

Koncepcia rozvoja kreatívnej ekonomiky KSK

Úvod

Význam kreatívnej ekonomiky a kreatívneho priemyslu:

Kreatívny priemysel a kreatívne mestá sú jednou z hybných síl budúceho ekonomického rozvoja vyspelých krajín v oblasti služieb a zamestnanosti. Je to odvetvie založené na využívaní ľudskej kreativity a talentu zameraných na tvorbu produktov a služieb trvale udržateľným spôsobom. Podporuje tvorbu príjmov miest, nových pracovných príležitostí a exportnej výkonnosti. Zároveň podporuje sociálnu komunikáciu, kultúrnu diverzitu a ľudský rozvoj. Významnou súčasťou kreatívnej ekonomiky sú malé a stredné podniky, ale tiež jednotlivci, ktorí svojimi nápadmi podnecujú inovácie v rozvoji spoločenského, kultúrneho a ekonomického života.

Motorom kreatívnej ekonomiky sú kreatívne priemyselné odvetvia – kreatívny priemysel. Kreatívny priemysel je definovaný ako viacvrstvový hospodársky segment zahŕňajúci nasledovné oblasti a odvetvia:

Oblasť primárneho umenia	výtvarné umenie	remeselníctvo, maliarstvo, grafika, sochárstvo, fotografia
	múžické umenie	divadlo, tanec, cirkus, festivaly
	kultúrne dedičstvo	múzeá, knižnice, archívy, archeologické náleziská
Kultúrny priemysel	film a video	
	TV a rádio	
	videohry	
	hudba	trh reprodukovanej hudby, živé hudobné predstavenia,
	knihy a tlač	vydávanie kníh, časopisov a novín
Kreatívny priemysel	dizajn	módne návrhárstvo, grafický dizajn, dizajn interiérov, produktový dizajn
	architektúra	
	reklama	
Pridružený priemysel	mobilný priemysel, výroba počítačov, prenosných prehrávačov, atď.	

Kreatívny priemysel je jedným z najdynamickejšie rastúcich odvetví. Významné postavenie kreatívneho priemyslu v EÚ vyplýva zo štatistických údajov, podľa ktorých je v kreatívnom priemysle v rámci EÚ zamestnaných viac ako 5,8 milióna zamestnancov, čo síce predstavuje len 3,1 % všetkých zamestnancov v čase prieskumu ešte v rámci EU25, avšak medziročný nárast zamestnanosti v tomto priemysle je o 12,3 % väčší, ako v iných priemyselných oblastiach.

Ďalším zaujímavým údajom je čistý podiel kreatívneho priemyslu na HDP EÚ, ktorý bol v roku 2003 viac ako 2,3 %. Kreatívny priemysel mal v roku 2003 o viac ako 100 miliárd EUR väčší obrat ako IKT priemysel (informačno-komunikačné technológie) a o 350 miliárd EUR viac ako automobilový priemysel.

Čo sa týka Slovenska v 2. štvrtroku 2008 podľa odhadu Fóra kreatívneho priemyslu vytvoril sa tu hrubý domáci produkt (HDP) v objeme 507 mld. Sk (16,83 mld. €), čo znamená, že podiel kreatívneho priemyslu za jeden štvrtrok v SR mohol dosahovať až 11,7 mld. Sk, (388,4 mil. €) pričom štvrtročný nárast mohol dosahovať 800 mil. Sk (26,56 mil. €). V tomto odhade nie je započítaná oblasť elektronických komunikácií, ktorej tržby sa podľa priebežných údajov dajú odhadnúť na úroveň 16 mld. Sk (531,1 mil. €) za jeden štvrtrok 2008.¹

Tomu, že kreatívne odvetvia majú svoj potenciál svedčí aj to, že miera nezamestnanosti absolventov je výrazne najnižšia práve tých študijných odborov vysokých škôl na Slovensku, ktoré patria medzi odvetvia kreatívnej ekonomiky. (viď graf v prílohe č.1). Z počtu 40 študijných odborov, odbor architektúry vykazuje najlepšie výsledky, odbor „umenie a umelecko-remeselná výroba“ sa nachádza na 3. najlepšom mieste a „vedy o umení“ na 5. mieste. Pozoruhodné je umiestnenie aj odboru „informatika a výpočtová technika“, ktorý sa nachádza na 9. mieste. To znamená, že absolventi odborov spadajúcich do oblasti kreatívnej ekonomiky sú veľmi úspešní na pracovnom trhu.

Ciele koncepcie:

Pre vytvorenie podmienok rozvoja v rámci kreatívnej ekonomiky je potrebné investovať do virtuálnej a fyzickej infraštruktúry, vytvoriť osobitné podmienky pre rast kreatívneho priemyslu a pre podporu kreativity a výmeny poznatkov, pomáhať dosahovať vysokú pridanú hodnotu a konkurencieschopnosť.

Zámerom tejto koncepcie je prostredníctvom navrhnutého portfólia opatrení a aktivít prispieť k dynamickému rozvoju kreatívnej ekonomiky a kreatívnych miest v Košickom kraji. Nastavením vhodných opatrení a aktivít využiť potenciál, ktorý kreatívna ekonomika môže priniesť pre posilnenie zamestnanosti, konkurencieschopnosti a atraktivity Košického regiónu.

Koncepcia poskytuje strednodobý rámec pre aktivity zamerané na podporu vzniku a rozvoja odvetví kreatívnej ekonomiky koordinované zo strany KSK. Navrhnuté hlavné ciele a aktivity udávajú základné smerovanie, čo treba urobiť pre naštartovanie prvých najdôležitejších krokov tohto procesu.

V prvej fáze je veľmi dôležité sa venovať analýzam prostredia kreatívnej ekonomiky a rôznym prieskumom, ktoré je treba realizovať pred vykonaním konkrétnych aktivít. Prieskumy nám dajú detailný obraz o nastavení špecifických postupoch vrátane o spôsobe možného zabezpečenia a financovania.

¹ Creative Industry Forum – Fórum kreatívneho priemyslu, Bratislava

Na základe získaných poznatkov a výstupov z analýz, prieskumov a mapovaní v ďalšej fáze budú resp. môžu byť:

- prehodnotené navrhnuté ciele a aktivity z hľadiska možností realizovateľnosti (financovanie, časový harmonogram, ľudské zdroje, partneri pre riešenie)
- navrhnuté ďalšie ciele
- navrhnuté špecifické aktivity pre podporu rozvoja individuálnych zložiek kreatívnej ekonomiky a pre zmiernenie alebo odstránenie prekážok, ktoré bránia rozvoju.

Veľmi dôležité je v prvom rade poznať možnosti rozvoja a naštartovať spoluprácu KSK a rôznych aktérov kreatívnej ekonomiky.

