ako HTI budú určovať smerovanie plne digitalizovaných biznis modelov, procesov i produktov.
- **Udržateľnosť:** vedci hŕfne predvídajú rôzne scenáre klimatických zmien. Budúcnosť spolupráce medzi sektormi CCI a AVM tak bude definovať nedostatok zdrojov, procesy obehového hospodárstva, bezodpadové (zero waste) programy, nariadenia o uhlíkovej neutralite, prísna legislatíva a vysoké náklady spojené so škodlivou produkciou.



- Sociálne trendy: v súčasnosti prebiehajúce sociálne a spoločenské zmeny sa spoja a vynoria sa nové výzvy. Hnacou silou budúcej spolupráce tak bude diverzita, inklúzia a dostupnosť, nová interkultúrna dynamika aj potreba sociálnych a participatívnych riešení.
- Ekonomika a práca: v spojitosti s inými veľkými zmenami sa bude výrazne meniť aj trhová dynamika. Trh práce definovaný novými štruktúrami a zmenenými pomermi, zánik celých sektorov v dôsledku automatizácie, splyvajúci pracovný a súkromný život, nové e-biznis modely, nástup novej pracovnej sily s rozsiahlymi digitálnymi zručnosťami či komplexnosť riadenia predstavujú len niektoré z najdôležitejších trendov, ktoré budú pre budúcnosť medzisektorovej spolupráce určujúce.

Dlhodobé kroky na posilnenie medzisektorovej spolupráce so subjektmi CCI

- Spolupráca v záujme prechodu na ekologické postupy: prístupy a nástroje využívané v rámci CCI môžu zohrať kľúčovú úlohu pri podpore prechodu AVN na ekologické postupy tým, že budú prinášať kreatívne riešenia pre obehové hospodárstvo, zelené riešenia, vytváranie bezodpadových komunit, sociálne inovácie i navrhovanie nových udržateľných produktov.
- Nové biznis modely a digitalizácia: prístupy a nástroje využívané v rámci CCI môžu zohrať kľúčovú úlohu pri podpore etického dizajnu a dizajnu zameraného na človeka v rámci nových digitálnych procesov, produktov a biznis modelov.
- Nový spôsob myslenia a vzdelávacie nástroje: subjekty CCI môžu vytvoriť tie správne kompetencie a nástroje pre interdisciplinárne riadenie inovatívnych procesov, pričom spoločné vzdelávacie programy CCI a AVN môžu oba sektory lepšie pripraviť na budúce výzvy vďaka uplatňovaniu prístupov zameraných na budovanie odolnosti.
- Infraštruktúra pre spoluprácu: hlavní aktéri a inštitúcie by sa mali usilovať o to vytvorenie pevnej, stabilnej a efektívnej spolupráce. Kľúčovú úlohu pritom budú zohrávať aspekty ako webové platformy, spoločné nástroje a metódy či nadnárodný systém financovania.

POUŽITÁ LITERATÚRA

Bakshi, H., McVittie, E. and Simmie, J., *Creating innovation: Do the creative industries support innovation in the wider economy?* London: National Endowment for Science, Technology and the Arts, 2008.

Boix- Domènech R. & Soler-Marco V., *Creative service industries and regional productivity: CSI and the productivity of the regions*, 2017. Dostupné online: <https://rsaiconnect.onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/pirs.12187>, citované 25/1/2022

Castellion G., Markham S.K., Perspective: New product failure rates: Influence of argumentum ad populum and self-interest, „Journal of Product Innovation Management”, 30(5), 976-979, 2013.

Chesbrough H. W., *Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting From Technology*, Harvard Business School Press, ISBN: 9781578518371, 2003.

ECBN, *Annual Report European Central Bank*, 2020. Dostupné online: <https://www.ecb.europa.eu/pub/annual/html/index.en.html>, citované 25/1/2022

Eleven Lessons: managing design in 11 global brands, Design Council, London 2014.

European Commission (2018): *Overview of EU policies and studies related to entrepreneurship and innovation in cultural and creative sectors*. Dostupné online <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/1c3f87fa-2e5a-11e8-b5fe-01aa75ed71a1/language-en>, citované 25/1/2022

Eurostat 2020a, Dostupné online: <https://ec.europa.eu/eurostat>, citované 25/1/2022

IDEA Consult; KEA European Affairs; imec-SMIT-VUB (2021): *Mapping the creative value chains. A study on the economy of culture in the digital age: final report*. Luxembourg: Publications Office. Dostupné online: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/4737f41d-45ac-11e7-aea8-01aa75ed71a1/language-en/format-PDF/source-30933297>, citované 25/1/2022

Klein, M.; Spychalska-Wojtkiewicz, M. Cross-Sector, *Partnerships for Innovation and Growth: Can Creative Industries Support Traditional Sector Innovations?* Sustainability 2020, 12, 10122. <https://doi.org/10.3390/su122310122>

Koleva P. *Cross Sectoral Cooperation and innovation within Creative and Cultural Industries*, 2021, Dostupné online: https://ndpccrossinno.eu/wp-content/uploads/2021/02/Final-study_EN.pdf, citované 25/1/2022

Morey T., *Business Value of design*, Frog, London 2018.

Potts J. Introduction: *Creative Industries and Innovation Policy*, *Innovation: Organization & Management* 11(2), 2009, DOI: 10.5172/impp.11.2.138,

Transnational Report, 2020 Dostupné online: <https://annualreport.tni.org>, citované 25/1/2022

UNCTAD, *Annual Report*; 2018; Dostupné online na <https://unctad.org/annualreport/2018/Pages/index.html>, citované 25/1/2022



KREATIVITA POHÁŇA INOVÁCIE

WWW.INTERREG-CENTRAL.EU/COCO4CCI

#COCO4CCI



CONFINDUSTRIA
Veneto SIAV S.p.A.



CREATIVE
REGION
LINZ & UPPER AUSTRIA



Interreg
CENTRAL EUROPE



Projekt CoCo4CCI je podporovaný programom Interreg CENTRAL EUROPE, ktorý je financovaný Európskym fondom regionálneho rozvoja.

COCO4CCI

European Union
European Regional
Development Fund