Predovšetkým v spolupráci s organizáciami v zriaďovateľskej pôsobnosti KSK – kultúrnymi a školskými zariadeniami je treba **naštartovať aktivity smerujúce k poskytovaniu kvalitných služieb pre posilnenie kreatívnej ekonomiky. Táto koncepcia je postavená na 5 pilieroch rozvoja kreatívnej ekonomiky:**

- A. Infraštruktúra kreatívnej ekonomiky
- B. Informačný systém kreatívnej ekonomiky
- C. Rozvoj ľudských zdrojov a zamestnanosť
- D. Marketing, propagácia a šírenie informácií
- E. Spolupráca, sieťovanie

Pre jednotlivé piliere sú navrhnuté priority, opatrenia a aktivity za účelom podpory rozvoja kreatívnej ekonomiky v Košickom kraji. Aktivity bude realizovať KSK spolu so zariadeniami, ktoré sú v jeho zriaďovateľskej pôsobnosti a v spolupráci s inými relevantnými aktérmi napr. TUKE, ARR-KSK, odborný tím EHMK2013. Navrhnutá koncepcia je v súlade s už existujúcimi strategickými a koncepčnými materiálmi odvetvových odborov – odboru kultúry a odboru školstva.

Táto koncepcia a ďalšie odborné podklady, ktoré budú nasledovať poslúžia ako východisko pre sformulovanie cieľov Košického kraja pre ďalšie programovacie obdobie, vrátane identifikovania problémov a nástrojov rozvoja v oblasti kreatívnej ekonomiky.

Návrh cieľov a aktivít pre rozvoj kreatívnej ekonomiky a kreatívneho priemyslu v Košickom kraji

A. Infraštruktúra kreatívnej ekonomiky

Priorita A.1 Kvalitné kultúrne zariadenia s moderným vybavením a službami

Jednou z hlavných súčastí kreatívnej ekonomiky je kultúra. KSK je zriaďovateľom divadiel, múzeí, knižníc, galérií a osvetových centier, tým priamo má dosah na koordináciu ich udržateľného využitia a zvýšenie ich návštevnosti: Tak má možnosť prispieť k rozvoju kreatívnej ekonomiky. Pre konkurencieschopnosť kultúrnych inštitúcií je veľmi dôležité nielen to, **aby esteticky a technickým vybavením spĺňali štandardy dnešnej doby**, ale aby aj **poskytovali zákaznícky moderné a inovatívne služby**.

Cieľom je dosiahnuť, aby kultúrne zariadenia sa stali príťažlivejšími kultúrnymi centrami poskytujúcimi komplexný balík kreatívnych služieb pre ich návštevníkov, šíriacich kultúrne hodnoty a vytvárajúce zázemia pre tvorivú spoluprácu kultúrnych aktérov v Košickom kraji.



Aktuálny stav:

- Väčšina sídiel kultúrnych inštitúcií sa nachádza v historických budovách a ich technický stav je nevyhovujúci, je nutné ich modernizovať.
- Drvivá väčšina interiérového vybavenia kultúrnych inštitúcií nezodpovedá nielen súčasnému estetickému cíteniu, ale ani základnej funkčnosti (osvetlenie, údržba, ochrana pred odcudzením a pod.) Doplnenie expozícií multimediálnymi technickými pomôckami (TV, monitory, dataprojektory, audio sprievodcovia, ochranné kamerové systémy a pod.) je ojedinelé.
- Nedostatkom expozícií je ich jednostranná orientácia na presnú informáciu o zbierkových predmetoch bez prepojenia na podanie komplexnej multimediálnej informácie návštevníkom s cieľom posilniť ich zážitok pre absorbovanie väčšieho rozsahu poznatkov.
- Kultúrne zariadenia nie sú adaptované na zhodnotenie svojho kultúrneho potenciálu formou sprievodných podujatí (kreatívne podujatia, zážitkové vzdelávanie v múzeách, atď.).
- Súčasná verejná kultúrna inštitúcia v ostrej domácej konkurencii v rámci voľnočasových a poznávacích aktivít nemá dostatočnú schopnosť poskytnúť svoje atrakcie či služby, čo má aj priamy dopad na rozvoj kultúrno-poznávacieho turizmu.
- Existujúca ponuka produktov pre turistov do určitej miery vynecháva múzeá ako možnú atraktivitu pre turistov prichádzajúcich do regiónu. Aj napriek tomu, že existuje klientela zaujímajúca sa najmä o kultúrne pamiatky, nenájde produkt, kde by hlavnou destináciou boli múzeá a iné kultúrne pamiatky.
- Okrem stálych expozícií jednotlivých múzeí je ich ďalšia ponuka produktov organizovaná rutinne, konzervatívne, nekladie sa pri tom takmer žiadny dôraz na analyzovanie dopytu a atraktivity pre potenciálnu klientelu ani na marketing a propagovanie ponuky a samotného múzea.

Opatrenie A.1.1. Zabezpečenie kvalitného zázemia pre prezentovanie a rozvoj kreatívneho sektora

Skvalitnenie stavebno-technického a estetického stavu kultúrnych zariadení a efektívnejšie využívanie ich existujúcich priestorov môže prispieť k širšiemu a lepšiemu využitiu kreatívneho sektora a prilákaniu rôznych záujmových skupín návštevníkov. Okrem poskytovania priestorov pre tradičné kultúrne a poznávacie služby a podujatia treba **vytvoriť kvalitné zázemie pre aktívnu spoluprácu umelcov, kreatívnych tvorcov a sympatizantov kultúry a kreatívnych odvetví**. Živé kultúrne a kreatívne zariadenia vytvárajú atraktívny priestor pre prilákание návštevníkov a posilňovanie sociálnych vzťahov. Preto treba vyvíjať marketingové aktivity, aby kultúrne zariadenia KSK boli zároveň aj atraktívnou zastávkou pre domácich i zahraničných návštevníkov.



Návrh aktivít:

- 1) Adaptácia stavebno-technického a estetického stavu kultúrnych zariadení KSK pre potreby kreatívneho sektora
- 2) Zabezpečenie kvalitnej multimediálnej IKT infraštruktúry
- 3) Vytvorenie vnútorného zázemia pre aktívnu interakciu umelcov, kreatívnych nadšencov a kultúrnych aktérov
- 4) Vytvorenie virtuálneho zázemia pre kreatívnu spoluprácu umelcov a kreatívnych aktérov s verejnosťou
- 5) Zabezpečenie dobrého dopravného napojenia kultúrnych zariadení
 - zabezpečiť efektívnejšiu a dostupnejšiu autobusovú dopravu
 - zabezpečiť dostupné parkovanie
 - zabezpečiť dopravné prepojenie kreatívnych zón v rámci mesta Košice (Ostrovy kultúry, kultúrne centrá EHMK)

Opatrenie A.1.2. Nové priestory kreatívnej ekonomiky pre tvorbu a prezentáciu

Okrem existujúcich kultúrnych centier a rozvíjania ich ponuky služieb treba hľadať aj iné možnosti podpory inštitúcií a firiem kreatívnej ekonomiky. Treba identifikovať aj ďalšie potenciálne miesta pre vytvorenie zázemia pre tvorivú prácu a rozvoj skúseností v oblasti umenia a kreatívneho priemyslu a pre budovanie sietí medzi aktérmi. Vzhľadom na to, že v Košiciach žije a tvorí najväčšia komunita pracovníkov a umelcov z kreatívnej ekonomiky a taktiež je tu najväčší dopyt po ich službách a produktoch, je potrebné systematicky podporovať rozvoj a skvalitnenie fyzickej aj virtuálnej infraštruktúry.

Návrh aktivít:

- 1) Vytýpanie potenciálne vhodných priestorov pre pracovníkov a umelcov kreatívnej ekonomiky v spolupráci s mestom Košice
- 2) Poskytovanie cenovo dostupného miesta pre kreatívnu a umeleckú tvorbu v mestách
- 3) Angažovanie odborníkov kreatívnej ekonomiky do návrhu a modernizovania priestorov
- 4) Hľadanie možností prenájmu priestorov vo vlastníctve KSK pre vytvorenie zdieľaného štúdia / ateliéru
- 5) Hľadanie možnosti dočasného poskytnutia nevyužitých komerčných priestorov pre výstavy umeleckých a kreatívnych prác
- 6) Vytvorenie širokopásmového prístupu pre prezentáciu a distribúciu kreatívnych produktov

- 7) Vypracovanie návrhu, dizajnu a biznis modelu pre vznik výskumno-vývojového centra zameraného na využívanie dizajnu a moderných informačných technológií v oblasti architektúry a umení

Opatrenie A.1.3. Zavedenie kreatívnych zážitkových aktivít do expozícií kultúrnych zariadení

Pre konkurencieschopné fungovanie kultúrnych inštitúcií je kvalitná **ponuka kreatívnych produktov kultúry a služieb** nevyhnutná. Popri zachovaní a prezentovaní tradícií je dôležité kráčať s dobou a použiť **moderné multimediálne technológie pri prezentácii kultúry a umenia interaktívnym spôsobom**. Modernizované, kvalitne vybavené priestory kultúrnych inštitúcií – estetické, funkčné priestory a interaktívne expozície sú lákadlom pre návštevníkov. Interaktívne technológie pre multimediálne prezentovanie vybraných expozícií môžu byť návštevníkmi ovládateľné pomocou hlasu, pohybu alebo dotykovou obrazovkou. Je možné premietiť prezentácie priamo na povrch vystaveného predmetu. Exponáty prezentované dynamickými spôsobmi – zvukovými efektmi, animáciou alebo ovládaním dotykovou obrazovkou sa stanú pre návštevníkov oveľa zaujímavejšími a umožnia tak ľahšie prijímanie informácií a pochopenie súvislostí a poskytnú im intenzívnejší zážitok.



Návrh aktivít:

- 1) Identifikovanie vhodných priestorov pre zavedenie inovatívnej ponuky kultúrnych zariadení (zlepšenie priestorov a aktivít, vypracovanie multimediálnych scenárov animácií pre inovatívne služby zariadení).
- 2) Technický a ekonomický návrh realizácie atraktívnych interaktívnych expozícií s využitím moderných technológií (napr. multimédia, modely, vizualizácia, projekcia).

Opatrenie A.1.4. Poskytovanie kvalitných kreatívnych služieb a podujatí

**Prezentovanie KREATIVITY
KREATÍVNYM spôsobom
pre podnietenie KREATIVITY**

Kvalitné služby a kreatívne podujatia orientované na zážitok sú magnetom pre prilákanie a uspokojovanie poznávacích a kultúrnych potrieb návštevníkov. To povedie k zvýšeniu príjmov kultúrneho zariadenia. Kultúrne služby sú rámcovo stanovené v zriaďovacej listine a v poslaní zariadení. Kreatívny obsah a spôsob ich poskytovania pomocou multimediálnych technológií je vecou strategického riadenia. Je potrebné klásť veľký dôraz na aktívne zapojenie personálu do dizajnu, návrhu kreatívneho obsahu, technickej prípravy a zavedenia týchto služieb. Týmto

spôsobom lokalita, objekty a dostupné plochy v areáli kultúrnej inštitúcie umožnia pridať aj služby presahujúce čisto „kultúrny“ rámec činnosti zariadení.

Je potrebné podporovať vznik platforiem pre vzájomnú interakciu a spoluprácu kreatívnych aktérov, ale aj aktívnu spoluprácu umelcov a kreatívnych aktérov s verejnosťou.

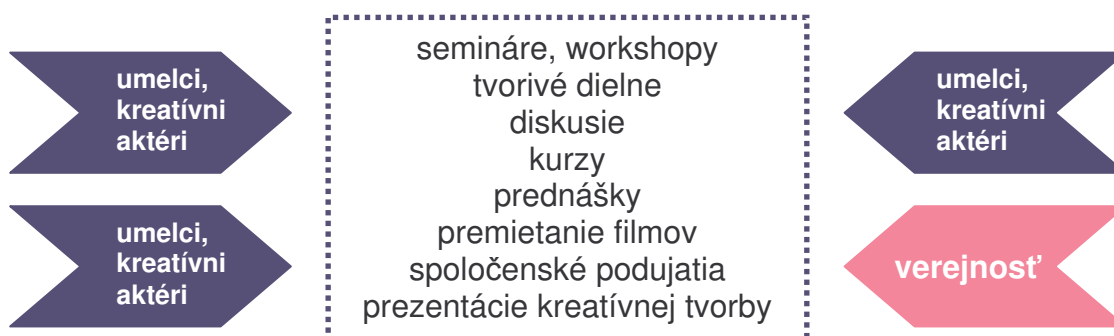
Poskytovať služby a organizovať aktivity a podujatia, ktoré:

- propagujú kultúrne hodnoty kreatívnym spôsobom,
- prispievajú k rozvoju kreatívnej ekonomiky a zvýšeniu povedomia o kultúrnom turizme,
- môžu inšpirovať, podnietiť sociálne väzby a siete v rámci kreatívnej ekonomiky,
- vytvoria podmienky pre kreatívnu tvorbu

V ponukách múzeí a galérií v súčasnosti chýbajú interaktívne dielne a interaktívne platformy. V záujme stimulovania potreby celoživotného vzdelávania v oblasti kreatívnej ekonomiky a vytvorenia dlhodobého vzťahu musí byť v našich kultúrnych inštitúciách preskúmaná možnosť vytvorenia takejto aktivity. V rámci tejto tréningovej platformy je potrebné zaviesť do praxe systém zážitkových aktivít spojených s kreatívnou ekonomikou. Zážitkové aktivity pod vedením školeného lektora umožnia dospelému ako aj detskému návštevníkovi skúsiť a prežiť zážitkové činnosti vykonávané v minulosti, ale aj smerom k budúcnosti viazané



na miestny príbeh, tradíciu, udalosť. Zároveň by ho mala oboznámiť a umožniť mu realizáciu zážitku formou remeselného, výrobného alebo umeleckého spracovania. Tento multifunkčný priestor umožní poskytovanie aj ďalších aktivít, napríklad základné formy múzejnej pedagogiky - organizovanie kurzov kreatívnej tvorby, kreatívnych diskusií a prednášok priamo v kultúrnom zariadení pre skupiny rôznych vekových kategórií. V spolupráci s umelcami a s odborníkmi z oblasti vzdelávania venovať sa rôznym témam formou zážitkového vzdelávania, využitím princípov „školy hrou“.



Návrh aktivít:

- 1) Preskúmanie možností zriadenia interaktívnych dielní a interaktívnych platforiem
- 2) Preskúmanie záujmu o zavedenie zážitkových činností viazaných na miestny príbeh, tradíciu, alebo udalosť vrátane remeselného, výrobného alebo umeleckého spracovania

- 3) Zmapovanie odborných kapacít – školených lektorov v regióne a v mestách pre organizovanie kurzov kreatívnej tvorby, kreatívnych diskusií alebo múzejnej pedagogiky
- 4) Vypracovanie biznis plánu pre poskytovanie kreatívnych služieb a podujatí

B. Informačný systém kreatívnej ekonomiky

Pre vypracovanie cestovnej mapy a účinných aktivít je potrebné čo najlepšie zmapovať a poznať vnútorné prostredie kreatívnej ekonomiky, jeho formálne a neformálne pravidlá a systematicky sledovať aktuálne trendy rozvoja kreatívnej ekonomiky v SR a v kontexte EÚ.

Priorita B.1. Analýza prostredia a potenciálu pre rozvoj kreatívnej ekonomiky

V rámci tohto procesu mapovania identifikujeme kľúčových aktérov kreatívnej ekonomiky, existujúce nástroje, ich vzájomné väzby a trhy, na ktorých pôsobia. Vymedzíme zložky kreatívneho sektora, analyzujeme ich podnikateľský potenciál, potenciál zamestnanosti, identifikujeme bariéry rozvoja v kontexte kraja, SR a EÚ. Zároveň sa oboznámime so skúsenosťami a najlepšimi výsledkami, ktoré boli dosiahnuté v EÚ, ako aj s nástrojmi a mechanizmami ich podpory. Na základe získaných vstupov v spolupráci s odborníkmi vypracujeme návrh cestovnej mapy a aktivity zamerané podpory rozvoja kreatívnej ekonomiky a zamestnanosti v KSK.

Výstupy z tohto mapovacieho procesu budú tvoriť východiská pre aktivity zamerané na:

- cielený marketing a propagáciu kreatívnej ekonomiky kraja
- zvýšenie povedomia ľudí o pracovných príležitostiach ktoré prináša kreatívna ekonomika
- naštartovanie aktívnej regionálnej spolupráce aktérov v rámci hodnotových reťazcov kreatívnej ekonomiky
- nastavenie rozvoja potrebných kreatívnych zručností ľudí a podporu realizácie kreatívnych nápadov
- nastavenie vhodných biznis modelov

Opatrenie B.1.1. Mapovanie aktérov kreatívnej ekonomiky

V rámci tohto opatrenia pôjde o:

- a) detailné zmapovanie aktérov malých a stredných podnikov, živnostníkov, kultúrne inštitúcie, združenia a iné organizácie, ktoré svojím poslaním a ekonomickými a kultúrnymi aktivitami spadajú do odvetvia kreatívnej ekonomiky
- b) zmapovanie vzdelávacích inštitúcií poskytujúcich vzdelávanie a tréningy v oblasti kreatívnej ekonomiky
- c) zmapovanie aktérov v susedných regiónoch i v zahraničí s cieľom vytypovania kľúčových partnerov pre budúcu spoluprácu, výmenu skúseností napr. v oblasti vzdelávania, marketingu, propagácie a networkingu, vývoja produktov a technológií.

Košice 2013, n.o. pripravuje projekt, cieľom ktorého je zmapovať potenciál využitia kreatívneho priemyslu pre rozvoj východoslovenského regiónu. V rámci projektu bude vytvorený zoznam organizácií a subjektov aktívne pôsobiacich v kreatívnom a kultúrnom priemysle na národnej a regionálnej úrovni. Databáza bude sprístupnená na internete, okrem štatistických údajov bude obsahovať aj vizuálne prezentácie, správy a referencie.

Ďalším zdrojom informácií bude aj výročná publikácia o aktivitách a výkone kreatívneho priemyslu na Slovensku.

KSK bude aktívne stimulovať spoluprácu pri získavaní potrebných vstupov procesu mapovania.

Výsledky mapovania budú východiskom aj pre propagáciu a marketing kreatívneho a kultúrneho sektora v Košickom kraji.

Návrh aktivít:

- 1) Vytvorenie štruktúrovanej databázy aktérov a infraštruktúry kreatívnej ekonomiky v Košickom kraji
- 2) Vytvorenie grafickej mapy aktérov kreatívnej ekonomiky (mapy aktérov v Košickom kraji, mapy kreatívnych zón, dostupnosť ku kreatívnym službám)
- 3) Vytýpovanie potenciálnych aktérov kreatívnej ekonomiky v rámci SR a EÚ pre spoluprácu v oblasti kultúry, manažmentu rozvoja kreatívnej ekonomiky, dizajnu, technológií, biznis to biznis modelov, pre výmenu a zdieľanie know-how a propagáciu

Opatrenie B.1.2. Zhodnotenie potenciálu a bariér rozvoja kreatívnej ekonomiky v Košickom kraji

Zhodnotenie potenciálu nastaví východiská a naše možnosti pre posilnenie a rozvinutie kultúry a kreatívneho priemyslu v regióne vrátane podpory zamestnanosti v potenciálnych odvetviach tohto sektora. Uvedené východiská sa nastavujú na základe aktívnej komunikácie a spolupráce s aktérmi kreatívnej ekonomiky – s umelcami, kultúrnymi inštitúciami, podnikateľmi, školami, univerzitami, atď. Na základe najlepších skúseností budú navrhnuté vhodné modely spolupráce KSK s kultúrnymi inštitúciami, podnikateľmi a vzdelávacími inštitúciami ako aj možnosti viac zdrojového financovania kreatívnych projektov.

Aktivita:

- 1) Stanovenie východísk rozvoja kreatívnej ekonomiky v Košickom kraji

Opatrenie B.1.3. Analýza prostredia vzdelávania ľudských zdrojov pre kreatívnu ekonomiku

Cieľom je identifikovať vzdelávajúce inštitúcie, odbory štúdií v Košickom kraji, ktoré pripravujú absolventov pre kreatívny priemysel v rámci vzdelávania na stredných a vysokých školách.

Návrh aktivít:

- 1) Identifikovať stredné školy so školskými vzdelávajúcimi programami, ktoré vychovávajú absolventov pre kreatívny priemysel.
- 2) Mapovanie vysokých škôl, univerzít s kreatívnymi odbormi, ktoré podporujú odbory kreatívneho sektoru.
- 3) Definovať materiálno-technické vybavenie pre stredné školy v odboroch, ktoré pripravujú žiakov pre kreatívny priemysel.
- 4) V spolupráci s úradmi práce, sociálnych vecí a rodiny sledovať uplatňovanie absolventov stredných škôl v odboroch pripravujúcich pre kreatívny priemysel na trhu práce

- v regiónoch samosprávneho kraja a po vyjadrení Krajskej rady pre odborné vzdelávanie a prípravu upravovať počty žiakov pre 1.ročníky v nasledujúcom školskom roku.
- 5) Mapovanie možnosti študovania kreatívnych odborov v krajinách EÚ - porovnanie s našimi možnosťami a určenie nášho postavenia v oblasti vzdelávania.

Priorita B.2. Meranie a sledovanie trendov kreatívnej ekonomiky

Vzhľadom k tomu, že kreatívna ekonomika má v EÚ potenciál stať sa jedným z kľúčových sektorov zamestnanosti a pridanej hodnoty, je potrebné pravidelne sledovať vývoj v jednotlivých členských krajinách EÚ, ich najlepšie politiky, riešenia zamestnanosti a vzdelávacie programy adaptovať na naše podmienky.

Opatrenie B.2.1. Meranie a hodnotenie kreatívnej ekonomiky

Pre sledovanie trendov rozvoja kreatívnej ekonomiky je dôležité stanoviť indikátory. Je potrebné zvoliť také indikátory, ktoré bude možné získať a pravidelne vyhodnocovať. Pritom sa budeme opierať o vyvíjané metódy hodnotenia výkonnosti kreatívnej ekonomiky v rámci EÚ a tieto metódy budeme adaptovať na naše podmienky.

Návrh aktivít:

- 1) Návrh základných ukazovateľov pre hodnotenie kreatívnej ekonomiky
- 2) Spolupráca s Technickou univerzitou Košice pri vytvorení systému ukazovateľov a hodnotení kreatívnej ekonomiky

Priorita B.3. Zmapovanie najlepších skúseností (Best Practice)

Cieľom je systematicky sledovať a analyzovať dobré skúsenosti „best practice“, ktoré môžu priniesť pridanú hodnotu aj pre iných – pre podnikateľov, pre školy, pre nezamestnaných, pre absolventov na rozbehnutie podnikania v oblasti kreatívnej ekonomiky. Najzaujímavejšie koncepty, postupy, vzory budú prezentované pre verejnosť prostredníctvom webového portálu, na tematických fórach, workshopoch a v rámci vzdelávania na školách. Poskytne to inšpiráciu a motiváciu pre realizáciu vlastných nápadov alebo možnosti rozvoja spolupráce v rámci podnikateľských sietí alebo s akademickými inštitúciami.

Opatrenie B.3.1. Zmapovanie a prezentácia úspešných príbehov (Success Story) podnikania v kreatívnom priemysle a v kultúrnej sfére

Zmapujú sa úspešné nápady (príbehy), keď z kreatívneho nápadu vzniklo niečo nové, jedinečné, inovatívne a úspešne fungujúce, rozvíjajúce sa, prinášajúce úžitok, nové pracovné miesta a ekonomický rast, znamenali zatraktívnenie prostredia alebo inovatívne pracovné postupy, technológie, úžitkové predmety, ich použitie ušetrilo čas, poskytli novú úžitkovú hodnotu, zjednodušenie technologických postupov, vylepšenú funkčnosť a podobne.

V rámci mapovania sa zmapujú úspešné riešenia:

- nápadov firiem alebo jednotlivcov kreatívneho sektora, ktoré boli realizované na Slovensku ale i v krajinách EU a priniesli úspech v regióne, na Slovensku alebo aj v zahraničí
- kreatívnych, inovatívnych firiem, keď vďaka kreatívnemu nápadu sa stali konkurencieschopnými firmami v SR a EU

Návrh aktivít:

- 1) Mapovanie príkladov úspešných riešení
- 2) Prezentácia vybraných úspešných projektov a skúseností s realizáciou kreatívnych nápadov (na internete, na seminároch, konferenciách)

Opatrenie B.3.2. Zmapovanie najlepších skúseností v oblasti vzdelávania kreatívnej ekonomiky

Cieľom je zmapovať moderné metódy vzdelávania, ktoré sa realizujú na školách a univerzitách v EU pre uplatnenie v oblasti kreatívnej ekonomiky. Najpozoruhodnejšie metódy budú propagované na web – stránke, ako inšpirácia pre školy a univerzity.

Návrh aktivít:

- 1) Mapovanie a zverejňovanie moderných metód vzdelávania zo škôl a univerzít v EU pre oblasť kreatívnej ekonomiky.
- 2) Prezentácia vybraných skúseností prostredníctvom internetu a na seminároch

Opatrenie B.3.3. Zmapovanie úspešných skúseností v oblasti spolupráce verejného a súkromného sektora v kreatívnom sektore

Cieľom je zmapovanie výnimočných prípadov spolupráce verejného sektora (kultúrnych zariadení, škôl, samospráv) so súkromným sektorom v rámci KSK, ale aj krajín EU v oblasti kreatívneho sektora. Ide o také zrealizované spoločné aktivity alebo projekty, ktoré priniesli úžitok pre všetky zainteresované strany a môžu byť výborným príkladom pre ostatných. Najlepšie skúsenosti spolupráce budú vyhodnotené a prezentované na webe.

Môžu byť zmapované napríklad úspešné spolupráce študentov dizajnu s firmami, keď študenti navrhli úžitkový predmet na základe požiadavky firmy a následne sa realizovali prototypy, ktoré boli zavedené do výroby.

Návrh aktivít:

- 1) Mapovanie a výber úspešných prípadov spolupráce verejného a súkromného sektora v kreatívnom sektore
- 2) Vyhodnotenie a prezentácia vybraných skúseností prostredníctvom internetu a na seminároch

C. Rozvoj ľudských zdrojov a zamestnanosť**Priorita C.1. Podpora rozvoja kreatívnych a podnikateľských schopností a zručností na školách**

Kreativita je len nástrojom pre realizovanie nových nápadov, ale na to, aby sa kreatívny človek vedel presadiť na trhu je nevyhnutné aby disponoval **podnikateľskými a marketingovými zručnosťami**. Vzhľadom na intenzívny vstup multimediálnych technológií a ich čoraz širšie využívanie v rôznych sférach služieb, obchodu (vrátane umenia, dizajnu, marketingu) je nutné vybaviť absolventa aj týmito **zručnosťami**. Pre dosiahnutie kvalitnej prípravy pre pracovný trh je potrebné v spolupráci so zamestnávateľmi v oblasti kreatívneho priemyslu aktualizovať profil absolventa v školských vzdelávacích programoch.

Opatrenie C.1.1. Príprava odborníkov pre kreatívny sektor na školách.

Pre uplatnenie absolventa na trhu práce nestačí talent a jeho kreativita. Predaj produktu a služby v kreatívnom priemysle vyžaduje od absolventa zručnosti v oblasti podnikania, dizajnu, inžinieringu, technológií.

Na základe najlepších skúseností z krajín EU v oblasti kreatívnej ekonomiky je potrebné naďalej venovať pozornosť vo vzdelávaní oblastiam:

- **Zdokonaľovanie ovládania nových informačno-komunikačných technológií prichádzajúcich na trh**
 - schopnosť kreatívnej prezentácia sa na webe a oslovenie cieľových zákazníkov
 - e-obchod
 - ovládanie nových softvérov určených pre architektov, dizajnérov, hudobníkov, fotografov, filmárov – podľa zamerania daného umelca
 - počítačová grafika, virtuálne modelovanie,
 - technológií aplikácie moderných materiálov v kreatívnom priemysle, technológie umeleckých remesiel
- **Komunikačné a prezentačné zručnosti**
- **Marketing a tvorba značky**
 - tvorba silnej, konkurencieschopnej obchodnej značky
 - účinné využívanie nástrojov marketingu v kreatívnom sektore
- **Podnikateľské a manažérske zručnosti**

Predovšetkým prostredníctvom vzdelávania je potrebné systematicky vytvárať podmienky pre rozvoj takých zručností kreatívnych ľudí, aby mohli byť úspešní v zamestnaní alebo v podnikaní, aby úspešne zvládli etapy od formulovania nápadu, cez vypracovanie biznis plánu, získanie prvých zákazníkov až po tvorbu profitu a ekonomického rastu.

Návrh aktivít:

- 1) Hľadať možnosti pre rozvoj v daných oblasti aj nad rámec školských vzdelávacích programov v oblasti mimoškolských aktivít
- 2) Podporiť možnosť vytvorenia centra odborného vzdelávania, resp. možnosť rozšírenia existujúceho centra odborného vzdelávania pri strednej škole so zameraním na odbory, ktoré vzdelávajú žiakov pre oblasť kreatívneho priemyslu a následne vytvoriť štruktúru satelitov ako spolupracujúcich stredných škôl s centrom odborného vzdelávania.

Opatrenie C.1.2. Vybavenie škôl IKT technológiami a pomôckami podporujúcimi kvalitnú prípravu odborníkov pre kreatívny sektor

Rozvoju kreatívneho sektora výrazne napomôže doplnenie technologického vybavenia na školách v súlade s identifikovanými potrebami. Financovanie je potrebné hľadať cez operačné programy a opatrenia podporované z EU fondov na obdobie 2015-2020 a sponzorsky zo súkromných zdrojov.

Návrh aktivít:

- 1) V zriadených centrách odborného vzdelávania so skupinami odborov, ktoré zabezpečujú vzdelávanie pre kreatívny priemysel doplniť materiálovo technické vybavenie v súlade so stanoveným materiálovo-technickým vybavením (skenery, špeciálne tlačiarne, kame, atď.)
 - na základe prieskumu možností realizácie

- 2) Doplnenie vybavenia centier modernými odbornými publikáciami – knihami, odbornými časopismi, príručkami pre ovládanie multimediálnych a grafických softvérov

Priorita C.2. Rozvoj ľudských zdrojov pre uplatnenie sa v kreatívnom a kultúrnom sektore – celoživotné vzdelávanie

Opatrenie C.2.1. Zlepšenie zručností a schopností personálu kultúrnych zariadení

Kvalita poskytovaných služieb v zariadeniach kultúry vo veľkej miere závisí od kvality ľudských zdrojov, ich schopností a kvalifikácie. Mnohé kultúrne zariadenia zápasia s chýbajúcimi odborníkmi na určité činnosti, remeslá alebo s nedostatkom aktívnych umelcov. Niektoré profesie sú v súčasnosti na ústupe, prípadne ich nositeľ si pri malom dopyte nenájde náplň na plný úväzok. Ďalším problémom je, že personálu v určitých špecifických činnostiach chýbajú príslušné zručnosti, vedomosti alebo praktická skúsenosť najmä pokiaľ ide o zručnosti spojené s užívateľským využívaním multimediálnych technológií, tímové zručnosti, komunikačné a prezentačné zručnosti.

Rovnako dôležité, ako samotné vzdelávanie je zabezpečenie zdieľania vedomostí a budovanie interaktívnej komunikácie medzi zamestnancami. Vhodnými formami odovzdávania vedomostí môže byť **mentorstvo**, kde zamestnanec, ktorý má výrazné špecifické vedomosti a zručnosti (napr. v otázkach podnikania neziskových organizácií) poskytuje cenné rady a odbornú pomoc. V prípade **tútorstva** ide o vzťah medzi skúsenejším zamestnancom a nováčikom, kde dochádza k individuálnemu zaškoleniu nového zamestnanca bez ohľadu na druh odbornosti. Aby sa vyvolala zmena v myslení a skutkoch ľudí je potrebné zabezpečiť nástroje odovzdávania vedomostí a poznatkov a **vybudovať ovzdušie tímovej spolupráce**. Rigidné centralizované vertikálne riadenie nevyvoláva tvorivú atmosféru a zapojenie ľudí do tvorby nápadov. Získané vedomosti zamestnancov je potrebné komunikovať, zdieľať a odovzdávať v pracovnom tíme.

Návrh aktivít:

- 1) Zabezpečenie vzdelávania pre získanie zručností spojené s užívateľským využívaním multimediálnych technológií, tímové zručnosti, komunikačné a prezentačné zručnosti.
- 2) Zabezpečenie odovzdávania poznatkov medzi zamestnancami formou tútorstva a mentorstva
- 3) Uplatňovať metódy kreatívneho myslenia (brainstorming, myšlienková mapa) a výcviky kreatívnych zručností v kultúrnych zariadeniach pre zamestnancov a prípadne aj verejnosti.

D. Marketing, propagácia a šírenie informácií

Kvalitný marketing a propagácia sú nevyhnutné pre konkurencieschopný kreatívny a kultúrny sektor. Je potrebné vyvinúť úsilie, aby talenty nášho regiónu spoznala široká verejnosť nielen v našom regióne, ale aj na Slovensku a v zahraničí. Je dôležité aktívne propagovať produkty a služby kreatívnych odvetví. Šíriť informácie, aby čo najviac ľudí sa o nich dozvedelo, oslovilo ich, upútalo ale aj inšpirovalo, aby sa zúčastňovali na podujatiach a taktiež aj zakúpili kreatívne dielo dizajnéra, výtvarníka alebo remeselníka. Treba vytvoriť zázemie pre kreatívnu tvorbu a zvyšovanie kultúrnej identity. Ak je ľuďom ponúkaná pestrá paleta produktov a služieb kreatívnej ekonomiky, prispieva to k ich výchove a inšpirácii, ku kvalite života.

KSK k rozvoju kreatívnej ekonomiky v rámci propagácie a šírenia informácií vie prispieť nasledovnými spôsobmi:

- vytáraním povedomia širokej verejnosti o prínosoch kreatívnej ekonomiky
- propagáciou talentov, kreatívnych lídrov, kreatívnych firiem, produktov, podujatí a služieb kreatívneho sektora
- šírením informácií o možnostiach, výmenných pobytoch, grantoch zameraných na kreatívnu ekonomiku a kultúru
- šírením užitočných informácií o možnostiach podnikania v kreatívnom sektore

Priorita D.1. Šírenie informácií o kreatívnej ekonomike prostredníctvom internetu

Na internetových portáloch KSK sa poskytujú informácie o kultúrnych zariadeniach a o ich podujatiach. Treba zabezpečiť ich kvalitnejšiu prezentáciu a taktiež rozšíriť informácie o iné oblasti kreatívnej ekonomiky.

Opatrenie D.1.1. Vytvorenie internetovej platformy KSK venovanej kreatívnej ekonomike

V Košickom kraji chýba moderný, dynamický portál kultúrneho a kreatívneho sektora, ktorý by pre kreatívnych umelcov poskytoval užitočné informácie s cieľom rozbehnutia a realizovania nápadov vedúcich k ich realizácii, k naštartovaniu podnikania, ako aj o rôznych možnostiach úspešnej propagácie. Okrem kultúrnych podujatí treba propagovať aj iné sektory kreatívnej ekonomiky – talenty, služby, inovatívne kreatívne nápady. Pre prezentovanie uvedených informácií je potrebné hľadať riešenie buď na existujúcej upravenej webovej stránke Úradu KSK, alebo na novej modernej webovej stránke venovanej výlučne kreatívnej ekonomike.

Pre účinnú propagáciu je najvýhodnejšie vytvoriť špeciálny portál KSK pre kreatívnu ekonomiku s názvom KreaKtív. Názov predstavuje slovnú hru. Slovo „kreaktív“ vzniklo zo slov kreativita a aktívny, teda idea a zároveň aj poslanie tejto stránky vychádza z toho, že stránka má byť aktívna (interaktívna) a kreatívna.

Kreatívna

- Rozširujúca povedomie o kreatívnej ekonomike
- Propagujúca kreatívne nápady, kreatívne diela
- Využívajúca moderné prvky grafiky

Aktívna

- Stále sa meniaci stránka, dynamicky ponúkajúca nové informácie, vizuálne alebo audiovizuálne prezentované
- Umožňujúca aktívne zapojenie sa návštevníkov formou hodnotenia, komentovania, diskusie, prispievania obsahu
- Aktívne sledujúca trendy a kultúrne dianie

Cieľom je, aby vznikla taká zaujímavá a pútavá stránka, aby tu ľudia rôznej vekovej kategórie našli motiváciu, aby ju opätovne navštevovali. Do tvorby obsahu treba zainteresovať rôzne subjekty. Za predpokladu, že stránka bude kvalitne pripravená a stále aktualizovaná, vytvorí sa platforma pre interakciu rôznych aktérov kreatívneho a kultúrneho sektora, kde bude možné vymieňať názory, nápady a vybudovať plodnú spoluprácu. Prevádzkovanie stránky vyžaduje úzku, kvalitnú a cieľavedomú spoluprácu. Najprv v menšom rozsahu, s menším

tímom sa naštartuje kreatívna stránka tak, aby mala predpoklady pre úspešné fungovanie a prilákanie ďalších záujemcov, ktorí sa stanú súčasťou tejto platformy kreatívneho sveta. Môžu takto vzniknúť nové projekty a spolupráce. Keď stránka bude úspešná a bude mať veľa návštevníkov – užívateľov a tvorcov digitálneho obsahu, kreatívne firmy prejavia záujem o vlastnú propagáciu. Bude to teda výborným zdrojom na reklamné účely a KSK môže získať finančné prostriedky na ďalšie projekty kreatívnej ekonomiky – napríklad na realizovanie investícií do modernizácie vybavení kultúrnych zariadení, na organizovanie súťaží, workshopov, tréningov, na návrh a zhotovenie marketingových nástrojov (brožúry, videá, vylepšenie elektronického portálu, atď.)

Hlavné sekcie/ témy stránky by mohli byť nasledovné:

- Kreatívni aktéri, ich činnosť, kontakty (zariadenia, združenia, atď.)
- Vzdelávanie v odboroch kreatívnej ekonomiky na stredných školách a univerzitách
- Lídri kreatívnej ekonomiky v Košickom kraji, ich tvorba, dosiahnuté úspechy
- Kultúrne a kreatívne podujatia, služby
- Zaujímavé projekty, úspešné príbehy kreatívnej ekonomiky (Success Story)
- Užitočné informácie pre začínajúcich podnikateľov, umelcov - ako podnikateľ v kreatívnom sektore, ako realizovať kreatívne nápady, ako získať finančné zdroje, ako zabezpečovať elektronický obchod, tvorba obchodnej značky a marketing, atď.
- Informácie o vzdelávacích možnostiach v kreatívnej ekonomike (kurzy, tréningy)
- Informácie o súťažiach, grantoch, výmenných pobytoch, štipendiách, študijných pobytoch, mentorských programoch zameraných na kreatívnu ekonomiku
- Aktuálne trendy kreatívnej ekonomiky zo sveta
- Informácie o pracovných príležitostiach v sektore kreatívnej ekonomiky

Na úvodnej stránke by mala byť dynamicky sa meniaca upútavka na vybrané podujatia, kreatívne produkty, aktuality, témy. Informácie na internetovej stránke by mohli byť prezentované kreatívnym spôsobom, s využitím audiovizuálnych prostriedkov a moderných grafických prvkov – videa, infografiky, schém, diagramov, animácií, fotiek. Poradenské témy, napríklad: „Mám nápad, ako mám to zrealizovať a predáť?“, alebo „Ako rozbehnúť e-obchod?“ je možné rozpracovať pomocou náučného krátkeho videa (animovaného alebo natočeného) alebo kvalitnej prezentácie. Video má byť výstižné, stručné, prípadne okorenené humorom a zaujímavými faktami. Pre prípravu náučných multimédií je treba hľadať riešenie, aby bolo možné to realizovať partnerstvom univerzity a kreatívnych firiem.

Návrh aktivít:

- 1) Vytvorenie portálu KreaKtív
- 2) Návrh etáp kreovania obsahu portálu
- 3) Návrh zbierania, zverejňovania a aktualizovania informácií
- 4) Návrh redakčného systému - určenie zodpovedných pravidelných prispievateľov stránky, ktorí budú zodpovední za tvorbu obsahu a budú dohliadať na to, aby bolo na stránke stále niečo aktuálne a pútavé (vytvorenie modelu spolupráce s rôznymi subjektmi)
- 5) Prispievanie vyhodnotení podujatí, rozvíjanie diskusií
- 6) Marketing a propagácia portálu KreaKtív - na iných webových stránkach, vrátane sociálnych sietí (Facebook, Myspace, Twitter, atď.)
- 7) Príprava anglickej jazykovej mutácie
- 8) Monitoring návštevnosti

Opatrenie D.1.2. Sprevádzkovanie elektronického spravodaja (newsletter)

Na internetových portáloch propagujúcich kultúru a kreativitu treba vytvoriť možnosť zaregistrovania sa záujemcov o prijímanie pravidelných správ z oblasti kultúry a kreatívneho sektora. Je to veľmi šetrným propagačným nástrojom, pretože nie sú potrebné finančné prostriedky na vytlačenie a distribúciu.

Aktivity

- 1) Návrh systému registrácie a informovania záujemcov

Priorita D.2. Skvalitnenie propagácie kultúrnych zariadení KSK a ich podujatí a služieb podporujúcich rozvoj kreatívnej ekonomiky

Opatrenie D.2.1. Vlastná ponuka suvenírov, upomienkových predmetov a publikácií múzeí a galérií

V našich múzeách chýba ponuka vlastných suvenírov, upomienkových predmetov pre návštevníkov. Je potrebné kreatívne navrhnuť počiatočnú edíciu suvenírov, úžitkových predmetov a otestovať ich predajnosť na pilotnej kampani. Následne by si múzeá mohli výrobu suvenírov financovať a zabezpečovať ich predaj tak, aby to prinieslo zisk. Prispelo by to aj k lepšej propagácii daných kultúrnych organizácií a kultúrneho dedičstva.

Návrh aktivít:

- 1) Návrh vlastných suvenírov, upomienkových predmetov pre múzeá a galérie
- 2) Návrh inovatívnych, pre Košický kraj charakteristických suvenírov
- 3) Návrh modelu spolupráce s umeleckými školami a s Fakultou umení Technickej univerzity
- 4) Prieskum možností predaja suvenírov, upomienkových predmetov a publikácií prostredníctvom elektronického obchodu pre záujemcov zo Slovenska a zo zahraničia

Priorita D.3. Šírenie povedomia o kreatívnej ekonomike

Opatrenie D.3.1. Propagácia výstupov a aktérov kreatívnej ekonomiky

Je potrebné hľadať možnosti pre lepšiu prezentáciu talentov, kreatívnych aktérov, produktov a služieb kreatívnej ekonomiky tak, aby boli prezentované čo najširšej verejnosti.

Návrh aktivít:

- 1) Organizovanie seminárov a konferencií
- 2) Organizovanie výstav na frekventovaných verejných miestach aj s možnosťou predaja – napr. v nákupných centrách
- 3) Organizovanie burzy kreatívnej tvorby
- 4) Podporovanie mobility kultúrnych a kreatívnych diel
- 5) Prezentácia remeselných prác a kreatívnej tvorby talentov KSK v mestách aj na vidieku (na jarmokoch, trhoch, festivaloch)
- 6) Prieskum možnosti prípravy a distribúcie katalógu umeleckých a remeselných diel stredných škôl (Stredná odborná škola drevárska, Spišská Nová Ves; Škola úžitkového výtvarníctva, Košice; Stredná odborná škola, Ostrovskeho 1, Košice) a mladých talentov
- 7) Propagovanie moderných odvetví umenia – street art, light art, bio art. atď.

- 8) V spolupráci s mestami hľadanie vhodných miest pre trvalé alebo dočasné umiestnenie umeleckých diel na verejných priestranstvách
- 9) Poskytnutie možností pre prezentáciu multimediálnych diel umelcov a študentov kreatívnych odvetví na verejných priestranstvách (podujatia spojené s premietaním, realizácia multimediálnych inštalácií)



Opatrenie D.3.2. Šírenie povedomia o kreatívnej ekonomike a jej prínosov pre spoločnosť

Pre kreatívny a kultúrny priemysel je charakteristické, že je prevažne zastúpený malými a strednými podnikmi a často zápasí s problémom získania finančných prostriedkov pre naštartovanie investícií. Svet kreatívnej a umeleckej tvorby a svet financií potrebuje nájsť spoločný jazyk, preto treba prispieť k lepšej informovanosti bánk a investorov o potenciáloch kreatívneho priemyslu.

Návrh aktivít:

- 1) Šírenie povedomia investorov o potenciáloch kreatívneho priemyslu
- 2) Organizovanie semináru pre propagáciu kreatívnej ekonomiky
- 3) Šírenie informácií o investičných možnostiach

E. Spolupráca, sieťovanie

Priorita E.1. Rozvíjanie spolupráce a partnerstiev pre podporu rozvoja kreatívnej ekonomiky

Pre účinné plnenie cieľov tejto koncepcie, t.j. pre naštartovanie rozvoja kreatívnej ekonomiky je nevyhnutná kvalitná spolupráca. Z dobrej spolupráce môžu ťažiť inštitúcie s podobným zameraním, ale aj z rôznych iných sfér. Prvom rade ide o kvalitnú výmenu informácií, skúseností ale aj o nájdenie spoločných záujmov a poskytovanie odbornej alebo finančnej pomoci na realizáciu spoločných cieľov.

Opatrenie E.1.1. Rozvíjanie spolupráce a partnerstiev pre podporu rozvoja kreatívnej ekonomiky

Takmer všetky vyššie uvedené aktivity vyžadujú aktívnu spoluprácu rôznych inštitúcií – kultúrnych, vzdelávacích ale aj firiem. Je potrebné identifikovať spoločné ciele a záujmy a

Zdroj obrázkov: design-crisis.com, luminapolis.com, www.lilomag.com

nastaviť vhodný model spolupráce tak, aby spolupráca pre každého zainteresovaného priniesla úžitok.

Potenciálni aktéri pre spoluprácu: samosprávy, štátna správa (Ministerstvo kultúry SR, Ministerstvo školstva, vedy, výskumu a športu SR, Ministerstvo hospodárstva SR) médiá, firmy, obchodná komora, kultúrne organizácie, mládežnícke kluby, dobrovoľníci, stredné školy, univerzity, združenia.



Cieľom KSK je prispieť k rozvinutiu spolupráce uvedených aktérov v Košickom kraji, aj v zahraničí. Dôležitým nástrojom pre naštartovanie spolupráce je šírenie informácií o aktéroch kreatívneho a kultúrneho sektora, aby prvom rade vedeli o sebe a o tom, aký majú potenciál. Tento cieľ je jeden z mnohých, ku ktorému má prispieť elektronický portál kreatívnej ekonomiky – KreaKtív.

Možné príklady spolupráce:

- Spoločný marketing a vzájomná propagácia
 - spolupráca zariadení KSK
 - tvorba spoločných balíčkov služieb z kreatívnej ekonomiky
 - spoločný marketing so susednými regiónmi (aj v HU), vzájomné propagovanie potenciálu
 - propagácia firiem financujúcich rozvojové projekty a strategické aktivity
 - spolupráca na propagovaní talentov a kreatívnych firiem na Slovensku a v zahraničí
- Vzájomná výmena informácií, vedomostí, skúsenosti a výstupov projektov
- Spolupráca na mapovaniach, analýzach
- Spoluorganizovanie konferencií, seminárov, workshopov, exkurzií – výmena skúseností
- Spolupráca na organizovaní a financovaní podujatí kreatívnej ekonomiky
- Spolupráca na vzdelávaní
 - vylepšenie formálneho vzdelávania

- návrh inovatívnych foriem vzdelávania
- organizovanie tréningov, kurzov, školení, exkurzií a výmenných pobytov
- návrh inovatívnych zážitkových vzdelávacích metód a ich spoločná realizácia (spolupráca škôl, kultúrnych zariadení a firiem)
 Napríklad: spolupráca univerzity, stredných škôl, múzeí, galérií, knižníc na tvorbe tém pre múzeopedagogiku a na realizácii zážitkového vzdelávania v múzeách, galériách.
- Spolupráca s univerzitami - návrh tém diplomových prác, dizertačných prác, semestrálnych projektov
 Konkrétne riešenie:
 - architektúry (rekonštrukcia kultúrneho zariadenia, interiér)
 - dizajn (nábytok, vybavenie, úžitkové predmety)
 - multimediálne projekty – využitie moderných multimediálnych techník
 - návrh propagačných nástrojov
- Zapojenie študentov kreatívnych škôl do návrhu riešení kreatívnych výstupov pre KSK (napríklad pre portál Kreaktív, návrh suvenírov pre múzeá, atď.)
- Spolupráca univerzity s firmami v oblasti dizajnu – spolupráca od návrhu cez vytvorenie prototypu až po zavedenie do výroby
- Spolupráca na organizovaní súťaží pre kreatívnych talentov
- Spoluorganizovanie kreatívnej burzy
- Spoluprácu módnych návrhárov s tradičnými remeslami (napríklad paličková čipka)
- Zapojenie stredných škôl do siete inštitúcií podieľajúcich sa na rozvoji kreatívnej ekonomiky.

Návrh aktivít:

- 1) Pravidelná komunikácia KSK s kľúčovými aktérmi kreatívnej ekonomiky
- 2) Návrh modelov spolupráce pre podporu rozvoja kreatívnej ekonomiky
- 3) Určenie spoločných cieľov a aktivít – uzatvorenie zmlúv o spolupráci
- 4) Návrh spoločných projektov (fondy EÚ)
- 5) Vytvorenie regionálneho fóra kreatívnej ekonomiky